

УДК 81'27
ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.55

Код ВАК 10.02.19

С. Л. Кушнерук
Челябинск, РоссияS. L. Kushneruk
Chelyabinsk, Russia**ДИСКУРСИВНЫЙ И ТЕКСТОВЫЙ МИРЫ:
ВОЗМОЖНОСТИ УРОВНЕВОЙ
СТРАТИФИКАЦИИ ДИСКУРСА****DISCOURSIVE AND TEXT WORLDS:
POSSIBILITIES OF LEVEL STRATIFICATION
OF DISCOURSE**

Аннотация. С точки зрения теории текстовых миров выделяются такие уровни языкового общения, как дискурсивный и текстовый миры, и дается их подробная характеристика. Теоретические положения подкреплены примерами современных рекламных текстов.

Abstract. From the point of view of text worlds theory such levels of verbal communication are singled out as discursive and text worlds, their detailed characteristic is given. Theoretical propositions are supported by examples found in contemporary advertising texts.

Ключевые слова: дискурс; дискурсивный мир; текстовый мир; фрейм; дейксис; субмир; теория текстовых миров.

Key words: discourse; discursive world; text world; frame; deixis; subworld; text worlds theory.

Сведения об авторе: Кушнерук Светлана Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент.

About the author: Kushneruk Svetlana Leonidovna, Candidate of Philology, Assistant Professor.

Место работы: Челябинский государственный педагогический университет.

Place of employment: Chelyabinsk State Pedagogical University.

Контактная информация: 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69.
e-mail: Svetlana_kush@mail.ru.

Современная лингвистика все больше отмежевывается от известного соссюрковского требования изучать язык в себе и для себя, декларируя необходимость обращения к экстралингвистическим факторам для более целостного осмысления языковых феноменов. В подтверждение приведем слова Н. Н. Болдырева о том, что для объяснения устройства языка необходимо выйти за пределы языковой системы и «связать ее с тем, что мы знаем о восприятии, о памяти, о поведении человека» [Болдырев 2001: 12]. Познавательная активность человека манифестируется языковыми формами, что обуславливает исследовательский интерес к способам репрезентации знаний на ментальном и языковом уровнях.

Инкорпорирование сведений из различных областей знания в рамках одной исследовательской программы согласуется с холистическим подходом к интерпретации дискурсивных практик, являющихся основой «организации, категоризации, архивирования и интерпретации человеческого праксиса в целом» [Кашкин 2005: 337].

К настоящему времени накопился солидный опыт в изучении дискурса — одного из «наиболее туманных» лингвистических понятий, которое включает представления не об абстрактной языковой системе, а о живой речи в условиях реального общения. Многочисленны исследования дискурса как сферы анализа типов общения. Активно изучается политический дискурс (В. Н. Базылев, А. Н. Баранов, Н. А. Купина, П. Серю, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал), рекламный дискурс (О. К. Денисова, О. С. Домовец, Н. А. Красавский, О. А. Ксензенко, Ю. К. Пиго-

рова), а также научный, педагогический, религиозный, спортивный, массмедийный и др.

Несмотря на пресловутую неопределенность термина, понятие дискурса и принципы дискурсивного анализа описываются многими авторитетными учеными [Дейк 1989; Дейк, Кинч 1988; Макаров 2003; Кашкин 2005]. Систематизируя разноплановые работы, посвященные исследованию дискурса, М. Л. Макаров, вслед за Д. Шифрин, объясняет принципиальную возможность интерпретации дискурса в трех аспектах — формальном, функциональном и ситуативном [Макаров 2003: 85—87]. В формальном плане дискурс понимается как языковой уровень выше предложения. Речь может идти о двух или более предложениях, связанных по смыслу.

Функциональная интерпретация в широком понимании охватывает употребление языка, т. е. речь во всех ее разновидностях. В более узком смысле дискурс рассматривается как совокупность «функционально организованных, контекстуализованных единиц употребления языка» [Карасик 2004: 228]. Ситуативный аспект предполагает учет социально, психологически и культурно значимых условий общения. Контекст считается неотъемлемым признаком дискурса, который акцентирует внимание на ситуации взаимодействия.

На фоне многообразия работ, выдвигающих на передний план тот или иной аспект в изучении дискурса, мы ставим задачу обозначить такую теорию, которая рассматривает дискурс как интегральную сферу изучения языкового общения и предполагает не только учет собственно формальных и функционально-

Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 — «Политическая метафорология»)

© Кушнерук С. Л., 2012

ситуативных параметров, но и возможность уровневой стратификации. Считаем, что решение такой задачи должно согласовываться с реализацией ключевых идей и экспансионистских принципов современной лингвистики. Тогда это позволит расширить сложившиеся представления о дискурсе и наметить перспективы для дальнейших исследований дискуссионных вопросов.

Поставленная цель обусловила наш интерес к концепции, известной в зарубежной лингвистике под названием *теории текстовых миров* [Кушнерук 2008, 2009, 2010, 2011]. В работах группы ученых (П. Верт, Д. Гевинс, Л. Идальго Даунинг, Э. Лахей, Е. Семино, П. Стоквелл) проявлена тенденция к противопоставлению дискурса и текста по критерию *динамичности — статичности*, что свидетельствует о функционально ориентированной направленности исследований. *Дискурс*, с точки зрения сторонников указанной теории, является сложным социопсихолингвистическим феноменом, который включает процесс языковой деятельности, вписанной в определенный социальный контекст, и ее результат, вербально-знаковую форму, — текст. Если дискурс динамически разворачивается во времени, отражая изменения в характере коммуникации, то текст — статический компонент, «квинтэссенция» дискурса. По метафорическому высказыванию П. Верта, текст — это «язык в сердце дискурса» [Werth 1999: 149—150].

Очевидно, что понятия текста и дискурса демонстрируют причинно-следственную связь: текст создается в дискурсе и является его «детисцем». Однако если текст в принципе можно анализировать как завершенное языковое произведение в отрыве от дискурсивной, т. е. социально обусловленной деятельности, то дискурс обязательно изучать с учетом культурологических и социально-исторических данных.

При таком подходе рассмотрение коммуникации предполагает не только анализ текста-как-продукта, но и выход на уровень контекста социальной ситуации, для того чтобы проследить связи текста с иными текстами, дискурсивными и общественными практиками. В таком случае понятие дискурса мыслится как родовая категория по отношению к понятию текста; этой широкой трактовки мы придерживаемся в настоящей работе.

Нельзя не согласиться с М. Л. Макаровым в том, что дискурс обращен, с одной стороны, «вовне»: к ситуации или внешнему контексту высказываний, различным типам деятельности, включающим антропологические, этнографические, социологические, психологические, языковые и культурные переменные, с другой — обращен «внутри», или к внутреннему контексту — ментальной сфере коммуникантов, «отображающей в том числе и факты внешнего контекста, так как только став частью внутреннего мира человека, они могут влиять

на его деятельность и общение» [Макаров 2003: 147].

Придерживаясь данной позиции, будем говорить о взаимодействии лингвопрагматической составляющей, предполагающей анализ языковых явлений в контексте, и когнитивной составляющей исследования, акцентирующей внимание на том, с каким видением мира мы имеем дело, что именно и по какой причине должно привлечь внимание человека, а также на том, какие фрагменты человеческого опыта отражаются в дискурсе. Отметим, что указанные подходы к изучению дискурса являются не взаимоисключающими, а взаимодополняющими. Комплексная природа дискурса требуют учитывать целый ряд многообразных факторов, оказывающих влияние на порождение и интерпретацию смыслов.

Дискурс мыслится как динамическая субстанция, которая не имеет четкого контура и объема [Ревзина 2005]. В концептуализации дискурса выделяются два взаимодополняющих уровня. Говоря об уровнях, мы подразумеваем не уровни языка (фонологический, морфологический, лексический, синтаксический), а уровни языкового общения. Такое разграничение имеет смысл и оказывается методологически полезным для выделения **дискурсивного мира** и **текстового мира** как элементов, вступающих в отношения включения и демонстрирующих неравнозначные аспекты дискурса. Указанная дифференциация позволяет учитывать, что процессы понимания и порождения высказываний предполагают сложное взаимодействие информации, идущей от разных уровней. Конечно, подобное деление не лишено условности, поскольку фиксированный порядок следования между воспринимаемыми данными и их интерпретацией не установлен. Т. ван Дейк отмечает, что интерпретации могут быть сначала сконструированы и только потом сопоставлены с воспринимаемыми данными. Это отражает способность человека к гибкому использованию различных видов информации [Дейк 1988: 157].

Дискурсивный и текстовый миры представляют собой абстрактные конструкты, реализующиеся в дискурсе в качестве ментальных репрезентаций, благодаря которым происходит осмысление поступающей информации. Ментальная репрезентация — это знаковая сущность, представляющая некое символическое отражение окружающей нас действительности [Кубрякова 2001: 283].

Идея о том, что любое знание существует в виде ментальных репрезентаций, находит все больше сторонников. В. З. Демьянков и Е. С. Кубрякова полагают, что репрезентации составляют важную часть нашего сознания: «...мы всегда, когда нам это кажется нужным, можем представить себе на внутреннем „экране“ любой объект, любую ситуацию — как из числа реальных окружающих нас предметов

или лиц, так и из числа воображаемых событий» [Кубрякова, Демьянков 2007: 14—15]. Ментальные репрезентации, таким образом, осознаваемые ментальные образования, воспроизводящие реальность человеческого представления через образы предметов и явлений. Ментальные репрезентации позволяют человеку представлять все аспекты повседневной жизни, включая те ситуации, в которых он не принимал непосредственного участия.

Прежде чем перейти к характеристике выделенных уровней языкового общения, мы воспользуемся обозначениями Е. В. Лозинской и сформулируем, что под *миром* в целом понимается коммуникативное лингвистическое событие, включающее элементы как текстуального, так и контекстуального характера. Такой целостный мир иерархичен по структуре: высший уровень представлен дискурсивным миром, в котором есть участники, «различные аспекты перцепции ими непосредственной ситуации и общие предпосылки» [Лозинская 2007: 23]. Участники далее создают мир второго уровня — текстовый.

I. Дискурсивный мир

Дискурсивный мир объединяет те элементы, которые воспринимаются коммуникантами. Как минимум, дискурсивный мир включает участников и то, что они видят и слышат, а также содержание, которое участники вырабатывают в результате перцепции. П. Верт приводит следующий пример. Вы стоите под большим тенистым деревом. Вы точно знаете, что это дерево. Однако вы ни на секунду не можете увидеть его целиком. Перед вами, по всей вероятности, крупным планом предстают кора, ветки, листья, вы также чувствуете запах дерева и слышите звуки. Чтобы интерпретировать и понять данную информацию, нужно осуществить категоризацию объектов восприятия. Для этого естественно воспользоваться более общими знаниями о деревьях, полученными в результате прошлого опыта. Очевидно, что участники должны быть способными распознавать характеристики как чувственно воспринимаемые, так и не видимые глазу, и делать выводы об отношениях между объектами (в том числе на основе хранящихся в памяти представлений).

Любая ситуация мыслится как когнитивная основа дискурса. Интерес к ситуации обусловлен тем, что языковое событие имеет место внутри нее. Понимание ситуации П. Верта близко трактовке **модели ситуации** Т. ван Дейка [ван Дейк 1989: 46]. Согласно последнему, модель ситуации формируется конкретным индивидом на основе его личных знаний, опыта, установок, чувств, эмоций, мнений и используется адресатом при понимании текста. Она индивидуальна, динамична, стратегически подвижна и комплексна, поскольку приводит в действие все уровни и структуры [Селиванова 2002: 53].

Присутствию участников в той или иной ситуации отводится не просто важная, но решающая роль. Ситуации должны быть четко определены не просто как набор сущностей, находящихся в определенном месте в заданное время, а как «положение дел, осознаваемое участниками» [Werth 1999: 84]. Ситуации не возникают в концептуальном вакууме: статус ситуации дается им по волеизъявлению человека. Мы можем представить ситуации, в которых вообще нет людей, но нельзя представить ситуации, непостижимые человеческим сознанием, не существует таких ситуаций, которые не фиксировали бы какой-либо фрагмент человеческого опыта. **Ситуация** представляет собой некоторое положение дел, сложную совокупность обстоятельств, характеризующую местом, временем, набором сущностей, находящихся в определенных отношениях друг с другом.

Всякий дискурс соотносится с непосредственной ситуацией производства и интерпретации. Вместе с тем, чтобы коммуникация была успешной, необходим общий пресуппозиционный фонд (*common ground*), элементы которого вносятся коммуникантами в языковое событие. В таком взаимодействии каждая сторона принимает участие в совместном процессе конструирования смыслов, который, наряду с интерпретацией непосредственно воспринимаемых данных, предполагает использование участниками внутренней когнитивной информации.

Названная модель коммуникации получила название интеракционной [ср.: Макаров 2003: 38—39]. Интерпретация здесь становится главной целью коммуникации и критерием успешности процессов понимания, которое, по мнению Т. ван Дейка и В. Кинча, не ограничивается пассивным конструированием репрезентации языкового объекта. Это часть интерактивного процесса, в котором слушатель активно интерпретирует действия говорящего [Дейк, Кинч 1988: 161]. На пути к достижению интересубъективности как психологического переживания общности интересов и действий участники непрерывно договариваются о значении. Их взаимодействие описывается **принципами дискурса**, выделенными П. Вертом [Werth 1999: 49—50] по аналогии с принципами речевого общения, описанными Г. П. Грайсом [Grice 1975: 45—46]. Охарактеризуем принципы дискурса.

Коммуникативность (информативность) предполагает, что дискурс всегда должен служить определенным целям и быть эффективным для их достижения, если нет доказательства противного. **Связность**, кроме патологических случаев, отвечает за необходимое и достаточное наличие составляющих элементов (объектов, событий, пропозиций). **Кооперация** проявляется в том, что говорящий передает слушающему ту информацию, которая необходима для достижения намеченной им

цели. При этом оба не вводят друг друга в заблуждение, отказываясь от информации, не имеющей отношения к делу. Развитие общения происходит по модели согласия: участники договариваются, активируя общий фонд знаний.

В большинстве случаев при устном общении участники вступают в прямой контакт, разделяя условия дискурсивной ситуации (время, место, объекты). Однако чаще возникают обстоятельства, при которых участники взаимодействуют на расстоянии друг от друга одновременно или в разное время. Примером может служить разговор по телефону: временной отрезок общения двух людей совпадает, а местонахождение — нет. Такой дискурсивный мир называется *расщепленным* [Gavins 2007: 26]. В письменной коммуникации дискурсивный мир всегда расщеплен. Поэтому непосредственное материальное окружение дискурса приобретает вторичную значимость по сравнению с текстовыми элементами, формирующими область контакта между участниками. Иными словами, при письменной коммуникации текст оказывается в фокусе коммуникативного акта.

Можно также представить следующую ситуацию: человек присутствует на футбольном матче. В результате понимания происходящего на основе визуальных и вербальных данных у него конструируется ментальное представление, которое остается в памяти (дискурсивный мир). Если позже болельщик-очевидец расскажет другому любителю футбола о прошедшем матче, у последнего также возникнет некоторое ментальное представление, но уже вербализованной версии говорящего (текстовый мир). Из этого вытекает, что и дискурсивный, и текстовый миры являются когнитивными конструктами, формирующими концептуальные репрезентации разных сторон действительности. Если дискурсивный мир — это контекст ситуации вокруг речевого события, то текстовый мир — это когнитивный коррелят знания, активируемого текстом в употреблении.

II. Текстовый мир

Трудности определения текстового мира соотносимы с трудностями определения текста, до сих пор не имеющего единого толкования. Нельзя не вспомнить слова Е. С. Кубряковой о «естественных» категориях, к которым она относит текст. Автор настаивает на том, что, если людям ясна общая идея, положенная в основу категории, то в ее понимании они довольствуются гибкими и подвижными границами [Кубрякова 2001]. Еще раньше мысль о том, что пользователи языка часто обрабатывают информацию не полностью и неточно, но при этом чувствуют, что понимают текст, была высказана в работе Т. ван Дейка и В. Кинча [Дейк, Кинч 1988]. В этом мы видим причину того, что отсутствие однозначного определения текста не мешало развитию лингвистики текста, а также проведению лингвис-

тического анализа текстов самой разной функциональной направленности.

Сходным образом жесткое определение текстового мира как уровня дискурса невозможно в силу того, что его наполнение принадлежит когнитивному сознанию, границы которого оказываются размытыми. Тем не менее существование текстового мира ощущается вполне реально, например когда человек читает следующую рекламу: *Я вертелась у зеркала на шпильках, примеряя очаровательные шортики для летнего отдыха, дочка-первоклассница активно участвовала в процессе. Вдруг она сказала: „Мама, а что это у тебя на ноге сзади? Давай заклеим пластырем, а то некрасиво!“. Извернувшись, я стала разглядывать ноги и — ужас! — действительно увидела под колготками несколько выступающих вен и тонкие змейки красно-синих сосудов. Сомнений не было, это варикоз. Как я раньше не заметила? Появился? И что теперь делать? На следующий же день я обратилась за советом к знакомой, которая хорошо знает проблему. „Сейчас в аптеках есть много хороших антиварикозных средств. Одно из самых эффективных — гель ГЕЛЕНВЕН ФОРТЕ. Его венотонизирующий комплекс укрепляет стенки вен и повышает упругость клапанов... Только ухаживать за ногами нужно ежедневно!“. Прошло три месяца, и я снова примерила „предательские“ шортики. „Ну, как?“ — спросила я у мужа. „Отлично! А ножки — просто супер!“ (КП, 6—13 мая 2010).* Комбинируя эксплицитно выраженную текстовую информацию и фоновые знания, читатель естественным образом создает некую ментальную «картинку». Ее моделирование, в частности в рекламе, подчинено утилитарно-приземленным целям — как можно эффективнее и быстрее побудить реципиента к выгодному для производителя действию. Ментальная репрезентация, конструируемая в процессе обработки имеющегося дискурса, и есть текстовый мир.

П. Верт определяет **текстовые миры** как «концептуальные сценарии, содержащие достаточную информацию для понимания высказываний, с которыми они соотносятся» [Werth 1999: 7]. Текстовый мир выступает как гештальт, т. е. когнитивная структура, являющаяся одновременно и целостным, и по мере необходимости расчленяемым знаком, структура, разложимая более чем одним способом, в зависимости от принимаемой точки зрения [Кубрякова 2001: 287]. Учитывая, что текстовый мир мыслится как когнитивное содержание, стоящее за определенными языковыми формами, попробуем выделить значимые составляющие и определить диапазон характеристик, которые позволят составить представление об его устройстве.

Согласимся с мнением Е. С. Кубряковой относительно того, что любая языковая форма

сигнализирует не только о том, что в ней реально присутствует, но и о том, что подлежит семантическому выводу [Кубрякова 2001]. В свете этого будем разграничивать следующие элементы, существенные для описания миров:

- **текстовая база** — языковой материал, фиксированный на том или ином материальном носителе;
- **когнитивная база** — знания и представления коммуникантов.

Совокупность языковых форм, служащих «упаковкой» передаваемых смыслов, образует **текстовую базу**. Термин «текстовая база» фигурирует у Т. ван Дейка и В. Кинча и понимается несколько иначе — как семантическое представление воспринимаемого текста в эпизодической памяти [Дейк, Кинч 1988: 164]. Они акцентируют внимание на том, что понимание текста подразумевает не только представление текстовой базы в эпизодической памяти, но также активацию, обновление и другие способы функционирования так называемой ситуационной модели. Фактически это то, что в принятой нами терминологии названо текстовым миром, ассоциируемым с когнитивным представлением событий, действий, лиц, ситуаций, о которых идет повествование.

Текстовую базу можно рассматривать как акт фиксации языковыми (поверхностными) формами определенной концептуальной структуры [ср.: Кубрякова 2001: 284]. Основная функция текстовой базы заключается в том, чтобы помочь реципиенту сконструировать некую ментальную модель, которая может долго сохраняться в памяти. Незамысловатый сюжет со счастливым концом, предложенный в вышеприведенной рекламе геля, призван не столько информировать потребителей о товаре, сколько акцентировать внимание на продукте как неотъемлемом элементе образа жизни человека.

В свете этого становится очевидным, что один и тот же фрагмент дискурса может пониматься по-разному в зависимости от объема хранимой информации в памяти каждого из реципиентов. При этом интерпретационные различия появляются именно на уровне текстового мира — той модели, которую нужно построить на основе текстовой базы. Мы считаем, что текстовый мир не имеет жестких границ, и любой читающий/слушающий создает индивидуально окрашенную модель происходящего. Однако этот процесс имеет определенные ограничения, накладываемые самой текстовой базой. Думается, что текстовый мир является результатом деятельности реципиента по интерпретации текстовой базы, создаваемой с конкретной целью. Текстовая база представляет собой речевое сообщение с выраженной авторской интенцией, ориентированное на адресата. С этих позиций рекламные произведения типа «Ремонт приборных панелей и электроники иномарок. Тел.» обла-

дают информационной самостоятельностью, имеют своего адресата и преследуют вполне ясные цели. По замыслу отправителя, они должны оказать воздействие на реципиента и его дальнейшее поведение. Моделируемый мир выступает когнитивной основой для выполнения последующих действий. Вместе с тем текстовый мир можно рассматривать как некоторое семиотическое пространство, определяемое дейктиками, которые являются его *конструктивными элементами* (world-building elements), а также *пропозициями, обеспечивающими функциональное развитие* (function-advancing propositions).

Конструктивные элементы устанавливают время, место, сущности и отношения между ними [Werth 1999: 187]. В понимании зарубежных ученых дейктиками являются «все лингвистические средства, осуществляющие референцию к составляющим элементам ситуационного контекста, в котором происходит коммуникация» [Semino 1997: 31]. Дейксис организован по трем основным осям: субъект, место и время. Соответственно различают три вида дейксиса — субъектный (person deixis), пространственный (place deixis) и временной (time deixis). *Субъектный дейксис* передает роли участников в каждом индивидуальном высказывании внутри коммуникативного события. Местоимение первого лица относится к речеотправителю, второго лица — к адресату, третьего лица — к любому другому лицу или сущности.

Пространственный дейксис указывает на локализацию дискурса в пространстве с позицией говорящего. Для пространственного дейксиса также существенна фигура наблюдателя. В русском языке в ситуациях, обозначаемых классическими дейктическими словами *здесь — там, сюда — туда, этот — тот, вот — вон* говорящий и наблюдатель совпадают в одном лице [Апресян 1986: 11]. В английском языке указательные местоимения и наречия *this* и *here* указывают на близость к говорящему, *that* и *there* предполагают удаленность от него. Этот же тип дейксиса выражается наречиями *away* и *opposite*, а также глаголами *come* и *go*. В последнем случае позиции говорящего и наблюдателя не совпадают.

Временной дейксис устанавливает временные точки или периоды по отношению ко времени производства высказывания. Ю. Д. Апресян описывает временной дейксис с помощью трех понятий: время речи (speech time), время события (event time) и точка отсчета во времени (reference time) [Апресян 1986: 9—10]. Временные отношения могут устанавливаться с помощью различных времен, наречий времени (*now, then, soon, lately*), иных обозначений времени (*yesterday, last month, next Thursday* etc.).

Прототипическими членами категории дейксиса называют личные и указательные местоимения, а также видовременные формы

глагола. Дейктики несут определенное значение, однако, в отличие от определенного артикля, они идентифицируют значимые референты, соотнося их с текущим местоположением говорящего [Лайонз 2003]. Кроме названия объектов, дейктики могут передавать информацию об отношениях между ними. К одному и тому же человеку можно обратиться *господин Иванов, профессор Иванов, Сергей Сергеевич, Сережа, папа* и т. д. Выбор формы обращения определяется типом социальной информации, которая передается в каждом конкретном случае.

На фоне концептуального ландшафта, определяемого конструктивными элементами, действуют единицы, ведущие дискурс вперед. Это **пропозиции**, или мыслительные субъектно-предикатные структуры, отражающие некоторые ситуации и конфигурации их элементов [Алефиренко 2005: 183]. Пропозиции определяют динамику дискурса и обеспечивают его функциональное продвижение. К ним относятся действия, события, аргументы, а также любые утверждения о сущностях, населяющих текстовый мир [Gavins 2007: 59—61].

Демонстрируя отличия конструктивных элементов от пропозиций, обеспечивающих продвижение дискурса, П. Верт приводит следующие примеры [Werth 1999; Hidalgo Downing 2000: 88]:

- *While the news was on, John finished his dinner* (Когда шли новости, Джон закончил обедать).

- *While John was eating his dinner, the phone rang* (Когда Джон обедал, зазвонил телефон).

В данных примерах функциональное продвижение обеспечивается за счет указания на совершение действия: *Джон закончил обедать* и *зазвонил телефон*. Временная параметризация текстового мира устанавливается конструктивными элементами — придаточными предложениями времени (*когда шли новости; когда Джон обедал*).

Текст содержит в себе единицы, достаточные и необходимые для построения на его основе правильной и осмысленной модели. Это называется *принципом текстовой обусловленности* (the principle of text-drivenness). Данный принцип выполняет функцию контрольного клапана, стоящего на большой емкости личных знаний и представлений, которые каждый участник вносит в дискурсивную ситуацию. Текстовая база обеспечивает адресату выход за пределы непосредственно данного в самом тексте и дает сигналы относительно того, какой тип текстового мира нужно сконструировать. Так, прочитывая рекламное сообщение, человек активирует только те знания, которые референциально востребованы. В рекламе стоматологических услуг это могут быть знания об особенностях лечения полости рта, порядке приема пациентов, удаления зубов, протезирования и пр. Представления, скажем, о хоккее

или о том, как настроить гитару, оказываются ненужными и неуместными. Они просто не возникают, если в тексте отсутствуют соответствующие указания.

Конструктивные элементы текста активируют те кластеры опыта, которые необходимы для того, чтобы дискурс имел смысл; происходит сличение с имеющимися знаниями, которые как системно упорядоченный набор сведений хранятся в **когнитивной базе**. Наше понимание *когнитивной базы* складывается под влиянием работ В. В. Красных, которая дает ей следующее определение: «Когнитивная база — определенным образом структурированная совокупность необходимо обязательных знаний и национально-детерминированных и минимизированных представлений того или иного национально-лингвокультурного сообщества, которым обладают все носители того или иного национально-культурного менталитета» [Красных 2003: 61]. Отмечая некоторую категоричность заявления о «всех носителях», мы придерживаемся мнения о том, что в когнитивную базу входят знания и представления, которыми обладает большинство представителей лингвокультуры. Кроме того, она также включает ресурс индивидуальных представлений, которыми располагает каждая языковая личность.

Когнитивная база формируется знаниями и представлениями не только об экстралингвистической реальности, но и знанием языка и сведениями о языке. У каждого человека имеется свой когнитивный фонд, наполнение которого зависит как от личностных особенностей индивида, так и от культурно детерминированных параметров коммуникации. Использование знаний в понимании и порождении дискурса означает способность соотносить текст с некоторой имеющейся когнитивной структурой, на основе которой и создается текстовый мир. Когнитивные структуры, представляющие собой «свернутую» форму кодирования информации, называют *фреймом, схемой, скриптом, сценарием, планом, когнитивной моделью* и др.

Хотя данные термины различаются в содержательном плане, их обобщенно можно определить как организованные структуры представления знаний, возникающие в результате схематизации опыта и предопределяющие наше восприятие окружающей действительности. Иными словами, когнитивная база содержит хорошо организованное знание, структурированное по схемному принципу. По справедливому замечанию В. З. Демьянкова, в процессе интерпретации схемы служат тому, чтобы конкретные переживания и действия соотносить с ментальными репрезентациями: «...мир, в той мере, в какой он вообще воспринимаем и воспроизводим, представляет собой „функцию“, реализацию схем интерпретации» [КСКТ 1996: 179—181].

Мы, в свою очередь, полностью разделяем мнение о том, что человек воспринимает про-

исходящее сквозь призму ранее приобретенных структур знаний и делаем выбор в пользу термина *фрейм*, обозначающего ментальную структуру представления концептуального содержания. Непротиворечивой выглядит позиция Н. Д. Арутюновой, согласно которой «жизненный контекст дискурса моделируется в форме „фреймов“ (типовых ситуаций) или „сценариев“ (делающих акцент на развитии ситуации)» [ЛЭС 1990: 137]. **Фрейм** — «когнитивная структура закрепленных культурой представлений и ожиданий, проистекающих из прошлого опыта поведения в подобных ситуациях» [Downing 2000: 35]. Активируемые фреймы помогают концептуализировать и понимать дискурс. Они используются как основа для построения ментальных репрезентаций, которые позволяют представлять самые разные аспекты повседневной жизни.

III. Производные миры

В пространстве одного текстового мира могут одновременно возникать несколько ментальных репрезентаций, задающих векторы смысловой интерпретации. Альтернативы в рамках текстового мира называются *субмирами*. Приставка *sub-*, используемая П. Вертом (*subworld*), в значительной степени дискредитирует избранный термин, дает неверное представление о его семантике. Возникает впечатление, что каждый появляющийся текстовый мир является подчиненным (*subordinate*) по отношению к базовому, а это не всегда справедливо. Критикуя Верта, Д. Гевинс [Gavins 2005] предлагает термин *переключение мира* (*world-switch*), который отражает изменение установленных параметров текстового мира, но не называет новое концептуальное пространство. Рабочий термин в данном случае, как нам кажется, должен обозначать текстовый мир, образованный от другого. По этой причине целесообразно ввести в обиход термин *производный мир*. Коммуниканты обладают способностью без серьезных когнитивных усилий создавать несколько производных миров одновременно, а также легко «переключаться» с одного на другой. В числе новообразованных текстовых миров выделяют три основных типа.

- *Дейктические производные миры* возникают в результате отклонений от основных параметров текста по инициативе участников или персонажей. Изменения концептуализируются как происходящие в том же текстовом мире, но с другим местоположением или в другое время либо с акцентом на других сущностях. Отклонение от любого из базовых параметров (время, место, действующие лица, объекты) ведет к созданию производного дейктического мира.

Приведем пример из рекламы медицинского препарата: *Чего нам больше всего хочется в жаркий летний день, когда ноги горят, гудят и стонут от усталости? Конечно, сбросить ставшую тесной обувь и опустить ноги в прохладную воду! Именно такое ощу-*

щение свежести и прохлады создаст вашим ногам крем-гель СОФЬЯ — экстракт пляжки с охлаждающим эффектом! Вы наносите гель на измученные ноги, и живительная ментоловая прохлада обволакивает натруженные вены, усталость и тяжесть уходят, вы чувствуете легкость, свежесть и бодрость (КП, 3—10 июня, 2010).

Базовый текстовый мир проектируется во временной зоне настоящего, выстраивается вокруг проблемы, связанной с усталостью ног. Пространственно-временные характеристики эксплицированы: *в жаркий летний день хочется, горят, гудят, стонут*. В производных мирах темпоральная характеристика дважды меняется. Об этом свидетельствуют формы глагола в будущем (*создаст*) и настоящем (*наносите*) времени. Варьирование временного параметра сопровождается детализацией базового текстового мира введением новой сущности (*крем-гель СОФЬЯ*). Взаимопроникновение временных пластов настоящего — будущего — настоящего, а также соположение действующих лиц (которые объективируются формами местоимений *нам, вашим ногам* и др.) и рекламируемого объекта (*крем-гель*) демонстрируют стремление найти решение заявленной проблемы и стимулировать посткоммуникативную деятельность реципиента.

Примером одновременного варьирования параметров времени и места может быть следующая реклама автомобиля: *В дождь или жаркий день, в тесном городском переулке или на скоростной магистрали — KIA Sportage задает тренд, с которым нельзя не считаться!* (РР. 2012. № 14).

- *Аттitudные производные миры* включают в дискурс три области когнитивной активности — желания, убеждения и намерения. Миры убеждений открываются глаголом *believe* — *думать, полагать*. Они возникают, когда участник выражает определенную степень веры сказанному. Миры намерений включают обещания, предложения, команды, просьбы, имеющие отношения к выполнению действий в будущем. Строительными элементами мира желаний являются глаголы *wish* 'хотеть', *want* 'желать', *hope* 'надеяться', *dream* 'мечтать'. В широком смысле предикаты, выражающие желания, выстраивают более или менее удаленные миры, либо просто описывающие желаемое, либо предписывающие условия, которые необходимо выполнить, чтобы желаемое осуществилось. Именно этот тип производных миров, как нам представляется, наиболее часто конструируется в рекламных произведениях: *Я очень хочу этот Polo! Я хочу, чтобы в нем были мои вещи — очки, жвачки, запасные кроссовки в багажнике. Хочу слушать прогрессив-хаус на полную! Хочу, чтобы капли дождя текли вверх по стеклу, когда я буду мчаться по городу. Я даже готов — да что там, я хочу! — стоять*

в этих... пробках! Это мой Polo!!! И я так хочу! (РР. 2012. № 14).

• Эпистемические производные миры охватывают события, удаленные от исходного текстового мира или гипотетически в нем представленные. Поэтому основными строительными элементами выступают конструкции, содержащие условия, косвенная речь, модальные глаголы *must, could, might*, а также глаголы *think* 'думать' и *suppose* 'допускать' [Gavins 2000: 20—22]. Ср.: **Был бы Рябчик, а охотники найдутся!** Водка с лесной душой (Деньги. 2012. № 15).

Дальнейшее разграничение текстовых миров связано с выделением двух типов в зависимости от того, кто инициирует изменение дейктических параметров базового текстового мира — участники дискурса или персонажи. Соответственно выделяются миры, которые доступны участникам (*participant-accessible*), и те, которые доступны персонажам (*character-accessible*). В отличие от вторых, первые подчиняются обозначенным выше принципам дискурса. Поскольку люди сознательно включают в коммуникацию, нормой считается, что участники обмениваются достоверной информацией, т. е. говорят друг другу правду. В большинстве дискурсивных ситуаций ложь расценивается как патологическое поведение. Отношения с собеседником, как правило, исключают преднамеренный обман. Хотя ложь существует в дискурсе, она не является движущей силой коммуникативного акта. Истинность содержания текстового мира, создаваемого участниками, можно оценить на основе дискурсивных факторов. А в условиях контакта лицом к лицу появляются дополнительные подсказки, такие как особенности окружения, тон и тембр голоса, манера поведения и пр. Кроме этого, участники имеют возможность задавать друг другу вопросы для уточнения отдельных аспектов дискурса.

Это приводит к заключению о том, что если один участник дискурсивного мира устанавливает текстовый мир или производный мир, другие участники ожидают, что он несет ответственность за содержание, которое они априори признают достоверным и истинным. Для наглядности П. Верт сопровождает свои рассуждения примером из судебной практики.

Свидетелю разрешается говорить о том, что он или она видел и разговаривал с неким человеком, но все ссылки на то, что описывал или рассказывал этот человек, должны игнорироваться как слухи. Почему закон делает такое различие? Потому что в судебном деле свидетель, судья, обвинение, защита и присяжные присутствуют: они все участники. Следовательно, свидетелям можно задавать вопросы по тому, что они говорят, — это предполагается установленным порядком. Более того, они находятся под присягой, что соответствует приведению в действие принципа коо-

перации. В терминах дискурсивного мира суда отсутствующий информант не участник, а персонаж. В отличие от свидетеля, ему нельзя задать вопросы, он не приведен к присяге. Это не удовлетворяет принципам дискурса [Werth 1999: 214].

Понятно, почему нельзя использовать идентичные критерии, оценивая текстовый мир, созданный персонажем. О достоверности этого мира можно судить лишь по текстовой информации. Конечно, представления о персонажах основаны на опыте общения с реальными людьми в реальном мире, что дает основания приписывать им те же эмоции, реакции, способности и поведение. Вместе с тем есть четкое осознание того, что эти субъекты существуют вне онтологических границ реального мира. Если персонаж выстраивает производный мир, например вспоминая какое-либо событие, правдоподобность такой информации не является абсолютной, поскольку он не несет за нее ответственности. Любое отступление, сделанное персонажем, непредсказуемо и не может быть выверено из-за отсутствия модели согласия.

Возможности исследования дискурса с позиций уровневой стратификации, представленной в настоящей статье, открывают новые исследовательские ориентиры когнитивно-дискурсивного направления. Выделение дискурсивного, тестового и производного миров как уровней анализа носит комплексный характер. Теоретическую базу такого разграничения составляют лингвокогнитивные положения в сочетании с данными смежных областей знания — социолингвистики, прагмалингвистики, психологии, семиотики и философии.

Изучение специфики дискурсивного мира выводит на первый план социально-интерактивный аспект, который предполагает учет взаимодействия коммуникантов в социальной среде, их целей, стратегий, установок. Все дискурсивные миры создаются сознательно и намеренно. Для любого коммуникативного акта общим мотивационным фактором является необходимость и желание участников передать или получить некоторое знание. Дискурсивный мир является более широкой когнитивной областью по отношению к текстовому миру, представляющему уровень концептуализации ситуации, вокруг которой осуществляется взаимодействие. В когнитивно-интерпретационном отношении отклонение от любого из базовых параметров текстового мира ведет к созданию многочисленных производных миров, в которых осуществляется детализация. Это связано с тем, что текстовый мир конструируется из дискурса и, подобно ему, последовательно разворачивается.

Дискурсивные, текстовые и производные текстовые миры имеют разное функциональное предназначение, но обнаруживают сходство в формально-семантическом плане: конст-

руктивными элементами, устанавливающими координаты миров, являются дейктические средства, которые указывают на участников, обстановку, временную и пространственную локализацию фактов, объекты и сущности. Выделенные уровни отражают природу взаимопроникновения конститутивных элементов дискурса. При этом решающую роль играет корреляция элементов текстовой и когнитивной базы, активация которых ведет к созданию ментальных моделей, на основе которых осуществляется понимание дискурсивной ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алефиренко Н. Ф.* Современные проблемы науки о языке. — М. : Флинта : Наука, 2005.
2. *Апресян Ю. Д.* Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира // Семиотика и информатика : сб. науч. статей. — М., 1986. Вып. 28. С. 5—33.
3. *Болдырев Н. Н.* Когнитивная семантика. — Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2001.
4. *Дейк, ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. — М. : Прогресс, 1989.
5. *Дейк, ван Т. А., Кинч В.* Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23 : Когнитивные аспекты языка. — М. : Прогресс, 1988. С. 153—211.
6. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М. : Гнозис, 2004.
7. *Кашкин В. Б.* Сопоставительные исследования дискурса // Концептуальное пространство языка. — Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2005. С. 337—353.
8. *Красных В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М., 2003.
9. *Краткий словарь когнитивных терминов = КСКТ / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина.* — М., 1996.
10. *Кубрякова Е. С.* О связях когнитивной науки с семиотикой // Язык и культура: факты и ценности: к 70-летию Ю. С. Степанова. — М. : Языки славянской культуры, 2001. С. 283—291.
11. *Кубрякова Е. С.* О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. — М., 2001. Т. 1. С. 72—81. URL: <http://philology.ru>.
12. *Кубрякова Е. С., Демьянков В. З.* К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. № 4. С. 8—16.
13. *Кушнерук С. Л.* Личные местоимения как языковые маркеры пересечения текстовых миров в рекламе //

Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2008. № 36 (137). Филология. Искусствоведение. Вып. 27. С. 85—89.

14. *Кушнерук С. Л.* Методологический потенциал теории текстовых миров в исследованиях дискурса // Активные процессы в различных типах дискурсов: функционирование единиц языка, социолекты, современные речевые жанры : материалы междунар. конф. (19—21 июня 2009 г.). — М. ; Ярославль : Ремдер, 2009. С. 254—258.
15. *Кушнерук С. Л.* Образ президента — визитная карточка России: текстовые миры прессы, адресованной зарубежным читателям // Политическая лингвистика. 2010. № 3 (33). С. 87—92.
16. *Кушнерук С. Л.* Теория текстовых миров как исследовательская программа в рамках когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2011. № 1. С. 45—51.
17. *Лайонз Дж.* Лингвистическая семантика: введение. — М. : Языки славянской культуры, 2003.
18. *Лингвистический энциклопедический словарь = ЛЭС.* — М., 1990.
19. *Лозинская Е. В.* Литература как мышление: когнитивное литературоведение на рубеже XX—XXI веков : анализ. обзор. — М., 2007.
20. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. — М. : Гнозис, 2003.
21. *Ревзина О. Г.* Дискурс и дискурсивные формации // Критика и семиотика. — Новосибирск, 2005. Вып. 8. С. 66—78.
22. *Селиванова Е. А.* Основы лингвистической теории текста и коммуникации: монограф. учеб. пособие. — Киев : Фитосоцицентр, 2002.
23. *Gavins J.* Absurd Tricks with Bicycle Frames in the Text World of *The Third Policeman* // Nottingham Linguistic Circular. 2000. № 15. P. 17—33.
24. *Gavins J.* (Re)thinking Modality: A Text-world Perspective // Journal of Literary Semantics. 2005. № 2 (34). P. 79—93.
25. *Gavins J.* The Text World Theory: An Introduction. — Edinburgh Univ. Pr., 2007.
26. *Grice H. P.* Logic and Conversation // Syntax and Semantics. — N.Y. : Acad. Pr., 1975.
27. *Hidalgo Downing, Laura.* Negation, Text Worlds, and Discourse: the Pragmatics of Fiction. — Stamford, CA : Ablex Publishing Corporation, 2000.
28. *Semino E.* Language and World Creation in Poems and Other Texts. — L. ; N. Y. : Longman, 1997.
29. *Werth P.* Text Worlds: Representing Conceptual Space in Discourse. — L. : Longman, 1999.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов