

УДК 81-13

DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-8

Якоба И. А.

**Метод интерпретации в аспекте инференции
на примере медийного дискурса о вакцинации**

Иркутский национальный исследовательский технический университет, ул. Лермонтова,
д. 83, г. Иркутск, 664074, Российская Федерация;

Иркутский государственный университет, ул. Улан-Баторская, д. 6, г. Иркутск, 664082,
Российская Федерация; *irina_yakoba@mail.ru*

Аннотация. Метод интерпретации в аспекте инференции рассматривается как способ логического обоснования эмпирических данных медийного дискурса о вакцинации. Целью исследования является показать обоснованность и валидность данных методов для лингвистических исследований, продемонстрировать их применение с позиции социологии, лингвистики и аксиологии на медийных примерах. Синергия данных направлений способствует расширению прикладных возможностей методов инференции и интерпретации. Потенциал методов усиливается при мультиполярном подходе к анализу, учитывающем противоположные ценностные позиции адресата и адресанта, рассматриваемые на материале слоганов и объявлений о вакцинировании от коронавируса. В ходе данного исследования выявлены лингвокогнитивные механизмы фреймирования, фокусирования, вовлечения, имажинеринга, диалогизации, метафоризации, персонализации. Отмечается, что на активацию данных механизмов оказала воздействие аттрактивность эпидемиологической ситуации, которая более трех лет оставалась в рейтинге наиболее острых проблем современного человечества. В результате исследования создана когнитивная модель рассматриваемых дискурсивных поликодовых примеров, направленных на воздействие на адресата. Модель демонстрирует лингвокогнитивные механизмы, активирующиеся при восприятии, оценивании и интерпретации топика вакцинации в поликодовом представлении. Для понимания основы выбора, стоящего перед каждым членом общества, предложена авторская методика синергичного подхода к дискурс-анализу.

Ключевые слова: интерпретация; инференция; медийный дискурс; ценности; механизмы; стратегии; вакцинация

Для цитирования: Якоба И.А. Метод интерпретации в аспекте инференции на примере медийного дискурса о вакцинации // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2023. Т. 9. № 1. С. 100-113. DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-8

I. A. Iakoba

Method of interpretation in the aspect of inference on the example of media discourse on vaccination

Irkutsk National Research Technical University, 83 Lermontov St., Irkutsk, 664074, Russia;
Irkutsk State University, 6 Ulan-Batorskaya St., Irkutsk, 664082, Russia; *irina_yakoba@mail.ru*

Abstract. The purpose of the study is to prove the validity of the methods of interpretation and inference for a comprehensive interdisciplinary analysis of media creolized advertising texts. The method of interpretation in the aspect of inference allows us to consider the situation both from the position of the addresser and from the position of the addressee, which leads to a wider coverage of opinions, positions, points of view for a deeper understanding of the problem. The method of cognitive modeling contributes to a visual representation of cognitive processes that arise when faced with a problem, challenge, situation of cognitive uncertainty. The synergy of these directions contributes to the expansion of the applied possibilities of the methods of inference and interpretation. The potential of the methods is enhanced with a multipolar approach to analysis, taking into account the polar value positions of the addresser and addressee, considered on the material of slogans and announcements about vaccination against coronavirus. Among the identified linguocognitive mechanisms in given examples, we note framing, focusing, involvement, imagining, dialogization, metaphorization, personalization. As a result of the study, a cognitive model of the mechanisms of the coronavirus vaccination situation examples is presented. The model demonstrates a wide coverage of linguocognitive mechanisms that are activated when perceiving, evaluating, analyzing and interpreting the attractive vaccination process that every person faces. To understand the basis of the choice facing each law-abiding member of society, the author's method of a synergistic approach to analysis is proposed.

Keywords: interpretation; inference; media discourse; values; mechanisms; vaccination

For citation: Iakoba I. A. (2023), "Method of interpretation in the aspect of inference on the example of media discourse on vaccination", *Research Result. Social Studies and Humanities*, 9 (1), 100-113, DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-8

Введение

Динамичность, изменяемость и конструируемость современной социальной реальности, в том числе социального медийного дискурса, требуют от лингвиста регулярного пересмотра и обновления методов исследования.

Рефлексия методологической базы для лингвосоциоаксиологических исследований направлена на повышение валидности качественных методов, которые используются для исследования идей, мыслей или опыта людей посредством интервью, работы с фокус-группами, тематических

исследований, дискурс-анализа, обзора литературы и т. п. В качественных исследованиях анализ основан на наблюдениях и интерпретации изображений, письменного и устного языка. Специфические методы включают в себя разные виды анализа, такие как: контент-анализ (анализ содержания), который основан на выявлении и категоризации значений предложений, слов и фраз; тематический анализ, основанный на классификации и детальном изучении данных для определения тем и моделей; дискурс-анализ, включающий анализ смыслов и мотивов социального действия, изучение социального контекста коммуникации.

Исследование актуально выявлением лингвокогнитивных механизмов, активирующихся при столкновении с необходимостью принимать специальные меры защиты во время эпидемии, значимостью материала исследования, а именно медиатизации и аксиологизации темы вакцинации от коронавируса. Новизна заключается в обосновании совместного использования методов интерпретации и инференции в лингвистическом исследовании, их взаимном влиянии на когнитивные процессы восприятия, понимания, осознания, анализа рассматриваемой ситуации медийного дискурса. Впервые анализу и выявлению лингвокогнитивных механизмов подвергаются поликодовые объявления, призывающие вакцинироваться от коронавируса, найденные в медийном дискурсе. Цель статьи обосновать валидность использования метода интерпретации в аспекте инференции в медийном дискурсе для выявления и анализа когнитивных инструментов, задействованных адресантом при конструировании «правильных» реакций на заданные дискурсивные интенции.

Методология

Методология анализа основана на теории интерпретации (Демьянков, 1989; Валуйская, 2012), теории оценки (Арутюнова, 1999), на концепциях инференции (Суворова, 2016, 2018; Краткий словарь..., 1996; Rickheit, 1985), на концепции стратегичности понимания текста, на положениях динамического подхода к анализу дискурса (Динамика и статика..., 2021; Мышкина, 1991), на теории аксиологической лингвистики, положениях лингвоаксиологического анализа дискурса (Серебренникова, 2011, 2015, 2021), включающего методы интерпретационного анализа, инферирования к ценностному измерению языка, когнитивного моделирования. Совмещение нескольких методов приводит к их синергии и открывает новые грани лингвосоциологических исследований. Метод интерпретации в аспекте инференции позволяет рассмотреть ситуацию как с позиции адресанта, так и с позиции адресата, что

приводит к более широкому охвату мнений, позиций, точек зрения для более глубокого понимания проблемы. Метод когнитивного моделирования способствует наглядному представлению когнитивных процессов, возникающих при столкновении с проблемой, вызовом, ситуацией когнитивной неопределенности, их систематизации.

Для проведения лингвистического анализа на материале современного медийного дискурса был выбран качественный метод отбора материала, обычно используемый для социологических исследований, что позволило сократить количество примеров, при этом уделить больше внимания каждому случаю, привлечь к анализу экстралингвистические факторы и гибко управлять ходом исследования. Качественная методология направлена на познание объекта естественным способом, использует «неструктурированные методы сбора данных и анализ ситуации или процесса во всем жизненном многообразии составляющих элементов» (цит. по (Измайлова, 2011: 140) из (Семенова, 1998)). Качественное исследование отличается особой, постоянно достраивающейся траекторией проведения и итерационным характером: анализ происходит одновременно со сбором информации, достраивание и перестраивание теоретических обобщений происходит во время работы с полевым материалом, что позволяет гибко управлять исследовательским процессом и своевременно перенаправлять его при необходимости или появлении новых эмпирических данных.

Таким образом, теория «формируется в ходе исследовательского поиска, следуя логике и нюансам поля» (Абельс, 1998). В связи с тем, что выводы, полученные в качественном исследовании, имеют относительный характер и могут быть отвергнуты последующими исследованиями на других объектах, были привлечены логические методы инференции. Утверждается, что в качественном исследовании «допускается переформулирование используемых понятий, отказ от некоторых из них, введение новых понятий» (Измайлова, 2011: 142). Выборка

в качественной методологии является целевой и целеориентированной. В связи с положением, что особенностью целевой выборки является «отбор информационно богатых случаев для глубинного изучения» (Качественные методы, 2009), в ходе данного качественного исследования были отобраны такие случаи, на основании которых можно сделать обобщающие выводы, имеющие значение для рассматриваемой медийной ситуации в целом.

Теоретические обоснования

Полагаем вслед за такими учеными, как Д.С. Лихачев, М.М. Бахтин, В.Г. Кузнецов, что рассматривать «произведение должно в рамках исторической ситуации, т. е. необходима историческая интерпретация, которая предполагает мысленное перенесение истолкователя в эпоху автора и его отождествление с личностью автора. Историческая интерпретация объясняет осознанные и бессознательные моменты, повлиявшие на авторский творческий процесс» (Рубцова, 2016: 58). При этом задача интерпретатора – правильно оценить время, ситуацию, культуру и обстоятельства создания текста, учитывать смысл, вложенный автором, свой культурный опыт, что приводит к возможности появления множественности интерпретации. Самое главное, однако, осознавать логические рамки разумного, избегая субъективной оценки. «Именно в интерпретации обнаруживается множественность смыслов» (Рикёр, 2008: 19). Интерпретация по словам Х.-Г. Гадамера, является «с одной стороны, аналитическим и обобщающим знанием, дающим понятие о произведении, а с другой стороны, художественным восприятием и переживанием всех деталей» (Гадамер, 1988: 99). Таким образом, важно выделить как рационально-логический, так и эмоционально-выразительный аспекты понятия интерпретации.

В концепции В.З. Демьянкова выделяются опорные пункты (слова, конструкции, мысли, на которые опираются при интерпретации) и «инструменты» интерпрета-

ции как «свойства конкретной речи (предложений или текста в их составных частях и отношениях); знания (локальные: контекст и ситуация, импликация в тексте; глобальные: конвенции и правила); стратегии, которые организуют ход интерпретирования и соединяют цель и средства» (цит. по (Валуйская, 2012: 211) из (Демьянков, 1989: 84)).

Необходимо отметить, что интерпретатор может рассматриваться как эмпатик и как критик: «Эмпатик пытается понять текст как нечто свое, соединившись с внутренним миром автора, сохраняя эмоциональные и смысловые оттенки. Критик ставит перед собой цель оценить (оценка может быть многомерной, не только положительной или отрицательной), что способствует отстранению интерпретатора от автора» (цит. по (Валуйская, 2012: 211) из (Мышкина, 1991: 120)). При таком понимании интерпретатора и процесса интерпретации «критерии оценки прочтений» зависят от «теории идеологий» (Растье, 2001: 283).

Полагаем, что интерпретация осуществляет знаковое преобразование знания внешнего в знание внутреннее, его переработку и последующую вербализацию, что указывает на успешность процесса понимания. Как глубокий уровень когниции, интерпретация осуществляется с помощью понимания. Однако при этом, по сравнению с инференцией, интерпретация располагается на более внешнем, поверхностном когнитивном уровне, так как инференция представляет собой более глубинный внутренний когнитивный механизм, требующий больших знаний, в том числе фоновых, и критических навыков анализа.

Ниже приведены разные аспекты определения сути инференции, выявленные известными учеными, способствующие дальнейшему осмыслению понятия. Инференция представляется как «когнитивная операция человеческого мышления, в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек *выходит за пределы данного и получает новую информацию*» (Краткий словарь, 1996:

33). Инференция рассматривается как «форма мыслительной деятельности» (Суворова, 2018: 179), основу которой составляет «концептуальная интеграция» (Turner, Fauconnier, 2016), «фоновые, в том числе, общие для говорящих знания» (Brown, Yule, 1983).

Выдвигается конструктивистская теория инференции А. Граессера, М. Зингера, У. Трабассо, которая основана на структурах знаний для создания референтной ситуативной модели нарративного текста. Данная теория включает «поиск после смыслового восприятия», подразумевающего, что читатель конструирует смысловую репрезентацию в соответствии со своими читательскими целями и согласует ее на глобальном и локальном уровнях, объясняя действия и события в тексте. Таким образом, ситуационная модель, по мнению А. Граессера, М. Зингера, У. Трабассо, представляет собой «ментальную репрезентацию героев, событий, действий, окружающей обстановки и т. п., которые упоминаются в тексте эксплицитно или *заполняются инференционно за счет активации структур фоновых знаний*. Фоновые знания активируются через узнавание паттернов, эксплицитное содержание слов и их комбинаций, интерпретацию текста. Если структура фоновых знаний знакома, большая ее часть активируется в рабочей памяти автоматически» (Graesser, Singer, Trabasso, 1994: 371-395).

В своих исследованиях А. Дж. Санфорд и С. С. Герод выделяют инференцию: 1) «автоматическую», бессознательную и 2) контролируемую, осознанную (Sanford, Garrod, 1981: 104). Е. В. Суворова предлагает классификацию видов инференции на основе общих критериев речевого мышления, не связанных с каким-либо конкретным продуктом речевой деятельности. В качестве основы выделения видов инференции предлагаются такие *мыслительные операции (механизмы), как сравнение, достраивание (фрейминг), интеграция, элиминация, дедукция и индукция* (Суворова,

2018: 176). Следовательно, инференция используется в нашем исследовании как глубокий когнитивный механизм, направленный на разноуровневую обработку информации как рациональными, так и эмоциональными способами для получения выводного знания.

Ход и результаты исследования

В ряду важнейших и самых распространенных лингвокогнитивных механизмов, активируемых для управления осмыслением адресатом ситуаций медийного дискурса, ранее были выявлены: *вовлеченность, дефокусирование, диалогизация, имажинеринг, инспирация, метафоризация, персонализация, позиционирование, рефреймирование, спин-докторинг, фокусирование, фреймирование* (Якоба, 2017: 108). В данном исследовании выделены и описаны лингвокогнитивные механизмы, активирующиеся во процессе интерпретации в аспекте инференции, на материале креолизованных слоганов и объявлений о вакцинации от коронавируса.

Представим пример, демонстрирующий действие механизмов *диалогизации, фреймирования и фокусирования, стратегии аксиологического сдвига* (рис. 1). Отметим, что понятие фрейма введено в научный оборот И. Гоффманом. В социологии социальных движений концепции фрейминга восходят к работе Д. Сноу и Р. Бенфорда, согласно которой «фреймы суть интерпретативные схемы, которые упрощают (конденсируют) этот “внешний” образ мира посредством избирательной акцентировки и кодирования объектов, опыта, и последовательности действий в среде их прошлого и настоящего обитания» (Snow and Benford, 1995: 137). Фрейминг (фреймирование) представляется У. Гамсоном как концепция, связывающая познание и культуру. Культура «говорит» нам, что наш политический мир уже «фреймирован», что события, о которых нам сообщают медиа, уже препарированы и упакованы, то есть мы не можем получать их в «сыром виде». «Однако мы все же активные “процессоры” и, хотя воспринимаемая нами реальность уже

закодирована, зашифрована, мы способны декодировать ее самым разным образом» (Gamson, 1992: 375). В литературе по социальным движениям различаются четыре типа манипуляций с фреймами: объединение (сходных фреймов), их трансформация, усиление и расширение (поля действия) некоторого фрейма (Tarrow, 1992: 188). Также фреймирование представляется как процесс, в котором акторы одновременно создают значения событий/ситуаций и регулируют свое поведение в данных событиях/ситуациях сообразно присвоенным им значениям (Яноу, Хульст 2011: 93). В данной статье *фреймирование* предлагается рассматривать как механизм конструирования оценки и мнения о какой-либо ситуации, событии, ограниченный аксиологическими рамками.

Фокусирование предлагается рассматривать как механизм, направленный на акцентуацию объекта с заданного ракурса рассмотрения события или факта. Адресант направляет внимание адресата, смещая

смысл сообщения, изменяя модальность, навязывая свою оценку без представления других позиций. Таким образом, фокусирование представляет собой механизм распределения внимания (Толдова, 1994).

Для конструирования видимости общения внедряется механизм *диалогизации*. Диалогизация – это процесс конструирования диалога, для чего используются риторические вопросы и готовые ответы, что создает эффект общения адресанта и адресата, заботы об улучшении социального положения последнего.

Плакаты, подобные приведенному (рис. 1), появились в 2021 году одновременно в разных регионах России (URL: <https://zen.yandex.ru/media/ok113/vakcinirusia-ili-umri-60dc6780828fb32711908d1c>). Стандартно, на белом или черном фоне крупным шрифтом красного цвета представлен один вопрос: *Сколько должно умереть, чтобы ты привился?* Далее следует восклицание-призыв: *Вакцинируйтесь!*



Рис. 1. Сколько должно умереть, чтобы ты привился? Вакцинируйтесь!
Fig. 1. How many have to die for you to graft? Get vaccinated!

Текст данного объявления вызывает очень много вопросов и эмоций. Рассматриваемый плакат расположен вдоль дороги. На нем на белом фоне заглавными буквами по центру представлено два предложения. Первое предложение выражено вопросом, первая часть которого выделена красным

шрифтом. Данный вопрос является обращением ко второму лицу в единственном числе (ты). Второе предложение состоит из одного глагола, выражено призывом к действию ко второму лицу во множественном лице (вы). Оно изображено белыми буквами на красном фоне. Отметим, что это смысловое несоответствие первой и второй

строк вопроса сразу бросается в глаза: непонятно, к кому происходит обращение – к одному человеку или группе. Не указывается заказчик данного плаката, хотя обычно, если плакат относится к социальной или коммерческой рекламе, внизу присутствует надпись, позволяющая понять, кто заказал данное объявление.

Инференция данного плаката приводит к выводу, что адресат считается виноватым в том, что он не привит. Суггестивное обвинение в смертях умерших людей является явным преувеличением. Обнаруживается действие механизмов фреймирования и фокусирования, которые сужают фокус внимания адресата, акцентируя внимание на причине смерти. Но, во-первых, неизвестно, является ли адресат вакцинированным или нет; во-вторых, не указывается болезнь, от которой надо вакцинироваться; в-третьих, не все люди, заболевшие коронавирусом, умирают от этого. Дополнительное давление на адресата создается с помощью модального глагола *должно*, что усиливает степень обоснованности вопроса.

Интенция данного плаката заключается в том, чтобы адресат интерпретировал вопрос как упрек. Имплицитно этот вопрос заставляет адресата почувствовать вину, так как не вакцинированный адресат как бы является причиной смерти людей, которые якобы могли заразиться от других невакцинированных людей, одним из которых мог быть адресат. Данная интерпретация основывается на выдвигании ценностей жизни и здоровья на первый план. Импликация воздействия на моральный долг подразумевает большую значимость общества по сравнению с жизнью и желаниями одного человека. Воздействие оказывается и на формирование желаемой траектории дальнейших действий адресата, а именно путем использования призыва к необходимому действию. Такая стратегия аксиологического сдвига, установление иного отношения к проблеме и предложение выхода из создавшейся ситуации, обнаруживает действие *умной силы* дискурса.

Умная сила используется для управления траекторией дискурса, чтобы регулировать дискурсивно-коммуникативный процесс. Под действием *умной силы* адресату кажется, что он сам выделяет и оценивает проблему, принимает решение, когда на самом деле адресант умно управляет адресатом, предлагая готовые варианты решения проблемы, поворачивает его внимание в нужном направлении, действуя суггестивно, что интерпретируется как сильное желание адресанта убедить адресата в срочной необходимости поставить прививку. Под действием таких когнитивных инструментов адресат начинает оценивать вакцинацию более положительно, более охотно идет прививаться.

Представим второй креолизованный пример, демонстрирующий действие механизмов *вовлечения и фокусирования* (рис. 2), который был выявлен в новостном дискурсе г. Алматы (URL: <https://almaty.tv/news/vaktsinatsiya/1737-vaktsiniruysya-i-vyigray-iphone-12-aktsiyu-zapustil-esche-odin-trts-v-almaty>).

В общем смысле вовлечение в дискурсе коммерческой рекламы является инструментом мягкой силы, реализуется посредством инструмента «soft sell» как ненавязчивого пропагандирования, тонкого рекламирования, популяризации товара путем бесед в разнообразных СМИ, в Интернете, по радио и на телевизионных ток-шоу, внедрения скрытой рекламы в фильмах. Отметим, что инструмент «soft sell» рассматривается в бинарной оппозиции с инструментом «hard sell», понимаемым как навязчивая реклама, отличающаяся настойчивостью, усиленным рекламированием продуктов, используя агрессивные жесткие методы продажи, основанные на жесткой силе. Понятия *вовлечение* и *вовлеченность* уточняются по отношению к сторонам коммуникации – адресанту-вовлекателю и адресату-вовлекаемому с точки зрения способности и готовности вступать в управляемое взаимодействие в коммуникации. Вовлечение рассматривается как коммуникативная стратегия, нацеленная на включение

адресата во взаимодействие с брендом: как единовременное, так и отложенное, направленное на перспективу (Ухова, Жукова,

2019: 80). *Вовлечение* здесь понимается как механизм, который позволяет вовлечь адресата в социально-значимую деятельность.



Рис. 2. Пройди вакцинацию от COVID-19 бесплатно и стань участником розыгрыша
Fig. 2. Get vaccinated against COVID-19 for free and become a participant in the draw

Объявление (рис. 2) поликодово представляет несколько смыслов. В верхнем левом углу расположено название заведения, в котором проводится рекламируемая акция, что является скрытой рекламой. В верхнем правом углу находятся сроки акции. В центральной части слева представлено предложение-призыв *Пройди вакцинацию от COVID-19 бесплатно в торговом доме «ЦУМ» и стань участником розыгрыша iPhone 12*, справа картинка телефона и красивой упаковки с красным бантом. Выбранные контрастные яркие цвета для графических элементов – белый, черный и бордовый – призваны расставить смысловые акценты. Призыв призван вовлечь адресата в игру (розыгрыш телефона), тем самым как бы «подсластить пилюлю», предлагая заменить негативное, неприятное действие на ожидание чуда. Внизу указан адрес заведения белыми буквами на бордовом фоне, что, как и название, призвано привлечь внимание. Отметим, что для аттрактивизации сообщения некоторые слова

написаны заглавными буквами на английском языке. Отметим, что когнитивный процесс аттракции способствует привлечению внимания к теме сообщения, являясь центром притяжения для избавления от когнитивного диссонанса при столкновении конфликтующих ценностей.

Инференция данного сообщения заключается в смещении оценивания процесса вакцинации от сложного и пугающего медицинского процесса до очень простого и обыденного действия, которое к тому же может привести к получению дорогого подарка в виде телефона. Смещение смысла происходит путем вовлечения адресата в игровой процесс. Суггестивное воздействие также основано на склонности к жадности и «халяве», подогревается интересом к риску и надеждой на получение подарка, посредством стратегии моделирования будущего.

Интенция данного объявления направляет адресата интерпретировать сообщение как сделку, выгодную адресату.

Транслируемые ценности основаны на реализации материальной потребности в статусных вещах, которые человек среднего или низкого достатка сам себе купить позволить не может.

В этом примере наблюдается действие умной силы, которая смещает ценностные ориентиры адресата, воздействуя на эмоциональное мышление и удовлетворение потребностей, направляя адресата по

заданной траектории – поставить прививку и получить приз, если повезет. Такое моделирование позитивного будущего выявляет соответствующую стратегию и способствует управлению коммуникацией.

Третий пример демонстрирует действие механизмов *имажинеринга*, *метафоризации*, *персонализации*, стратегии устрашения, тактики магнификации угрозы (рис. 3).

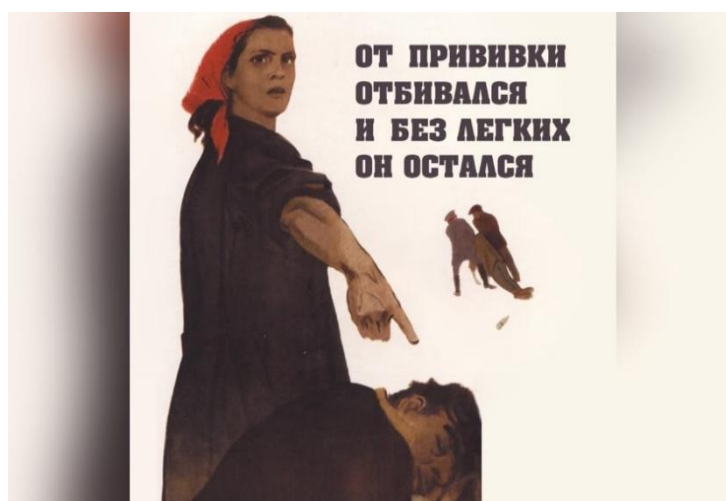


Рис. 3. От прививки отбивался и без легких он остался
Fig. 3. He fought back from vaccination and was left without lungs

Механизм *имажинеринга* (лат. *imago* – изображение, образ; в переносном значении – возникающий в сознании образ) используется для визуализации идей при помощи яркого запоминающегося описания образов объекта, событий будущего, настоящего или прошлого, которые способны вызвать сильные эмоции: страх, гнев, отвращение, радость, сочувствие, желание и т. д.

Механизм *метафоризации* используется для осмысления концептов с опорой на другие, служащие эталоном, создавая ассоциативные ряды. Аналогии, основанные на когнитивной метафоре, «дают возможность увидеть какой-либо предмет или идею как бы в свете другого предмета или идеи, что позволяет применить знание и опыт, приобретенный в одной области, для решения проблемы в другой области» (Минский, 1979). Метафора конструируется адресан-

том «путем предикации основному субъекту признаков вспомогательного субъекта» (Арутюнова, 1999: 357), активируя образное мышление. Отметим, что метафора «не дает конечного аксиоматического знания, она дает основание для бесконечных интерпретаций метафорического кода в аспекте динамического развития мышления» (Хахалова, 2013: 91).

Механизм *персонализации* используется для иллюзии установления близких отношений адресанта с адресатом посредством перехода от официального общения к дружескому, когда коммуниканты переходят на «ты», адресант доверительно делится личными впечатлениями, событиями, новостями, как будто адресат является его давним другом.

Третий пример представляет один из агитационных плакатов в советском стиле, призывающих сделать прививку от Covid-

19, опубликованных Правительством Оренбургской области. «Если бы коронавирус пришел к нам в советское время, думаем, плакаты, призывающие на прививки, выглядели бы так», – написано в социальных сетях правительства Оренбургской области (Колпакова, <https://www.ural56.ru/news/660009/>).

Данный плакат имплицитно отсылает к стихотворениям В.В. Маяковского, которые «бьют наотмашь», образно, лаконично, кратко, в рифмованной форме предлагают задуматься о заданной теме, призывают к действию. Такое сообщение легко запомнить, оно создает очень яркий устрашающий образ: *От прививки отбивался и без легких он остался*. Визуализация трагедии как борьбы и проигрыша основана на механизме имажинеринга в подвиде драматизации, который активирует воображение и рисует драматические картины, в которых прививка олицетворяется и пытается спасти от смерти адресата. Интерпретацию в данном русле подтверждает визуальный ряд плаката, на котором изображена строгая женщина в красной косынке, указывающая пальцем на лежащего внизу человека. Справа вверху расположен еще один маленький рисунок, как бы продолжающий хронологический ряд и представляющий последствия происшествя. Таким образом, снова дополнительно активируется стратегия моделирования будущего, в данном случае негативного сценария развития событий в случае отказа от вакцинации.

Инференция данного примера заключается в развитии идеи важной роли вакцинации, отказ от которой может привести к смертельному исходу. Транслируется бинарная оппозиция ценностей «здоровье» или «смерть». Метафоричность сообщения заключается в невозможности жить без легких, что влечет летальный исход. Создание

визуального ряда ситуаций от третьего лица единственного числа (отбивался, остался) подразумевает наличие персонажа мужского рода, что позволяет дистанцировать ситуацию от адресанта и адресата и дать пример, которому нельзя подражать. Цель сообщения состоит в подведении адресата к мысли о необходимости вакцинации, чтобы не оказаться в подобной ситуации на грани смерти. Стратегия устрашения активируется с помощью указания на последствия, которые могут возникнуть в случае отказа от заданного действия. Посредством тактики магнификации угрозы визуализируются данные последствия, а именно возможность «остаться без легких», что инфицирует к смерти, так как без легких продолжение жизни невозможно.

Подводя итог, продемонстрируем когнитивную модель механизмов интерпретации в данных примерах ситуации вакцинации от коронавируса (рис. 4). Данная модель показывает активацию семи лингвокогнитивных механизмов из двенадцати представленных в начале статьи, при этом механизмы вовлечения и фокусирования активируются дважды. В первом примере происходит активация когнитивных механизмов фреймирования, фокусирования и диалогизации. Во втором примере активировались механизмы вовлечения и фокусирования. Третий пример показывает действие механизмов имажинеринга, метафоризации и персонализации. Следовательно, заказчики или создатели данных объявлений на тему вакцинации намеревались воздействовать на адресата разнообразными способами, чтобы достичь перлокутивного эффекта и убедить адресата в необходимости вакцинироваться. Отметим, что другие примеры могут содержать иные смыслы и активировать иные механизмы когнитивной деятельности.

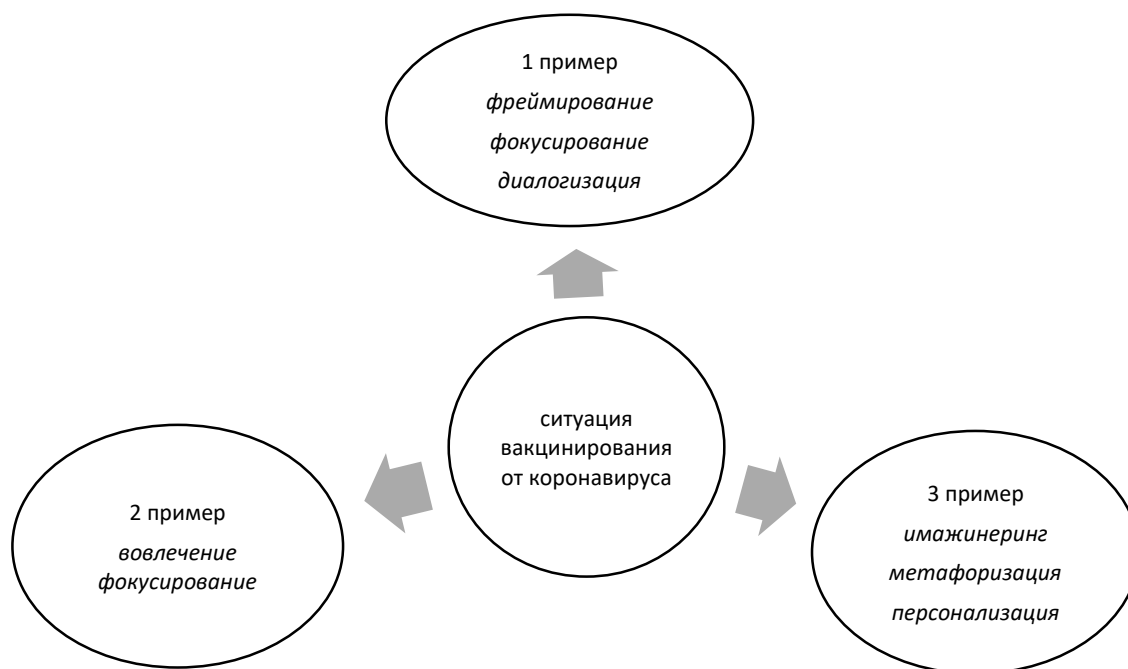


Рис. 4. Когнитивная модель механизмов креолизованных примеров ситуации вакцинации от коронавируса

Fig. 4. Cognitive Model of the Mechanisms of Creolized Examples of the Coronavirus Vaccination Situation

Заключение

Проведенный лингвосоциологический анализ раскрывает новые возможности использования методов интерпретации и инференции при комплексном исследовании социального медийного дискурса. Метод интерпретации в аспекте инференции позволяет взглянуть на ситуацию с нескольких ракурсов одновременно: с позиции социолога, лингвиста и философа-аксиолога. Раскрываемые смыслы демонстрируют многообразие ценностей, многовариантность точек зрения в современном глобальном социуме, где стираются границы между правдой и ложью, добром и злом, свободой и обязанностями, страхом и ответственностью. Выявленные лингвокогнитивные механизмы используются для эффективной коммуникации, создаются адресантом для воздействия на адресата не всегда осознанно и целенаправленно, но позволяют добиться более точного и глубокого эффекта достижения целей. При этом автор не претендует на истинность высказы-

ваемых позиций по отношению к рассмотренным примерам, а лишь расширяет горизонты многообразия когнитивных инструментов человеческой психики. Представлена авторская методика синергичного подхода к анализу аттрактивных ситуаций, важных для каждого члена общества, объясняющая скрытые мотивы интенций адресанта и суггестивные когнитивные операции, подталкивающие адресата к принятию решения.

Литература

Абельс, Х. Романтика, феноменологическая социология и качественное социальное исследование // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 1. С. 114-138.

Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Валуйская, О.Р. Интерпретативность как потенциальное свойство текста // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2012. № 2 (16). С. 210-215.

Гадамер, Х.-Г. Истина и метод: основы философской герменевтики / пер. с нем. под

общ. ред. и вступ. ст. Б.Н. Бессонова. М.: Прогресс, 1988. 704 с.

Демьянков, В.З. Интерпретация, понимание и лингвистические аспекты их моделирования на ЭВМ. М.: Изд-во МГУ, 1989. 171 с.

Динамика и статика в познании реальности языка: подходы, феномены, способы репрезентации: монография / под общ. ред. Е.Ф. Серебренниковой. Иркутск: Издательство ИГУ, 2021. 285 с.

Измайлова, Т.В. Выборка в качественном социологическом исследовании как теоретико-методологическая проблема // Качественные методы. Социологические методы в современной исследовательской практике: Сб. ст., посвящ. памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского / под ред. О.А. Оберемко. М.: Издат. дом НИУ ВШЭ, 2011. С. 140-143.

Качественные методы. Полевые социологические исследования / Штейнберг, И. и др.: Конвенция независимых социологических центров, Центр независимых социологических исследований. СПб: Алетейя, 2009. 345 с.

Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова, Е.С., Демьянков, В.З., Панкрац, Ю.Г., Лузина, Л.Г.; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. 245 с.

Минский, М. Фреймы для представления знаний / пер. с англ. Гринбаума, О.Н.; под ред. Кулакова, Ф.М. М.: Энергия, 1979. 151 с.

Мышкина, Н.Л. Динамико-системное исследование смысла текста. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1991. 212 с.

Растье, Ф. Интерпретирующая семантика / пер. с фр., примеч., предм.-имен. указ. Бочкарева, А.Е. Н. Новгород: Деком, 2001. 367 с.

Рикёр, П. Конфликт интерпретаций: очерки о герменевтике / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. Вдовиной, И.С. М.: Академический проект, 2008. 695 с.

Рубцова, С.П. Интерпретация и объяснение: два подхода к пониманию текста // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Философия. 2016. № 2. С. 57-66.

Семенова, В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998. 289 с.

Серебренникова, Е.Ф. Аксиологическое измерение дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2015. № 21 (732). С. 128-137.

Серебренникова, Е.Ф. Ключевые понятия лингвистического аксиологического анализа // Лингвистика и аксиология. Этносемиотрия ценностных смыслов / отв. ред. Викулова, Л.Г. М.: Тезурус, 2011. С. 7-27.

Серебренникова, Е.Ф., Садовникова, О.Н. Стратегичность валоризирующего дискурса в предметной сфере инноваций // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2021. Т. 20. № 1. С. 158-167.

Суворова, Е.В. Виды инференций в дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 4 (82). Ч. 1. С. 176-181. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-4-1.41>

Суворова, Е.В. Процессы инференции в номинации фразеологизмов // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования: материалы 74 междунар. науч.-техн. конф. / под ред. В.М. Колокольцева. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова. 2016. Т. 2. С. 272-275.

Толдова, С.Ю. Структура дискурса и механизм фокусирования как важные факторы выбора номинации объекта в тексте. Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 1994. 22 с.

Ухова, Л.В., Жукова, А.Г. Вовлечение как доминирующая коммуникативная стратегия клиентоориентированного маркетинга // Верхневолжский филологический вестник. 2019. № 4 (19). С. 72-80.

Хахалова, С.А. Метафора: динамика эмоционального и рационального, бессознательного и сознательного // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 4 (25). С. 90-95.

Якоба, И.А. Лингвокогнитивные параметры дискурса в технологии «Умная настройка». Монография. Изд-во ИРНТУ, 2017. 189 с.

Яноу, Д., Хульст, М. ван. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования / пер. с англ. К. Ткачевой под ред. В. Вахштайна // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 1-2. С. 87-110.

Brown, G., Yule, G. Discourse Analysis. Cambridge; N. Y.: Cambridge University Press, 1983. 283 p.

Gamson, W. A. Croteau, D., Hoynes, W., Sasson, T. Media Images and the Social Construction of Reality // Annual Review of Sociology.

1992. Vol. 18. No. 1. Pp. 373-393. DOI: 10.1146/annurev.so.18.080192.002105

Graesser, A. C., Singer, M., Trabasso, T. Constructing Inferences During Narrative Text Comprehension // *Psychological Review*. 1994. Vol. 101. No. 3. P. 371-395.

Rickheit, G., Strohner, H. Inferences in text processing. Amsterdam, New York: North Holland, 1985. 338 p.

Sanford, A. J., Garrod, S. C. Understanding written language: Explorations of comprehension beyond the sentence. N. Y.: Chichester. Toronto: John Wiley & Sons, 1981. 224 p.

Snow, D., Benford, R. D. Master Frames and Cycles of Protest // *Frontiers in Social Movement Theory / Morris, A., Mueller, C. (eds)*. New Haven and London: Yale University Press, 1992. Pp. 133-153.

Tarrow, S. G. Power in movement: social movements and contentious politics. Cambridge studies in comparative politics. 3rd ed. p. cm. 1992. 188 p.

Turner, M., Fauconnier, G. Conceptual integration and formal expression // *Metaphor and symbolic activity*. 1995. Vol. 10. No. 3. Pp. 183-204. DOI: 10.1207/s15327868ms1003_3

References

Abels, H. (1998), "Romantics, Phenomenological Sociology and Qualitative Social Research" *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 1(1), 114-138 (in Russ.).

Arutyunova, N. D. (1999), *Yazyk i mir che-loveka* [Language and the human world], Jazyki russkoj kul'tury, Moscow, Russia (in Russ.).

Brown, G. and Yule, G. (1983), *Discourse Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge, N.Y., US.

Demjankov, V. Z. (1989), *Interpretatsiya, ponimaniye i lingvisticheskiye aspekty ikh modelirovaniya na EVM* [Interpretation, understanding and linguistic aspects of their computer modeling], Publishing House of Moscow State University, Moscow, Russia (in Russ.).

Gadamer, H.-G. (1988), *Istina i metod: osnovy filosofskoj germenевtiki*. [Truth and Method: Principles of Philosophical Hermeneutics], Translated from German edited by Bessonov, B. N., Progress, Moscow, Russia (in Russ.).

Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W. and Sasson, T. (1992), "Media Images and the Social Construction of Reality" *Annual Review of Sociology*, 18(1), 373-393, DOI: 10.1146/annurev.so.18.080192.002105

Graesser, A. C., Singer, M. and Trabasso, T. (1994), "Constructing Inferences During Narrative Text Comprehension", *Psychological Review*, 101(3), 371-395.

Iakoba, I. A. (2017), *Lingvokognitivnye parametry diskursa v tehnologii 'Umnaja nastrojka'* [Linguo-cognitive parameters of discourse in the "Smart setting" technology], Publishing house of IRNITU, Irkutsk, Russia (in Russ.).

Izmajlova, T. V. (2011), "Sampling in qualitative sociological research as a theoretical and methodological problem", *Kachestvennyye metody. Sociologicheskie metody v sovremennoj issledovatel'skoj praktike* [Qualitative methods. Sociological methods in modern research practice], in Oberemko, O. A. (ed.), HSE Publishing House, Moscow, Russia, 140-143 (in Russ.).

Khakhalova, S. A. (2013), The Essence of Metaphor Revisited: On A Dynamic of Rational vs. Emotional, *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 4, 90-95 (in Russ.).

Kubryakova, E. S. (ed.) (1997), *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov* [Brief Dictionary of Cognitive Terms], Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia (in Russ.).

Minsky, M. (1979), *Freyemy dlya predstavleniya znaniy* [A framework for representing knowledge], Energiya, Moscow, Russia (in Russ.).

Myshkina, N. L. (1991), *Dinamiko-sistemnoe issledovanie smysla teksta* [Dynamic-system study of the meaning of the text], Publishing House of Krasnoyarsk University, Krasnoyarsk, Russia (in Russ.).

Rickheit, G. and Strohner, H. (1985), *Inferences in text processing*, North Holland, Amsterdam, New York.

Ricoeur, P. (1996), *Konflikt interpretatsiy: ocherki o germenевtike* [Conflict of Interpretations: Essays on Hermeneutics], Translated from French by Vdovina, I. S., Akademicheskii proyekt, Moscow, Russia (in Russ.).

Rubtsova, S. P. (2016), "Interpretation and explanation: two approaches to understanding the text", *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filosofiya*, 2, 56-66 (in Russ.).

Rustier, F. (2001), *Interpretiruyushchaya semantika* [Interpretive semantics], Dekom, Nizhny Novgorod, Russia (in Russ.).

Sanford, A. J. and Garrod, S. C. (1981), *Understanding written language: Explorations of comprehension beyond the sentence*, Chichester, N. Y., John Wiley & Sons, Toronto.

Semenova, V. V. (1998), *Kachestvennyye metody: vvedeniye v gumanisticheskuyu*

sotsiologiyu [Qualitative Methods: An Introduction to Humanistic Sociology], Dobrosvet, Moscow, Russia (in Russ.).

Serebrennikova, E. F. (2011), "Key concepts of linguistic axiological analysis", *Lingvistika i aksiologiya. Etnosemiometriya tsennostnykh smyslov* [Linguistics and axiology. Ethnosemiometry of valuable meanings] in Vikulova, L. G. (ed.), Tezaurus, Moscow, Russia, 7-27 (in Russ.).

Serebrennikova, E. F. (2015), "Axiological dimension of discourse", *Bulletin of Moscow State Linguistic University*, 21, 128-137 (in Russ.).

Serebrennikova, E. F. and Sadovnikova, O. N. (2021), Strategic valorizing discourse in the subject sphere of innovation, *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 20 (1), 158-167 (in Russ.).

Serebrennikova, E. F. (ed.) (2021) *Dinamika i statika v poznanii real'nosti jazyka: podhody, fenomeny, sposoby reprezentacii*: [Dynamics and statics in the cognition of the reality of language: approaches, phenomena, methods of representation], Irkutsk State University Publishing House, Irkutsk, Russia (in Russ.).

Shteynberg, I., Shanin, T., Kovalev, E. & Levinson, A. (2009), *Kachestvennyye metody. Polevyye sotsiologicheskiye issledovaniya* [Qualitative methods. Field sociological research], Aletheia, St. Petersburg, Russia (in Russ.).

Snow, D. and Benford, R. D. (1992), "Master Frames and Cycles of Protest", *Frontiers in Social Movement Theory*, in Morris, A. and Mueller, C. (eds.), Yale University Press, New Haven and London, 133-153.

Suvorova, E. V. (2016), "Processes of inference in the nomination of phraseological units", *Aktual'nyye problemy sovremennoy nauki, tekhniki i obrazovaniya* [Current problems of modern science, technology and education], vol. 2, Publishing House of Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia, 272-275 (in Russ.).

Suvorova, E. V. (2018), Vidy inferentsij v diskurse. [Types of inferences in discourse], *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, 4-1, 176-181, <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-4-1.41> (in Russ.).

Tarrow, S. G. (1992), *Power in movement: social movements and contentious politics*, Cambridge Studies in Comparative Politics, 3rd ed., US

Toldova, S. Yu. (1994), "The structure of discourse and the mechanism of focusing as important factors in choosing the nomination of an

object in the text", Abstract of Ph.d. dissertation in Philology, Moscow, Russia (in Russ.).

Turner, M., Fauconnier, G. (1995), "Conceptual integration and formal expression", *Metaphor and symbolic activity*, 10 (3), 183-204, DOI: 10.1207/s15327868ms1003_3

Ukhova, L. V. and Zhukova, A. G. (2019), Involvement as a dominant communicative strategy of the client-oriented market, *Verkhnevolzhski philological bulletin*, 4, 72-80 (in Russ.).

Valuyskaya, O. R. (2012), "Text interpretative as a potential feature", *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2, 210-215 (in Russ.).

Yanow, D. and Van Hulst, M. (2011), "Frames of the political: from frame analysis to framing analysis", Translated from English by Tkacheva, K. in Vakhstein, V. (ed.), *Sociological Review*, 10 (1-2), 87-110 (in Russ.).

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflict of Interests: the author has no conflict of interests to declare.

ОБ АВТОРЕ:

Якоба Ирина Александровна, доктор филологических наук, кандидат социологических наук, доцент кафедры английского языка, профессор кафедры иностранных языков 1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета, ул. Лермонтова, д. 83, г. Иркутск, 664074, РФ; профессор кафедры лингвистики и лингводидактики Международного института экономики и лингвистики Иркутского государственного университета, ул. Улан-Баторская, д. 6, г. Иркутск, 664082, Российская Федерация; irina_yakoba@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

Irina A. Yakoba, Doctor of Philology, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the English Department, Professor of Foreign Languages Department, Institute of Linguistics and Intercultural Communication, Irkutsk National Research Technical University, 83 Lermontov St., Irkutsk, 664074, Russia; Professor of the Linguistics and Linguodidactics Department, Irkutsk State University, 6 Ulan-Batorskaya St., Irkutsk, 664082, Russia; irina_yakoba@mail.ru