



ДЕПАРТАМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ
И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
КОРРУПЦИИ
ГОРОДА МОСКВЫ



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
ИМ. А. С. ПУШКИНА

Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа

Сборник научных работ по итогам
Международной научной конференции
«Фундаментальная лингвистика и проблемы
судебной экспертизы: социальные сети
как объект научного и экспертного анализа»
(Москва, 5–6 октября 2021 г.)

Москва
2022

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
им. А. С. ПУШКИНА

**Фундаментальная
лингвистика и проблемы
судебной экспертизы:
социальные сети как объект
научного и экспертного
анализа**

Сборник научных работ по итогам
Международной научной конференции
**«Фундаментальная лингвистика и проблемы
судебной экспертизы: социальные сети как
объект научного и экспертного анализа»**
(Москва, 5–6 октября 2021 г.)

Москва
2022

УДК 81
ББК 81
Ф 94

*Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.
Протокол № 6 от 23 апреля 2021 года.*

Редакционная коллегия:

П. А. Катъшев, доктор филологических наук, профессор, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

И. В. Огорелков, кандидат филологических наук, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

А. В. Горбачева, научный сотрудник лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Рецензенты:

А. Н. Баранов, доктор филологических наук, профессор, Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН;

М. А. Осадчий, доктор филологических наук, вице-президент Российского общества преподавателей русского языка и литературы (РОПРЯЛ)

Ф 94 **Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа: сборник научных работ по итогам Международной научной конференции «Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа» (Москва, 5–6 октября 2021 г.) [Электронный ресурс]. – Москва : Государственный институт русского языка, 2022. – 445 с.**

ISBN 978-5-98269-260-3

Статьи посвящены исследованию актуальных вопросов лингвистической теории и экспертной практики в отношении вербальных правонарушений, совершаемых в цифровой среде. Представлены работы об исследовании вопросов лингвистической семантики и дискурс-анализа социальных сетей в приложении к задачам лингвистической экспертизы, разработки и применения методов лингвистической диагностики и идентификации цифровой личности, достижений, а также внедрения компьютерной, когнитивной лингвистики и психолингвистики в судебно-экспертную практику.

УДК 81
ББК 81

ISBN 978-5-98269-260-3

© Государственный институт русского
языка им. А. С. Пушкина, 2022

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОГНИТИВНЫХ КАТЕГОРИЙ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. Анализ репрезентаций когнитивных категорий в интернет-медиадискурсе заключается в изучении, систематизации и категоризации номинаций рубрик электронных СМИ, собранных в базе данных при участии автора в нескольких проектах гражданской журналистики. Принцип отбора электронных СМИ в базу данных касался переводного потенциала медиатекстов, публикующих материалы о России, рассчитанные и на российского массового реципиента, то есть в медиатекстах из данной подборки обязательно должны присутствовать общие для всех носителей представленных языков когнитивные категории.

Когнитивная категория – это некое объединение смыслов на основе признака или набора признаков, репрезентируемых вербальными или невербальными единицами. В ходе анализа всех представленных в базе данных электронных СМИ на предмет репрезентаций когнитивных категорий, вербализованных в номинациях рубрик и названиях медиатекстов, были установлены следующие когнитивные категории интернет-медиадискурса: этнос, территория, время, политическая и экономическая ситуация, творчество и информационное пространство.

Ключевые слова: когнитивная категория, репрезентация, интернет-медиадискурс, этнос, территория; время; политическая и экономическая ситуация; творчество и информационное пространство.

Современная фундаментальная лингвистика и теория коммуникации включает несколько прикладных направлений, представляющих методологию для изучения и систематизации интернет-медиадискурса. Самые актуальные из них – медиалингвистика, коммуникативистика, когнитивная лингвистика, психолингвистика и нейролингвистика.

Наиболее прагматичным из перечисленных направлений с позиции изучения медиакоммуникации является медиалингвистика. Медиалингвистика является направлением лингвистической науки, исследующей функционирование языка в условиях массовой коммуникации, занимается изучением медиатекстов как вещественных воплощений медийных речевых практик.

Среди отечественных лингвистов вопросами медиалингвистики занимаются В. Г. Костомаров, Г. Я. Солганик, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, Э. В. Будаев, Д. Н. Шмелев, Т. В. Шмелева и др.

Изучение речевого поведения участников массовой коммуникации позволило исследователям данного направления выделить специфические сферы и дифференцировать некоторые типы медиатекстов. В русле данного направления медиатекст понимается как диалектическое единство лингвистических и сопутствующих экстралингвистических факторов, собственно, словесным медиатекстом, графическим рядом и видеорядом, а также звуковым сопровождением репрезентируемой информации. Данное положение медиалингвистики демонстрирует глубокий уровень изучения медиатекста и его медийного окружения, но не взаимоотношения с другими медиатекстами, то есть не позволяет выйти на макроуровень медиадискурса, понимаемого как совокупность медиатекстов.

Следующее направление относится к теории коммуникации и связано с понятием коммуникации и речевой деятельности. Коммуникативистика – это направление теории коммуникации, изучающая проблемы информационных (сетевых) коммуникаций. Коммуникативистика позволяет переосмыслить универсальные механизмы информационного процесса, протекающего в условиях медийной коммуникации, предоставляя исследователю возможность изучить влияние технических средств передачи информации на само медийное сообщение и установить закономерности формирования макроструктур медиадискурса. Коммуникативный аспект медиадискурса осмыслился еще в середине XX века такими учеными как М. Маклюэн, социологами Ч. Кули и Г. Д. Лассуэллом. В отечественной науке данными вопросами занимались В. Б. Кашкин, О. Я. Гойхман, Г. Г. Почепцов, Ф. И. Шарков и др.

Предмет психолингвистики и нейролингвистики еще уже, поскольку касается психических и физиологических механизмов порождения речи, что также водит исследователя от понимания сути медиадискурса, его макроструктуры, закономерностей его построения и функционирования. То есть предоставляемый перечисленными направлениями инструментарий зачастую ограничен узкими прикладными задачами, позволяющими изучать отдельные аспекты интернет-медиадискурса без учета его макроуровня.

Когнитивная лингвистика – одно из направлений фундаментальной лингвистики, изучающее взаимосвязь языка и сознания, участия языка в познании, концептуализации и категоризации мира. Заложившие основы когнитивной лингвистики и семантики зарубежные ученые Р. Джекендофф, Ч. Талми, Р. Лэнкер, Ч. Филмор, Дж. Лакофф, Дж. Р. Тейлор, а также отечественные ученые В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова, Н. Н. Болдырев и многие другие создали базис для изучения содержательных аспектов категорий и языка во взаимосвязи с сопоставимыми единицами сознания.

Разрабатывая категорию значения, когнитивисты уравнили значение и когнитивные структуры сознания, что позволило установить отношение соответствия между знанием, значением и знаком. Подобное видение описания знаком объектов действительности или денотатов раскрыло новый аспект сигнификата и установило, что он может быть описан при помощи разных знаков, альтернативных языковых форм в прямой зависимости от осмысления говорящими и слушающими, от их субъективного жизненного опыта.

Так Е. С. Кубрякова пишет: «Подобное описание объектов и ситуаций, зависящее от субъективного опыта говорящих, представляет собой «конструирование» мира, а не его (зеркальное) отражение. В К. л. и когнитивную семантику были введены и такие термины, как «профилирование», «выдвижение» (чего-либо на первый план), «пресуппозиция», «эмпатия», «перспективация», которые отражали новые способы видения мира и его конструирования» [9]. Конструирование мира при его познании и осмыслении осуществляется при помощи языка, то есть язык приобретает новый статус и рассматривается как средство доступа к работе сознания. Таким образом, язык определяется как «способствующий осуществлению когнитивных процессов в актах коммуникации, либо как служащий в коммуникативном процессе (дискурсе) достижению определенных когнитивных целей (передаче или запросу информации, обмену ею между говорящими и созданию новой и т. п.)» [там же].

Понимание языка в качестве компонента когниции и коммуникации привело к возникновению перспективного отечественного когнитивизма, а именно когнитивно-дискурсивной парадигмы, в рамках которой любое языковое явление может быть изучено с двух позиций, участия в мыслительно-познавательной и дискурсивной деятельности субъектов общения. Е. С. Кубрякова отмечает, что данные аспекты также согласуются между собой в коммуникации.

Развивая данное положение, еще дальше идет В. З. Демьянков, исследуя понятие концепта в различных языковых средах и показывая на его примере способность реконструирования реальности: «Разграничение проходит по следующей линии: *понятия* – то, о чем люди договариваются, их люди **конструируют** для того, чтобы “иметь общий язык” при обсуждении проблем; *концепты* же существуют сами по себе, их люди **реконструируют** с той или иной степенью (не)уверенности» [10].

Концепт, одно из центральных понятий когнитивной лингвистики, в подобном ракурсе рассмотрения наглядно демонстрирует положение об участии языковых структур в познании и коммуникации. Однако при конструировании реальности в дискурсе на основе концептов требуются ментальные единицы большего порядка и объема, репрезентирующие дискурсивный макроуровень. Это категории, исследуемые когнитивной лингвистикой

и понимаемые в качестве крупных полевых структур, моделирующих знание, а, значит, воспроизводящих не только языковые явления, но и когнитивные, что крайне важно для понимания функционирования дискурса на макроуровне. Макроуровень дискурса представлен темами, развиваемыми в текстах, принадлежащих тому или иному типу дискурса, а также соответствующими языковыми и когнитивными структурами.

Данные структуры, будучи репрезентированы в совокупности актуальных речевых произведений, дают более полное представление о функциональных особенностях дискурса, моделируя когнитивный аспект коммуникации и позволяя отделить денотативно-референциальный аспект знака (знак соотносится с денотатом) от когнитивно-сигнификативного (знак соотносится с сигнификатом) или репрезентативного аспекта знака. Репрезентативный аспект знака, в отличие от референциального, включает более крупный конгломерат знаний, поскольку сигнификат не является зеркальным отражением денотата, который соотносится с концептом с когнитивной точки зрения.

Концепт, согласно определениям когнитивистов (Р. Джекендоффа, Л. Талми, Е. С. Кубряковой, В. З. Демьянкова и др.) и является оперативной единицей мышления, концентрирующей усредненное знание о денотате, известное всем членам национальных культур, во всей совокупности коннотативных значений, которой располагает субъективный опыт человека. Категории же, в свою очередь, объединяют репрезентации концептов в отдельных речевых произведениях или текстах, принадлежащих одному типу дискурса.

Поэтому для настоящего исследования, ставящего целью изучить репрезентацию категорий в корпусе медиатекстов и через посредство полученного набора представить тематическое наполнение интернет-медиадискурса, было выбрано именно когнитивное направление фундаментальной лингвистики. Изучение медийной коммуникации с указанных выше позиций позволит смоделировать макроуровень интернет-медиадискурса с максимальной удобной для применения достижений когнитивной лингвистики при решении прикладных задач юрислингвистики, судебной экспертизы и пр.

Судебная экспертиза, к примеру, может ранжировать медиатексты согласно актуальным в интернет-медиадискурсе темам, выделять наиболее частотные репрезентации концептов, показательных как для коллективного понимания событий, так и для индивидуального сознания пользователей интернета и т. д. Тематическое наполнение содержания медиатекстов в гипертекстовой совокупности и взаимосвязи с другими медиатекстами на схожую тематику также предоставит экспертам модель макроуровня интернет-медиадискурса, актуальную в определенный период времени.

Для решения прикладной задачи исследования репрезентации категорий в корпусе медиатекстов тематическое наполнение интернет-медиадискурса было выбрано когнитивное направление фундаментальной лингвистики. Чтобы

168 | изучить особенности категорий, представленных в интернет-медиадискурсе, а также выделить их репрезентации, необходимо обратиться к эмпирическому материалу медиатекстов. Причем на разных языках, посвященных актуальным событиям и отобранных не по принципу цикличности коммуникативных процессов, но находящихся непосредственно в интернет-медиадискурсе, понимаемом как корпус медиатекстов.

В современной лингвистической науке существует две теории категоризации – классическая теория категоризации, восходящая к Аристотелю, и теория прототипов, появившаяся в середине XX века. Классическая теория закладывает основы понимания сущности категории и определяет ее как некое абстрактное вместилище, включающее ограниченное количество членов, обладающих набором необходимых общих свойств с одинаковым статусом внутри категории.

Трансформация и развитие устоявшегося видения началось с трудов Витгенштейна, усомнившегося в абсолютной необходимости определенного набора характеристик для каждого члена категории. Витгенштейн установил, что единство категории обеспечивается также и совокупностью больших и малых сходств между членами категории [7].

После экспериментального исследования У. Лабова, в котором испытуемым ставилась задача категоризовать рисунки сосудов, выяснились некоторые сложности в описании категорий: испытуемые затруднялись перечислить общие отличительные свойства членов категории, но легко могли описать типичного представителя категории или некий усредненный прототип. Появилась новая теория категоризации или теория прототипов, облегчающая выделение и описание категорий, а также способствующая созданию типологии [14].

Дальнейшее развитие данное понимание категории получило в трудах Э. Рош, в теории прототипов и категорий базисного уровня, выявленных и описанных при сопоставлении наивной и научной картины мира, а также при выявлении полевой структуры категории при проведении экспериментов с группой американских студентов.

В последующем анализе ее работ Д. Герартс выявил несколько гипотез, объясняющих прототипическую структуру категорий и пришел к выводу, что категории формируются по принципу экономии психологических усилий и созданию плотной сети понятий в памяти человека [17; 18]. Данная трактовка сущности категории выявила когнитивный аспект формирования и функционирования мышления, предоставив необходимый базис для изучения когниции.

В рамках зарубежной и отечественной когнитивной лингвистики проблемой категоризации занимается лингвокогнитология (С. J. Fillmore, W. Labov, G. Lakoff, E. Rosch, J. R. Taylor, А. Вежбицкая; Н. Д. Арутю-

нова, А. Н. Баранов, Н. Н. Болдырев, О. О. Борискина, О. Л. Бутакова: Г. Воркачев, В. З. Демьянков, В. И. Карасик, А. А. Кибрик, Е. С. Кубрякова, В. А. Маслова, Г. Г. Слышкин, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, Р. М. Фрумкина, А. П. Чудинов и др.).

В отечественной когнитологии естественные прототипические категории классов слов описаны в трудах Е. С. Кубряковой; процессы категоризации, методология и топология категорий представлены в трудах Н. Н. Болдырева, рассматривающего категориальные типы (лексические, грамматические, модусные) в соотношении с главными функциями языка (номинативной, коммуникативной и интерпретирующей).

Существует также ряд отечественных исследований, посвященных отдельным методологическим аспектам категоризации, полевой и прототипической структуры категорий. Изучались также и отдельные категории языкового сознания — категории пространства, времени, причинности, индивидуального пространства, количества интенсивности, градуальности, собирательности и т. д.

Однако, при всем обилии и разнообразии когнитивных исследований категоризации, еще не предпринимались попытки осмыслить и описать несколько категорий, выделенных на основе холистической дискурсивной структуры на эмпирическом материале разноязычных текстов. Настоящее исследование является такой попыткой, предпринятой на материале интернет-медиадискурса с целью определить не просто отдельно взятые категории, но выявленных во взаимосвязи дискурсивных макроструктур.

Интернет-медиадискурс служит подходящим эмпирическим базисом для осуществления подобного исследования, поскольку располагает множеством разноязычных медиатекстов, объединенных интернет-ссылками в гипертекст, связанный тематически. Причем данная связь устанавливается непосредственными носителями языков и профессиональными журналистами, политологами, политтехнологами, что позволяет допустить наличие аутентичной репрезентации ментальных единиц и категорий. Наличие технической и гипертекстовой связи и репрезентации актуальных событий объединяет разноязычные медиатексты в цельный корпус, допускающий проведение общих исследований языковых репрезентаций и выделения характерных когнитивных категорий.

Прежде чем дать определение когнитивной категории, необходимо описать семантико-когнитивный подход к категоризации и определить собственно категорию. Как же было упомянуто выше, любая категория понятийного аппарата в когниции имеет прототипическую структуру. Языковые формы репрезентируют категорию, существующую в памяти воспринимающего информацию реципиента и формирующуюся в результате познания.

В русле данного подхода формируется современное понимание категории в лингвистической науке, зафиксированное в лингвистическом энциклопедическом словаре: «любая группа смысловых элементов, выделяемая на основе какого-либо общего свойства, в строгом смысле это некоторый признак (параметр), который лежит в основе разбиения обширной совокупности однородных языковых единиц на ограниченное число непересекающихся классов, члены которых характеризуются одним и тем же значением данного признака» [5].

В данном определении отражены прототипический и системный подходы, подразумевающие возможность моделирования категорий на основе прототипа или набора признаков [11]. Изучение категорий в современной лингвистике происходит в антропологической филологической парадигме, предусматривающей видение текста в качестве продукта человеческой речемыслительной деятельности [1; 2; 3 и др.].

Данное положение подразумевает, что вербализованные в текстах смыслы, репрезентированные достаточным количеством языковых форм, становятся текстообразующими категориями, как, например, темы, и порождают неограниченное количество речевых произведений на разных языках. Применительно к интернет-медиадискурсу такими могут стать любые категории, репрезентирующие событие – локативность, темпоральность, персональность, модальность, оценка и др.

Категории формируют, с одной стороны, совокупность смыслов или концептуальное пространство текста, что характеризует их как лингвистические универсалии, репрезентирующие «идеальные сущности, соотносимые с содержанием всех конкретных художественных текстов» [18: 6]. С другой стороны, оформляют холистическую структуру текста, выделяя специфические признаки речевого произведения, позволяющего отделить его от других языковых явлений [15: 364]. Ярким примером, принадлежащим текстовой и дискурсивной реальности, является категория тем, которую можно обозначить как «один из взаимосвязанных существенных признаков текста, представляющий собой отражение определенной части общетекстового смысла различными языковыми, речевыми и собственно текстовыми (композитивными) средствами» [16: 533].

Учитывая понимание дискурса как совокупности текстов, выстроенных согласно принципам организации того или иного типа, набор выделенных на их материале текстообразующих категорий принадлежит и макроуровню данного дискурса. Категории, относимые разными лингвистами к текстообразующим, выделяются при помощи лингвистического анализа.

Например, И. Р. Гальперин относит к текстовым десять категорий: информативность, когезия, пространственный континуум, членимость, автосемантия отрезков текста, ретроспекция, проспекция, интеграция, завершенность, модальность [8].

Художественный дискурс обладает еще большим количеством категорий: связность, цельность, завершенность, антропоцентричность, социологичность, диалогичность, развернутость, последовательность, динамичность, напряженность, эстетичность, статичность, образность, интерпретируемость [17].

Данное понимание сущности категорий исходит из холистического представления о речевом произведении, однако, философский структурализм вводит значимость некоторых знаков от систем оппозиций. Это неоправданно сужает набор признаков, позволяющих распределить языковые репрезентации по категориям. Системный подход расширяет процесс категоризации от естественных оппозиций до чета семантической стратификации, вариативности, межкатегориальных связей, смоделированных в полевой структуре категорий: центр – периферия – континуальность – частичные пересечения категорий [3: 299].

Категории интернет-медиадискурса, репрезентированные в корпусе медиатекстов, описывают общественно значимое актуальное событие. Поэтому, учитывая информативную функцию медиатекстов, категориями макроуровня интернет-медиадискурса становятся ситуативные компоненты и характеристики массового реципиента: языковая принадлежность реципиента, темпоральность, локативность, политическая ситуация в стране проживания или события и пр.

Категории интернет-медиадискурса репрезентируются на различных уровнях медиатекстов. Согласно типологии текстовой информации И. Р. Гальперина, в медиатекстах преобладает содержательно-концептуальная информация, согласующаяся с содержательно-фактуальной информацией о репрезентируемом событии, а также с авторским пониманием «причинно-следственных связей, их значимости в социальной, экономической, политической и культурной жизни народа» [8: 28].

Языковые репрезентации категорий интернет-медиадискурса представлены на всех уровнях медиатекстов и отличаются употреблением предикативов со значениями информирования, выражения оценки и отношения к репрезентируемому событию: заявить, объявить, отметить, рассказать и т. д.

Таким образом, категориями, репрезентированными в интернет-медиадискурсе, являются категории, сообщающие сведения о событии, а также категория массового реципиента. Данные категории нельзя назвать исключительно семантическими, поскольку при их репрезентации в интернет-медиадискурсе используются не только языковые формы, но и масса сопутствующей звуковой и визуальной информации, которая может не подлежать изучению, но обязательно должна учитываться при рассуждении о категориях интернет-медиадискурса. То есть, данные категории являются скорее когнитивными, чем семантическими с точки зрения языковых репрезентаций. Когнитивная

172 | категория отличается от семантической категории учетом большего спектра значений, чем вмещает система бинарных оппозиций.

Итак, когнитивная категория – это некое объединение смыслов на основе признака или набора признаков, репрезентируемых вербальными или невербальными единицами. Языковые репрезентации когнитивных категорий все же большей частью вербальны, поскольку специфика интернет-медиадискурса и массового реципиента располагает к восприятию информации именно в форме текста.

Анализ репрезентаций когнитивных категорий в интернет-медиадискурсе включал изучение, систематизацию и категоризацию номинаций рубрик электронных СМИ, собранных в базе данных при участии в нескольких проектах гражданской журналистики. Всего было собрано около 800 электронных СМИ на разных языках, среди которых преобладали издания и блоги на английском, немецком, французском, итальянском, испанском, голландском и прочих европейских языках.

Принцип отбора электронных СМИ в базу данных заключался в переводном потенциале медиатекстов, публикующих материалы о России – реакции зарубежной журналистики и массовой аудитории на события в России – значит, рассчитанные и на российского массового реципиента. То есть в медиатекстах из данной подборки обязательно должны были присутствовать общие для всех носителей представленных языков когнитивные категории.

В ходе анализа всех представленных в базе данных электронных СМИ на предмет репрезентаций когнитивных категорий, вербализованных в номинациях рубрик и названиях медиатекстов, были установлены следующие когнитивные категории интернет-медиадискурса: этнос, территория, время, политическая и экономическая ситуация, творчество и информационное пространство.

Когнитивная категория «этнос» была установлена на материале перечисленных выше европейских языков. Приведем пример самой распространенной группы англоязычных репрезентантов, которые в большинстве являются словосочетанием с номинациями World, Nation, получающими этнический атрибут, обладающий основным определяющим концептуальным признаком: UK Politics (The Independent); Copts & political islam (Copts-United); Arab Israeli Conflict, Israel News (The Jerusalem Post) и др.

Когнитивная категория «территория» ориентирует реципиента медиатекста относительно события и репрезентируется при помощи топонимов, а также топографических, картографических, страноведческих, культурных номинаций. Данная когнитивная категория репрезентирует принадлежность события к географической или административной единице и обозначает значимость новости для страны, области, округа, городов и прочих населенных пунктов.

Репрезентации этой категории охватывают разнообразные типы лексем – хоронимы, ойконимы, полисонимы, урбанонимы и т. д.: Africa, Americas, Asia Pacific, Asia: South&Central, Europe, Middle East (The Christian Science Monitor); Cities: Bengaluru, Chennai, Coimbatore, Delhi, Hyderabad, Kochi; Canada (Ottawa Sun); Europa, Świat (Portal Spraw Zagranicznych); Zuerich, Schweiz (Tages Anzeiger) и др.

Когнитивная категория «время» репрезентирует пространственное местонахождение людей, предметов, развитие события во времени, если медиатекст синхронно освещает событие. Репрезентациями данной категории являются единицы измерения, ориентиры, стороны света, пространственные ощущения. При помощи когнитивной категории «время» происходит моделирование пространства медиатекста соответственно с представлениями, свойственными культуре языка, на котором он написан.

Однако номинации времени настолько часто встречаются в медиатекстах, что репрезентация данной категории очевидна. Так многие названия электронных и печатных СМИ имеют номинацию времени, например, англоязычные «The Times», «The Asia Times», «The India Times», «The Irish Times», «The Washington Times» и «Khaleej Times» и др.

Репрезентация данной категории ориентирует медиатексты во времени и выстраивает событийную хронологию. Номинация времени часто сочетается с атрибутом общественной деятельности, атрибутом топонимом или этнонимом: The Financial Times, The Asia-Times, The Korea Times The Irish Times. Атрибуты часто дополнительно обозначают географическую и этническую принадлежность аудитории электронного СМИ.

Когнитивная категория «политическая и экономическая ситуация» маркирует в медиатекстах важнейшие события из политической и экономической жизни. Чаще всего, данная когнитивная категория репрезентирована номинациями государственной деятельности в рубриках, именующих ее сферы: Politics, Economy (The Wall Street Journal), Economy, Politics (Business Pundit), Economy (The Korea Times), Economy (New American); Politik, Wirtschaft (Welt); Politik (Focus-online); Gesellschaft, Politik, Wirtschaft (Stern); Politik (Handelsblatt); Politica, Economia (La Stampa); Política Economía (Publico); Economía (ABC); Política, Economía (Clarín); Economía (El Pais.cr); Икономика (news.bg); Ekonomika (Spravy); Politikk, Økonomi (Aftenposten); Economie (Volkskrant) и др.

Когнитивные категории «творчество» и «информационное пространство» репрезентированы номинациями, классифицированными следующим образом:

1. Номинации досуга, культуры, спорта, путешествий, литературы, музыки, кино, театра, изобразительного искусства, массмедиа, технологий.
2. Номинации творческой активности отдельных авторов.
3. Номинации отдыха.

4. Номинации массмедиа.
5. Номинации здравоохранения, науки, образования.
6. Номинации актуальной темы, прецедентной фразы и пр.

Примеры данных репрезентаций в названиях рубрик на различных языках: Sports, Arts, Books, Fashion & Style, Food, Travel (The New-York Times); Technology, Equality, Graphics, Watch, The David Rubenstein Show, Art + Technology (Bloomberg); Kultur, Wissen, Digital, Campus, Arbeit, Sport (Zeit-online); Live TV, Mediathek, Sport, Panorama, Wissen, Kultur, Meinung, Iconist (Welt); Wissen, Gesundheit, Kultur, Sport, Digital, Reisen, Video (Focus-online); IQ, Культура, Спорт, Фото (Zaxid); Sport, Kultura, Cestování, Relax, Design (Lidovky); Sport, Názory, Kultura, Video (Aktualne); Sport, Meninger, Kultur, Film, TV-serier, Musikk, Litteratur (Aftenposten); Cultura, Desporto, Ambiente (Infor Press); Clima, Deportes, Espectáculos, Editorial, Contáctanos (info7); Kulturi, Timersorneq, Nunat allat, Silassaq, TV, Radio, Assiisivik (KNR) и др.

Выделение когнитивных категорий интернет-медиадискурса во взаимосвязи с рубриками и заголовками медиатекстов является одним из достижений когнитивной лингвистики, способным дополнить и облегчить проведение лингвистических экспертиз как интернет-дискурса, медиадискурса, так и дискурса социальных сетей.

В приложении к задачам лингвистической экспертизы когнитивные категории интернет-медиадискурса позволяют:

1. Уточнить темы анализируемых текстов.
2. Установить гипертекстовые связи анализируемого текста с медиатекстами и вторичными текстами на разных языках.
3. Воссоздать политическую и экономическую ситуацию при создании анализируемого текста.
4. Охарактеризовать события, с которыми хронологически соотносится исследуемый текст.
5. Понять, каким образом актуальная повестка дня, освещаемая в СМИ, коррелирует с сетевой коммуникацией.
6. Выявить активные когнитивные и языковые процессы в интернет-коммуникации, в которых участвуют медиатексты, объединенные одной темой.
7. Диагностировать и сопоставить отдельные характеристики личности автора анализируемого текста.
8. Тематически систематизировать речевые практики интернет-медиадискурса на основе когнитивных категорий.

Перечисленные выше когнитивные категории представлены в медиатекстах на различных языках, а, значит, являются языковыми универсалиями, преобладающим способом репрезентации которых в интернет-медиадискурсе является атрибутивная номинация. Будучи репрезентированы в ряде

медиатекстов на различных языках, когнитивные категории моделируют пространство медиатекста и формируют представление о событии.

Пространственная и временная обусловленность медиатекстов связана с институциональностью интернет-медиадискурса, регламентированного хронологией событий и их пространственной соотнесенностью. Печатные издания и электронные СМИ часто повторяют публикуемые материалы, поэтом полученные результаты исследования могут рассматриваться

Номинация времени и пространства характерна не только для названий электронных СМИ, но для рубрик и заголовков текстов. Данная особенность свидетельствует о темпоральной и локативной обусловленности интернет-медиадискурса, связанного не только с реальностью, но и с виртуальным миром. Преобладание атрибутивных номинаций свидетельствует о вербализации в медиатекстах когнитивных категорий, относящихся к фоновым знаниям автора медиатекста, большей частью о политической и экономической ситуации, соответствующей репрезентируемому событию.

Литература

1. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций / Н. Н. Болдырев // М-во обр. и науки РФ, Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина, Рос. Ассоциация лингвистов-когнитологов. Изд. 4-е, испр. и доп. Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014. 236 с.
2. Бондарко А. В. Лингвистика текста в системе функционально-семантических категорий / А. В. Бондарко // Текст. Структура и семантика. М., 2001. Т. 1. С. 4–13.
3. Бондарко А. В. О системном подходе в изучении языковых значений / А. В. Бондарко // Русский язык: исторические судьбы и современность; II Международный конгресс исследователей русского языка: труды и материалы / Составители М. Л. Ремнева, О. В. Дедова, А. А. Поликарпов. М.: Изд-во МГУ, 2004. С. 290–299.
4. Будаев Э. В. Зарубежная политическая метафорология / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. Екатеринбург, Изд-во Урал. гос. пед. ун-та. 2008. 248 с.
5. Булыгина Т. В., Крылов С. А. Категория / Т. В. Булыгина: А. Крылов // Лингвистический энциклопедический словарь. Режим доступа : www.voкабула.рф/словари/лингвистический-энциклопедический-словарь/категория.
6. Бушев А. Б. Языковые особенности экономического дискурса / А. Б. Бушев // Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 86. № 37 (328). С. 22–25.
7. Витгенштейн Л. Философские исследования / Людвиг Витгенштейн ; [пер. с нем. Л. Добросельского]. М.: АСТ : Астрель, печ. 2010.
8. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. М. : Наука, 1981. 140 с.

- 176 | 9. Кубрякова Е. С. Когнитивная лингвистика / Е. С. Кубрякова // Большая российская энциклопедия [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://bigenc.ru/linguistics/text/2077244>
10. Демьянков В. З. Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке / В. З. Демьянков // Когнитивные аспекты лексикографии [Электронный ресурс]. Режим доступа : www.infolex.ru/Concept.html
11. Демьянков В. З. Прототипический подход / В. З. Демьянков // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Под общей редакцией Е. С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. С. 140–145.
12. Ильенко С. Г. Русистика : избр. тр. / С.Г. Ильенко. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. 674 с.
13. Куликова О. В. Типы знаний и их взаимодействие в экономическом дискурсе / О. В. Куликова // Вестник МГЛУ. 2013. №25 (685). С. 34–41.
14. Лабов В. Структура денотативных значений / В. Лабов // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1983. Вып. XIV.
15. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. М.: Гнозис, 2004. 280 с.
16. Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий / Т. В. Матвеева. Изд-во Урал. ун-та, 1990. 172 с.
17. Таюпова О. И. Категории текста как лингвистические универсалии / О. И. Таюпова, У. Ф. Жаббарова // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2013. № 20 (311). С. 98–100.
18. Чернухина И. Я. Общие особенности поэтического текста / И. Я. Чернухина. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. 157 с.
19. Geerarts D. Theory of lexical semantics. New York: Oxford University Press Inc. 2009. 327 p.
20. Rosch E. Principles of categorization // Cognition and categorization. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1978. P. 26–48.

Mariya V. Konovalova

REPRESENTATION OF COGNITIVE CATEGORIES IN THE INTERNET MEDIA DISCOURSE

Abstract. The analysis of the representations of cognitive categories in the Internet media discourse included the study, systematization and categorization of the categories of electronic media categories collected in the database with participation in several projects of citizen journalism. The principle of selecting electronic media in the database was the translation potential of media texts that publish materials about Russia, the reaction of foreign journalism and the mass audience to events in Russia, which means that they are also designed for the Russian mass recipient. That is, in the media texts from this collection, there must

have been cognitive categories common to all native speakers of the presented languages. 177

A cognitive category is a kind of association of meanings based on a feature or a set of features represented by verbal or nonverbal units. During the analysis of all electronic media presented in the database for representations of cognitive categories verbalized in the categories of headings and media text names, the following cognitive categories of the Internet media discourse were established: ethnicity, territory, time, political and economic situation, creativity and information space.

Keywords: cognitive category, representation, Internet media discourse, ethnicity, territory, time, political and economic situation.