

# *Культурологический анализ дискурса сквозь призму этноспецифических когнитивных стереотипов (на примере русского спортивного дискурса)*

ЕЛЕНА Г. МАЛЫШЕВА

(Омск)

В.В. Красных, рассуждая о понятии «русское культурное пространство», подчёркивает, что в него входит «всё многообразие знаний и представлений носителей русского ментально-лингвального комплекса», а также «стереотипы (стереотипы-образы и стереотипы-ситуации) и культурно значимые фреймы» (Красных 2003: 69).

Говоря об опорных, системообразующих концептах дискурсов институционального типа, в том числе спортивного, необходимо подчеркнуть, что в широком смысле практически каждый концепт такого рода обладает культурологической спецификой, которая включает и специфику национальную, определённую факторами и внелингвистического, и собственно языкового порядка.

Таким образом, особое значение приобретает культурологический анализ дискурса, о котором Е.В. Переверзев пишет следующее: «В процессах ежедневных жизненных практик люди «осуществляют» культуру, производят, воспроизводят, трансформируют и приспособливают её элементы. Возникающая в результате этого производства реальность (Я, индивидуальная, национальная, гендерная идентичность и т.д.) представляет собою, прежде всего, культурный конструкт» (Переверзев 2009: URL: <http://www.discourseanalysis.org>).

На наш взгляд, «инструментом», операциональной единицей анализа культурологически, идеологически и национально релевантных компонентов базовых многоуровневых концептов дискурса является *когнитивный (ментальный) стереотип*, а методика выявления и описания такого рода когнитивных феноменов может стать весьма продуктивной в подобных исследованиях.

Вообще феномену стереотипизации мышления, сознания и языка посвящено достаточное количество современных гуманитарных исследований.

Стереотипные единицы находятся в фокусе внимания психологов, социологов, философов, культурологов и, наконец, лингвистов.

В связи с изучением стереотипов, прежде всего когнитивных, чрезвычайно актуальным оказывается многоплановое понятие *национального менталитета*, который «в широком смысле ... понимается как образ мыслей, система навыков и установок различных социальных групп» (Вепрева 2002: 207), как «национальный способ восприятия и понимания действительности, определяемый совокупностью когнитивных стереотипов нации» (Прохоров, Стернин 2006: 92).

Менталитет нации, как подчеркивают упомянутые выше исследователи, обнаруживается в «определенной стандартности поведения, действий представителей этнической группы в сходных ситуациях, а также в общении, в коммуникативном поведении народа» (Прохоров, Стернин 2006: 92).

В связи со сказанным выше уместно процитировать А. А. Леонтьева, который утверждает, что «в основе мировидения и мировосприятия каждого народа лежит своя система предметных значений, социальных стереотипов, когнитивных схем» (Леонтьев 1993: 20).

Добавим, что национальный менталитет и «этническая обусловленность» мировосприятия, на наш взгляд, обнаруживает себя в том числе в некоторой стандартности и однотипности представлений и, следовательно, суждений, касающихся различных аспектов жизни и деятельности человека, оценки событий и фактов как исторического, так и современного характера: «ментальность устойчива, она... восходит к бессознательным глубинам психики. Захватывая бессознательное, ментальность выражает устойчивые образы мира, свойственные данной культурной традиции, данному обществу» (Вепрева 2002: 207).

Кроме того, национальный менталитет проявляется, по нашему мнению, и в оценке значимости или незначимости тех или иных сфер человеческой деятельности представителями национально-лингво-культурного сообщества.

Как уже было сказано выше, понятие «когнитивный (ментальный) стереотип» неразрывно связано с понятием «концепт»: именно в стереотипах отражается «интерпретация» тех или иных базовых концептов, которая задается всей совокупностью бытовых, социально-экономических, социально-политических, исторических, природных, этнических, культурологических факторов.

Итак, концепты и их стереотипные интерпретации и составляют по сути национальную когнитивную картину мира (Прохоров, Стернин 2006: 92), и в этом смысле когнитивные стереотипы, наряду с концептами, могут рассматриваться в качестве концептуальных доминант дискурсов институционального типа и определять их когнитивную специфику.

В лингвистической науке существует достаточное количество определений когнитивного (ментального) стереотипа, и во всех имеющихся дефинициях так или иначе подчеркиваются базовые, дифференциальные признаки исследуемого феномена.

Когнитивный (ментальный) стереотип формируется на когнитивном уровне как устойчивое типизированное представление о действительности или её элементе (предмете или ситуации) с позиций обыденного массового сознания (Маслова 2001: 109–110), мифологического по своей сути.

Когнитивный стереотип – это «содержательная форма кодирования и хранения информации» (Красных 2002: 23), «некий устойчивый фрагмент картины мира, хранящийся в сознании» (Вепрева 2002: 206). Он характеризуется, по мнению исследователей, относительной устойчивостью и повторяемостью, схематичностью, стандартизованностью, однозначностью, массовостью, оценочностью, национально-культурной спецификой.

Если задаться вопросом о существовании вненациональных когнитивных стереотипов (например, связанных с феноменами *мужчина* и *женщина*, *мать* и *отец*, *ребенок*, *родители* и т. д.), то можно предположить, что многие из них в целом обладают относительной универсальностью (*Родители должны любить своих детей и воспитывать их; ребенок должен слушаться родителей* и пр.), хотя и в этих стереотипах обязательно обнаружатся этноспецифические черты, обусловленные своеобразием историко-культурологических, социально-экономических, политических и религиозных характеристик государства, нации, этноса.

Таким образом, утверждая, что «сознание человека всегда этнически обусловлено» (Леонтьев 1993: 20), можно, по-видимому, говорить и о том, что практически любой когнитивный стереотип, который «интерпретирует»

содержательную структуру концептов, обладает – в большей или меньшей степени – этнокультурной спецификой, проявляющейся в отражении особенностей мировидения и мировосприятия национально-лингвокультурного сообщества.

Думается, однако, что вовсе не в каждом дискурсивном пространстве названные когнитивные феномены эксплицируются так явно и частотно и с таким языковым разнообразием, как это происходит в спортивном дискурсе, поскольку, как справедливо замечают теоретики журналистики Нейл Блейн и Раймонд Бойл, «модели освещения в СМИ спорта становится источником – возможно, уникальным источником – информации о том, *каковы наши убеждения и мнения, какова наша культура в широком смысле этого слова*» (выделено мной. – Е. М.) (Блейн, Бойл 2005: 471).

Заметим далее, в том числе и в связи со сказанным выше, что нам не кажется неоспоримой эксплицированная в большей части определений такая характеристика способов языковой объективации когнитивного стереотипа, как стандартизированность и клишированность.

По-видимому, разнообразие средств экспликации когнитивного стереотипа в языке находится в зависимости от типа дискурса, в котором эта объективация происходит, от типа субъекта дискурса и его коммуникативной позиции.

Так, например, определенная субъективность позиции адресантов русского спортивного дискурсивного пространства (агентов, в терминологии дискурсивной социолингвистики): журналистов, спортсменов, тренеров, болельщиков – позволяет говорить о том, что вербализация названных феноменов в этом типе дискурса характеризуется разнообразием и относительной нестандартностью.

Однако мы можем сделать безусловный вывод о том, что при языковой репрезентации исследуемых концептуальных доминант русского спортивного дискурса отражаются стандартизированные, повторяемые, частотные, национально-специфичные и повышено оценочные представления носителей русского языка не только о спорте и о спортивных победах или поражениях, но и – шире – о собственном государстве, стране, Родине, власти – с одной стороны, и о русском характере, этических и моральных принципах русских, об их отношении к Родине, отечеству, его истории сквозь призму спорта и спортивных достижений – с другой.

Кроме того, характерным признаком анализируемых в данном исследовании когнитивных стереотипов является их взаимосвязанность и явная семантическая сопоставленность: так, стереотипы, характеризующие один

из базовых концептов дискурса, как правило, семантически сопоставлены не только с другими стереотипами, реализованными в этом типе дискурса, но и с другими концептами, доминирующими в данном дискурсивном пространстве.

В.В. Красных полагает, что когнитивный стереотип имеет две разновидности – стереотипы-поведения и стереотипы-представления.

Для нашего исследования актуальными оказываются прежде всего стереотипы-представления, основными видами которых являются, по мнению исследователя, стереотипы-ситуации и стереотипы-образы.

В основе стереотипов-ситуаций находится некоторое стандартизированное представление о ситуации (например, о *поведении болельщиков на трибунах*), а в основе стереотипов-образов – типизированные представления о предмете, лице, феномене (например, профессиональные и поведенческие стереотипы-образы *спортсмен, тренер, спортивный фанат, болельщик*; национальные *русский, француз, финн*; социумные (*легенда спорта, звезда спорта*). Они выполняют предикативную функцию, определяют, что следует ожидать от какой-либо ситуации или предмета реальной действительности.

На наш взгляд, необходимо выделить еще одну разновидность стереотипов-представлений – стереотипы-суждения, которые, мы полагаем, могут быть определены как схематичная, типизированная, национально маркированная интерпретация содержания концептов, прежде всего культурных.

Думается, что стереотипы-суждения – это своего рода *стереотипные модели*, некоторая область пересечения стереотипных частей базовых концептов дискурса. Применительно к русскому спортивному дискурсу можно говорить о «пересечении» содержательной структуры доминирующих концептов ‘Спорт’, ‘Победа/Поражение’, ‘Спортсмен’, ‘Свой/Чужие’ и т. д. В определённом смысле стереотипы-суждения (стереотипные модели) коррелируют с более широким понятием «концептуальная модель», хотя, безусловно, и не тождественны ему.

Так, например, в русской национальной картине мира отражено стереотипное, национально-специфическое суждение, связанное с интерпретацией победы вообще и *спортивной победы* в частности как победы «любой ценой», «вопреки всему», более того, как победы, почти всегда *тождественной военной*.

Таким образом, на наш взгляд, стереотипная, национально маркированная интерпретация ядерных или периферийных когнитивных слоев тех или иных многоуровневых концептов (таких, например, как концепты ‘Спорт’,

‘Олимпиада’, ‘Победа/Поражение’, ‘Спортсмен’, ‘Патриотизм’) представляет собой сочетание стереотипов-ситуаций, стереотипов-образов и стереотипов-суждений и, кроме того, находит своё отражение в стереотипах-поведениях.

Подчеркнем еще раз, что выделение и описание стереотипов-суждений, использование их в качестве одной из основных операциональных единиц лингвокогнитивного анализа базовых концептов спортивного дискурса и медиадискурса вообще, на наш взгляд, чрезвычайно продуктивно, поскольку позволяет исследователю, во-первых, обнаружить национально специфичные «векторы» стереотипной интерпретации содержания того или иного многоуровневого концепта как в картине мира, продуцируемой СМИ, так и в наивной картине мира адресата; а во-вторых, проанализировать специфику языковой объективации заданных представлений в определённой дискурсивной разновидности.

Заметим также, что лингвокогнитивный анализ интерпретации концептов посредством когнитивных стереотипов неразрывно связан с моделированием когнитивных слоёв концепта и исследованием специфики лексико-семантической репрезентации концептов.

Разноаспектные выводы, к которым приходит исследователь в результате использования совокупности разнонаправленных методов и методик исследования, отличаются большей степенью объективности и верифицированности.

Если говорить о своеобразном метаязыке описания когнитивных стереотипов-суждений в лингвистике, то можно констатировать, что названной концептуальной единице соответствует сформулированная исследователем – в результате проведённого анализа – своеобразная «этическая максима» (Н.А. Кузьмина), то есть некоторое высказывание, характеризующееся модусами должествования, констатации и/или оценки, которое представляет собой когнитивно-пропозициональную структуру, называющую объект или субъект характеристики (*‘Победа’, ‘Спорт / Спортивная борьба’, ‘Русский спортсмен / Русский тренер / Русские в спорте’, ‘Русский спортивный чиновник’*) и его доминирующий признак (признаки): *Русские в спорте – максималисты / Русские спортсмены признают только победу* и под.

Нами уже подчёркивалось, что посредством когнитивных стереотипов, объективирующих концепт ‘Спорт’, транслируются общие представления носителей русского языка об особенностях русского характера, о специфике российского жизнеустройства, об отношениях гражданина и государства,

о русском патриотизме. Это означает, что в русском спортивном дискурсе, в сфере «медиаспорта», отражаются как определенные идеологические и мировоззренческие «установки» современных носителей языка, так и особенности русского национального менталитета.

В качестве подтверждения сказанному выше проанализируем когнитивный стереотип, который отражен в этических максимах *«Русских в мире спорта боятся и не любят» / «Русских спортсменов всегда засуживают» / «Русскому спортсмену, чтобы победить, необходимо быть наголову выше всех остальных»*. Названный стереотип, без сомнения, соотносится с более общим когнитивным стереотипом, характеризующим наше представление о том, как оценивается наша страна и её жители в мире: *Русских в мире не любят и боятся*.

Причина такого отношения, как кажется россиянам, – прежде всего в геополитической роли нашего государства в мире, в специфике истории нашего государства, в том числе и недавней истории Советского Союза.

«У российских болельщиков давно уже сложилось впечатление, что наших не любят и при любом удобном случае засуживают. И это действительно так... Россия воспринимается наследницей Советского Союза. А от советских побед устали» («Раскаленный пьедестал». Документальный фильм, Первый канал, 23.10.2007).

Обращает на себя внимание констатирующий характер высказываний журналиста (*«И это действительно так»*) и его обобщающий вывод, в котором спортивная ситуация экстраполируется на восприятие России и Советского Союза вообще.

«...Еще мой папа говорил: «Чтобы побеждать, мы должны быть на две головы выше всех». Очень тяжело – быть на две головы выше... но надо...» («Школа злословия». Татьяна Тарасова. НТВ, 01.09.2008).

Прокомментируем последнее высказывание из интервью Т.А. Тарасовой, которому предшествовала следующая, весьма показательная, на наш взгляд, коммуникативная ситуация: задавая вопрос Т.А. Тарасовой о том, правда ли, что *«нас засуживают, Россию»*, ведущая программы А. Смирнова называет это *«обывательским мнением»* и, увидев протестующую невербальную реакцию собеседника, спрашивает: *«Нет? Ерунда?..»*. В ответ на процитированное суждение тренер Т.А. Тарасова пытается «развенчать» этот стереотип посредством другого, не менее устойчивого: *Россия – великая и сильная страна, в том числе и в спорте*.

Приведем её ответ полностью: *«Нет, нет! Никто нас не засуживает... Знаете... Что там говорить?! Кто это нас... будет засуживать? Кто посмеет, я не пойму?!»*

Показательно, что аргументации своей позиции, кроме риторических вопросов-восклицаний (*«Что там говорить?!»* и *«Кто посмеет?!»*), Т.А. Тарасова не приводит. Напротив, именно после этих слов она начинает рассказывать о примерах *засуживания* российских фигуристов на последнем чемпионате мира, *о сговоре судей против российской пары* и т. д. Именно это заставляет её сделать вывод, который нами процитирован вначале. Кстати говоря, ссылка Т.А. Тарасовой на слова отца, знаменитого советского хоккейного тренера Анатолия Тарасова, позволяет говорить о чрезвычайной устойчивости выделенного нами когнитивного стереотипа и о его объективном характере.

Интересно, что нами обнаружено достаточное количество контекстов, в которых синонимичными вербальными средствами объективирован рассматриваемый когнитивный стереотип:

*«Нам, чтобы побеждать, нельзя давать ни малейшего повода, чтобы не зацепились. Надо быть на две головы выше...»* (Из интервью Л. Латыниной, многократной чемпионки мира и Олимпийских игр по спортивной гимнастике).

Николай Дурманов: *«Все говорят: «Нас не любят». Да не нужна нам ничья любовь, мы сами по себе»* (Sport.ru 16.02.09).

Таким образом, можно констатировать, что представление и адресантов, и адресатов русского спортивного дискурса о том, что к российским спортсменам, как когда-то к советским, в мире относятся необъективно и предвзято, носит устойчивый характер, частотно вербализуется в текстах данного дискурсивного пространства и соотносится с более общими воззрениями россиян на отношение к ним со стороны граждан других стран. Впрочем, заметим, что в некоторых случаях такое отношение – «не любят и боятся» – трактуется как признание силы, мощи и российских спортсменов, и страны вообще, а это может становиться предметом особой гордости говорящих:

Ну, на игру с нашей сборной любая команда *пасагривается* особо. *Боятся русской хоккейной красной машины. И не зря...* (Из репортажа с чемпионата мира по хоккею. Первый канал, 08.05.2009).

Итак, любая когнитивная структура, будь то концепт, концептуальная модель или когнитивный стереотип, эксплицируется в языке – вербализуется в разных типах дискурсов.

Лексическими и лексико-синтаксическими маркерами когнитивных стереотипов в тексте могут являться, во-первых, частотно повторяемые, отчасти клишированные высказывания, коррелирующие с пропозициональной структурой, посредством которой формулируется стереотип, а во-вторых, разнообразные сегменты текста – от словосочетания до нескольких взаимосвязанных предложений, в которых вербализуется содержательная структура стереотипа.

Заметим, что стереотипы-суждения, интерпретирующие базовые концепты дискурса, репрезентируют как ядерные, так и периферийные когнитивные слои концептов, которые тем не менее могут характеризоваться актуальностью, содержательной значимостью и разнообразием языковых (и внеязыковых) средств, участвующих в их объективации в дискурсивных практиках.

## Литература

- Блейн Н., Бойл Р., 2005, *Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура. – Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700)*, под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю. В. Никуличева]. 2-е изд. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, с. 464–475.
- Вепрева И.Т., 2002, *Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху*, Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 380 с.
- Красных В.В., 2002, *Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций*, Москва: «Гнозис», 284 с.
- Красных В.В., 2003, *«Свой» среди «чужих»: миф или реальность?*, Москва: ИТДГК «Гнозис», 375 с.
- Леонтьев А.А., 1993, *Языковое сознание и образ мира. – Язык и сознание: парадоксальная рациональность*, отв. ред. Н.В. Уфимцева, Москва: Институт языкознания РАН, с. 16–21.
- Маслова В.А., 2001, *Лингвокультурология: уч. пособие для студ. высш. учеб. заведений*, Москва: Изд. центр «Академия», 208 с.
- Переверзев Е.В., 2009, *Современный культурологический анализ дискурса. – Современный дискурс-анализ. Методология: концептуальные обоснования*: Электронный журнал, вып. 1, т. 1. URL: <http://www.discourseanalysis.org>.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А., 2006, *Русские: коммуникативное поведение*, 2-е изд., испр. и доп. Москва: Флинта: Наука, 328 с.

*Culturological Analysis of Discourse Through the Prism of Ethnically Related Cognitive Patterns (for Example, Russian Sports Discourse)*

This article is devoted to the analysis of discourse by a cultural justification study of basic cognitive stereotypes. Any cognitive stereotype has ethnic and cultural specificity, which manifests itself in the reflection of the real world and one national-cultural community.

This article provides a definition of the kinds of cognitive attitudes – attitudes and judgments – of this pattern, branded and marked by national interpretation of concepts. Stereotypes-judgment is a stereotyped model, an intersection of basic concepts of discourse. The theoretical and methodological models of study discourse offered in the article is confirmed by the analysis of the cognitive stereotype: “Russians are afraid in the world of sport and do not love” – one of the dominant Russian sports discourses.

Key words: *cognitive stereotype, mentality, discourse.*