

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПРЯМОЙ И КОСВЕННОЙ ОЦЕНКИ В АКСИОЛОГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Г. А. Шушарина

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет

Поступила в редакцию 19 января 2011 г.

Аннотация: *операциональный аспект языкового анализа в аксиологически ориентированной лингвистике осуществляет функцию выявления системы ценностей в обществе в определенный период. Настоящая статья описывает способы выражения прямой и косвенной оценки на примере медиатекстов.*

Ключевые слова: *аксиологическая лингвистика, дискурс, прямая оценка, косвенная оценка, медиатекст.*

Abstract: *operational aspect of the linguistic analyses in axiologically directed linguistics realizes the function of exposure of the system of values that is present in the society at the given moment. The article deals with the ways of expressing direct and indirect estimation in media texts.*

Key words: *axiological linguistics, discourse, direct estimation, indirect estimation, media text.*

Среди основных понятий в контексте антропоцентричности современной лингвистики, по мнению Е. Ф. Серебренниковой, можно назвать такие, как «универсум, универсум человека и универсум языка, картина мира, жизненный мир человека, а также дискурс / текст и субъективность» [1, с. 8]. Указанные феномены имеют глубинное оценочное измерение, исходя из их «человеческого» происхождения и порождения» [там же]. На протяжении жизни человек находится в вечном поиске доказательств соответствия своих потребностей тем ценностям, которые приняты в обществе.

Необходимо отметить, что сама правомерность вопроса о существовании в обществе системы ценностей приобретает дискуссионный характер. Согласно одной точке зрения, человек проживает жизнь, руководствуясь личными потребностями, желаниями, целями. Следовательно, выделить систему ценностей в таком обществе представляется невозможным: «как таковой общей системы ценностей не может существовать вовсе, либо такая система ценностей имеет лишь декларативный и односторонний характер» [1, с. 18]. Согласно второй точке зрения, необходимо рассматривать существование человека внутри культуры, в которой человек «может либо разделять сущностные социальные смыслы данной культуры, либо занимать маргинальную или явно «анти»культурную позицию» [1, с. 18]. На наш взгляд, вторая точка зрения более соответствует развитию современного общества. Наряду с ежедневными ситуациями, когда необходимо принимать решение, учитывая, прежде всего, личные интересы,

иначе трудно добиться «места под солнцем», возникают ситуации, когда человек руководствуется общими ценностями, когда нельзя предавать друзей, когда нужно защитить слабого, когда Родина зовет на помощь.

О степени разработки понятия «ценность» свидетельствуют существующие многочисленные определения самого термина «ценность», а также разнообразие типологий ценностей.

Среди ценностей человеческого опыта фигурируют ценности государственно-политические, историко-культурные, коммунитарные, природные, научно-когнитивные, персоналистские, религиозные, социально-стратификационные, художественно-эстетические, экономические, этические, этнические [2]. Е. Ф. Серебренникова дополняет данный список лингвистическими ценностями: «при посредстве языка говорящий субъект и сам ориентируется в мире своих ценностей, и ориентирует других субъектов, оказывая регулирующее влияние на их последующие состояния и действия» [1, с. 20]. Исследователь представляет целесообразным говорить об аксиологически ориентированной лингвистике. Данный термин позволяет определять «параметры, методологии и технологии в изучении содержания внутреннего мира языковой (дискурсивной) личности, ценностных ориентаций личности и общества по данным языка, а точнее – человека говорящего, создающего дискурсивный мир в соотношении с Миром, Другими и самим собой в этом мире» [там же]. Операциональный аспект языкового анализа в аксиологически ориентированной лингвистике осуществляет функцию выявления системы ценностей в обществе в определенный период.

Для лингвистической аксиологии представляется необходимым рассмотреть понятие «оценивание» как освоение мира *homo verbo agens*, «как его освоение, присвоение и усвоение, т.е. такое вписывание, введение, подведение, вхождение воспринимаемого / осознаваемого в «сетку» опыта субъекта и его «жизненное пространство», которое неотвратно влечет за собой его интерпретацию по шкале значимости в Я-системе человека» [1, с. 42]. Проявленным актом оценивания является некоторая оценка, феноменология которой определяется дискурсом и в дискурсе. В качестве определения оценки принимаем точку зрения А. Ф. Паниной, которая считает, что оценка – это «непосредственная / опосредованная реакция говорящего (субъекта) на наблюдаемые, воображаемые, воспринимаемые органами чувств действия, признаки, признаки признаков реальных объектов, объектов внутреннего и внешнего мира говорящего» [3, с. 267].

Установлено, что наибольшее потенциальное воздействие на адресата, получающего информацию, оказывают авторитетные источники информации, к которым относятся знатоки-эксперты, а также те, кто предъясняет убедительные аргументы [4, с. 35]. В данном случае кредитность выраженной оценки основывается на статусе газеты или журнала, придаваемом им на основании широкой известности и популярности среди читателей.

Авторитет еженедельного журнала «Time» и газеты «The New York Times» достаточно высок; огромный тираж «Time» (более 3,4 млн экземпляров) свидетельствует в пользу популярности еженедельника среди граждан США, «The New York Times» является третьей по популярности газетой США и одной из влиятельнейших газет мира.

Случившийся в июне 2010 г. скандал в генералитете США вызвал большой резонанс в американской прессе, которая не могла не дать оценку отставке генерала Стенли МакКристалла. Рассмотрим более подробно сущностные смыслы аксиологических аспектов статей, посвященных событиям в вооруженных силах США.

Рассматриваемые в данной статье тексты относятся к информационно-аналитическим текстам, представляя собой расширенный вариант новостного текста, отличаясь от последнего наличием не только сообщаемой, но и аналитической части. Комментирующая (аналитическая) часть содержит оценку прослеживаемого события, она «окрашивает каждодневную меняющуюся картину мира в десятки разнообразных цветов, придавая ей определенный мировоззренческий оттенок, ту или иную идеологическую модальность» [5, с. 122]. Именно в информационно-аналитических статьях наиболее полно выражены различия в восприятии реалий общественно-

политической жизни, что выражается в различных способах интерпретации того или иного события.

Лингвистические способы выражения оценки в анализируемых медиатекстах разнообразны, варьируясь от прямых эксплицитных до скрытых имплицитных. Они включают в себя широкий диапазон языковых средств, а именно употребление слов или словосочетаний с оценочным значением, а также с отрицательными или положительными коннотациями; использование различных стилистических приемов (сравнений, метафор, анафор и т.п.); особое синтаксическое построение фразы (порядок слов, вопросы, повторяющиеся синтаксические конструкции).

Употребление слов и словосочетаний с оценочным значением и слов с отрицательными или положительными коннотациями довольно распространено в информационно-аналитических статьях, так как «полностью соответствует их функциональной задаче и позволяет эксплицитно выразить позицию автора по отношению к сообщаемому» [5, с. 134]. В анализируемых медиатекстах журналисты сравнивают двух генералов – отставного и вступившего в должность. Очевидно, что симпатии журналистов на стороне последнего. Например, в следующих отрывках генерал Петреус наделяется большим количеством положительных качеств. Так, командующий войсками в Афганистане обладает экстраординарными способностями, шармом, умом и сильным стремлением к успеху: *General Petraeus, 57, brings an extraordinary set of skills to his new job: a Boy Scouts charm, penetrating intelligence and a ferocious will to succeed*. Генерал легко общается с прессой и аудиторией, он умело проводит переговоры: *At ease with the press and the public, and an adept negotiator, General Petraeus will probably distinguish himself from his predecessor with the political skills that carried him through the most difficult months of the counteroffensive in Iraq known as the surge*. Все перечисленные качества выгодно отличают назначенного генерала от его предшественника. Здесь таится скрытая оценка генерала МакКристалла, ранее занимавшего этот пост. В обществе сложилось мнение о нем как о человеке с тяжелым характером, не обладающем политическим чутьем и не владеющем приемами политической борьбы.

Определенный интерес представляет сравнение генерала Петреуса с бойскаутом. Известно, что популярное в мире юношеское движение «скаутинг» занимается физическим, духовным и умственным развитием молодежи. Скауты живут, опираясь на три принципа: долг перед Богом, долг перед Родиной и окружающими и долг перед Собой. Сравнивая пятидесятилетнего генерала с бойскаутом, журналист, очевидно, подчеркивал юношескую веру в непоколебимость добра, веру в свои беспредельные

возможности и силы на пути к добру. Нельзя не понять намек и на хорошую физическую форму генерала, тем более что далее в статье можно найти этому подтверждение: *General Petraeus prides himself on his athletic prowess. While in Iraq, he usually ran five miles six days a week, often **besting the younger captains** he took along with him.*

Количество языковых манифестаций ценностной картины мира чрезвычайно велико, так как в языке содержится богатая информация о системе ценностей того или иного народа. Особая роль, по мнению Т. Г. Добросклонской, в этом плане принадлежит лексико-семантическому слою, в котором выражены смысловые и ценностные параметры модели мира, определены особенности видения мира тем или иным народом. «Именно в слове, в его структурных и лексико-фразеологических связях аккумулируются особенности мировосприятия, жизненных ценностей, исторического опыта и генетической памяти того или иного языкового коллектива» [5, с. 184]. Подтверждением сказанному можно найти в следующем отрывке, посвященном характеристике отставного генерала Стенли МакКристалла: *McChrystal, known for his Spartan habits, had asked for trouble when he broke «standing order No. 1: no drinking», referring to a booze-soaked evening at an Irish pub in Paris that was described in the article, during which he and some of his aides, unwound in the presence of a reporter.* Здесь отрицательный образ генерала формируется благодаря выражению **a booze-soaked**, имеющему значение «heavy drinker» (попойца) [6]. Данное выражение имеет помету «разговорный»; представляется, что выбор подобного словосочетания не случаен. Именно разговорные слова в информационно-аналитических текстах способствуют созданию более ярких образов. В результате военный предстает как пьяница, который расслабляется (unwound) в пабах перед журналистами. Кроме того, у читателя складывается мнение о МакКристалле как о лицемере, поскольку автор статьи не случайно упомянул, что генерал славится своими спартанскими привычками, в числе которых закон № 1 «нет алкоголю».

Тональность следующего фрагмента, в котором содержится сравнение двух генералов, определяется словосочетаниями с негативными коннотациями: *While his predecessor, General McChrystal, was on **icy terms** with the American ambassador here, Karl W. Eikenberry, General Petraeus forged a **tight bond** with his civilian counterpart during the Iraqi surge.* Отрицательное отношение автора к генералу МакКристаллу и положительное мнение о генерале Петреусе подчеркивается антитезой **icy terms – a tight bond**. В левой части противопоставления содержится прилагательное **icy**, имеющее отрицательный оценочный компонент (icy – intensely cold) [6], в правой части

антитезы прилагательное **tight** имеет сему «intimate, having a close personal or working relationship» [6].

Приведем еще несколько примеров, положительно характеризующих генерала Петреуса: *The president chose General Petraeus, a **media-savvy, ambitious officer**, instead of lesser-known figures who might have had more trouble stepping in to such a volatile situation.*

*He's certainly a **brilliant** military thinker...*

Убежденность автора статьи в правильном выборе президента США нового командующего вооруженными силами в Афганистане легко прослеживается в слове «certainly» или в придаточном предложении «who might have had more trouble stepping in». Указанное придаточное предложение содержит сравнение возможных кандидатов на пост с выбранным генералом в пользу последнего. Такие стратегии сравнения имеют ярко выраженный перлокутивный эффект, в результате чего читатель начинает верить, что выбор генерала Петреуса – это единственно правильное решение администрации Белого дома.

С выражением мнения и оценки в информационно-политических текстах связано также использование таких стилистических приемов, как метафора, ирония.

Представляя собой универсальный стилистический прием, основанный на употреблении слова в непрямом значении, метафора позволяет углубить содержание медиатекста с помощью ярких образов. В информационно-политических текстах метафоры несут большую смысловую нагрузку, соединяя в себе реализацию функции воздействия на уровне языка с реализацией интерпретационной функции массовой коммуникации. Метафора не только делает язык более экспрессивным, но и содержит имплицитно выраженную оценку, передавая отношение автора к сообщаемому. Так, в приводимом ниже отрывке ощущение общей положительной оценки создается тем, что высокое владение генералом Петреусом военным и политическим искусством сравнивается со способностью изменить природу, а именно повернуть волну в другую сторону. Это, несомненно, создает в сознании читателя образ сильного человека: *In Iraq, General Petraeus helped **turn the tide** not just by sending 30,000 more American troops into Baghdad, but also by fostering deals with insurgent leaders who had spent the previous four years killing Americans.*

Нельзя не отметить умело скрытую в данном контексте оценку Белому дому. Тонкое политическое чутье генерала, способного использовать сложные комбинации в достижении своей цели (*not just by ... but also by*), противопоставляется слишком простым решениям правительства США в борьбе с террористами. Фраза **sending 30,000 more American troops into Baghdad** содержит намек на веру американского президента в то, что повстанцев, которые в течение

четырёх лет убивали граждан США, легко можно уничтожить дополнительными войсками. Намек относится к способам имплицитного речевого воздействия. В толковых словарях слово «намек» толкуется как «слова (а также жест, поступок), предполагающие понимание по догадке». Иными словами, читатель должен сам прийти к каким-то выводам по неполным данным, по редуцированному способу языкового выражения содержания намека. «Эксплицитный комментарий автора текста превратил бы намек в обычное речевое высказывание, не несущее скрытого содержания, реализующего скрытую интенцию автора» [7, с. 207].

Стилистический прием иронии позволяет не только передать имплицитно выраженную оценку, но и реализовать функцию воздействия. Так, в следующем контексте автор медиатекста с помощью слова **quickly** иронизирует над поспешностью принятия решения Б. Обамой. Выбрав генерала Петреуса на пост командующего, американский президент стремится успокоить своих политических противников, которые критиковали его за нерешительность, проявленную в отношении компании «British Petroleum». Печально известная компания обвинялась в недавней экологической катастрофе с разливом нефти в Мексиканском заливе: *In taking that stand, and quickly installing Petraeus, Obama should quiet critics who have been mocking him for an allegedly timid approach to the BP oil spill in recent weeks.*

Тексты массовой информации способны влиять на систему оценок и формирование ценностей, т.е. оказывать формирующее идеологическое воздействие на массовую аудиторию. Анализ фактического материала показал, что в настоящее время в политической элите США культивируется такая ценность, как преданность Родине и народу, что отражается не в бездумном ведении войны, в которой гибнут граждане Америки, а в тщательно спланированных военных стратегиях и тактиках. Политик – это лицо страны. Его личное обаяние, умение общаться с окружающими людьми, здоровый образ жизни способствуют укреплению общечеловеческих ценностей, а

именно доброты и уважения друг к другу, жизнелюбия, внимательного отношения к своему здоровью.

Когнитивное освоение реальности во многом зависит от тех версий и интерпретаций, которые производятся и распространяются по каналам массовой коммуникации. Данное качество в большей степени присуще информационно-аналитическим медиатекстам, лингвистические особенности которых как в эксплицитной, так и в имплицитной формах помогают формировать этическую систему ценностей, где на вершине находятся понятия добра и зла, добродетели или порока.

ЛИТЕРАТУРА

1. Серебренникова Е. Ф. Аспекты аксиологического лингвистического анализа / Е. Ф. Серебренникова // Этносемиотика ценностных смыслов. – Иркутск : ИГЛУ, 2008. – С. 8–62.
2. Вешнинский Ю. Г. Аксиология культурного пространства-времени (в границах постсоветского культурного пространства) / Ю. Г. Вешнинский // Мир психологии. – 2005. – № 4. – С. 226–235.
3. Папина А. Ф. Текст : его единицы и глобальные категории / А. Ф. Папина. – М. : Едиториал УРСС, 2002.
4. Батра Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра, Дж. Майерс, Д. А. Аакер. – М. : Вильямс, 1999.
5. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005.
6. AVBY Linguo 12. Английская версия [Электронный ресурс]. – М., 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
7. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста : теория и практика / А. Н. Баранов. – М. : Флинта : Наука, 2003.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

1. The New York Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nytimes.com>
2. Time [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.time.com>

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет

Шушарина Г. А., доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

E-mail: sshusharin@kmscom.ru, lmk@initkms.ru

Тел.: 8-914-185-78-82

Komsomolsk-on-Amur State Technical University
Shusharina G. A., Associate Professor of the Linguistic and Intercultural Communication Department

E-mail: sshusharin@kmscom.ru, lmk@initkms.ru

Tel.: 8-914-185-78-82