

УДК 81:322:81:42

Г.С. Абдикеримова

магистрант I курса Казахского государственного женского педагогического
университета, г. Алматы, Казахстан
E-mail: Agb-06@mail.ru

Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации

В статье рассматривается доминирующая роль средств массовой информации, которая современному человеку непосредственно представляет реальность в собственной интерпретации. Таким образом, информационная модель мироздания становится главным ориентиром в выработывании основы картины мира индивидом. Автор акцентирует внимание на такое основное свойство газетно-публицистической речи, как оценка и оценочность, которое создает стилиобразующую функцию, необходимую для газетного дискурса.

Ключевые слова: языковые изменения, языковая картина мира, категория оценочности, аксиологическая оценка, интеллектуальная или рационалистическая оценка, сублимированные или абсолютные оценки, речевые стереотипы.

G.S. Abdikerimova

Category of estimation as making the world pictures in mass medias

The article deals with the main role of mass media information, which for a modern person images in reality of his personal interpretation.

Therefore, the informational model of world formation becomes the major direction in creating the image of the world by individual.

The author underlines the attention for the main way of newspaper – published speech, as a value criteria, which forms necessary style formation function for newspaper discourse.

Keywords: language changes, language picture of the world, category of estimation, axiological assessment, intellectual or rationalistic assessment, sublimated or absolute estimates, speech stereotypes.

Г.С. Абдикеримова

Сарапшылықтың санаты сияқты жасаушы әлемнің суреттерінің бұқаралық ақпараттың ақы-пұлдарында

Мақалада автор қазіргі замандағы бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдағы рөлі туралы айта келе, БАҚ стиліне тән бағалау функциясының газет дискурсында алатын ерекше орнына тоқталады. Заманауи бұқаралық ақпарат құралдарында жасалынып отырған әлемнің тілдік бейнесінің жеке адам өміріндегі, оның қоғамдық – саяси көзқарастарының қалыптасуына ықпалы зор. Бағалау категориясы газет публицистикасындағы әлемнің тілдік бейнесінің айқындаушы құрамдас бөлігі болып табылады.

Түйін сөздер: тілдік өзгерістер, әлемнің тілдік бейнесі, бағалау категориясы, аксиологиялық бағалау, интеллектуалды және рационалды бағалау, сублимационанған немесе абсолютті бағалау, тілдік стереотиптер.

Глобальные изменения экономической, политической и социальной жизни, трансформируют политические и экономические цели, религиозные нормы и семейные ценности, а эти изменения, в свою очередь, влияют на темпы экономического роста, на стратегические установки политических партий и на перспективы для демократических институтов. Все эти перемены в жизни общества отражаются на языке средств массовой информации, которые позволяют получить доступ к любым идеям, взглядам, ценностям. Каждая личность выби-

рает их по своему усмотрению и строит в соответствии с ними свое поведение. В современном мире учеными пересматриваются кардинальные научные концепции, расширяются границы познания. Эти изменения в науке и в обществе, способствуют прогрессу во всех областях социальной жизни.

Как известно, основной функцией языка является передача информации, также язык служит инструментом воздействия на личность, влияет на формирование и изменения ее взглядов в конструктивную или в деструктив-

ную сторону. О роли языка В.Фон Гумбольдт писал: «Язык – орган, образующий мысль, следовательно, в становлении человеческой личности, в образовании у нее системы понятий, в присвоении ей накопленного поколения опыта языку принадлежит ведущая роль» [1, с. 78]. Языковые изменения, обусловленные социальными факторами, переменами в общественно-политической жизни страны, отражают специфику изменений в казахстанском обществе, где наряду с известными мировыми тенденциями значительного сокращения объемов чтения художественной и поэтической литературы замещается текстами, передаваемыми различными СМИ, в том числе публицистическими материалами газет. Данная доминирующая позиция, отодвинув художественную литературу на второй план, способствует средствам массовой коммуникации стать одним из важнейших общественных институтов, оказывающих, в основном посредством языка, влияние на формирование взглядов, представлений общества, служить инструментом воздействия на социальные, экономические, культурные стороны жизни личности и общества. Так, СМИ влияет на качество публичного дискурса общества, на создание картины мира, информируя и оценивая, выстраивает иерархию его ценностей. Тем не менее, в таком бурном потоке информации ориентация современного человека в мире имеет свои трудности. Как отмечает Почепцов Г.Г.: «Создавший мифологическую картину мира древний человек ощущал себя частью большого Космоса, Космос был в нем и он – в Космосе. Средневековый человек верил в мир, сотворенный Богом, и себя видел частью этого творения. Современный человек знает, что мир огромен, бесконечен (вширь и вглубь) и характеризуется нескончаемым разнообразием форм и видов, среди которых существует и он – человек» [2, с. 24]. Такое разнообразие окружающего мира люди всегда стремились свести к системе доступной для понимания. Единым обобщением для индивида является картина мира. На современном этапе развития научного познания, который характеризуется интеграцией наук, междисциплинарностью, каждая область познания вырабатывает собственные картины мира. Все эти парадигмы философы пытаются репрезентировать через общую научную картину мира.

С интенсивностью развития технических средств массовой коммуникации информация стала представать перед человеком в самом

разном потоке, в разном обличье. Человеческое сознание, воспринимая и интерпретируя фрагменты объективной и субъективной действительности, фиксирует их признаки, свойства, связи и отношения, которые моделируются массовыми информационными сообщениями. Средства массовой информации имеют большое влияние на современного человека: заполняют его досуг, информируют о состоянии мира, воспитывают, развлекают, обучают его, а также достаточно сильно воздействуют на духовные ценности, на весь строй мышления людей, на стиль мировосприятия, на тип культуры современности. Таким образом, современный мир, которому стали присущи высокая степень информационного взрыва, появление различных теорий информации, общей теории систем, кибернетики, стал осознавать значительность роли информационных процессов. Такое осознание доминирующей роли средств массовой информации позволило некоторым ученым утверждать, что современный человек представляет реальность преимущественно через СМИ. Концепция информационной модели мироздания становится главным ориентиром в выработке основы картины мира индивидом. Исследователи отмечают, что «русская культура перестала быть литературоцентричной и перешла в разряд культуры медиационной. СМИ – это наиболее влиятельная сфера бытования современной культуры. Они формируют в сознании адресата собственную картину мира, или медиакартину мира» [3]. Мы полагаем, что данное высказывание является актуальным и имеет параллели с реалиями современного состояния казахстанского общества.

При помощи средств массовой информации язык позволяет управлять восприятием обществом объектов и ситуаций, интегрируя их в нужном для адресанта направлении. Индивидуальное начало, присущее современному постмодернизму, в СМИ порождает тенденцию усиления личностного и диалогического начала адресанта, наблюдающего, размышляющего, оценивающего. Характер социальной оценки зависит от редакционной политики и стилистических устремлений автора. Как известно, публицистическое произведение субъективно, где автор обладает своим мировоззрением, опытом, мыслями, чувствами, его мнение несет на себе отпечаток его субъективных представлений. Он говорит от своего имени, выражает свои чувства, отражает свои приоритеты или своего коллектива, который, к тому же, обладает опре-

деленным национальным характером и сознанием. Автор свое мнение может передать сухим перечислением фактов или речью полной пафоса и патетики, добиваясь при этом доверия своего читателя. При помощи специальной лексики, в языке отражаются религиозно-мифологическая, философская, научная, художественная, публицистическая картина мира. По В. фон Гумбольдту, язык оказывает огромное влияние на формирование системы понятий и системы ценностей общества и его членов. Данные функции языка и способы образования понятий с его помощью являются общими для всех языков. Также они различаются своеобразием духовного облика народов - носителей языков, но главное несходство языков между собой состоит в форме самого языка, «в способах выражения мыслей и чувств» [4, с. 174]. Каждый индивид обладает своим собственным видением мира в бесконечно разнообразном мире, который отличается уникальным опытом, традициями, ценностями, убеждениями того или иного народа. Его картина мира имеет много общего с картиной мира носителей этой культуры, того же языка, с которым он себя идентифицирует, считает родным, в его сознании формируется понятийная, логическая и языковая картины мира. Так, носитель языка свои взаимоотношения с миром, важнейшие условия своего существования в этом мире, определяет и строит, воспринимая мир сквозь призму своей культуры и через фильтр своих сенсорных впечатлений, рациональных знаний и через собственный опыт вносит в эту динамику новые детали и краски. В своих дальнейших трудах ученый отмечал, что «различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия» [1, с. 324]. Индивид осваивает язык так же, как и всю окружающую его действительность.

Таким образом, при процессе мышления и восприятия человеком осуществляется оценивание - одна из основных функций сознания, важнейшая сторона интеллектуальной деятельности. Категория оценки является одной из составляющих языковой картины мира, в которой проявляются общие законы мышления и познания мира. Человеческие оценочные отношения и деятельность стали основой аксиологии как отрасли философской науки. Выражение субъективного отношения человека к объектам действительности - системы ценностей общества и личности, привело к осознанию лингвистами оценки как самостоятельной

категории языка. Оценка рассматривается в лингвистике достаточно широко и выступает одним из аспектов изучения лингвистической прагматики, как обладающей собственными семантическими и формально-репрезентационными особенностями, объективированной в единицах языка. Так, интенциональность коммуникации в СМИ, как целевое, мотивированное действие, реализуется посредством экспрессивности и оценочности медийного дискурса. Информационная и воздействующая функция СМИ, создается сочетанием экспрессии и стандарта. По словам В.В.Виноградова: «Экспрессивные формы речи не только отражают субъективно-характеристическую и идейную оценку, а также выражают стиль личности, социальной группы» [5, с. 247]. Как отметил В.Г.Костомаров, «выбор того или иного слова в публицистике – отнюдь не простое формальное решение; от того, какое слово выбирает журналист для обозначения определенной вещи, очень часто зависит его решение в пользу того или иного нюанса высказывания эмоционального характера» [6, с. 69]. Основным свойством газетно-публицистической речи является оценка и оценочность, именно «публицистичность несет в себе оценочность, страстность, особую эмоциональность. Острота высказывания, полемичность, открытая, прямая оценочность – черты, присущие не только публицистическим жанрам, но здесь они являются стилиобразующими, без них не может быть публицистического произведения» [7, с. 90]. Оценочный фрагмент в публицистическом тексте отличается богатой палитрой разноуровневых средств выражения в языке. Оценка может быть выражена интонацией, также графическими, словообразовательными, лексическими и синтаксическими средствами. Посредством оценки может быть достигнуто «сотрудничество в разговоре» [8, с. 169-237], что в свою очередь придает убедительность речи говорящего в глазах собеседника, аргументированности его доводов, необходимых для газетного дискурса, для поддержания интереса читателя.

В процессе познания человеком окружающей действительности роль оценки велика. Проявляя когнитивный интерес, индивид постоянно оценивает окружающий мир и свои возможности, результаты своих действий. С переходом современной лингвистической науки на антропологическую парадигму исследования, категория оценки объектов и явлений действительности в лингвистике занимает одно

из центральных мест. Оценка является логико-семантической категорией. Она связана с картиной мира оценивающего, его мироощущением, личным мнением и вкусом. Выражение отношения, к какому – либо объекту, зависит и от позиций коллектива, от его идеологических установок и «в основе интерпретации оценки всегда лежат принятые данным социумом нормы» [9, с. 6].

Предикативная оценка объекта речи содержит информацию, позволяющую соотносить его с представлением автора, его восприятием через фильтр своих сенсорных впечатлений и психологических составляющих, то есть реакции человека на объекты и явления окружающего мира. Рациональные знания, которые исходят из его опыта практической деятельности, куда относятся его представления о нравственном и безнравственном, разумном и неразумном, красивом и некрасивом, то есть предполагающие определенное осмысление объектов в плане их соответствия установленному стандарту или норме, которые могут иметь этический, правовой, эстетический, интеллектуальный, нормативный, функционально-практический и тому подобный характер, заложены в основу оценки автора речи. По функциональности семантики оценки подразделяют на:

1) аксиологическую, связанную с ценностным аспектом языкового выражения, где оценочная квалификация выражается эксплицитно и базируется на противопоставлении признаков «хорошо – плохо»;

2) интеллектуальную или рационалистическую, основанную на результатах опытов от практической деятельности человека;

3) сублимированные, или абсолютные, оценки, основанные на синтезе сенсорных и психологических составляющих [10, с. 42] и т.д.

Как отмечалось выше, социальная оценка является неотъемлемым компонентом газетного текста, где интерпретируется аксиологическая версия фрагментов социальной жизни.

На сегодняшний день газета как одно из средств массовой информации функционирует в качестве социального посредника, устанавливающего информационный контакт в обществе, возможность связи между структурой этого общества. Несмотря на нарушение монополии газеты, с появлением других оперативных средств передачи и получения информации, нередко, в силу многих субъективных причин, газета остается незаменимым источником информации для многих миллионов людей нашей

страны. Газета их оповещает о разных существующих взглядах, позициях в стране, в мире, имеет огромное значение как один из важнейших инструментов управления обществом. Во-первых, газета как средство передачи гражданам управленческой информации – в виде законов, указов, постановлений и т.д., служит для государственных, властных органов эффективным средством управления обществом. Во-вторых, газета, в системе СМИ осуществляет обратную связь между властью и народом, способствуя обнародованию запросов, предложениям и рекомендации граждан к властным структурам. Таким образом, газета – старейшее средство массовой информации выражает общественное мнение, влияет на реальную власть и является инструментом, которым пользуются общество и государство. Остальные социальные институты, как политические, экономические, научные, образовательные, правоохранительные и т.д., тесно взаимосвязаны с газетой как с другими СМИ, которые их обслуживают в информационном плане.

Так, в газетном тексте при отборе и классификации разной информации: фактов и явлений действительности, в их описании под определенным углом зрения журналиста или редакции, оценочность реализуется в специфических лингвистических средствах. Преднамеренная выразительность, экспрессивность высказываний, **открытая**, иногда **скрытая** оценочность речи публициста, часто выступает в качестве мощного фактора речевого воздействия, направленного на формирование общественного мнения в отношении какого-либо факта, события или субъекта. Стереотипные морально-этические представления, принятые в том или ином обществе, выступают в качестве критериев этой оценки. Картина мира описывает реальность в понимании человека и позволяет действовать согласно правилам, которые в нее заложены индивидом, таким образом, он воспринимает и осознает мир, посредством органов чувств, «пропустив их через свое сознание, осмыслив результаты этого восприятия, он передает их другим членам своего речевого коллектива с помощью языка. Иначе говоря, между реальностью и языком стоит мышление» [11, с. 40]. По мнению Вайсгербера, человеческое представление о мире заключено в некотором «посредствующем мире мышления» и языка, которые находятся между человеком и действительностью. Он пишет, что «родной язык создает основу для общения в виде вы-

работки сходного у всех его носителей образа мышления. Причем и представление о мире, и образ мышления – результаты идущего в языке постоянно процесса мирозидания, познания мира специфическими средствами данного языка в данном языковом сообществе» [12]. Так, на уровне обобщения неких основных признаков у индивида формируется понятие, которое представляет собой абстракцию. Система ценностей народов, сформированных от условий жизни, от исторических предпосылок, географии, различии общественного сознания, обуславливают путь от реального мира к понятию и далее к словесному выражению, таким образом, языковая картина мира отражает не только проекцию реального мира, но и систему ценностей человека. Непрерывно взаимодействуя с культурой и мышлением, язык развивает систему ценностей, мораль, поведение, отношение к людям, что способствует формированию носителя языка как личности, принадлежащую к данному социокультурному сообществу. Язык, мышление и культура между собой тесно взаимосвязаны. Они представляют собой единое целое, соотносятся с реальным миром, так как язык «отражает действительность не прямо, а через два зигзага: от реального мира к мышлению и от мышления к языку» [11, с. 40].

Современная тенденция к антропоцентричности диктует свои условия: помимо сообщения, в газетном дискурсе, коммуникативный процесс находится в динамике, что ведет к открытости для прямого социального воздействия. В газетном дискурсе в «приписывании» положительных или отрицательных свойств объекту речи, политическому или социальному, занимает важное место не только аксиологическая природа оценки, но и рациональный и эмоциональный факторы, влияющие на её выбор субъектом при оценивании того или иного объекта. По данному вопросу представляется интересным мнение академика Б.В. Раушенбаха о сочетании рационального и иррационального в познании человека, он выделяет, что: «внелогическое знание старше логического. Его невозможно постичь, основываясь на рациональной логике. Механизма его действия мы не знаем. Оно приобретается как бы помимо науки... Логическое знание занимается частностями, оно ограниченное, хотя и является мощным инструментом. А мир в целом воспринимает внелогическая часть человеческого духа. Поэтому следует развивать в себе тот и другой способ познания. Восприятие мира должно

быть целостным» [13, с. 23]. Следовательно, данная «целостность» составляет фундамент объективности оценки в речи.

Важно отметить, что в современной публицистике диалектическое сочетание социального и индивидуального в оценке связано с журналистом как «человеком социальным» и как с «человеком частным». Свойства объекта внеязыковой действительности, отражены в сознании человека и фиксированы в значении языкового знака. Это значение носит объективный характер, имеет решающее значение для понимания субъективной оценки, так слово отражает не сам предмет реальности, а то его видение, которое навязано индивиду – носителю языка его культурой, имеющимся в его сознании представлением, понятием об этом предмете. Сознание человека является результатом коллективного и индивидуального опыта. Образ жизни, традиции, обычаи коллектива и его личное специфическое восприятие мира, свойственное ему составляют данный синтез. Журналист выражает отношение к социальным вопросам и социальную позицию по вопросам частного характера, часто присущим определённому социуму и определённой эпохе и т.д., и у каждого индивида каждой конкретно-исторической эпохи, «имеется своя собственная картина мира, единственная и неповторимая, как все живое» [14, с. 58]. Известно, что интерпретация действительности в сознании человека отличается динамичностью, изменяемостью, следовательно, и рамки языковых репрезентаций оценочности оказываются подвижными, зависимыми от социокультурных условий, опосредованно формирующих картину мира в средствах массовой информации. Тем не менее, «картина мира есть исходный элемент мировоззрения человека, а не только его мировидения. При разворачивании своего содержания она опирается во многом на принцип ценностной ориентированности, который выступает в ней как главный принцип иерархизации предметов» [15, с. 30]. Таким образом, формирование оценочного смысла при коммуникативном взаимодействии обусловлено, во-первых, стереотипными представлениями и особенностями национального склада мышления, имеющимися у каждой нации, во-вторых, внутренним миром и предпочтениями коммуникантов. Оценка всегда связана с мнением говорящего, который исходит из того инварианта бытия, который ему доступен в данный момент, и с нормами, принятыми в этом обществе.

Литература

- 1 Гумбольд В. Фон. Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985.
- 2 Почепцов Г.Г. История русской семиотики до и после 1917 г. М., 1998. С. 24.
- 3 МЕДИАДИСКУРС В ФОКУСЕ НЕОРИТОРИКИ/ Журналистика и медиаобразование-2010 Сборник трудов IV международной научно-практической конференции Белгород, 22-24 сентября 2010 года Белгород 2010. И.В. Анненкова <http://edu.znate.ru/docs/116/index-5633.html>
- 4 Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию [Текст] / В. фон Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1985.
- 5 Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. – М.: Высшая школа, 1981. – 320с.
- 6 Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
- 7 Валгина Н.С. Функциональные стили русского языка М.: МГУП, 2003. 193с.
- 8 Грайс Г.П. Логика и речевое общение// Новое в зарубежной лингвистике. Вып.ХVI. Лингвистическая грамматика. М.: Прогресс, 1985 –С.169-237. 1985. 222 с.
- 9 Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. М.: Наука, 1985.-228с.
- 10 Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
- 11 Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000.
- 12 Вайсгербер Й.Л. Язык и философия. // Вопросы языкознания, 1993. №2., с. 111-111
- 13 Раушенбах Б.В. Пристрастие. - М.: Издательство "Аграф", 1997. - 432 с
- 14 Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. - М.: Наука, 1988. - с. 8-69.
- 15 Дьяконов И. М. Введение // Мифология древнего мира. М., 1977.

References

- 1 Gumbol'd V. Fon. Yazyk i filosofiya kul'tury. M.: Progress, 1985.
- 2 Pocheptsov G.G. Istoriya russkoy semiotiki do i posle 1917 g. M., 1998. S. 24.
- 3 MEDIADISKURS V FOKUSE NEORITRIKI/ Zhurnalistika i mediaobrazovanie-2010 Sbornik trudov IV mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii Belgorod, 22-24 sentyabrya 2010 goda Belgorod 2010. I.V. Annenkova <http://edu.znate.ru/docs/116/index-5633.html>
- 4 Gumbol'dt V. fon. Izbrannye trudy po yazykoznaniiu [Tekst] / V. fon Gumbol'dt. – M.: Progress, 1985.
- 5 Vinogradov V.V. Problemy russkoy stilistiki. – M.: Vysshaya shkola, 1981. – 320s.
- 6 Kostomarov V.G. Russkiy yazyk na gazetnoy polose. M., 1971.
- 7 Valgina N.S. Funktsional'nye stili russkogo yazyka M.: MGUP, 2003. 193s.
- 8 Grays G.P. Logika i rechevoe obschenie// Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Vyp.XVI. Lingvisticheskaya grammatika. M.: Progress, 1985 –S.169-237. 1985. 222 s.
- 9 Vol'f E.M. Funktsional'naya semantika otsenki / E.M. Vol'f. M.: Nauka, 1985.-228s.
- 10 Arutyunova N.D. Tipy yazykovykh znacheniy: Otsenka. Sobytie. Fakt. – M.: Nauka, 1988. – 341 s.
- 11 Ter-Minasova S. G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. – M.: Slovo, 2000.
- 12 Vaysgerber Y.L. Yazyk i filosofiya. // Voprosy yazykoznaniiya, 1993. №2., s. 111-111
- 13 Raushenbah B.V. Pristrastie. - M.: Izdatel'stvo "Agraf", 1997. - 432 s
- 14 Postovalova V.I. Kartina mira v zhiznedeyatel'nosti cheloveka // Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke: Yazyk i kartina mira. - M.: Nauka, 1988. - s. 8-69.
- 15 D'yakonov I. M. Vvedenie // Mifologiya drevnego mira. M., 1977.