

Шушарина Г. А.
G. A. Shusharina

ЭКСПЛИКАЦИЯ АВТОРСКОЙ ОЦЕНКИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ «TIME» и «THE NEW-YORK TIMES»)

EXPLICATION OF THE AUTHOR'S JUDGEMENT AND EVALUATION IN MASS MEDIA («TIME» AND «THE NEW-YORK TIMES»)



Шушарина Галина Алексеевна – кандидат филологических наук, зав. кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, д. 9, кв. 57. E-mail: sshusharin@kmscom.ru.
Ms. Galina A. Shusharina – PhD in Philology, Head of the Department of Linguistics and Intercultural Communication, Komsomolsk-on-Amur Technical University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); Komsomolsk-on-Amur, pr. Lenina 9 - 57. E-mail: sshusharin@kmscom.ru

Аннотация. В статье рассматриваются основные способы экспликации авторской оценки конфликта в генералитете США. Материалом исследования послужили авторитетные информационные источники. В результате анализа установлено, что авторы статей широко используют такие средства выражения оценки, как игра слов, образные средства языка и др.

Summary. The article deals with the most frequently used ways of expressing journalists' judgments or evaluations concerning the infamous conflict in the US generalship. The analysis is based on the reports published in popular mass media resources such as 'Time' and 'The New-York Times'. It was revealed that the journalists use play on words, tropes and other means to evaluate the above-mentioned conflict.

Ключевые слова: оценка, кредитность оценки, ирония, метафора, дискурсивное образование.

Key words: judgment, evaluation, credibility of evaluation, irony, metaphor, discourse formation.

УДК 81 (075)

В настоящее время выделяют три главных параметра современной лингвистики, к которым относятся экспансионизм, антропоцентризм и экспланаторность. Ученые в конкретных исследованиях тех или иных аспектов языка сознательно или интуитивно следуют указанным установкам. Так, экспансионизм (стремление как можно больше расширить область исследования) характеризует лингвистику как междисциплинарную науку. Экспансионизм обнаруживается в признании того, что для адекватного познания языка необходимы выходы в другие науки: философию, психологию, культурологию, эстетику и др. В силу этого экспансионизм тесно связан с такой характеристикой современной лингвистики, как экспланаторность, которая заключается в стремлении найти каждому языковому явлению разумное объяснение [6, 14]. Подобные параметры были бы невозможны и непродуктивны, если бы научные дисциплины не объединяла глубинная основа – общий человеческий фактор. Антропоцентризм – это веяние нового времени, осознавшего, что вопросы, которые ставятся перед человеком в любой сфере жизнедеятельности, не имеют ответов, если искать их в стороне, отвернувшись от самого человека.

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» [9, 8]. Указанные феномены имеют глубинное оценочное измерение, исходя

Шушарина Г. А.

ЭКСПЛИКАЦИЯ АВТОРСКОЙ ОЦЕНКИ

(НА МАТЕРИАЛЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ «TIME» и «THE NEW-YORK TIMES»)

из их «человеческого» происхождения и порождения» [9, 8]. На протяжении жизни человек находится в вечном поиске доказательств соответствия своих потребностей тем ценностям, которые приняты в обществе.

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 [9]. 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» [9, 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» [9, 20].

Для лингвистической аксиологии представляется необходимым рассмотреть понятие «оценивание», под которым понимается освоение мира *homo verbo agens* «как его, присвоение и усвоение, т.е. такое вписывание, введение, подведение, вхождение воспринимаемого / осознаваемого в «сетку» опыта субъекта и его «жизненное пространство», которое неотвратимо влечет за собой его интерпретацию по шкале значимости в Я-системе человека» [9, 42]. Проявленным актом оценивания является некоторая оценка, феноменология которой определяется дискурсом и в дискурсе.

По мнению Н. Я. Арутюновой, аксиологические значения представлены в языке двумя основными типами: «общеоценочным и частнооценочным» [1, 198]. Первая группа представлена прилагательными «хороший» и «плохой» и их синонимами с разными стилистическими и экспрессивными оттенками. Во вторую группу входят значения, дающие оценку одному из аспектов объекта с определенной точки зрения. Группа частнооценочных значений обширна и разнообразна, поскольку включает несколько подгрупп оценок. В первую подгруппу входят сенсорно-вкусовые и психологические оценки. Они ориентируют человека в природной и социальной среде, способствуя достижению комфортности. Такие оценки обычно не мотивированы, они проистекают из того ощущения, которое испытывает человек, иногда даже помимо своей воли. Ко второй группе относятся эстетические и этические оценки. Указанные оценки «составляют ядро духовного начала человека» [1, 199]. Эстетические и этические оценки во многом архетипичны. Они «уже не осознаются носителями языка ... их можно обнаружить при изучении картины мира (например, «чужой - плохо», «свет - хорошо» и т.п.)» [8, 14]. Третью группу образуют утилитарные, нормативные и телеологические оценки. Данные три разряда связаны с практической деятельностью человека.

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» [7, 267].

Исследователи говорят о возможности прямого или косвенного выражения оценочного отношения [9, 53]. Прямая оценка может быть выражена аксиологическими терминами, словами – операторами оценочного отношения, предикатами (хвалить, любить, ненавидеть и др.), словами – квалификаторами оценочного отношения, инвективными и аффективными, языковыми средствами номинации, идиоматическими оборотами с оценочной номинацией. Кроме того, к явной форме выражения оценочного суждения можно отнести контекстуальные дефиниции ценностных понятий или аргументирования такой дефиниции, контексты



обобщения некоторого опыта или явного формулирования кредо говорящего, контекст воззвания к безусловным ценностям путем экземплификации ценности в конкретном примере, контекст поучения, побуждения и призыва. В случае с прямым (эксплицитным) оцениванием оценка может входить в сигнификат значения. В этом случае значение репрезентирует оценочный концепт. Оценка может входить в коннотативную зону значения, в которой отражаются оценочные стереотипы денотата [8, 33].

Выделение косвенной оценки основано на том, что «любое слово, сопряженное с каким-либо устоявшимся стандартом, способно вводить неявную оценку» [9, 53]. Реализация не прямой оценки осуществляется посредством метафор, метонимии, сравнения, иронии, повторов, цитаций, аллюзий, аллегорий, «основанных на концептуальном механизме ментальной отсылки к уже осмысленному, существующему в опыте и памяти и позволяющего тем самым реализацию оценочного отношения» [9, 56].

Важнейшим свойством ценности является ее субъективный характер. Поэтому необходимо особо остановиться на понятии субъективного и объективного. Субъективное трактуется как «обозначение уникального и свободного бытия, каким обладает только человек» [4, 25]. Объективное – «типично, инертно, акцидентально по отношению к человеку» [4, 25]. Объективный параметр отражает «определенную конвенциональность системы ценностей, выработанной предыдущим опытом коллектива и народа в целом, а также предъявляемость данной системы в процессе социологизации личности. Субъективный параметр исходит из того факта, что всякое аксиологическое отношение в реальности устанавливается конкретным субъектом в конкретных условиях жизни, что отражается в различных дискурсивных образованиях» [3, 186]. В настоящей работе таким дискурсивным образованием выступают статьи на политическую тему, в которых конкретный субъект (журналист) оценивает в определенной ситуации предмет или явление, соотнося его «не с неким универсальным абсолютным воплощением моральных, социальных или эстетических ценностей, а, прежде всего, со своим собственным, более или менее совпадающим с общим пониманием ценностей, в частности, моральных, социальных или эстетических и др.» [3, 187].

Установлено, что наибольшее потенциальное воздействие на адресата, получающего информацию, оказывают авторитетные источники информации, к которым относятся знатоки-эксперты, а также те, кто предъявляет убедительные аргументы [5, 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 года скандал в генералитете США вызвал большой резонанс в американской прессе, которая не могла не дать оценку отставке генерала Стенли МакКристалла (Стэнли Маккристал). Рассмотрим более подробно сущностные смыслы аксиологических аспектов статей, посвященных событиям в вооруженных силах США.

Проанализированный медиаматериал на английском языке показал, что во всех статьях обсуждаются три топика. Первый топик посвящен характеристике личности самого виновника событий генерала Стенли МакКристалла и той политической линии, которую он проводил в войне в Афганистане. Второй топик касается преемника МакКристалла, которым стал генерал Петреус. В заключительной части каждой статьи анализируется политика, осуществляемая Б. Обамой. Следует указать на варьирование топиков по протяженности в структуре каждой статьи. Так, по объему представленной информации первый топик является самым кратким, тогда как второй и особенно третий топик – достаточно развернутые. На наш взгляд, это показатель имплицитной оценки того, что действительно волнует граждан США в лице журналистов – авторов анализируемых статей. Отставка печально известного генерала – это лишь повод для очередной критики действующего президента страны.

Шушарина Г. А.

ЭКСПЛИКАЦИЯ АВТОРСКОЙ ОЦЕНКИ

(НА МАТЕРИАЛЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ «TIME» и «THE NEW-YORK TIMES»)

Рассматриваемые в данной статье тексты относятся к информационно-аналитическим текстам и представляют собой расширенный вариант новостного текста, отличаясь от последнего наличием не только сообщающей, 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, 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.

В качестве иллюстрации вышеизложенной мысли Т. Г. Добросклонская предлагает информационную цепочку, состоящую из следующих звеньев (рис. 1) [5, 123].



Рис. 1. Информационная цепочка

Информационная цепочка представляет собой замкнутую окружность, поскольку каждое из звеньев играет важную роль, при этом все звенья влияют друг на друга.

Для нас особый интерес представляет интерпретация событий, так как именно на этом этапе события и персонажи, излагаемые в новостях, получают дальнейшее освещение, анализируются, обрастают мнениями и оценками, приобретая определенную идеологическую модальность. По мнению Т. Г. Добросклонской, «с помощью категории идеологической модальности из широкого спектра оценочных отношений выделяются те, которые строятся на основе определенных политических взглядов и идеологических ценностей» [5, 133].

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» [3, 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 (an extraordinary set of skills), шармом (charm), умом и сильным стремлением к успеху (intelligence and a ferocious will to succeed): *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 (*At ease with the press and the public*), 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. Сравняя 57-летнего 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, 184]. Подтверждение 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*, имеющего значение «heavy drinker» (попойца) [10]. 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 перед журналистами военный предстает как пьяница, который расслабляется (*unwound*) в пабах. 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*) [10], в правой части антитезы прилагательное *tight* имеет сему “intimate, having a close personal or working relationship” [10].

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*

Шушарина Г. А.

ЭКСПЛИКАЦИЯ АВТОРСКОЙ ОЦЕНКИ

(НА МАТЕРИАЛЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ «TIME» и «THE NEW-YORK TIMES»)

Убежденность автора статьи в правильном выборе президентом 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 перлюктивный 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 такого стилистического приема, как метафора.

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 функцией массовой коммуникации. Метафора делает язык не только 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 четырех лет убивали граждан США, легко можно уничтожить дополнительными войсками. Намек относится к способам имплицитного речевого воздействия. В толковых словарях слово «намек» определяется 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» [2, 207].

Интересен также еще один пример, связанный с выражением отношения автора к президенту. Так, иронизируя по поводу военной стратегии, проводимой в Афганистане, автор использует усилительную конструкцию с наречием *indirectly*, которое, согласно словарной статье, определяется как «*not in frank way*» [10]. Коммуникативная стратегия цитирования слов известных людей, в данном случае президента страны, основана на желании придать тексту убедительности. Интересно, что после цитаты автор медиатекста подчеркивает, что такие же слова президент уже произносил семь месяцев назад: *Mr. Obama admitted as much indirectly on Wednesday in the Rose Garden when he said: “We have a clear goal. We are going to break the Taliban’s momentum”. They were the same words he used seven months ago at West Point in announcing the surge.*

Негативная оценка действиям американских властей прочитывается в следующем отрывке: *At the moment, every aspect of the war in Afghanistan is going badly: the military’s campaign in the strategic city of Kandahar has met widespread resistance from the Afghan public; president Hamid Karzai is proving erratic and unpredictable; and the Taliban are resisting more tenaciously than ever.* Здесь гипербола, скрытая в словосочетании *every aspect of the war*, подчеркивает провал всех направлений американской политики в Афганистане, в результате которой военная кампания США встретила масштабное сопротивление жителей Афганистана и



небывалую жестокость талибов. Провальная война, проводимая предшественниками генерала Петреуса, оценивается и далее по тексту: *In Iraq, General Petraeus was called in to reverse a failed strategy put in place by previous commanders.*

Тексты массовой информации способны влиять на систему оценок и формирование общественного мнения, т.е. оказывать формирующее идеологическое воздействие на массовую аудиторию. 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 создавать устойчивые образы, содержащие позитивный или негативный оценочный компонент.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова, Н. Я. Язык и мир человека / Н.Я. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999.
2. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика / А. Н. Баранов. – М.: Флинта; Наука, 2003.
3. Викулова, Л. Г. Аксиологические аспекты авторского и издательского предисловий (семиотрический подход) / Л. Г. Викулова, И. В. Чернигова // Этносемиотрия ценностных смыслов. – Иркутск: ИГЛУ, 2008. – С. 186-232.
4. Воробец, Л. В. Аксиология массовой культуры / Л. В. Воробец, И. И. Докучаев. – Комсомольск-на-Амуре: ГОУВПО «КНАГТУ», 2008.
5. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005.
6. Кубрякова, Е. С. Парадигмы научного знания в лингвистике и ее современный статус / Е. С. Кубрякова // Серия литературы и языка. – 1994. – Т. 53. – № 2. – С. 3-15.
7. Папина, А. Ф. Текст: его единицы и глобальные категории / А. Ф. Папина. – М.: Едиториал УРСС, 2002.
8. Сергеева, Л. А. Проблемы оценочной семантики / Л. А. Сергеева. – М.: Изд-во МГОУ, 2003.
9. Серебренникова, Е. Ф. Аспекты аксиологического лингвистического анализа / Е. Ф. Серебренникова // Этносемиотрия ценностных смыслов. – Иркутск: ИГЛУ, 2008. – С. 8-62.
10. AVBY Linguo 12. Английская версия [Электронный ресурс]. – М., 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ

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