

Кузьмина Елена Анатольевна

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЗНАНИЙ ОЦЕНОЧНОГО ХАРАКТЕРА В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЫ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2011/11/56.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2011. № 11 (54). С. 161-163. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2011/11/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

коны, по которым он живет и согласно которым поступает. Не случайно А. А. Зиновьев, автор социологических романов, объектом изображения своих произведений делает именно социальный закон. По мнению К. М. Кантора, «социальные законы вечны и неизменны... Они появляются на свет вместе с обществом в виде правил поведения, которым люди обучаются легко и поголовно, стремясь к самосохранению и улучшению своего существования... Социальные законы не добры и не злы, не обладают ни достоинствами, ни недостатками. Из всех общественных законов, социальные - самые примитивные, ничтожные и отвратительные, самые массовидные в своих проявлениях, почти самоочевидные» [4, с. 41]. По убеждению самого А. А. Зиновьева, «...человечный или бесчеловечный тип общества сложится в той или иной стране, зависит не от самих этих законов как таковых, а от способности населения развить институты, противостоящие этим законам, ограничивающие их» [Там же]. Данные институты могут представлять собой как общественные организации, так и личные программы. Проблема в том, что люди не хотят совершенствоваться, развивать подобные институты, программы, потому что гораздо проще поступать согласно естественным законам бытия.

Следовательно, книги А. А. Зиновьева, по справедливому замечанию П. Вайля и А. Гениса, - «это не история характера, как учил Горький, а приключения осуществленной социологической теории», а «герои, как мотыльки... вьются вокруг идеи» [5, с. 151].

На наш взгляд, в романе «Зияющие высоты» приключения идеи представляют собой следующую сюжетную цепочку: Шизофреник пишет трактат о механизмах действия социальных законов, Социолог осуществляет экспертизу этих законов, Болтун находит разнообразные подтверждения им в социуме Ибанска, Крикун живет под давлением социальных законов, Заибаны вообще не могут прочесть описанные Шизофреником социальные законы.

Следовательно, роман XX века постепенно переходит от представления приключений отдельного лица, или судьбы конкретного человека к приключению идей философского и социального значения. Отсюда абсурдные на первый взгляд романы А. А. Зиновьева, Ф. Кафки, сюжет которых поддерживает исключительно идея.

Список литературы

1. Агеносов В. В. Советский философский роман. М.: Прометей, 1989. С. 147.
2. Вайль П., Генис А. Брошь и фурункул. Сюжетная организация // Феномен Зиновьева / сост. А. А. Гусейнов, О. М. Зиновьева, К. М. Кантор. М.: Современные тетради, 2002. 400 с.
3. Вайль П., Генис А. Вселенная без мозжечка. Современная проза. Нью-Йорк, 1982.
4. Кантор К. М. Путь к цивилизации - каков он? // Вопросы философии. 1992. № 11.
5. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М.: Искусство, 1991. 588 с.
6. Alberes R. M. Histoire du roman modern. Paris, 1962. 350 s.

УДК 81:39

Елена Анатольевна Кузьмина

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЗНАНИЙ ОЦЕНОЧНОГО ХАРАКТЕРА В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЫ[©]

Особенности дискурса СМИ являются сегодня популярной темой различных научных изысканий, поскольку современная пресса не только оказывает значительное влияние на формирование общественного мнения, предопределяет языковую норму, но и вносит свой вклад в эволюционные процессы, происходящие в этнокультурном сознании в целом. По мнению Л. И. Гришаевой, «значимость деятельности средств массовой информации для современного общества проявляется, прежде всего, в том, что они влияют <...> на создание определённого идеологического фона, состояние национальной культуры, пропагандируют определённую систему ценностей. Газета как одно из основных средств массовой информации играет ключевую роль в распространении социально-политических и культурных идей, всё ещё является барометром общественных перемен» [5, с. 54-55].

Следует отметить, что успешность реализации социально значимых функций медиа-дискурса зависит от правильного использования языковых средств. Отмечено, что «если вплоть до начала XX века нормативным было влияние языка художественной литературы, то сейчас именно язык СМИ претендует на то, чтобы решающим образом обуславливать конвенции употребления языка» [Там же, с. 58]. Газеты, журналы, Интернет диктуют обществу новые правила или корректируют старые, они внушают представителям своего лингвокультурного сообщества представления о том, что есть хорошо, а что есть плохо, оказывают прямое влияние на существующую оценочную шкалу и нормы поведения.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что медиа-дискурс является важным фактором, участвующим в формировании оценочных категорий, специфика которых «позволяет говорить об особом формате языкового знания, возникающем в пространстве языка и вне этого пространства не существующем. В

этом заключается главная отличительная особенность оценки - её внутриязыковая природа и, как следствие, связь с конкретным индивидом или языковым сообществом, т.е. её антропоцентричность» [3, с. 32]. Оценка - это один из важнейших процессов познавательной активности человека, поскольку индивид постоянно пытается осмыслить поступающую к нему информацию, что приводит к образованию концептов, концептуальных структур и к формированию этнокультурного сознания человека в целом.

Впрочем, следует признать тот факт, что в окружающем нас мире всё оценивается относительно человека, а в реальности нет хороших или плохих вещей, лишь на основе языка в сознании индивида происходит оценочная категоризация действительности [3]. В процессах категоризации и концептуализации аспект оценки присутствует постоянно, поскольку, «преломляя мир в своем сознании, человек привносит в этот процесс частицу своего «Я». В связи с этим ценностный аспект, упорядоченное множество оценочных суждений, отражающих ценностные ориентации индивидуума, социума, специфические черты национального менталитета выступают важной составляющей языковой картины мира» [1, с. 7].

Однако, говоря об оценочных категориях, нельзя забывать о том, что существует два типа подобных явлений - оценочные категории как оценочное знание о неязыковых объектах внешнего мира и категории оценочных слов, представляющие собой знание о единицах языка, выполняющих функцию оценки (см. подробнее [2; 4]). Оценочная категоризация представляет собой «группировку объектов и явлений по характеру их оценки в соответствующие классы и категории, т.е. систему оценочных категорий (статический аспект), или мысленное соотнесение объекта или явления с определенной оценочной категорией (динамический аспект)» [3]. Причём это соотнесение реализуется двояко - оцениваемый объект осмысливается сам по себе (то есть, соотносится с соответствующей категорией предметов или явлений), но в то же время соотносится и с определённой оценочной категорией.

Эта двойственность объясняется тем, что, «с одной стороны, субъект исходит в восприятии каждого объекта из уже сложившегося у него представления о ценностях и оценка данного объекта становится *отнесением к ценности*; оно осуществляется непосредственно эмоционально, а затем может в той или иной мере осознаваться и вербализоваться; с другой же стороны, ценностное отношение предполагает возможность, а чаще всего необходимость, *осмысления* оцениваемого, т.е. выявления и понимания того конкретного смысла, которое данный объект имеет для тебя как субъекта» [6].

При решении своих коммуникативных задач медиа-тексты всегда реализуют функцию оценивания. В каждой языковой культуре присутствует масса способов достижения поставленной цели. В текстах СМИ всегда выбирается та стратегия, тот набор языковых средств, которые позволят достичь позитивного коммуникативного результата, в том числе репрезентировать оценочные знания, что в первую очередь достигается путём использования оценочных слов. Данные лексические единицы «связаны преимущественно с определенной интерпретацией знаний о мире, его онтологии, а не языка. Поэтому одно и то же слово по своей исходной семантике и номинативной функции не может быть членом разных по характеру оценки категорий: категорий слов положительной или отрицательной оценки, хотя и способно выполнять противоположную функцию в конкретном, строго заданном контексте, размывая границы категорий и создавая всевозможные переходные, периферийные зоны (*талантливый мошенник; неудобный своими взглядами человек; самодовольный красавец; милый лжеец; приятная усталость; радость со слезами на глазах*)» [2, с. 27]. По своей сути, оценочные слова являются средством оценочной концептуализации и оценочной категоризации мира в языке, поскольку «в их семантике отражены дополнительные знания интерпретирующего характера, т.е. отражена вторичная, а не первичная реальность. В силу этого они могут объединяться в модусные по своему статусу языковые категории. Более того, каждое оценочное слово, передавая определенный оценочный концепт, может служить языковой основой (и обозначением) соответствующей оценочной категории. При этом группировка самих этих слов к формированию оценочных категорий не приводит. Это означает, что оценочные категории и категории оценочных слов относятся к двум принципиально разным типам категорий внутри общей системы модусной категоризации» [2].

В текстах СМИ реализуются оценочные знания двух видов - как о внеязыковых объектах реального мира, так и о языковых единицах, репрезентирующих их оценку индивидом. Причём эта оценка может быть выражена как эксплицитно (с использованием корпуса единиц представления позитивного - *gut, schön, wunderbar, bequem, Tugend u. m. d.* и негативного края - *schlecht, scheußlich, Böse u. m. d.* оценочной шкалы), так и имплицитно (лишь контекст - узкий или широкий - и фоновые знания, общие для всех представителей данного лингвокультурного континуума позволяют правильно расшифровать данную автором оценку того или иного фрагмента действительности). Часто нейтральные единицы в определённом контексте могут выступать в качестве репрезентантов положительной или отрицательной оценки объектов реальности.

Ср.: Sein Land macht es Berlusconi nicht leicht - das ist jedenfalls *die Sicht des 75-Jährigen*. Deshalb soll er Italien am Telefon auch kürzlich ein „**Scheißland**“ genannt haben, bei dem „er **kotzen** könne“. Er entschuldigte sich damit, dass das eben Dinge seien, die man mal abends so sage, „wohl in einem entspannten Moment und mit einem Lächeln“ [7]. В данном примере речь идёт о нелицеприятных высказываниях Сильвио Берлускони о собственной стране, теперь эти высказывания поставлены в кавычки („**Scheißland**“ - дерьмовая страна; bei dem „er **kotzen** könne“ - от которой его стошнит) и служат средством негативной оценки самого премьер-министра Италии. Однако и нейтральное высказывание „wohl in einem entspannten Moment und mit einem Lächeln“ (Берлускони оправдывается тем, что всё это было сказано в напряжённый момент и с улыбкой,

т.е. несерьёзно) в данном контексте можно также считать обладающим негативной коннотацией, поскольку имплицитно оно характеризует Берлускони как человека в высшей степени циничного.

Таким образом, можно сделать вывод, что тексты СМИ обладают широким спектром средств репрезентации положительной и отрицательной оценки. Это объясняется тем, что одной из наиболее важных функций медиа-текстов является формирование общественного мнения, то есть именно они во многом создают отношение общества к событиям, явлениям, процессам и т.д. реальной жизни, определяя, «что такое хорошо, и что такое плохо».

Список литературы

1. **Бабушкина О. Н.** Оценочная категоризация профессиональной деятельности средствами фразеологии: автореф. дисс. ... к. филол. н. Челябинск, 2010. С. 26.
2. **Болдырев Н. Н.** Композиционная семантика как следствие оценочной категоризации мира // Композиционная семантика: матер. третьей международной шк.-семинара по когнитив. лингвистике. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2002. С. 21-29.
3. **Болдырев Н. Н.** Оценочные категории как формат знания // Исследование типов знаний и проблема их классификации: сб. науч. трудов. М. - Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2008. С. 25-37.
4. **Болдырев Н. Н.** Структура и принципы формирования оценочных категорий // С любовью к языку: сб. науч. тр. М. - Воронеж, 2002. С. 103-114.
5. **Гришаева Л. И., Катанова Е. Н., Кашкина О. В., Бойко М. А.** Языковые средства конструирования имиджа субъекта в политической коммуникации. Воронеж, 2010.
6. **Каган М. С.** Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. С. 205.
7. http://www.focus.de/politik/ausland/tid-24131/sex-macht-milliarden-das-system-berlusconi-ist-am-ende_aid_682736.html

УДК 81'367.7

Алена Шарпутиновна Курбанова

Ставропольский государственный педагогический институт

КАТЕГОРИЯ МЕРЫ И СТЕПЕНИ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ[©]

В процессе познания человеком объективной действительности формирование категорий качества и количества осуществлялось не одновременно, а именно, познание качественной определенности предметов предшествовало познанию их количественной определенности. «В самом деле, познание может быть направлено на количественную определенность каких-либо объектов только после того, как они выделены из окружающей действительности как качественно определенные. В процессе установления количественной определенности этих объектов мышление в дальнейшем отвлекается от их качественной определенности, рассматривая их как качественно однородные объекты. Однако, предварительным условием выделения их как объектов, подлежащих определению с количественной стороны, является их выделение как отдельных предметов, имеющих свои границы, а это возможно только при условии установления их качественной определенности» [5, с. 201].

Категория меры является субкатегорией более общей категории количества, поэтому она неразрывно связана и взаимодействует с другими субкатегориями количества, а также с категорией качества. Категория количества включает целый ряд аспектов. Одним из таких аспектов является разделение категории количества на множество (дискретное количество) и величину (недискретное количество). Дискретность (прерывность) «основывается на делимости и определенной степени внутренней дифференцированности материи в ее развитии, а также на относительно самостоятельном существовании составляющих ее устойчивых элементов...» [8, с. 433]. Недискретность (непрерывность), в противоположность дискретности, «выражает единство, взаимосвязь и взаимообусловленность элементов, составляющих ту или иную систему» [Там же, с. 434].

Принципиальное отличие множества от величины заключается в том, что понятие множества может быть представлено вне качественной соотнесенности и иметь числовое выражение (ср.: три плюс два равняется пяти), в то время как понятие величины не может существовать вне качественной соотнесенности. Иными словами, величина - это всегда величина чего-либо, а число «может быть оторвано от исчисляемых предметов» [7, с. 169]. На начальном этапе становления категории количества понятия о некоторых количествах были неразрывно связаны с понятиями о конкретных предметах. Способность человека оперировать абстрактными числами, выражать значение множества в отрыве от качественной определенности считааемых предметов, является результатом долгого развития мыслительной категории количества [5, с. 13]. Говоря о связи количества и качества, необходимо подчеркнуть двусторонний характер этой связи: с одной стороны, категория количества не мыслится без категории качества, но, с другой стороны, и качество не существует в отрыве от количества. «В конце концов, даже и всякое качество основано на количестве, так как различия