
ТЕОРІЯ МОВОЗНАВСТВА

УДК 811.161.1+81'23

КОДИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СООБЩЕНИЯ

Новиков В.П.

Розглядається процес кодування оцінних повідомлень.

Ключові слова: код, кодування, оцінка, цінність, оцінна структура висловлювання, комунікативна стратегія, суб'єкт оцінки, об'єкт оцінки.

This paper deals with the process of encoding of evaluative messages.

Key words: code, encoding, evaluation, value, evaluative structure of the utterance, communicative strategy, evaluative subject, object of evaluation.

В современной теории коммуникации изучение вербального общения не ограничивается анализом вербально-знаковой формы репрезентации текста. Вербальная коммуникация рассматривается как "целенаправленная лингвопсихоментальная деятельность адресанта и адресата по осуществлению информационного обмена" [15, с. 36]. Одна из фаз этой деятельности – порождение высказывания, в том числе оценочного, – включает в себя:

- 1) психомыслительный процесс в сознании адресанта;
- 2) вербализацию адресантом результатов данного процесса.

Оценка, в свою очередь, описывается в современной лингвистической литературе как вид деятельности, сущностной характеристикой которой является направленное воздействие на адресата. Акт языковой оценки в такой трактовке представляется как процесс сложных психоментальных и вербальных взаимодействий и преобразований, начинающихся с умственных актов когниции (познавательных действий) и оценивания и заканчивающихся вербализацией их результатов (оценочной позиции и вектора воздействия). Последняя операция реализует способность "материализованной" в сообщении оценки вызвать направленный эффект у адресата, воздействуя на его сознание и чувственную сферу.

Таким образом, применяемый в статье функционально-деятельностный подход позволяет рассматривать в единой "системе координат" не только субъект и объект оценки, но также и результат их взаимодействия (оценочное отношение) и коммуникативную ситуацию, в которой формируется оценочное сообщение. При своем "погружении" в коммуникативную ситуацию оценочное отношение преобразуется в оценочную позицию субъекта, которая в приложении к получателю сообщения приобретает векторность, или направленность (адресованность, ориентированность).

Необходимость включения иллюкутивной составляющей в рассмотрение акта оценки подтверждается наблюдающимся в последнее десятилетие смещением акцента в исследованиях явления языковой оценки в сторону изучения его интерсубъектного аспекта. На смену общим фразам о важности роли оценки в создании прагматического эффекта приходят результаты конкретных исследований: потенциала отрицательной этической оценки в создании контекстов осуждения (Л. Гуслистая, 2002), речевого действия похвалы, направленного на оказание положительного эмоционального влияния на адресата (Л. Клочко, 2004), конструктивной и разрушительной силы оценочных слов в учебной коммуникации (С. Носкова, 2005), активной роли адресата

в декодировании оценки в политическом дискурсе (Е. Зайцева, 2006) [4; 6; 7; 13].

Настоящее исследование выполнено в русле теории коммуникации, коммуникативной лингвистики, функциональной лингвистики и прагмалингвистики.

Используемые примеры взяты из англоязычных СМИ периода подготовки общественного мнения к вторжению американских войск в Ирак и имеют в качестве объекта оценки (эксплицитного или имплицитного) режим бывшего президента этой ближневосточной страны – Саддама Хусейна (идея позаимствована из [18, с. 171]; комментарии наши).

Под *оценочной информацией* понимается информация об имевшем место акте оценки, охватывающая оценочные значения и смыслы дескриптивного, субъективного и прагматического характера, которые способна передать поверхностная структура высказывания.

С точки зрения теории коммуникации, сообщение, передающее от отправителя к получателю информацию оценочного характера, представляет собой кодированное сообщение определенного вида. На характер и форму данного сообщения оказывают непосредственное влияние все основные “участники” процесса коммуникации: отправитель сообщения (который часто выступает в роли субъекта оценки), канал распространения, коммуникативный шум (помехи) в виде условий коммуникации и коммуникантов и, наконец, адресат. Для “эффективного кодирования” (термин теории информации) и корректного декодирования акта оценки отправителю и получателю информации необходимо знать специальную систему знаков – многомерный код, обладающий сложной структурой.

Кодирование передаваемой в сообщении оценочной информации можно описать как процесс разнообразных взаимодействий и преобразований, происходящих внутри сложной системы, состоящей из знаков и символов разного уровня и вида. Основными элементами этой системы (назовем ее в рабочем порядке “декодером оценочного сообщения”) являются знаки и символы следующих систем кодировки: семантической, аксиологической, аффективной, прагматической, лингвопрагматической и вербальной. В статье различаются когнитивный, эмотивный и конативный уровни формирования оценочного сообщения.

Знаки, используемые при различных видах кодировки оценочного сообщения, находятся в постоянном взаимодействии, основанном на ряде принципов, в частности – сквозного взаимодействия, “взаимной поддержки” и конфликта.

При формулировании подхода, принятого в статье, также учитывалось мнение ведущих зарубежных специалистов в области аксиологической лингвистики С. Ханстона и Дж. Томпсона, определяющих оценку (evaluation) как “an up-and-coming field of study in an area in which semantics, pragmatics, grammar and discourse overlap” (цит. по: [17, с. 283]). Семантика в этом определении соотносится с отражением ценностей и, в целом, ценностной картины мира, прагматика – интенциями субъекта, в том числе направленным воздействием на адресата, дискурс – коммуникативным контекстом (в самом широком понимании), в котором реализуется оценка, и грамматика – языковыми ресурсами.

Процесс кодирования оценочной информации рассматривается в статье в двух аспектах:

1) как набор операций (фаз процесса кодирования), осуществление которых в исследовательских целях представляется как выполнение определенной последовательности действий;

2) как набор операций, которые осуществляются на разных уровнях формирования сообщения и для кодирования которых используются разные системы кодировки.

Как было указано выше, акт языковой оценки включает в себя несколько действий-операций, в ходе которых его психоментальная составляющая проходит через ряд преобразований. Последние можно описать, используя символы указанных выше систем кодировки. Конечные результаты данных преобразований находят полное или частичное отражение (актуализируются, эксплицируются, манифестируются) в вербальных знаках поверхностной структуры высказывания.

Первой психоментальной фазой процесса формирования оценочного сообщения является фаза интериоризации – гносеологического “схватывания” объекта действительности. В современной лингвистической теории коммуникации выделяют так называемую интраобъектную аутокоммуникацию – “коммуникативное отчуждение объекта, его самосуществование без связей” [1, с. 4–5]. Данная операция подлечит описанию в терминах семантического кода, рассмотрение которого не входило в задачи настоящей статьи.

Интериоризация сопровождается аксиологией – установлением связи объекта квалификации с ценностной картиной мира и, в частности, с “коллективными” ценностями. Данная связь кодируется с помощью знаков аксиологического кода. По мнению М.П. Брандеса, термин “ценность” в коммуникативном аспекте синонимичен термину “смысл”: “понимание неразрывно связано с

ценностями. Понять – значит оценить, привести под какую-либо ценность”. В широком понимании ценность является отношением между мыслью и действительностью [3, с. 22].

Результатом аксиологизации является актуализация “глубинной” связки “объект оценки – оценочный предикат” (‘Object of evaluation A is good/bad’), манифестирующей так называемую объективную составляющую акта оценки: квалификация объекта происходит по его объективным характеристикам и признакам, то есть вне прямой связи с интересами и потребностями субъекта.

Одной из причин того, что аксиологический код считается универсальным, является тот факт, что он может использоваться на разных уровнях кодировки оценочного сообщения, в том числе для передачи субъективной составляющей оценочного сообщения. “Наложение” последней на когнитивно-аксиологическую основу сообщения происходит в процессе эмотивизации – установления связи между субъектом и объектом оценки, отражающей значимость объекта с точки зрения интересов и потребностей конкретного субъекта.

В состав знаков, составляющих аксиологический код – универсальный код, обладающий свойством “выражать структурные отношения, адекватные целям субъекта и возможностям их осуществления, независимые от различий естественных языков” [3, с. 4–5], – входят “коллективные” ценности и типовые оценочные структуры, реализуемые в высказывании.

“Коллективные” ценности трактуются как типовые ценностные отношения между “коллективным абстрагированным субъектом и классом объектов, которые позволяют решать более или менее определенные цели членов социума в определенной сфере деятельности или жизнедеятельности” [16, с. 16]. В качестве примеров “коллективных” ценностей можно привести утилитарные (‘useful’) и социальные (‘democratic’) ценности.

На эмотивном уровне формирования оценочного сообщения кодируется субъектно-объектный аспект акта оценки (в иной терминологии: субъективная модальность, ориентированная на объект оценочного отношения).

В процессе эмотивизации происходит трансформация ценностей (читай: ценностных отношений) – этих невербализируемых, ‘атомарных’ составляющих наиболее глубокого слоя всей интенциональной структуры личности [11, с. 320–321], способных отражать отношение к объекту оценки, так

сказать, в “чистом виде”, – в квалификативное отношение.

В статье дифференцируются два вида квалификативных отношений: оценочное отношение и оценочная позиция (последняя может рассматриваться в качестве разновидности первой). Под *оценочным отношением* как разновидностью субъектно-объектных отношений понимается результат умственного акта оценивания, который можно дефинировать как квалификативное отношение субъекта оценки к ее объекту по типу “хорошо-плохо”, рассматриваемое вне связи с коммуникативной ситуацией.

С помощью аксиологического кода оценочное отношение субъекта “вписывается” в оценочную структуру высказывания. Данная структура представляет акт оценки, рассматриваемый вне прямой связи с конкретной коммуникативной ситуацией. В частности, приведенные ниже примеры высказываний, весьма различных по способам репрезентации передаваемых в них оценочных сообщений, имеют тождественные глубинные оценочные структуры – ‘Saddam’s regime is bad’, где в качестве имплицитного субъекта выступает автор данного сообщения, эксплицитного объекта – режим бывшего президента Ирака, а характера оценки – знак “минус” (отрицательная ценность).

Аксиологические знаки могут напрямую или через промежуточный этап трансформирования в аффективные и прагматические символы, получать ту или иную степень экспликации в поверхностной структуре высказывания.

Помимо аксиологических знаков, в осуществлении эмотивизации активное участие принимают знаки аффективного кода. С их помощью фиксируется эмоциональная реакция экспериенцера (“глубинного” субъекта оценки) на эмоциогенный стимул-раздражитель (которым обычно является “глубинный” объект оценки). Например, аффективной структурой высказывания ‘Saddam’s regime is disgusting’ является: ‘Stimulus [Saddam’s regime] causes Response [Emotion of disgust] from implicit Experiencer [Journalist E]’.

С помощью используемых здесь аксиологических и аффективных знаков “записывается” *оценочная позиция* – квалификативное отношение субъекта S к объекту A, которое отражает значимость последнего с точки зрения индивидуальных интересов и потребностей первого и поэтому находится вне прямой зависимости от объективных свойств данного объекта. Кодирование оценочной позиции происходит с помощью знаков, относящихся к различным системам кодировки: аксиологической, аффективной, прагматической и лингвопрагматической.

Таким образом, чтобы стать “коммуникативной” оценкой, ценностные отношения должны пройти ряд преобразований, первым из которых является трансформация ценностного отношения в оценочное [16, с. 16]. На следующем этапе преобразований психоментальной составляющей акта языковой оценки происходит трансформирование оценочного отношения субъекта в его оценочную позицию.

Одной из составляющих прагматического кода, используемого на данном этапе формирования оценочного сообщения, является набор коммуникативно-прагматических типов высказываний. В разных коммуникативных ситуациях обычно используются высказывания, различающиеся по своим коммуникативно-прагматическим характеристикам, даже если эти высказывания имеют во многом сходные друг с другом оценочные структуры. Рассмотрим следующие примеры: *'Saddam's regime is undemocratic'* (1), *'Saddam's regime is disgusting'* (2), *'I feel disgust'* (3), *'You must feel nothing but disgust'* (4). Первое высказывание является реализацией прямого речевого акта вердиктива, второе – экспрессива (эмотива, согласно другой классификации речевых актов), третье высказывание следует, по всей видимости, отнести к репрезентативам, а четвертое – к директивам.

Операцией, связывающей друг с другом эмотивный и конативный уровни формирования оценочного сообщения, является векторизация: на эмотивном уровне определяется направление (адресованность, ориентированность) оценочного отношения, на конативном – “оценочного” воздействия.

Вернемся к нашим примерам. В первом, объектно ориентированном, высказывании *'Saddam's regime is undemocratic'* определяется один вектор оценочного отношения – на объект оценки. Данный вектор актуализируется в поверхностной структуре с помощью лексемы *undemocratic*, эксплицирующей знак аксиологического кода – социальную ценность *democracy*, и синтаксической структуры *'A is X'*. В высказывании *'Saddam's regime is disgusting'* (объектно-субъектно ориентированном) определяются два вектора оценочного отношения: на объект оценки (актуализируется с помощью указанной выше синтаксической структуры) и на имплицитный эмоциональный субъект, реакция которого, закодированная с помощью аффективного знака *feeling of disgust*, эксплицирована с помощью лексемы *disgusting*. Высказывание *'I feel disgust'* квалифицируется как субъектно ориентированное, поскольку субъект эмоциональной реакции, который эксплицирован в поверхностной структуре высказывания с помощью личного местоимения *I*, является единственным актуализированным компонентом глубинной связки “субъект оценки – объект оценки”. Наконец, “оценочный” вектор в высказывании *'You must feel nothing but disgust'* (адресатно ориентированном) направлен на получателя сообщения. В качестве основного языкового маркера (манифестанта) данного вектора выступает модальная конструкция, эксплицирующая знак прагматического кода – директивную речеактовую форму.

На конативном уровне формирования оценочного сообщения выполняется действие интерсубъективизации, или установления связи оценочной позиции субъекта с адресатом, которое осуществляется во взаимодействии с разобранными выше операциями. Происходит дальнейшая модификация сообщения под воздействием факторов, связанных с основными компонентами коммуникативной ситуации, в первую очередь, адресатом и адресантом, которые действуют на данном этапе как равноправные участники интерактивной коммуникации. В сообщении происходит кодирование речевых стратегий автора, устанавливаются связи с фоновыми знаниями адресата, появляются глубинные оценочные смыслы и пресуппозиции и т. д.

Формирование оценочной позиции является предпосылкой воздействия, поэтому, фактически, кодирование указанной выше операции начинается одновременно с “вступлением в игру” знаков прагматического кода. Данный код, посредством которого отражается взаимодействие акта оценки с коммуникативной ситуацией, представляет собой реализацию значений целого комплекса прагматических категорий, выделяемых в современной лингвистике. Окончательная “шлифовка” осуществляется с помощью знаков лингвопрагматического кода. Основной единицей последнего является коммуникативная стратегия (стратегия коммуникативного воздействия), которая определяется в прагмалингвистике следующим образом: приемы выбора, структурирования и подачи в сообщении информации об оцениваемом объекте, подчиненные целям коммуникативного воздействия, выгодного для адресата [14, с. 209]. Коммуникативным стратегиям свойственна иерархическая организация. Они реализуются в виде набора тактик, а те, в свою очередь, плановариантов. Каждая тактика (план-вариант) имеет свои речевые актуализаторы (маркеры).

“Обращенность, адресованность высказывания, – писал М.М. Бахтин, – есть его конститутивная особенность, без которой нет и не может быть высказывания” [2, с. 279]. Иллокутивная цель речевого акта –

это ментальный акт, восприятия которого добивается от слушающего говорящий, или ментальное состояние, в которое говорящий намерен привести слушающего [9]. Сравните также: любое высказывание, провоцируемое ситуацией эмоционального воздействия на говорящего и адресованное собеседнику, выражает определенное эмоциональное состояние и призвано побудить собеседника к конкретным действиям [8].

В качестве основной, или позиционирующей, макростратегии при формировании оценочного сообщения выступает стратегия оказания "оценочного" воздействия на получателя текста с целью сформировать у того положительное, отрицательное или нейтральное (безразличное) отношение к определенному предмету или явлению действительности.

Лингвопрагматическая кодировка анализируемых в статье примеров может быть представлена следующим образом. Высказывание *'Saddam's regime is undemocratic'* является реализацией прямой когнитивной стратегии объектно и одновременно ценностно ориентированного позиционирования, *'Saddam's regime is disgusting'* – прямой стратегии объектно-субъектно ориентированного аффективного позиционирования и оптимизирующей стратегии интенсификации, *'I feel disgust'* – скрытой стратегии субъектно ориентированного аффективного позиционирования и оптимизирующей когнитивной стратегии смягчения оценки, а высказывание *'You must feel nothing but disgust'* – скрытой стратегии адресатно ориентированного аффективного позиционирования и оптимизирующей стратегии "интегрирования" адресата в субъектно-объектные отношения (см. подробнее о коммуникативных стратегиях оценки в [12]).

Перлокутивный эффект реализуемых адресантом коммуникативных стратегий, являющийся результатом совместного действия семантических, аксиологических, аффективных, прагматических и лингвопрагматических знаков, относится к области декодирования и подлежит рассмотрению с позиции получателя оценочного сообщения.

На когнитивном уровне адресат декодирует знаки семантического и аксиологического кодов. С их помощью, а также опираясь на общий контекст ситуации, экстралингвистические факторы коммуникативной ситуации и свои фоновые знания, получатель оценочного сообщения "извлекает" пропозицию – логическую основу выражения оценочного суждения.

На эмотивном – посредством декодирования знаков того же аксиологического и аффективного кодов – он "ощущает" эмоциональную реакцию субъекта оценки.

На конативном – через воздействие прагматических и лингвопрагматических знаков – испытывает на себе влияние тех или иных коммуникативных стратегий – средств оказания прямого "оценочного" воздействия со стороны отправителя сообщения. Сравните, например, воздействие таких конфликтогенных факторов в общении, как пренебрежительность, авторитарность, категоричность, обвинение, насмешка, сарказм, недовольство, оскорбление и других [10, с. 14], или применение речевой стратегии вызова, основанной на использовании речевых актов, целью которых является провоцирование определенной эмоциональной или поведенческой реакции собеседника [6].

Завершающим этапом в процессе кодирования оценочного сообщения является вербализация – перекодирование сложившейся психоментальной составляющей сообщения, которая может быть описана в знаках семантического, аксиологического, аффективного, прагматического и лингвопрагматического кодов, в знаки поверхностной структуры высказывания. К вербальным знакам относятся языковые ресурсы, имеющиеся в распоряжении носителей данного этнического языка.

Таким образом, в статье краткому анализу подвергнуты эмотивный, конативный и, частично, когнитивный уровни кодирования психоментальной составляющей оценочного сообщения. Результатом психоментальных операций, сопутствующих акту языковой оценки (а потому являющихся его неотъемлемой частью), является сообщение, представляющее в абстрактном виде оценочную позицию субъекта, для которой определен вектор и вид "оценочного" воздействия на реципиента, и состоящее из символов семантического, аксиологического, аффективного, прагматического и лингвопрагматического кодов. На заключительном этапе происходит перекодировка абстрактного сообщения в вербальное, состоящее из высказываний, имеющих материальную поведенческую структуру.

Дальнейшему уточнению общей картины процесса кодирования оценочного сообщения будет способствовать рассмотрение возможностей использования для передачи оценочных смыслов знаков семантического (в более широкой трактовке – когнитивного) кода.

Литература

1. Атаян Э.Р. Коммуникация и раскрытие потенциалов языкового сознания / Э.Р. Атаян. – Ереван : Изд-во АН Арм. ССР, 1981.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества : сб. избр. тр. / М.М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 423 с.

3. Брандес М.П. Стиль и перевод (на материале немецкого языка) / М.П. Брандес. – М. : Высш. шк., 1988. – 127 с.
4. Гуслиста Л.О. Негативна етична оцінка в контекстах осуду (на матеріалі сучасної публіцистики) : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.02 / Л.О. Гуслиста. – Харків, 2002. – 16 с.
5. Гуцал Н.А. Вызов как вид нарушения норм / Н.А. Гуцал // Университетские чтения 2006. Симпозиум 1. Актуальные проблемы языкознания и литературоведения. [Электронный ресурс]. – Пятигорск : ПГЛУ, 2006. – Режим доступа : // <http://pn.pglu.ru/index>.
6. Зайцева Е.Л. Выражение отрицательной оценки в политическом дискурсе (опыт сравнительно-сопоставительного исследования российских и французских печатных средств массовой коммуникации) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Е.Л. Зайцева. – Чебоксары, 2006. – 25 с.
7. Клочко Л.І. Висловлювання похвали в комунікативно-діяльній парадигмі спілкування (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Л.І. Клочко. – Харків, 2003. – 20 с.
8. Колпащикова Ф.К. Русская вербализация эмоциональных состояний на фоне англо-американской (Коммуникативно-ситуативный, лингвокогнитивный и социокультурный аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Ф.К. Колпащикова. – Новосибирск, 2007.
9. Куксов Г.В. Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Г.В. Куксов. – Волгоград, 2004. – 27 с.
10. Непшекуева Т.С. Внутриличностный конфликт как лингвистический феномен : автореф. дис... доктора филол. наук : 10.02.19 / Т.С. Непшекуева. – Краснодар, 2006. – 43 с.
11. Новая философская энциклопедия : в 4 т. / науч. ред. М.С. Ковалева и др. ; Ин-т философии РАН. – М. : Мысль, 2001. – Т. 4 : Т-Я. – 606 с.
12. Новиков В.П. Параметры исследования оценочных коммуникативных стратегий / В.П. Новиков // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2007. – № 4. – С. 32–36.
13. Носкова С.Э. Эмоционально-оценочный дискурс в ситуации учебного взаимодействия / С.Э. Носкова // Мир лингвистики и коммуникации [Электронный ресурс]. – 2005. – № 1(1). – Режим доступа : http://tverlingua.by.ru/archive/002/02_1_07.htm.
14. Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) / Ю.К. Пирогова // Проблемы прикладной лингвистики – 2001 : сборник статей / отв. ред. А.И. Новиков. – М. : Азбуковник, 2001. – С. 209–227.
15. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е.А. Селиванова. – К. : ЦУЛ : Фитосоци-центр, 2002. – 336 с.
16. Чекулай И.В. Ценность и оценка в категориальной структуре современного английского языка : автореф. дис. ... доктора филол. наук : 10.02.04 / И.В. Чекулай. – Белгород, 2006. – 41 с.
17. Downing A. Evaluating evaluation // Estudios Ingleses de la Universidad Complutense. – Madrid, 2002. – Vol. 10. – P. 283–300.
18. Fairclough N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. – London : Routledge, 2003. – 272 p.

КОГНІТИВНА СОЦІОЛІНГВІСТИКА ЯК ПРЕДМЕТНА ГАЛУЗЬ

Саплін Ю.Ю.

The author of this article attempts to isolate subject units of cognitive sociolinguistics as new linguistic approach.

Key words: sociolinguistics, cognitivism, semantics, language, mentality society.

В статье делается попытка вычлнить предметные узлы нового направления в языкознании – когнитивной социолінгвістики.

Ключевые слова: социолінгвістика, когнітивизм, семантика, язык, ментальность, общество.

Дослідження проблем взаємодії соціуму, мови й свідомості особистості її носія утворює один з головних напрямів сучасної лінгвістики, яка визначається багатьма до-

слідниками як “антропологічна”. Мова виступає як засіб суспільної інтеграції та регуляції функціонування суспільства в цілому, а також мовців як членів певного соціуму.