

УДК 81'33  
DOI 10.52452/19931778\_2022\_1\_143

## ПРАГМАТИКА ТЕКСТОВ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ «ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА»: ЦЕННОСТНАЯ ДЕТЕРМИНАЦИЯ

© 2022 г.

*В.Р. Муравлева*

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации, Москва

VR.Muravleva@mail.ru

*Поступила в редакцию 29.09.2021*

Статья посвящена рассмотрению прагматической специфики употребления ценностных категорий в речевой коммуникации, а именно в коммуникативной ситуации «информационная война», репрезентированной посредством воздействующих текстов средств массовой информации. Цель работы заключается в изучении особенностей функционирования аксиологического компонента в рамках реализации различных речевых средств, оказывающих манипулятивное воздействие на реципиента в коммуникативном пространстве политического медиадискурса.

*Ключевые слова:* аксиология, ценность, коммуникативная ситуация, информационная война, речевая манипуляция.

В современной лингвистике большое внимание уделяется всестороннему анализу феномена «информационная война». Изучение его языковой составляющей, на наш взгляд, было бы неполным без обращения к особенностям речевых манипуляций, отмеченных использованием определённых вербализованных ценностей, выступающих действенным средством информационного противоборства. Это связано с тем, что «именно ценностные ориентиры обеспечивают единство и устойчивость данной социальной общности, определяют смыслы человеческой жизнедеятельности и незримо, изнутри управляют динамикой и развитием социума. Ценностные установки формируют и определяют отношение между мыслью (сознанием) и действительностью (бытием), обеспечивая гомеостатическое состояние общества, уровень консолидации и согласия его граждан» [1, с. 151].

В ходе воздействия на аксиологическую базу (совокупность ценностных установок индивида) могут происходить различные процессы, заставляющие реципиента сообщения усомниться в ценностях, которые ранее казались непоколебимыми (например, любовь к Родине). В связи с этим манипуляции ценностными и культурными категориями становятся средством, оказывающим мощнейшее влияние на участников коммуникативного информационного противоборства.

Тексты средств массовой информации в настоящее время являются наиболее распространённым и доступным средством формирования ценностных ориентаций и мировоззрения как личности, так и общества в целом. Как считает Н.А. Купина, представляя массовую куль-

туру, её знаки и символы, тексты массмедиа формируют образную систему национальной идентичности, корпус национальных традиций, через постоянную трансляцию существующих стереотипов и понятное и доступное даже для неподготовленного «потребителя» внедрение новых [2, с. 57].

Мы полагаем, что стоит в очередной раз подчеркнуть важность изучения аксиологической составляющей речевой коммуникации, которая признаётся рядом отечественных и зарубежных учёных (И.А. Бубнова, В.Г. Верещагин, Е.М. Вольф, И.В. Зыкова, В.И. Карасик, А.А. Леонтьев, Н.А. Сидорова, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, А.А. Уфимцева, А. Wierzbicka и др.). Однако, несмотря на большое количество работ, посвящённых изучению данного вопроса, исследования феномена ценностей в речевой коммуникации по сей день ведутся в разных направлениях, и указанная проблематика становится ведущей для различных научных дискуссий.

Цель данной статьи заключается в изучении особенностей функционирования аксиологического компонента в рамках реализации различных речевых средств, оказывающих манипулятивное воздействие на реципиента в коммуникативном пространстве политического медиадискурса.

В данной работе под «ценностями» мы будем подразумевать «идеал, выступающий как эталон должного, источник мотивации поведения личности, оценок субъектом действительности и ориентации в ней» [3, с. 121]. Ценности входят в состав мотивационно-потребностного мира индивида, оказывают непосредственное

воздействие на неречевую и речевую (тексто-производство и текстопонимание) деятельность индивида, выстраивая тем самым в его языковой картине мира некую иерархию смыслов.

Ценностная база, будучи антропоцентрической категорией, формируется у индивида в процессе его социальной и культурной жизнедеятельности в результате оценивания – процесса установления значимости (как положительной, так и отрицательной) объекта оценки. В связи с этим вслед за В.М. Богуславским под «оценкой» мы понимаем «специфическую разновидность познавательной деятельности, которая строится как на основе научных знаний, так и на фактах обыденного сознания и является осмыслением познавательного опыта той или иной национально-исторической общности людей» [4].

Национальная языковая картина мира оказывает существенное влияние на структуру и функционирование аксиологической системы представителей того или иного народа: «российское общество уникально по набору ключевых ценностей, его идентичность не может подвергаться сомнению. Жизненные ценности-мотиваторы россиян и есть смысловое и психоэмоциональное ядро национальной идентичности» [5, с. 482]. А ценностные ориентации Запада, как утверждал Э. Фромм, «не ушли за пределы быть сильнее других, побеждать, покорять и подчинять» [6, с. 218].

В ходе исследования особенностей семантики оценочных прилагательных И.А. Мячина отметила, что жители Западных стран в большинстве своём руководствуются материально-ценностными, объективными и рациональными аспектами, а русскоязычные – духовно-ценностными и субъективными составляющими [7, с. 88]. Характерным кажется следующий пример:

*Польша успешно развивается. Свободная демократическая страна. Выборы, свобода, экономика, материальный уровень. Рот не затыкают, дубинками не бьют, под Кремль не ложатся* [8].

Статья, представленная в украинском периодическом издании, транслирует ценности нации, последнее время активно приписывающей себя Западу. Из всего положительного, что есть в Польше, автора интересуют прежде всего материальные аспекты. Кроме того, высказывание строится по принципу бинарной оппозиции, где всё, что адресант включает в свою (и скорее всего, реципиента) аксиосферу, характеризует демократический Запад, а все антиценности – это удел России.

Оценка являет собой практически направленный когнитивный процесс, реализуемый в

ходе речемыслительной деятельности человека по восприятию и интерпретации опыта, полученного в определённых обстоятельствах, и его дальнейшее вербализованое моделирование в рамках дискурсивной реальности. Коммуникативный акт оценивания заключается в сравнении объектов оценки по тому или иному признаку (основанию оценки), сопоставлении их свойств, определении роли в жизнедеятельности субъекта и их места относительно аксиологических координат или «иерархически организованной структуры ценностного знания» [9, с. 58] данного индивида и/или общества в целом.

*Всех пугает конец света, только для разных народов он выглядит по-разному. Мы, например, опасаемся не дожить до конца реформ, русские боятся того, что наступит день, когда никто их не испугается, а американцев всё ещё страшат зомби, хотя давно пора бояться Китая* [10].

В данном примере адресант сообщения сравнивает ценности, которые больше всего боятся потерять различные народы. Для Украины – это включение в Евросоюз, для России – мировое господство, а для США автор и вовсе не находит подходящей аксиологемы и, воспользовавшись стереотипом из американского кинематографа, предположил, что американцев заботят лишь неправдоподобные вопросы, имплицитно укорив их тем самым в легкомыслии и бездействии. Осуществляя сравнение стремлений трёх национальностей, автор соизмеряет аксиологические смыслы, реализуемые им в сложившейся коммуникативной ситуации. В свою очередь на основании данных ценностных координат, представленных адресантом, реципиент сообщения соизмеряет референтную ситуацию со своей аксиологической базой. В случае когда ценностные представления коммуникантов совпадают (хотя бы частично), мы можем говорить об успешном сопряжении коммуникативных деятельностей коммуникантов, а следовательно, и о успешном развитии коммуникативной ситуации.

Каждый объект действительности обладает неопределённым по количеству и качеству набором аксиологически релевантных характеристик, учитываемых при включении объекта в структуру аксиологической оппозиции (хорошо–плохо). Иными словами, денотативный компонент практически любого объекта или явления реальности может быть положительно или отрицательно оценён коммуникантом в тех или иных условиях.

Однако стоит отметить, что, принимая во внимание сложную природу оценки, определяемую многочисленными социальными, психо-

логическими, индивидуальными, пространственно-временными и другими факторами, она не всегда «измеряется» бинарной шкалой. Помимо очевидной оппозиции оценка проявляется контекстуально в семантических микрополях, выстраивающих иерархию смыслов речевых единиц, в соответствии с другими элементами текста.

*She decided to serve under Trump. She liked her work and her colleagues, the 20 or so career lawyers in the office, who treated one another with kindness and respect. Like all federal employees, she had taken an oath to support the Constitution, not the president, and to discharge her office "well and faithfully". Those patriotic duties implied certain values, and they were what kept her from leaving* [11, с. 57]. (Она решила работать под руководством Трампа. Ей нравилась её работа и коллеги: 20 профессиональных юристов отдела, которые относились друг к другу с заботой и уважением. Как и все госслужащие, она поклялась поддерживать Конституцию, а не президента, и достойно выполнять свои обязанности. Эти патриотические обязанности определили ряд ценностей, и именно они не позволили ей уйти.)

Так понятия «Конституция» и «Президент» едва ли в их обыденном употреблении представляют собой бинарную оппозицию, скорее наоборот, они чаще всего употребляются в едином смысловом, оценочном и эмотивном контекстах. Однако из приведённого текста мы понимаем, что адресант резко противопоставляет эти понятия. Более того, автор демонстрирует реципиенту свою иерархию смыслов: патриотический долг, Конституция, работа и коллеги и президент, с которым она вынуждена работать. Отдельно следует отметить, что в данном тексте негативное отношение к Трампу выражено в том числе графически – слово «president» написано с маленькой буквы.

Оценка антропоцентрична и прагматична по своей природе и не затрагивает онтологии мира. Ценности всегда обусловлены тем или иным социальным контекстом, они непременно носят социальный характер. Преобладающие социокультурные установки, будучи интериоризированными индивидом, неизбежно образуют некую шкалу ценностей, проявляющуюся в выборе жизненных приоритетов. Процесс оценки являет собой некое установление отношений между субъектом и объектом оценивания, проявление интереса к последнему и приписывание ему субъективной ценностной составляющей на основании всего спектра знаний о подобной ситуации, ценностных установок, принятых в обществе. Иными словами, ценностные ориентиры личности формируются на основе суще-

ствующей общественной практики, индивидуальной деятельности человека и в рамках определённых общественных отношений и форм общения людей, а впоследствии фиксируются и отражаются в языке. Например:

*Наличие в обойме кандидатов женщины является подтверждением того, что Казахстан продолжает оставаться светской страной без гендерных предрассудков* [12, с. 11]. В данном случае автор указывает на тот факт, что Казахстан, несмотря на то, что большая часть его населения глубоко религиозна, является современной страной, принимающей равенство полов, и полагает, что и адресат разделяет его ценности и взгляды. Таким образом, адресант, в случае успешной коммуникации, постепенно смещает аксиологические координаты фактического реципиента.

С лингвистической точки зрения, оценка представляет собой «языковую категорию, являющуюся отражением логической категории, мыслительных процессов, приводящих к установлению ценности всевозможных объектов» [13, с. 58]. При посредстве употребления языковых оценочных средств адресант сообщения ориентируется в собственной аксиосфере, а также транслирует её адресату, оказывая регулирующее воздействие на его речевую, а вслед за ней и неречевую деятельность.

*Нынешнее вторжение прокурорского разума в университетскую науку фактически означает, что современное образование поставлено в России вне закона* [14, с. 8]. В указанном фрагменте текста автор демонстрирует свое отношение к образованию в России, при этом он не просто излагает известные ему факты, но и выражает своё отношение к ним, представляя науку, свободную от политики, как особую ценность. Структура сложноподчинённого предложения с придаточным-дополнением демонстрирует нам, что автор пытается разобраться в сложившейся ситуации, и ориентиром в этом нелёгком деле ему служит сложившаяся у него система аксиологических координат. Однако обстоятельства происходящего настолько безрассудны, что автор заключает: научная деятельность стала преступлением.

Языковое выражение оценки принято называть операциональным термином «аксиологема». Она закрепляет за языковыми средствами положительное или отрицательное, имплицитное или эксплицитное отношение адресанта к объектам действительности и может быть представлена в тексте «явными оценочными суждениями, устойчивыми сочетаниями, средствами выражения эмфазы, номинативными средствами квалификации, <...> тематизацией, экспрес-

сивностью, выражением таких «проникающих» категорий высказывания, как его персонализация (Свой – Чужой), модальности предложения / высказывания и модальности интеракциональные; ориентация высказывания, эмпатия, актантная структура высказывания, локализация во времени и пространстве» [9, с. 25–26].

Языковые средства, обладающие оценочными значениями, нередко характеризуются высокой экспрессией, подчёркивающей отношение автора к референту. По мнению А.Н. Кожина, оценочность является «особой языковой категорией, выражающей в речи эмоциональное отношение, вызванное сложившимся мнением о предмете высказывания, которая связана не только с психикой, но и с мыслительной деятельностью человека. Соотнесённость оценки с конкретной коммуникативно-речевой ситуацией порождает особый тип высказывания – оценочное высказывание, построенное на базе оценочного суждения» [15, с. 72].

*Причина эпидемии политической импотенции крайне проста: жители Украины видят, что политики не способны ничего изменить в жизни страны* [16]. – Адресант строит своё высказывание на основании суждения о том, что правительство Украины не справляется со своими основными задачами. Будучи раздражённым сложившимся положением дел, автор формулирует свою идею посредством выразительной метафоры.

В языке следует различать оценку, фиксированную отдельным языковым знаком на системном уровне (1), и оценку контекстуальную (2). В первом случае (1) аксиологическая составляющая может быть закреплена за словом словарями (например, бесстыдник, бедокурить, выскочка) или посредством устоявшихся норм и правил (например, воздыхатель, великовозрастный).

*Как раз язык и стал фактором, сделавшим регион геополитическим актором, который пытаются использовать сразу три столицы: Киев, Будапешт и вездесущая Москва* [17, с. 26].

Прилагательное «вездесущий» изначально употреблялось по отношению к Богу, а затем, приобретая насмешливо-ироничный характер, стало использоваться для описывания явлений действительности, которые слишком часто встречаются адресанту сообщения. Так, автор данного текста подчёркивает своё недовольство вмешательством России во внутренние дела других стран.

Во втором случае (2), в условиях конкретной речевой ситуации адресант, посредством лексико-семантической оппозиции, актуализирует признак, релевантный для него в определённых обстоятельствах, вследствие чего приобретает-

мое слово коннотативное значение может изменить его семантику, придав ему противоположный смысл, а в случае нейтральных слов – аксиологическую окраску. Например, в предложении *«Вертикальная политическая система – выборы из одного кандидата и нескольких смешных клоунов, которые его оттеняют»* [18] автор в качестве дисфемизма использует нейтральную лексическую единицу «клоун» («цирковой комик, паяц» [19]). Однако в условиях конкретной коммуникативной ситуации данное слово приобретает резко негативную коннотацию и, как следствие, даёт отрицательную характеристику референту сообщения. Использование экспрессивной лексики повышает убедительность оценочного суждения, даже если оно не аргументируется логически, что делает манипуляцию ценностными категориями типичным средством воздействия на общественное сознание.

Между тем некоторые лингвисты строго разграничивают понятия «оценка» и «экспрессивность» в связи с тем, что они представляют собой различные по своей природе когнитивные процессы, которые, ввиду когерентности человеческого сознания, имеют ряд схожих характеристик. Так, экспрессивно отмеченные семантические единицы не несут фактической информации о референте, а лишь отражают результат эмоционального переживания адресантом сообщения определённого явления действительности; оценочная составляющая, в свою очередь, может быть связана с эмоциями, однако заключается в экспликации положительных и отрицательных характеристик предмета речи.

Использование аксиологем в текстах подразумевает под собой реализацию конкретных задач отдельно взятой коммуникативной ситуации, т.е. реализацию её прагматической функции. В процессе оценивания явлений действительности адресант транслирует реципиенту некую информацию, которая должна быть им интерпретирована. В связи с этим, формулируя сообщение, автор непременно, хотя иногда сам того не осознавая, следует закону «ценностной детерминации речи», суть которого «сводится к сопряжению в речи аксиологических тенденций влияния ценностей коммуникативных действий говорящего и влияния образа ценностей личности и коммуникативных деятельности адресата как потенциального реципиента» [3, с. 122]. «Актуализируя ценность, коммуникант прежде всего в некоторой степени психологически перестраивает собственную деятельность в ситуации общения: её интенсивность, нормативность, стандартность продукта деятельности вслед-

стве осознанного или неосознанного стремления субъекта удовлетворить предполагаемому им в реципиенте ожиданию понятности» [20, с. 154]. Иными словами, будучи движимым желанием избежать неправильной трактовки текста реципиентом и обеспечить активацию симметричных моделей речевой деятельности, в процессе создания текста адресант оперирует ценностями, которые, по его мнению, коррелируют с его аксиологической картиной мира и предполагаемого адресата, что впоследствии может обеспечить максимально адекватное восприятие текста реципиентом, а следовательно, и координацию коммуникативной и некоммуникативной деятельности. В связи с этим можно утверждать, что успех реализации речевой коммуникации базируется на приоритетной значимости ценностей реципиента сообщения.

При этом узнавание аксиологемы фактическим реципиентом сообщения не означает её обязательное принятие: он может принять или не принять её или же принять частично, модифицируя при этом свою личную иерархию ценностных смыслов.

Цель аксиологического анализа текстов коммуникативной ситуации «информационная война» заключается в реконструкции аксиосфер языковых картин мира коммуникантов, а также в выявлении специфики аксиосферы, предлагаемой реципиенту сообщения.

Таким образом, ценности, представляя собой составляющую мотивационно-потребностного мира индивида, оказывают непосредственное воздействие на его неречевую и речевую деятельность, выстраивая тем самым в его языковой картине мира некую иерархию смыслов. Ввиду того, что оценка исходит из многочисленных аксиологических, экстралингвистических, социальных, индивидуальных, временных факторов, воздействие на аксиосферу индивида обладает высоким манипулятивным потенциалом.

Использование оценочных категорий подразумевает под собой выполнение определённых задач речевой ситуации, т.е. реализацию прагматической функции. В процессе кодирования текста адресант оперирует ценностями, которые, по его мнению, наличествуют в аксиологической картине мира предполагаемого реципиента и впоследствии обеспечат максимально точное декодирование информации, а следовательно, и координацию коммуникативной и некоммуникативной деятельности. В связи с этим можно утверждать, что успех реализации речевой коммуникации базируется на первостепенности ценностей реципиента сообщения.

#### Список литературы

1. Толстых В.И. Россия эпохи перемен. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. 367 с.
2. Купина Н.А., Литовская М.А., Николина Н.А. Массовая литература сегодня: Учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2010. 424 с.
3. Сидорова Н.А. Ценности как ориентир коммуникативных действий // Казанская наука. 2020. № 2. С. 121–124.
4. Багиян А.Ю., Нерсисян Г.Р. Прагмакоммуникативный анализ оценочности как основополагающего инструмента формирования интенционального межсубъектного диалога // Studia Humanitatis. 2018. № 3. С. 21.
5. Национальная идея России. В 6 т. Т. I. М.: Научный эксперт, 2012. 752 с.
6. Фромм Э. Иметь или быть? М.: АСТ, 2017. 320 с.
7. Пишкова Е.Ю., Мамедова А.З. Использование адекватно-оценочной лексики в языке СМИ // Таврический научный обозреватель. 2015. № 5 (декабрь). С. 87–91.
8. Веллер М. Белорусская угроза // Наша версия. 2020. № 37 (761). С. 12.
9. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: Коллективная монография. М.: ТЕЗАУРУС, 2011. 352 с.
10. Лучшие мнения недели // Новое время страны. 2017. № 45 (174). С. 8.
11. Packer G. How to destroy a government // The Atlantic. April, 2020. P. 55–74.
12. Смирнов О. Казахский стандарт // Наша версия. 2019. № 19 (694). С. 11.
13. Чернявская Е.А. Оценка и оценочность в языке и художественной речи (на материале поэтического, прозаического и эпистолярного наследия А.С. Пушкина): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Орёл, 2001. 20 с.
14. Мартынов К. Межрайонное Сколково // Новая газета. № 115. 2020. С. 8.
15. Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи [Учеб. пособие для филол. спец. ун-тов]. М.: Высш. школа, 1982. 223 с.
16. Шафран А. Политическая импотенция – диагноз всех украинских политиков // Наша версия. 2020. № 18 (693). С. 11.
17. Верстюк И. Разменные люди // Новое время страны. 2017. № 45 (174). С. 26–29.
18. Радзиховский Л. Фальшь эзопова языка // Наша версия. 2019. № 19 (694). С. 4.
19. Толковый словарь Д.Н. Ушакова. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=23852> (дата обращения: 25.03.2021).
20. Сидорова Н.А. Интеграция ценностей: от частного к общему // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. № 4 (104). С. 153–155.

**THE PRAGMATICS OF TEXTS OF THE COMMUNICATIVE SITUATION  
«INFORMATION WARFARE»: THE AXIOLOGICAL DETERMINATION**

*V.R. Muravleva*

The article demonstrates the specific features of the pragmatics of the values use in the communicative process in the whole and, in particular, in the communicative situation “information warfare” realized in the manipulative texts of the Mass Media. The aim of the work is to study the features of the functioning of the axiological component in the framework of the implementation of various speech means that imply a manipulative effect on the recipient in the communicative space of political media discourse.

*Keywords:* axiology, value, communicative situation, information warfare,

*References*

1. Tolstykh V.I. Russia of the era of change. M.: Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN), 2012. 367 p.
2. Kupina N.A., Litovskaya M.A., Nikolina N.A. Mass literature today: Textbook. M.: FLINT: Science, 2010. 424 p.
3. Sidorova N.A. Values as a guide of communicative actions // *Kazan Science*. 2020. № 2. P. 121–124.
4. Bagiyan A.Yu., Nersesyan G.R. Pragmatic-communicative analysis of evaluativeness as a fundamental tool for the formation of intentional intersubjective dialogue // *Studia Humanitatis*. 2018. № 3. P. 21.
5. The national idea of Russia. In 6 vols. V. I. M.: Scientific Expert, 2012. 752 p.
6. Fromm E. To have or to be? M.: AST, 2017. 320 p.
7. Pishkova E.Yu., Mammadova A.Z. The use of adjectival-evaluative vocabulary in the language of mass media // *Tavrishesky scientific observer*. 2015. № 5 (December). P. 87–91.
8. Weller M. The Belarusian threat // *Our version*. 2020. № 37 (761). P. 12.
9. Linguistics and axiology: ethnosemiometry of value meanings: Collective monograph. M.: THESAURUS, 2011. 352 p.
10. The best opinions of the week // *New Time of the country*. 2017. № 45 (174). P. 8.
11. Packer G. How to destroy a government // *The Atlantic*. April, 2020. P. 55–74.
12. Smirnov O. Kazakh standard // *Our faith*. 2019. № 19 (694). P. 11.
13. Chernyavskaya E.A. Evaluation and evaluativeness in language and artistic speech (based on the material of the poetic, prose and epistolary heritage of A.S. Pushkin): Abstract of the dissertation of the Candidate of Philological Sciences. Eagle, 2001. 20 p.
14. Martynov K. Interdistrict Skolkovo // *New newspaper*. № 115. 2020. P. 8.
15. Kozhin A.N., Krylova O.A., Odintsov V.V. Functional types of Russian speech [Textbook for philological specialties of universities]. M.: Higher school, 1982. 223 p.
16. Shafran A. Political impotence – the prognosis of all Ukrainian politicians // *Our version*. 2020. № 18 (693). P. 11.
17. Verstyuk I. Changeable people // *New time of the country*. 2017. № 45 (174). P. 26–29.
18. Radzikhovsky L. The falsity of Aesop's language // *Our version*. 2019. № 19 (694). P. 4.
19. Explanatory dictionary of D.N. Ushakov. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=23852> (Date of access: 03/25/2021).
20. Sidorova N.A. Integration of values: from private to general // *Scientific Notes of the Russian State Social University*. 2012. № 4 (104). P. 153–155.