



Ю.Н. ПАХОМОВА

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ КАРТИНА МИРА В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ

Исследуются процессы моделирования картины мира источника/носителя информации. Рассматривается текстовая организация в реляции индивидуальной картины мира читателя/слушателя/зрителя и общей картины мира социума, создаваемой отечественными СМИ. Дефинируются понятия «картина мира», «концептуализация» и «концепт» в теории публицистического дискурса.

The article deals with process of the modeling recipient's picture of the world. In the theory of the journalistic discourse attention is paid to the terms *picture of the world*, *conceptualizing*, *concept*. The readers, listeners, spectators individual picture of the world and the general society's picture of the world under the influence of the domestic mass-media are discussed.

Общественные отношения основываются на представлениях человека о мире, в результате чего формируется некоторая его модель, которая в философско-лингвистической литературе именуется картиной мира.

Ни в одной отрасли общественных наук не существует надежной методологии, с помощью которой возможно было бы определить «картину мира» как в целом, так и в ее многочисленных составных частях. Особая роль во введении в научный обиход термина «картина мира» как модели действительности принадлежит Л. Витгенштейну, который подчеркивал его метафоричность и синонимичность психологическому понятию «образ мира» (см. Витгенштейн 2009).

Исходя из того, что понятие картины мира строится на изучении представлений человека о мире, который являет собой взаимодействие человека и среды, картину мира можно назвать итогом переработки информации о среде и человеке (см. Цивьян 1990). В результате разнообразных контактов с миром при участии всех форм сознания – дотеоретического (обыденного), теоретического (научного и философского) и внетеоретического (религиозно-мифологического и художественного) – человек создает для себя целостный образ мира. Он формирует его с помощью таких опосредованных символических структур, как язык, мифология, религия, искусство, наука, СМИ, выступающих в роли регуляторов жизнедеятельности. Интерпретируя трактовку некоторых исследователей, можно утверждать, что картина мира, формирующаяся у человека посредством СМИ, напоминает живой организм, так как имеет характер, представляет собой диалектическое единство статики и динамики, стабильности и изменчивости, обладает своеобразной структурой, вариативностью, сложным механизмом и процедурой создания, строительным материалом, выполняет различные функции (см. Роль человеческого фактора 1988).

Одно из главных свойств картины мира, моделируемой средствами массовой информации, – это стабильность. Под влиянием СМИ картина мира у потребителя/носителя информации все время уточняется, дополняется, корректируется и конкретизируется. Нагруженность органов чувств прессы, радио, телевидением при ее формировании неодинакова. Хотя большинство образов в картине мира имеет визуальный характер, довольно значительная нагрузка падает и на слух. Наглядность как глобальный образ мира нередко относят к числу существенных признаков картины мира.

Одним из главных свойств картины мира потребителя/носителя информации является ее целостность, а основным элементом – смысл, характеризующийся инвариантностью, актуальностью, субъективностью, неполной экспликацией (разъяснением), недоступностью полному восприятию, континуальностью (непрерывностью), динамичностью.

У картины мира, создаваемой посредством СМИ, две функции: интерпретативная (осуществляют видение мира) и вытекающая из нее регулятивная (быть универсальным ориентиром человеческой жизнедеятельности). Картина мира формирует отношение потребителя информации к миру – природе, другим людям, самому себе как части этого мира, задает нормы поведения человека, определяет его отношение к жизни.

Неотъемлемой частью жизненного пространства читателя/слушателя/зрителя является культура. Картина мира как ментальной репрезентации культуры во многом свойственны характеристики, присущие ей как феномену: многоаспектность, полиинтерпретируемость, целостность, комплексность, историчность, многообразие, способность к эволюции и др. Картина мира в каждой лингвокультуре культуроспецифична.

По мнению некоторых когнитивистов, картина мира носителя информации создается в результате двух различных процедур: 1) экспликации (от лат. *explicatio* – развертывание, разъяснение), экстрагирования (удаление, извлечение), опредмечивания, объективирования и осмысления образов мира, лежащих в основе жизнедеятельности человека, и прежде всего его практической деятельности, и 2) созидания, творения, разработки новых образов мира, осуществляемых в ходе специальной рефлексии, носящей систематический характер.

Поскольку конститутивной чертой индивидуальной картины мира потребителя/носителя информации является ее динамический характер, адекватное описание картины мира невозможно вне процессуально-динамического ее представления, предполагающего рассмотрение генезиса, становления и функционирования в различных ситуациях жизнедеятельности человека. Динамический характер картины мира ученые связывают с ее двойственным существованием – необъективированным, т. е. неопредмеченным элементом сознания и жизнедеятельности человека, его репродуктивного и продуктивного воображения, и объективированным в виде опредмеченных образований – различных следов, случайных или намеренных, оставляемых человеком в процессе жизнедеятельности. «Репродуктивное воображение воспроизводит образ предмета, уже когда-то созерцавшегося, а продуктивное (творческое) воображение впервые создает образ» (Роль человеческого фактора 1988, 23). «Отпечатки» картины мира, ее окаменелости можно обнаружить в языке, кинесике, в культовом и светском изобразительном искусстве и музыке, ритуалах, вещах, этике, моде, способах ведения хозяйства, технологии вещей, построенных с учетом логики вещного мира, вычлененной и запечатленной в картине мира, различного рода социокультурных стереотипах поведения людей, ментальных эпизодах и т. д. Обычно объективация картины мира осуществляется не до конца, эскизно, несистематически, в популярных очерках изложения основ наук, философских трактатах, комментариях, публицистике, художественной литературе – в любых различных художественных, научных и прочих опытах рефлексии над картиной мира и мироведением человека.

Ю.А. Кимелев рассматривает двойственное существование картины мира как две базисные ситуации. Первая заключается в объективировании картины мира. Она может осуществляться в трех различных формах: 1) стихийной рационализации в естественном языке и другого рода «текстах»; 2) семантической теоретической рационализации в философии, науке и т. д.; 3) метаописании путем метамоделирования картин мира по результатам первичной (в языке) и вторичной рационализации (в философии, науке и т. д.). Первая форма объективации картины мира тесно связана с обыденным сознанием, вторая – с теоретическим сознанием и самосознанием, третья – с философско-методологической рефлексией как особой разновидностью деятельности самосознания (см. Кимелев 1985).

Перечисленные формы объективации картины мира в СМИ связаны с представлениями и знаниями человека о мире, пресуппозиционными установками. Как утверждает профессор В.И. Ивченков, предназначение СМИ заключается в ориентировании на запросы массовой аудитории. «Публицистический текст, реализованный в телевизионных репортажах, печатных СМИ, радиоэффирах, – это осуществленные в реальности представления реципиентов о жизненных событиях и явлениях: войне, политике, экономике, культуре, образовании и др. Восприятие того или иного события в прессе опирается на наличие в сознании (или подсознании) фреймовых структур, под которые адресат подстраивает свое понимание увиденного, услышанного, прочитанного» (Іўчанкаў 2003, 181).

Вторая базисная ситуация процессуального представления связана с созданием общей и индивидуальной картин мира. Создателем и носителем первой из них является коллективный субъект, в более конкретном преломлении – коллективное авторство медиатекста. Один из важных моментов бытия общей картины мира заключается в ее культурной трансляции и введении в сознание индивидов. У каждого СМИ конкретно-исторической эпохи имеется своя репрезентируемая картина мира, индивидуальная в отражении действительности и ее интерпретации.

Наиболее типичными аспектами при моделировании индивидуальной и общей картин мира современного белоруса в отечественной прессе начала XXI в. являются концептуальные парадигмы, в состав которых до 2003 г. входили компоненты: *президент, правительство, оппозиция, контроль, дисциплина, персональная ответственность, реформация, изменения, союз*, после 2003 г. наблюдается сокращение числа представленных парадигм (*президент, правительство, дисциплина, изменения, союз*) и распространение таких компонентов, как *социальная сеть, твиттер, хакер, сисадмин (системный администратор), фитнес, кредит, тренд, холдинг, золотовалютный фонд* и т. д. Можно предполагать, что на смену сформировавшейся в прошлом стратегии газетных передовиц пришла другая – информационных заметок, которые призваны выполнять приблизительно одинаковую коммуникативную функцию: пропагандировать социальные действия, сообщать о «поле деятельности» правящих структур. Укрепляются позиции аналитических материалов, в частности таких жанров, как колонка редактора, рубрики «Мнения», представленных в печатных СМИ блогов.

Однако наблюдаются процессы, которые приводят к обеднению картины мира. В отечественных публицистических текстах советского периода обеднением картины мира носителя/потребителя информации можно считать нарушение фактуальной презумпции, отсутствие у идеологов ориентации не только на социально значимое, но и на духовное развитие населения. «В прессе советского периода типичной была семантическая характеристика пассивного участника коммуникативной ситуации, позиция пациента. Однако в публицистическом тексте начала XXI в. все чаще имеет место одушевленный участник ситуации, ее намеренный инициатор, который контролирует ситуацию, непосредственно совершает соответствующее действие, – агент (агентив)» (Іўчанкаў 2003, 189).

Картина окружающего человека мира представлена в трех формах: реальная, культурная (или понятийная, концептуальная) и языковая (см. Тер-Минасова 2000). Реальная картина мира – это объективная внечеловеческая данность, это мир, окружающий человека. Культурная (понятийная) картина мира – это отражение реальной картины через призму понятий, сформированных на основе представлений человека, полученных с помощью органов чувств и прошедших через его сознание как коллективное, так и индивидуальное. Языковая картина мира отражает реальность через культурную картину мира. Воспринимая информацию, поступающую из СМИ, реципиент, как правило, спрашивает себя: что есть истина и что кажется истиной в тексте? Какие компоненты описания идут от реальности, а какие – от автора (источника)? Как согласуются эти компоненты и согласуются ли они вообще? (см. Михальская 1996).

Разновидностями концептуальной являются наивная и научная картины мира, которые различаются по способу познания действительности. Наивная картина мира складывается как ответ на практические потребности человека, необходимая когнитивная основа его адаптации к миру. Научную картину мира М. Планк трактовал как модель реального мира в абсолютном смысле, независимого от отдельных личностей и всего человеческого мышления (см. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/Article/plank_rel.php). Наивная картина мира потребителя/носителя информации формируется благодаря «сказкам», создаваемым журналистами, например, о деятельности политиков. Журналисты представляют материал, который может заинтересовать читателя, слушателя, зрителя – массовую, социально неоднородную аудиторию, в виде «сказки» о добре и зле, где главным «положительным» героем – борцом за правду и добро, разоблачителем зла – выступает пресса, а политики зачастую персонифицируют зло. Действие «сказки» протекает на фоне опасных, трудных и прямо катастрофических обстоятельств – природных и экологических катаклизмов, экономических и социальных бедствий и пр. Главная ее цель – быть сенсационной, производить впечатление на потребителя информации (см. Михальская 1996).

По мнению В.И. Постоваловой, концептуальная картина мира – это «глобальный образ мира, существующий в сознании какого-либо социума в определенный период его истории и лежащий в основе мировидения человека» (Постовалова 1987). Потребитель/носитель информации, приобретая опыт, трансформирует его в определенные концепты, которые, логически связываясь между собой, образуют концептуальную систему; она конструируется, модифицируется и уточняется человеком непрерывно. Медийная картина мира складывается в процессе когнитивной обработки сведений о нем, поступающих в головной мозг по всем перцепционным каналам: визуальному, акустическому, тактильному, одорическому, густическому. Другими словами, информация о мире у реципиента в конечном счете категоризуется и концептуализуется. Концептуализация – один «из важнейших процессов познавательной деятельности человека, заключающейся в осмыслении поступающей к нему информации и приводящей к образованию концепта, концептуальных структур и всей концептуальной системы в мозгу (психике) человека» (Краткий словарь 1997, 93). Концепт – это ментальное образование, с помощью которого и в котором хранятся сведения о мире. Концепт как единица ментального лексикона может иметь различную когнитивную природу: фрейм (сценарий, схема, план),

гештальт и др. Такая «событийность публицистического текста ярко проявляется в тематических репертуарах фреймов-структур, которые репрезентируют стереотипные ситуации в сознании человека и по которым складывается интерпретация конкретного сообщения» (Іўчанкаў 2003, 191).

В журналистике выделяют концепты «человека» как совокупной языковой личности. Благодаря СМИ культурная (понятийная, концептуальная) картина мира формируется на основе ее реальности у представителя/представителей интерпретационных групп стратегий: 1) «человек воспринимающий», «человек думающий», «человек действующий», «человек пишущий»; 2) «человек индивидуальный», «человек социальный». «Человек социальный» и «человек пишущий» как стратегии разных направлений (стратегия «человек пишущий» находится в интегральном положении относительно стратегий первой группы; стратегия «человек социальный» образует дихотомию коммуникативного взаимодействия журналиста как социальной личности с обществом, «человеком индивидуальным») входят в парадигму органично взаимосвязанных компонентов когнитивного процесса (см. Іўчанкаў 2003).

Когнитивный подход включает в число концептов лексемы, значения которых составляют содержание национального языкового сознания и формируют наивную картину мира носителей языка. Совокупность концептов, концентрирующих в себе всю культуру нации, образует концептосферу данного языка. Концептами, согласно такому подходу, могут быть любые лексические единицы, в значении которых просматривается способ (форма) семантического представления окружающего мира. Посредством языковых средств в публицистическом тексте, который находится в центре каждой из перечисленных групп стратегий, моделируются фрагменты концептуальной картины мира потребителя/носителя информации. В трактовке профессора В.И. Ивченкова, «публицистический текст маркирует проявление той или иной стратегии устройства жизненного пространства и места человека/носителя языка в нем. Человек оказывается в фокусе публицистического текста/дискурса, выявляя многовекторность коммуникативного взаимодействия с ним и представляя собой совокупную языковую личность» (Іўчанкаў 2003, 190).

Концептуальная картина мира потребителя/носителя информации объективируется благодаря сообщениям СМИ, которые обладают такими характеристиками, как публичность, универсальность (включение в них самой разнообразной информации), социальная актуальность (актуальность содержания для больших социальных групп), а также периодичность информации. Оперативно формируя широкие массы населения, отечественные СМИ моделируют как индивидуальную картину мира читателя, слушателя, зрителя, так и общую картину мира социума, поскольку осуществляют социальную связь, взаимодействие между различными группами общества. Являясь одним из важнейших факторов, обуславливающих взаимосвязанность, взаимозависимость и определенную целостность современного мира, СМИ имеют реальную возможность оказывать целенаправленное воздействие на потребителей/носителей информации, эффективно применять стратегии, вербальные и новые технологические тактики в моделировании картины мира массовой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

- Витгенштейн Л. Логико-философский трактат [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/witt/01/01.html>
- Іўчанкаў В. І. Дыскусія беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. Мн., 2003.
- Кимелев Ю. А. Современная философско-религиозная антропология. М., 1985.
- Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М., 1997.
- Михальская А. К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. М., 1996.
- Планк М. Религия и естествознание [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/Article/plank_rel.php
- Постовалова В. И. Существует ли языковая картина мира? // Сб. науч. тр. М., 1987. С. 65–72.
- Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. М., 1988.
- Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.
- Цивьян Т. В. Лингвистические основы балканской модели мира. М., 1990.

Поступила в редакцию 30.11.11.

Юлия Николаевна Пахомова – преподаватель кафедры белорусского и русского языков БГМУ.