

Е.Н. Молодыхенко

Об операционализации категории «ценность» в текстовом и дискурсивном анализе: к вопросу о лингвистической аксиологии

В статье анализируется аксиологическая перспектива в современной дискурсивно-ориентированной парадигме в лингвистике и шире — в блоке гуманитарного знания. В междисциплинарном анализе рассматриваются различные теоретические представления о категории «ценность», сложившиеся в европейской, американской и российской научной традиции, выявляется операциональный характер категории «ценность» в дискурс-анализе. Показывается, что текст, с одной стороны, опирается на предзаданную дискурсом систему ценностей и, с другой, в тексте могут конструироваться и транслироваться новые ценности.

The paper deals with an axiological dimension in discourse studies in linguistics and in a broader sense in the humanities. The comparative approach offered presents theories of values in Russian, European and American research, focuses on the heuristic potential of values and value studies for discourse analyses. The underlying assumption is that the text is determined by values pre-scheduled by discourse, while at the same time acting as a tool for construction and legitimation of new ones.

Ключевые слова: ценность; аксиология; лингвистический анализ; текст; дискурс; дискурсивный анализ.

Keywords: value; theory of values; linguistic analysis; text; discourse; discourse analysis.

Как известно, современная лингвистическая наука исходит из двух основополагающих принципов — междисциплинарности и антропоцентричности. Воплощением такого подхода является традиция анализа дискурса вообще и текстоориентированного критического анализа дискурса в частности. Общим положением для различных направлений дискурс-анализа является представление о том, что тексты суть часть стандартизированных социально-культурных практик, с которыми они связаны нитями диалектического единства. Следовательно, дискурс-анализ, в том числе и текстоориентированный, не может ограничиваться сугубо лингвистическими инструментами в своей работе. Аналогичным образом не может он и оперировать исключительно концептуальным аппаратом «чистой» лингвистической науки.

Одним из ключевых междисциплинарных понятий гуманитарных наук является понятие «ценность». В данной статье предлагается взгляд на ценность как одну из базовых категорий текстоориентированного дискурсивного исследования. Несмотря на то, что история изучения понятия «ценность» достаточно солидна, единого и непротиворечивого представления о его дефиниции и границах,

по-видимому, не существует. Не ставя перед собой попытку объять весь материал по теме и тем более вести на эту тему дискуссии, определим задачу приводимого ниже обзора более скромно. Задача эта состоит в том, чтобы вывести дефиницию понятия и обозначить сферу его охвата так, чтобы оно имело эвристическую ценность для исследований в области дискурс-анализа.

Первым наиболее общим подходом в трактовке рассматриваемой категории является понимание ценности как «атрибута ценного», т. е. как значимости всегда чего-либо для индивида. Такое понимание, в частности, зафиксировано в стандартном языковом значении слов «ценность» и «ценный» и иллюстрируется сочетаниями вроде «ценный опыт», «ценное приобретение» (ср.: [4]).

Примерами определений, соотносимых с первым подходом, могут служить концепции Дж. Дьюи и Р. Перри. Как отмечает Р.Б. Перри, «ценностью в общем смысле наделяются все объекты без разбора, представляющие некий интерес» [13: р. 28]. «Интерес» следует понимать как различные формы пристрастного отношения субъекта к объекту, не сводимые к простой дихотомии «за» или «против»: интерес — это «всепроникающая характеристика аффективной и моторной жизни, это состояние, акт, отношение или благосклонное или неблагосклонное расположение» [13: р. 115] (перевод мой. — *Е.М.*). Дж. Дьюи также определяет ценность через процесс ценностного отношения (valuation) субъекта к объекту такого отношения. Природа данного процесса, однако, объясняется оценкой объекта в системе координат «средства – цель»: все связанные с достижением цели (end-in-view) объекты наделяются ценностью / оцениваются как средства её достижения [11: р. 15].

С другой стороны, ценность может рассматриваться как *свойство самих объектов*, не зависящее от отношения к ним субъекта. Роль человеческого восприятия в таком случае сводится к «осознанию» и концептуализации этой ценности. Примером такого подхода может быть концепция Николаса Решера [14], где ценность трактуется как *свойство «положений вещей»* (state of affairs). Ценность, по Решеру, является неотъемлемой характеристикой объекта, которую последний «проявляет» во взаимодействии с наделёнными интеллектом существами [14: р. 16]. Вместе с тем в данной концепции ценность также определяется как *значимость*, пусть даже и значимость, имманентная объекту, а не значимость для воспринимающего субъекта.

Из современных концепций в целом близкой нашему пониманию, однако более «расширительной», является концепция И.И. Докучаева. Приведём здесь его определение ценности: «Под ценностью мы понимаем идеальную модель какого-либо явления. Идеальность трактуется как набор требований к этому явлению, которое, стало быть, необходимо либо изменить, либо соотнести (оценить) в соответствии с моделью. Модель эта включает субъективные требования человека, которые, однако, трудно отделимы от объективных [3: с. 20]». Одной из важнейших характеристик ценностной модели является её тотальный характер: каждое явление мира имеет своё ценностное отражение. Другой важной характеристикой ценностной модели является её порождающий характер: ценностная модель лежит в основе всей человеческой деятельности и её продуктов [3: с. 61].

Укажем, что следует различать понимание ценности, являющееся, по-видимому, *производным от языкового значения* лексемы «ценность» и собственно *терминологического*. Мы под ценностью далее будем понимать идеальное (когнитивное) образование — «модель должного» (a value), задающую ориентиры человеческой деятельности. Те случаи, когда что-либо номинируется «ценным», следует рассматривать как вытекающее из языкового значения лексемы и практики её речевого употребления. Подобные высказывания следует трактовать как утверждение о том, что некоторый объект или явление обладает той или иной *значимостью*. Такая значимость может *определяться соотношением* с ценностной моделью, но сама по себе *не есть ценность*.

Как идеальная модель ценность существует в двух базовых формах. Во-первых, модель может рассматриваться как компонент индивидуального сознания, т. е. как когнитивная модель на материальном субстрате головного мозга индивида; во-вторых, как компонент надиндивидуального, общественного сознания. Как компонент общественного сознания ценность, в сущности, является разновидностью групповых представлений. Понимание ценности, таким образом, можно уточнить, указав, что ценность отражает *выработанное социумом*, находящимся на определённом этапе развития в определённых исторических условиях, *представление об идеальном положении вещей*, соотносимое с конкретной областью человеческой деятельности.

Поскольку мы исходим из представлений дискурсивной парадигмы, следует признать первичность социальных ценностей как в генетическом смысле, так и в качестве объекта анализа. О генетической первичности социальных ценностей говорится также и в работах по психологии (см., например: [4–5]).

Как социальная категория ценность конкурирует с другим понятием того же порядка — социальной нормой. Аналогично ценности норма выступает социальным ориентиром, определяющим «правильное положение дел» в определённой сфере человеческой деятельности. Одним из вариантов объяснения взаимодействия таких категорий является рассмотрение последних как элементов не дискретной шкалы. Сами категории следует определить как нечёткие множества (fuzzy sets). Так, тяготеющей к одному из полюсов шкалы будет категория нормы, определяемая как «модель социально-легитимного поведения» [3: с. 65]. Нормы ориентируются на пользу и истину, т. е. учитывают то, что объективно полезно, и принимают во внимание научные знания, хотя и не всегда. Крайняя позиция на шкале будет задана легитимизированной нормой — законом; ближе к центру расположатся нормы, отражаемые понятием «мораль». Противоположный полюс шкалы задают личностные ценности. Переходность / нечёткость категорий, представленных на шкале, объясняется как минимум двумя факторами. С одной стороны, для конкретного субъекта норма, осмысленная в какой-то момент его жизни и ставшая «свободно выбранной моделью деятельности», интегрируется в личностные структуры и становится ценностью [3: с. 65]. С другой стороны, для разных индивидов различные социальные представления будут иметь различный статус — для кого-то в качестве нормы, для кого-то в качестве ценности, для третьего, по-видимому, могут не значить вообще ничего. Ещё одно противопоставление

основано на понимании ценности как идеала, характеризующегося желанностью и притягательностью, а нормы скорее как свода ограничений, требующих соблюдения; притягательности и желанности нормы по определению лишены.

Несмотря на обозначенную выше приоритетность социологического толкования ценности, рассмотрение последней как феномена индивидуального сознания также релевантно для дальнейшего прояснения сути данного явления. Непосредственное отношение к этому вопросу имеет разграничение двух видов психологических структур — личностных смыслов и личностных ценностей. Будем исходить из того, что под (личностным) смыслом следует понимать субъективное отражение объективного места какого-либо объекта в жизненных отношениях субъекта с миром. Иными словами, объекты и явления внешнего мира предстают перед индивидом «окрашенными» в тот личностный смысл, который они имеют для индивида в силу их места в его жизнедеятельности (ср.: [5]). Как личностные смыслы, так и ценности имеют смысловую природу, а их функционирование является взаимодетерминирующим. Тем не менее личностные ценности не сводимы к личностным смыслам.

Собственно смысл и предопределяет описанную выше *значимость* чего-либо для субъекта. Такая значимость может, например, быть обусловлена отношением объекта к процессу достижения определённых целей субъекта. Ценность же по сравнению с личностным смыслом является образованием более *обобщённого порядка*, имеющим *внеситуативный* и *устойчивый* характер. В личностной ценности как индивидуальной психологической структуре внеситуативность проявляется в системном «охвате» одной ценностью различных жизненных ситуаций, где ценность выступает устойчивым системным принципом (ср.: [5]).

Понятие ценности также повсеместно «конкурирует» с другим распространённым понятием, а именно потребностью. Сближение этих категорий и их смешение хорошо иллюстрируется тенденцией определять первое через последнее, как в философии, так и в психологии. Одним из наиболее удачных аргументов в пользу разведения вышеозначенных понятий является аргумент, приводимый М.С. Яницким. Суть аргумента заключается в том, что, если бы ценности на самом деле определялись потребностями, не могло бы существовать таких состояний, как внутрилличностный конфликт, характеризующийся метафорой «запретный плод» [10]. Ряд весомых аргументов в пользу разведения двух категорий приводит также Д.А. Леонтьев [5: с. 226–232].

В качестве промежуточного вывода укажем следующее. Под ценностью мы будем понимать обобщённую и транситуативную модель должного, отражающую представление об идеальном порядке вещей в рамках определённой общественной практики. Двумя основными формами существования ценностей являются индивидуальные личностные ценности и общественные идеалы, имеющие надиндивидуальный характер, существующие в форме группового представления. Одной из основных форм фиксации и генерирования ценностных моделей как надиндивидуальных групповых представлений являются языковые корреляты общественных практик — дискурсивные формации.

Как известно, понимание категории «дискурс» даже в пределах лингвистики значительно варьируется. Мы предлагаем *четыре возможных трактовки*, которые расположим на оси от более общего к более частному. Во-первых, наиболее абстрактное понимание, когда дискурс трактуется как языковая составляющая процесса взаимодействия людей, как употребление языка в качестве инструмента деятельности. Во-вторых, понимание дискурса как языка в его использовании в конкретной области знаний / общественной практике. Примером такой дефиниции служат традиционные сочетания, вроде «политический дискурс» или «научный дискурс». В-третьих, как специфического способа «артикуляции элементов», отражающей / формирующей некоторое «видение мира» с точки зрения коррелирующей с данным дискурсом группы акторов. И, в-четвертых, под дискурсом может также пониматься конкретный текст с его экстралингвистическими связями и в его экстралингвистической обусловленности. В последнем понимании использование термина «дискурс» распространено в англоязычной традиции, в русскоязычной же традиции часто по-прежнему уместен термин «текст». Категория дискурса всесторонне проанализирована в теоретической концепции В.Е. Чернявской [7–9].

Хотя все предложенные трактовки могут теоретически иметь место в критическом дискурс-анализе, пониманием, применимым «по умолчанию», будет третья, которое, впрочем, не всегда явно отличается от второго. В основе такого понимания лежит представление о том, что *способы текстовой репрезентации не просто нейтрально отражают внешний мир, системы идентичностей и социальных отношений, но активно участвуют в их изменении и создании новых.*

В качестве иллюстрации функционирования дискурса как генератора и/или транслятора ценностных представлений можно привести процесс проникновения и становления общественной практики рекламы товаров и услуг в России и странах СНГ после распада СССР. Существует мнение, что помимо собственно «рекламирования» важной функцией рекламы на заре её внедрения в нашей стране была *генерация и трансляция ценностных моделей формирующегося общества потребления*. Реклама формировала определённое видение мира с интегрированными в него представлениями о должном и правильном, хорошем и плохом, задавала ориентиры и границы деятельности социальных акторов.

Взаимообусловленность дискурса и ценностных моделей имеет комплексный характер. Любой дискурс, понимаемый как артикуляция элементов некоторого видения мира, транслирует последнее не беспристрастно, но с точки зрения обобщённых представлений об идеальном порядке вещей для стоящих за дискурсом акторов. В реконструируемом дискурсом фрагменте мира всегда что-то рассматривается как желанное, правильное, хорошее, а что-то как отвергаемое, ложное, плохое. Дискурс отсекает одни варианты интерпретаций и предполагает другие — эту аксиому дискурсивного подхода можно и должно применить к функционированию ценностных моделей.

С представлением о порождающей силе ценностных моделей также коррелирует представление о дискурсе как системе моделирующей и (в определённой мере) создающей желаемое будущее. Явная иллюстрация этого

положения — ценностно-ориентированная категоризация на «своих» и «чужих», которая, как утверждают многие исследователи, есть продукт именно дискурсивных процессов [1–2]. Как известно из истории, такая категоризация может диктовать и диктует определённые варианты политических решений и порождает действия уже не дискурсивного характера (см., например: [9]).

Непосредственную «механику» взаимодействия ценностного / дискурсивного пространства с конкретными текстами следует в самом общем смысле определить как управление процессом вербализации: дискурс с вмонтированной в него системой ценностей определяет, какие элементы включать в текстовые репрезентации, а какие исключать, в каком порядке их комбинировать. С одной стороны, текст опирается на предзаданную дискурсом систему ценностей, «пассивно» формулирует некоторую ценностную позицию как само собой разумеющуюся. С другой стороны, текст может активно конструировать новые ценности или переформулировать старые, как правило, для продвижения «своего» мнения, обоснования решений и т. п.

Определим наиболее общие пути взаимодействия по линии «дискурс – текст». В первом приближении следует обозначить как минимум две текстовые стратегии, связанные с обращением к ценностным системам дискурсивного пространства. Первая стратегия связана с «координирующей работой» предзаданной системы ценностей определённого дискурса: ценностная / оценочная позиция вербализуется в целостной системе текста так, как если бы она была разделяемой «по умолчанию» потенциальным адресатом. Механика данной стратегии связана с эксплуатацией различного рода пресуппозиций и импликаций, использованием ключевых слов — ценностных концептов, развёртыванием системы средств языковой оценки в «безапелляционном» модусе, не предполагающем существование иной оценочной позиции. Вариант анализа данной стратегии был продемонстрирован нами в одной из ранее опубликованных работ [6].

Второй путь связан с «рационализацией» ценностей, или в дискурсивных терминах их «легитимизацией». В дискурс-анализе под «легитимизацией» (legitimation) подразумевается текстовая стратегия обоснования и/или объяснения чего-либо. В этой стратегии на первый план выходит их понятийный / рациональный компонент: ценность как бы становится объектом анализа. Такая ситуация имеет место, скажем, когда речь идёт о внедрении в дискурс новых ценностей, не составляющих ещё его область «данности». Например, в работе [12] продемонстрировано, как глобальные ценности переносятся в локальный контекст и легитимизируются с привлечением ресурсов различных глобальных типов дискурса (global discourse).

С другой стороны, речь может идти и об активном наполнении уже известной ценности новым содержанием, её переформулировании. В работе [15] с использованием инструментов текстового анализа показано, как в диахроническом срезе происходила интерпретация ценности (концепта) freedom в американском президентском дискурсе. Также автор демонстрирует, как данная ценность эксплуатировалась для обоснования (легитимизации) политических решений.

Итак, методология аксиологически ориентированного анализа предполагает, во-первых, работу с комплексной системой языковых средств текстового целого, во-вторых, дискурсивный подход осуществления текстового анализа. При этом мы исходим из положения о том, что методы текстового анализа позволяют в определённой мере реконструировать/смоделировать рецептивную программу, заложенную автором в текст. Такая программа может в том числе представлять собой актуализацию ценностного содержания. Данное содержание следует интерпретировать как «ценностное», если аналитическим путём обнаруживается некоторая устойчивость его реализации на *дискурсивном уровне*.

Библиографический список

Литература

1. Викулова Л.Г., Кулагина О.А. Национальная идентичность в контексте инаковости: языковая репрезентация оппозиции «свои» – «чужие» во французской литературе XX века (на материале сборника эссе Ф. Мориака «Чёрная тетрадь») // Вестник МГПУ. Сер. «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2013. № 2 (12). С. 33–42.
2. Викулова Л.Г., Серебрянникова Е.Ф. Структуры моделирования ценностных ориентиров дискурса социальной реальности в массмедийном коммуникативном пространстве // Вестник МГПУ. Сер. «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2014. № 2(14). С. 55–63.
3. Докучаев И.И. Ценность и экзистенция. Основоположения исторической аксиологии культуры. СПб.: Наука, 2009. 595 с.
4. Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Современный социо-анализ: сборник работ авторов, получивших гранты Московского отделения Российского научного фонда и Фонда Форда. Вып. VI. М.: РНФ, 1996. С. 5–23.
5. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. М.: Смысл, 2003. 511 с.
6. Молодыхенко Е.Н. Риторика превосходства: аксиологическая перспектива (Барак Обама о Крымском кризисе) // Политическая лингвистика. 2014. № 3. С. 155–165.
7. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: КД «Либроком», 2009. 248 с.
8. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. М.: URSS, 2014. 200 с.
9. Чернявская В.Е., Молодыхенко Е.Н. История в дискурсе политики: лингвистический образ «своих» и «чужих». М.: ЛЕНАНД, 2014. 200 с.
10. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000. 204 с.
11. Dewey J. Theory of Valuation // International Encyclopedia of Unified Science. Vol. II. № 4. Chicago: University of Chicago Press, 1939. 67 p.
12. Hazaea A.N., Ibrahim N., Mohd Nor N.F. Discursive Legitimation of Human Values: Local-global Power Relations in Global Media Discours // GEMA Online Journal of Language Studies. 2014. Vol. 14 (1). P. 171–187. URL: <http://ejournal.ukm.my/gema/article/view/3821/2677> (дата обращения: 10.11.2014).
13. Perry R.B. General Theory of Value: Its Meaning and Basic Principles Construed in Terms of Interest. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1950. 702 p.

14. *Rescher N.* Value Matters: Studies in Axiology. Frankfurt Lancaster: Ontos Verlag, 2004. 134 p.

15. *Sowińska A.* A critical discourse approach to the analysis of values in political discourse: The example of freedom in President Bush's State of the Union addresses (2001–2008) // *Discourse & Society*. 24 (6). Sage Publications, 2013. P. 1–18.

References

Literatura

1. *Vikulova L.G., Kulagina O.A.* Nacional'naya identichnost' v kontekste inakovosti: yazy'kovaya reprezentaciya oppozicii «svoi» – «chuzhie» vo francuzskoj literature XX veka (na materiale sbornika e'sse F. Moriaka «Chyornaya tetrad'») // *Vestnik MGPU. Ser. «Filologiya. Teoriya yazy'ka. Yazy'kovoe obrazovanie»*. 2013. № 2 (12). S. 33–42.

2. *Vikulova L.G., Serebrennikova E.F.* Struktury' modelirovaniya cennostny'x orientirov diskursa socialnoj real'nosti v massmedijnom kommunikativnom prostranstve // *Vestnik MGPU. Ser. «Filologiya. Teoriya yazy'ka. Yazy'kovoe obrazovanie»*. 2014. № 2 (14). S. 55–63.

3. *Dokuchaev I.I.* Cennost' i e'kzistenciya. Osnovopolozheniya istoricheskoy aksiologii kul'tury'. SPb.: Nauka, 2009. 595 s.

4. *Leont'ev D.A.* Cennost' kak mezhdisciplinarnoe ponyatie: opy't mnogomernoj rekonstrukcii // *Sovremenny'j socio-analiz: sbornik rabot avtorov, poluchivshix granty' Moskovskogo otdeleniya Rossijskogo nauchnogo fonda i Fonda Forda*. Vy'p. VI. M., 1996. S. 5–23.

5. *Leont'ev D.A.* Psixologiya smy'sla: priroda, stroenie i dinamika smy'slovoj real'nosti. 3-e izd., dop. M.: Smy'sl, 2003. 511 s.

6. *Molody'chenko E.N.* Ritorika prevosходstva: aksiologicheskaya perspektiva (Barak Obama o Kry'mskom krizise) // *Politicheskaya lingvistika*. 2014. № 3. S. 155–165.

7. *Chernyavskaya V.E.* Lingvistika teksta: Polikodovost', intertekstual'nost', interdiskursivnost'. M.: KD «Librokom», 2009. 248 s.

8. *Chernyavskaya V.E.* Lingvistika teksta. Lingvistika diskursa. M.: URSS, 2014. 200 s.

9. *Chernyavskaya V.E., Molody'chenko E.N.* Istoriya v diskurse politiki: lingvisticheskij obraz «svoix» i «chuzhix». M.: LENAND, 2014. 200 s.

10. *Yaniczkij M.S.* Cennostny'e orientacii lichnosti kak dinamicheskaya sistema. Kemerovo: Kuzbassvuzizdat, 2000. 204 s.

11. *Dewey J.* Theory of Valuation // *International Encyclopedia of Unified Science*. Vol. II. № 4. Chicago: University of Chicago Press, 1939. 67 p.

12. *Hazaea A.N., Ibrahim N., Mohd Nor N.F.* Discursive Legitimation of Human Values: Local-global Power Relations in Global Media Discours // *GEMA Online Journal of Language Studies*. 2014. Vol. 14 (1). P. 171–187. URL: <http://ejournal.ukm.my/gema/article/view/3821/2677> (data obrashheniya: 10.11.2014).

13. *Perry R.B.* General Theory of Value: Its Meaning and Basic Principles Construed in Terms of Interest. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1950. 702 p.

14. *Rescher N.* Value Matters: Studies in Axiology. Frankfurt Lancaster: Ontos Verlag, 2004. 134 p.

15. *Sowińska A.* A critical discourse approach to the analysis of values in political discourse: The example of freedom in President Bush's State of the Union addresses (2001–2008) // *Discourse & Society*. 24 (6). Sage Publications, 2013. P. 1–18.