

**Спицына Наталья Александровна**

канд. филол. наук, доцент

**Переладов Денис Александрович**

студент

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»

г. Владивосток, Приморский край

DOI 10.31483/r-64021

## **ГЕОПОЛИТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ С ПОЗИЦИЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ АКСИОЛОГИИ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются определения геополитики и геополитической ситуации, проводится методологическое обоснование возможностей изучения геополитических сфер в терминах аксиологии, в частности лингвистической. Лингвистическая аксиология выступает как исследовательская парадигма, состоящая из оценки, оценивания, ценности, ценностной ориентации, ценностного смысла. В геополитическом дискурсе лингвистическая аксиологическая гипотеза формулируется в рамках онтологической парадигмы Человек – Язык – Общество – Культура – Мир. Данная парадигма обуславливает работу над вопросами ценностных смыслов социального бытия, выполняющих регулятивные функции и определяющих смысложизненные ориентиры деятельности человека культуры. Эти смыслы формируют социальный мир и объективируются в языке в виде речевых знаковых образований, создавая дискурсивные тексты, определяемые на когнитивно-дискурсивном уровне оценочным отношением участников общения к предмету речи.*

***Ключевые слова:** геополитика, геополитическая ситуация, аксиология, лингвистическая аксиология, когнитивно-дискурсивный уровень, геополитический дискурс.*

Первое определение геополитики вместе с наименованием этой науки предложил в 1899 году шведский политолог Рудольф Челлен: геополитика – наука,

изучающая государство как географический организм, воплощенный в пространстве [23, с. 116].

За прошедший с того времени век однозначной формулировки для термина «геополитика» никто из ученых так и не предложил. По сей день отсутствует как точное понимание объекта геополитики, так и ее предмета геополитики, поскольку она затрагивает не только сугубо политические и географические дисциплины, но и предмет экономических, военно-стратегических, социологических и ряда других наук.

Весомый вклад в развитие геополитики сделал немецкий географ и социолог Фридрих Ратцель, который в 1897 году дал определение государству как «живому организму, укорененному в почве», опубликованном в журнале «Politische Geographie». Этот организм формируется из территориальных особенностей государства и осмысления этих особенностей людьми, которые населяют данное государство [15, с. 12].

Такой подход задает понимание геополитики как науки, изучающей явления политические в условиях динамики территориальных взаимоотношений и их влияния, оказываемого на Землю и культурные факторы. Другими словами, геополитика представляет собой своего рода географический разум государства.

Согласно Э.А. Позднякову, геополитика нацелена на раскрытие и изучение возможностей активного использования политическими силами условий материальной среды с целью оказания на нее воздействия в интересах военно-политической, экономической и экологической безопасности государства. Можно сказать, что геополитика изучает почти все, что так или иначе имеет отношение к территориальным вопросам государства, его границами и ресурсам, включая и людские [10, с. 42].

Современная геополитика рассматривает аспекты становления событий, отображающих интересы государства на различных уровнях: внутригосударственном, субрегиональном, региональном и глобальном [4; 7]. Обстановка в мире находится в постоянном изменении под воздействием настоящих внешних

и внутренних событий, которые дополняют собой базисные (географические) факторы и определяют геополитическую модель современного мира [22].

Благодаря экономическим интересам, возникает целый ряд других факторов, имеющих большое воздействие на геополитику и являющихся предметом её исследования.

1. Военная сфера. Научно-техническая революция середины XX века и стремление государств завладеть контролем над экономически-перспективными территориями поспособствовали возникновению оружия массового поражения и средств его доставки, обнаружения и уничтожения оружия противников, управления войсками и т. д. Кроме того, это стало одним из важнейших направлений Холодной войны – гонки вооружения.

2. Средства массовой коммуникации. Развитие электронных средств связи значительно упростило процесс общения между людьми, разделенными огромными расстояниями. От их состояния зависит ход жизни во всех сферах общества, имея фундаментальное значение в военной и экономических сферах.

3. Наука и образование. Эти тесно взаимосвязанные области также позволяют обеспечивать стратегии и тактику международных отношений. От уровня развития науки и образования напрямую зависит развитие экономической, технологической, военной и других сфер жизни.

4. Культура влияет на состояние мировых религий, которые в последние десятилетия оказывают все большее влияние на баланс геополитических сил.

5. Политика. Эффективность деятельности политического режима государства в особой степени влияет на внутренние и внешнеполитические настроения общества.

Как было отмечено, вопросы влияния медиасредств с конца XX века становятся неотъемлемой частью исследований геополитики как фактора, оказывающего все более сильное влияние на нее. Вместе с тем появляется и термин «медиакратия», буквально означающий власть информационных средств связи. Один из основоположников этого учения Маршалл Герберт Маклюэн считал, что средства массовой информации (СМИ) осуществляют функцию объединения

людей и порождения коллективизма, сравнивая его с фольклором. В непрерывно развивающемся информационном обществе все более остро стоит вопрос того, что под абсолютным контролем СМИ в ближайшем будущем окажутся все сферы – от экономики, быта, досуга и образования до политики и международных отношений. И уже сегодня мы можем наблюдать постепенное становление этого контроля. Впрочем, некоторые ученые уверены, что такое влияние утопично, поскольку основано именно на абсолютизации роли СМИ. Согласно их мнению, само понятие медиакратии было введено в науку только с целью усиления распространения концепций, стимулирующих преувеличение манипулятивной деятельности масс-медиа для создания мнимых представлений о действительности и будущем [20; 21].

Отечественный политолог И.Н. Панарин, выдвинул теорию о том, что после окончания Второй мировой войны начала свое формирование Новая Британская империя с головными центрами в Лондоне и Нью-Йорке, постепенно создавшая медиакратию, которая по сей день навязывает определенные стереотипы всему населению планеты [18].

К числу крупнейших мировых СМИ, находящихся под контролем Новой Британской империи, относятся: телеканалы CNN, ABC, CBS, NBC, BBC; газеты «Wall-Street Journal», «New York Times», «Washington Post»; журналы «Newsweek», «Time», «US News & World Report»; медиаконцерны «Walt Disney», «News Corporation», «Time Warner».

Такие транснациональные медиакомпании в состоянии оказывать давление на политику за счет того, что результатом их деятельности является прямое влияние на умы общественности через публицистику любого рода, учитывая развитие технологий и объединяя его с традиционными способами управления социумом. В настоящее время крупные информационные корпорации, обладающие возможностью буквально всемирного охвата информационного воздействия, попадают под пристальное внимание как зарубежных, так и российских исследователей [14; 16].

Можно с уверенностью заявлять, что ведущие мировые СМИ выступают как часть корпоративной системы и активно участвуют во всех этапах политических процессов как внутри своих стран, так и за рубежом. Близость к центрам политической и экономической власти является причиной высокого влияния деловых и качественных изданий. Читатели таких газет и журналов, как «New York Times», «Forbes» и «Fortune», могут смело полагать, что знакомы с видением людей, которые решают судьбы мира [13, с. 20].

В XXI веке позиции многих крупных СМИ, владеющих собственными коммуникационными сетями, усиливаются. Они все больше стремятся овладеть контролем над сознанием и умами миллионов человек – своих читателей, слушателей и зрителей. По мнению некоторых экспертов, расцвет Интернета должен был способствовать демонополизации информационного пространства, но на деле все оказалось с точностью до наоборот, и медиакорпорации уже успели захватить «мировую паутину», занимая все больше пространства в мире информации и в сознании своих потребителей [9; 12].

Таким образом, развитые страны в наши дни имеют в своем распоряжении широкие и разнообразные возможности для осуществления своих геополитических целей и защиты интересов государства средствами информационно-идеологического воздействия через средства массовой информации на общественное сознание мира. Все большее значение в сфере политики обретают информационные и идеологические факторы, вытесняя собой силовые, поскольку интеллектуальное влияние становится важнейшей стороной политического контроля и регулирования. Понятия «информация» и «мощь» становятся неразрывно связанными между собой, обретая новые точки переплетения [3, с. 46].

Можно сказать, что лингвистическая аксиология остается в некоторой степени абстрактным понятием, и для более полного его осмысления необходимо обратиться в первую очередь к терминам, которые она включает в себя и образует следующую исследовательскую парадигму: оценка, оценивание, ценность, ценностная ориентация, ценностный смысл.

Оценка как семантическое понятие предполагает наличие ценностных смыслов в языковых выражениях, которые в общем случае могут быть выражены своего рода формулой: «Субъект оценки» считает, что «Объект оценки» – хороший / плохой. В основе большинства аксиологических исследований подразумевается, что любой объект можно оценить положительно либо отрицательно. Такая бинарная форма именуется «общей оценкой» и более подробно рассматривается в следующем пункте данного параграфа, наряду с другими видами и классами оценки [1; 2; 6].

Исходя из данного определения оценки и предложенной выше формулы, термин «оценивание» можно интерпретировать как процесс присвоения оценки какому-либо объекту. Следует обратить внимание на то, что данный процесс является субъективным, равно как и сама оценка.

Аксиология исследует природу ценностей во всех ее проявлениях. Это может быть и субъективный мир ценностей, который в то же время может быть и реальным. Она может проявляться как ценностное сознание, являющееся совокупностью различных представлений о ценности, предпочтений, идеалов, норм, нравственных законов, образцов морали и многое другое. Для природы ценностей характерны и материальные явления, как, например, плоды творческой деятельности, которые создают художественные, нравственные, материальные, религиозные и другие формы материально-нематериальных ценностей.

Аксиология изучает отношение между сущим и должным, разъясняет степень достоверности размышлений о ценностях, исследует мыслительные операции, неизбежно связанные с ценностями, наблюдает за формированием истории тех или иных ценностей, работает над вопросами существования и значимости ценностей, обращает внимание на субъектно-объектную природу отношений оценочного и ценностного.

Исходя из вышесказанного и обращая внимание на неразрывную связь между ценностями и мыслительными процессами, следует сделать заключение, что при исследовании как самой аксиологии, так и отдельных её лексических составляющих, необходимо использование лингвистических инструментов,

поскольку ценности репрезентируются в языке, обретая тем самым некоторую реальную форму в материальном мире.

В языке ценностные отношения закреплены в семантических и синтаксических структурах. Оценка, выступая в качестве ценностного аспекта значения, может проявляться через элементы меньшие, чем слово, а может быть представлена и группой слов или целым высказыванием.

1. Аффиксы: кот – котик.

2. Слова: парень – молодец, фиолетовый – приятный, случай – несчастье, повозка – колымага, мебель – рухлядь. В каждой паре второе слово содержит оценочные семы.

3. Некоторые слои лексики предназначены для выражения оценки, в первую очередь это прилагательные и наречия: хороший – плохой, хорошо – плохо, отличный, прекрасный, ужасный, гадкий и т. п.

4. Оценка может содержаться в самих наименованиях предметов и действий, а также в пропозициональных структурах глаголов: шкапа, буяннить, радоваться, огорчаться, восхищаться и другие.

5. Оценка, выраженная через полноценные высказывания: она опытный парикмахер. Что ты натворил! Он настоящий полицейский. Это не человек, а просто зверь. Тебе стоит постричься. Нельзя перебегать улицу.

6. Таким образом, оценка может быть соотнесена как с собственно языковыми единицами, так и с семантикой высказываний в очень широком диапазоне значений.

7. С точки зрения лингвистической аксиологии можно выделить 4 вида высказываний по критерию содержания оценки:

– неоценочные (информативные) – передача фактических сведений о действительности. Например, «надо платить налоги»;

– оценочно окрашенные – предполагают информативную, регулятивную и другие функции, но содержат маркеры оценки. Например, «заплати налоги и спи спокойно»;

– оценочные – включают оценочные знаки, выражают оценочные отношения, помещаются в модусную рамку «это хорошо / плохо». Например, «законно-послушный гражданин платит налоги»;

– имплицитно-оценочные – по форме совпадают с неоценочными, но реализуют оценочную функцию. Например, «он не заплатил налоги» – можно отнести к неоценочному виду высказываний; зависит от контекста.

В современных условиях средства массовой информации способны формировать духовные ценности общества и активно влиять на представления, оценки, мнения и поведения людей. Кроме того, СМИ берут на себя роль одного из важнейших ресурсов социального регулирования и являются необходимым условием функционирования общества в целом. Мы становимся свидетелями продолжающегося усиления влияния печати, радио и телевидения на людей в интересах политических и финансовых групп.

Более того масс-медиа сегодня входят в число основных институтов социализации человека, отвечая за формирование его культурных и идеологических установок. Другими словами, СМИ принимают непосредственное участие в процессе становления, обучения и воспитания личности, а также усвоения ею социальных норм, ценностей, установок, образцов поведения, присущих некоторому обществу.

Также многие исследователи (Дж. Гербер, М. Маклюэн, И.Н. Панарин, Б. Багдикян и другие) посвящали свои работы изучению СМИ как средства целенаправленного действия для достижения конкретных политических целей благодаря информационному обеспечению внутренней и внешней политики. По этим причинам средства массовой информации регулярно выступают в качестве арены столкновения политических интересов и позиций разных направлений, а контроль информационных потоков становится серьезным элементом политической борьбы. Можно сказать, что в XXI веке для победы над противником в роли оружия выступают газеты, журналы, радиостанции, телеканалы и интернет-страницы [17, с. 12].

Стоит заметить, что с наступлением эпохи глобализации средства массовой информации стали неравномерно обеспечивать информацией мировое сообщество, играя при этом важную роль в достижении геополитических целей государств [8]. При этом стало реальным применение и самой геополитики в качестве инструмента идеологической мотивации внешней политики и обоснования её приоритетов.

Геополитические цели некоторых государств, которые стали формироваться по завершении Второй мировой войны, сегодня проявляются наиболее ярко. Например, в 1940-е годы политологи США начали вырабатывать новую американскую глобальную внешнеполитическую стратегию. Согласно их мнению, с учетом колоссальных потерь, которые понесли СССР и Германия (главные геополитические противники США), главной выигравшей стороной событий 1939–1945 годов стали именно Соединенные Штаты. Эта война поспособствовала выходу американской экономики из многолетнего кризиса. Для закрепления экономического и политического успеха, достигнутого в ходе Второй мировой войны, американские теоретики выбрали в качестве стартовой точки утверждение об «особой миссии США в мире» [7].

Применение средств масс-медиа в интересах геополитически может привести к особым случаям проявления национальной, религиозной и этнической непереносимости. Одним из ярчайших примеров разрушительного влияния геополитики США могут послужить события 2014 г. в Украине. На глобальном университетском форуме в том же году министр иностранных дел С. Лавров заявил, что «США пытается использовать Украину как пешку в своей геополитической игре» [Московский Комсомолец, 24.04.2014].

Таким образом, можно прийти к выводу, что доступность и всеохватность информационного воздействия способствует порождению «информационной войны», когда в ситуации информационного противостояния само информирование приобретает образ пропаганды, где слово становится важнее реальности, а манипуляция общественным сознанием протекает через присвоение безусловных (для коллективного бессознательного) ценностей [5].

С этой точки зрения обращение к процессам самоопределения личности в языке позволяет увидеть действительность серьезной оппозиции двух крайностей оценивания мира и собственной позиции в нем, определяемую в аксиологических терминах «Добро / Зло» [19]. Это достигается посредством речемыслительных процессов совмещения, сопоставления, подведения под известное и общее, сравнения, обобщения, столкновения смыслов при их формулировании и целенаправленном продвижении [1; 2].

Современные общественные и политические дискурсы наряду с проблемами глобальных изменений в мире оцениваются как такие, словно могут повлечь неизбежную гибель жизни на Земле, если не изменить своего отношения к ним. Проблемы ценностных ориентиров всегда приобретали особое социальное и нравственное значение во времена, когда устоявшиеся прежде традиции утрачивали свою значимость и актуальность, когда обостряются вопросы определения целей и смыслов жизни, когда научно-технический прогресс начинает опережать духовное развития человечества, в результате чего начинает доминировать прагматично-потребительское отношение к миру [11].

Все это ведет к отчуждению личности и утрате культурной памяти, нестабильности или агрессивности информационного поля культуры, что в конечном итоге выливается в деструктивные процессы этно-региональных и социальных конфликтов и кризиса национального самосознания. Под воздействием «новых» ценностей всеобщей потребительской культуры, где нормой сосуществование ценностей, антиценностей и псевдоценностей становится нормальным явлением, разрушаются ценности национальные и традиционные.

В геополитическом дискурсе актуальными становятся понятия, которые впоследствии формируют новые ценностные ориентиры, например стабильность, глобализация, кризис и другие. Если проанализировать медиатексты конца 2008 – начала 2009 и рассмотреть значение слова «кризис», можно прийти к выводам, что кризис – это:

– субъект действий – кризис замерит прочность партии; кризис ударил по России;

- объект действий – антикризисные действия; последствия кризиса;
- инструмент – кризисом пугают;
- фактор и причина – влияние кризиса;
- условие – в условиях кризиса;
- следствие – это и привело нас к кризису;
- поведенческий и мыслительный мотиватор – умонастроения попали под влияние кризисных явлений;
- временной интервал, период – во время кризиса; конец кризиса докризисный период; послекризисная жизнь;
- пространственное явление – кризис в головах; кризис в России; на входе в кризис;
- прецедент – кризис он и «в Африке кризис»;
- характеристика эволюции и революции – перерастание экономического кризиса в политический; кризис скакнул;
- управляемое и неуправляемое явление – локализовать кризис, стихия кризиса;
- способ характеристики – кризисное ужесточение режима;
- основание оценки и сравнения – европейцы выглядят искушеннее в вопросах преодоления кризиса;
- метафора – кризис предъявляет повышенные требования к игрокам; антикризисное лекарство.

Исходя из всего вышесказанного следует вывод, что в геополитическом дискурсе лингвистическая аксиологическая гипотеза формулируется в рамках онтологической парадигмы Человек – Язык – Общество – Культура – Мир. Данная парадигма обуславливает работу над вопросами ценностных смыслов социального бытия, выполняющих регулятивные функции и определяющих смысложизненные ориентиры деятельности человека культуры. Эти смыслы формируют социальный мир и объективируются в языке в виде речевых знаковых образований,

создавая дискурсивные тексты, определяемые на когнитивно-дискурсивном уровне оценочным отношением участников общения к предмету речи.

Таким образом, оценочность является неотъемлемым признаком геополитического текста и наряду с оценкой в рамках медиадискурса может рассматриваться как свойство, текстообразующая категория, функция, дискурсивная доминанта, конструктивный принцип языка газеты, универсалия, стилеобразующий фактор, функциональная семантико-стилистическая категория и как «суть деятельности журналистики». Для оценочного геополитического дискурса характерны проявление идеологической оценки, концептуального деления оценки на «своих» и «чужих», эксплицитность оценки, её пейоративность и неаргументированность.

Аксиологическое поле геополитического текста складывается из ценностей, эксплицитно и имплицитно отражаемых средствами языковых знаковых систем. Они затрагивают в большей степени социальные и политические ценности, которые противопоставляются личным и трактуются как «ценности, отвечающие за отношение человека к государству, обществу, политической системе», и выражаются преимущественно рационалистическими, идеологическим, морально-этическим и некоторыми другими видами оценками.

### ***Список литературы***

1. Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований. Тезисы докладов научного семинара с международным участием / под ред. Ю.Н. Михайловой. – Екатеринбург: Ажур, 2016. – 60 с
2. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: учеб. пособ. – М.: Высш. шк., 1991. – 140 с
3. Байчик А.В. Политические стратегии транснациональных корпораций СМИ в процессе глобализации информационного пространства: дис. ... канд. полит. наук. – СПб., 2005.
4. Бурлаков В.А. Геополитика: хрестоматия. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 300 с.

5. Бутырина М.В. Политология: учебно-методическое пособие / ГОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина». – Иваново, 2007. – 252 с.
6. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.
7. Евстигнеев Р.Н. Россия и экономическая глобализация / Р.Н. Евстигнеев, Л.П. Евстигнеева // Общественные науки и современность. – 2000. – №2. – С. 5–17.
8. Казыдуб Н.Н. Аксиологические системы в языке и речи // Вестник ИГЛУ. – 2009. – №2 (6)
9. Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов: коллективная монография. – М.: Тезаурус, 2011. – 352 с.
10. Листовская В.Н. Геополитика / В.Н. Листовская, Э.А. Поздняков. – М.: Прогресс. Культура, 1995. – 95 с.
11. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 4. Государство и право: Реферативный журнал. – 1996. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/96-04-013-pozdnyakov-e-a-geopolitika-m-progress-kultura-1995-95-s-bibliogr-s-92-94> (дата обращения: 11.12.2019).
12. Маркина Ю.В. Средства массовой коммуникации как средство достижения геополитических целей // Российский Академический Журнал. – 2011. – №1. – Т. 15. – С. 16–20.
13. Марьянчик В.А. Аксиологическая структура медиа-политического текста (лингвостилистический аспект): дис. ... д-ра филол. наук. Специальность 10.02.01 – Русский язык. – Архангельск, 2013
14. Мовсеян А.Г. Транснациональный капитал и национальные государства / А.Г. Мовсеян, С.Б. Огневцев // Мировая экономика и международные отношения. – 2005 – №6. – С. 45–57
15. Нартов Н.А. Геополитика: учебник для вузов. – М.: Юнити, 1999. – 359 с.

16. Озерова Е.Г. Деловая пресса и истеблишмент США: стратегии взаимодействия и контроля: дис. ... канд. полит. наук. Специальность 10.01.10 – Журналистика. – СПб., 2008.
17. Дугин А.М. Основы геополитики. – М.: АРКТОГЕЯ-центр, 2000. – 928 с.
18. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика – М.: Поколение, 2006. – 560 с.
19. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.
20. Фролов Д.Б. Информационное противоборство в сфере геополитических отношений: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. – М., 2006.
21. Черкасов Л.Н. Когнитивный и системный подходы в лингвистике и лингводидактике // Ярославский педагогический вестник – 2012 – №3. – С. 105–108
22. Юсупова-Фарзалиева Д.М. Информационная парадигма современной геополитики: к вопросу об информационной составляющей современных эверсионных политических процессов / Д.М. Юсупова-Фарзалиева, В.Н. Панин // Социально-гуманитарные знания. – 2012. – С. 3–10.
23. Gökmen S.R. Geopolitics and the study of international relations. – 2010. – 226 с.