

ТИПЫ ОЦЕНКИ В СИСТЕМАХ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Н. А. Круглик¹⁾, А. Д. Круглик²⁾

¹⁾ Белорусский государственный медицинский университет,
пр. Дзержинского, 83, 220116, г. Минск, Беларусь

²⁾ Белорусский государственный медицинский университет,
пр. Дзержинского, 83, 220116, г. Минск, Беларусь, e-mail: sakruglik@mail.ru

Данная работа посвящена исследованию способов выражения оценки в виртуальном общении. Актуальность темы заключается в том, что современное общество невозможно представить без средств электронного общения, таких как электронное письмо, форумы, чаты и т.д. Все это требует глубокого изучения и классификации средств выражения оценки в виртуальном дискурсе. В настоящее время приобретает большое значение лингвистический анализ средств выражения оценки в виртуальном общении, так как имеется большой потенциал применения для мониторинговых, аналитических и сигнальных систем, для систем документооборота и рекламных платформ по тематике веб-страниц. Все это требует наличия данных о структуре и содержании текстов, а также о коммуникативных интересах отправителей и получателей сообщений. В то же время выявляются языковые характеристики получателя, которые обусловлены, в том числе, и национально-культурными особенностями.

Ключевые слова: виртуальное общение; коммуникация; оценка; лингвистический анализ.

TYPES OF EVALUATION IN VIRTUAL COMMUNICATION SYSTEMS

N. A. Kruhlik^a, A. D. Kruhlik^b

^{a)} Belarusian State Medical University,
Dzerzhinski Ave., 83, 220116, Minsk, Belarus,

^{b)} Belarusian State Medical University,
Dzerzhinski Ave., 83, 220116, Minsk, Belarus, e-mail: sakruglik@mail.ru

This work is devoted to the study of ways of expressing evaluation in virtual communication. The relevance of the topic lies in the fact that modern society cannot be imagined without means of electronic communication, such as e-mail, forums, chats, etc. All this requires in-depth study and classification of the means of expression of evaluation in virtual discourse. Currently, linguistic analysis of the means of expressing evaluation in virtual communication is of great importance, since there is a great potential for use for monitoring, analytical and signaling systems, for document management systems and advertising platforms on the subject of web pages. All this requires data on the structure and content of texts, as well as on the communicative interests of senders and recipients of messages.

Keywords: virtual communication; communication; evaluation; linguistic analysis.

Социальная деятельность человека в современном мире предполагает не только реальное общение, но и виртуальное. В первую очередь связано со все возрастающей популяризацией социальных сетей и различных развлекательных платформ. Практически каждый человек сегодня является участником виртуального общения.

Понятие «виртуальная коммуникация» имеет множество определений. Очень часто виртуальная коммуникация предполагает такой тип коммуникации, которая происходит с помощью компьютеризованных систем. Поэтому, в отличие от обычного общения, виртуальная коммуникация имеет ряд особенностей, таких как: опосредованность, дистантность, интерактивность, глобальный межкультурный характер, отсутствие статусной иерархии, неопределенность и неразвитость социальных норм (в том числе — правовых и нравственных).

Кроме того, виртуальное общение обладает рядом признаков, которые отличают его от конкретного общения [1]:

анонимность, которая позволяет преподнести личную информацию в более интересном виде и предоставляет эффективные приемы производить благоприятное впечатление о себе. Возможность представить себя другим человеком — это один из факторов, побуждающих людей общаться в социальных сетях. Кроме того, анонимность помогает психологически раскрепоститься, проявить большую свободу в высказываниях и поступках, примерить на себя роли, которые немыслимы вне социальных сетей;

самоконструирование собеседника в коммуникативной среде (отсутствие физического лица). При формировании собственного виртуального образа пользователем создается образ собеседника, который не соответствует действительности и отсутствующая информация придумывается в зависимости от собственных ожиданий.

Очень часто несоответствие виртуального и реального образа разочаровывает коммуникантов из-за полного несоответствия созданного ими образа и реальной личности; возможность получить любое эмоциональное подкрепление в виртуальном коммуникативном процессе. Проявление эмоций в виртуальной беседе способствует возникновению новых отношений между коммуникантами. Эмоциональная составляющая любого общения определяется его содержанием и возникает как реакция на него. Эмотивный фактор в общении играет очень большую роль, так как он

тесно взаимодействует с субъективным миром человека. Эмоциональная сторона общения очень многогранна. Она проявляется как в создании особых иконок, передающих эмоции (смайлики), так и в использовании в тексте аллегорий, цитат, метафор и большого количества ненормированных сокращений. Или применение «телеграфного» синтаксиса: отсутствие заглавных букв, знаков препинания.

Эмоциональная, экспрессивная функция — важнейшая функция языка, которая непосредственно связана с его коммуникативной функцией. При любой коммуникации, в том числе и в социальных сетях, люди выражают свои эмоции. Эмоции, чувства — одна из составляющих существования человека, а их проявление — одна из целей общения. Эмотивная лексика любого языка является материалом для исследования многих ученых. Данные исследования проводятся на стыке языкознания и психологии. Несомненно, что лексические способы проявления эмоционального состояния человека изучены учеными в большей степени и являются наглядными примерами. Но, в то же время доказано, что эмоции проявляются на всех уровнях языковой системы — от фонетики до синтаксиса.

В настоящее время приобретает большое значение лингвистический анализ средств выражения оценки в виртуальном общении, так как имеется большой потенциал применения для мониторинговых, аналитических и сигнальных систем, для систем документооборота и рекламных платформ по тематике веб-страниц. Все это требует наличия данных о структуре и содержании текстов, а также о коммуникативных интересах отправителей и получателей сообщений. В тоже время выявляются языковые характеристики получателя, которые обусловлены, в том числе, и национально-культурными особенностями.

Выделяют различные подходы к систематизации оценок. Признаки, лежащие в основе классификаций оценок различны, поэтому нет возможности систематизировать оценки в единую классификацию.

И. Р. Гальперин предлагает делить оценки на два типа в зависимости от оценочного значения (хорошо или плохо): положительную (*a good car*) и отрицательную (*a bad car*).

В такой классификации представлен наиболее опосредованный характер отношений коммуникантов к предметам существующей действительности.

Н. Д. Арутюнова в своей работе отмечает то, что языку присуще фундаментальное противопоставление описательных и оценочных значений, которые различаются отношением к действительному миру и его идеализированной модели. При этом описательные значения только указывают на отношение высказывания к действительному миру, а оценочные представляют взаимосвязь реального и идеализированного. Например, в словосочетании *a red apple* ‘красное яблоко’ прилагательное *red* ‘красное’ является описательным, так как указывает на собственное свойство предмета. А в словосочетании *a delicious apple* ‘вкусное яблоко’ прилагательное *delicious* ‘вкусное’ является оценочным, так как это свойство приписано предмету субъектом оценки.

Чисто оценочного и дескриптивного значения можно выделить два типа оценки:

- общая оценка (содержит только оценочное значение) (*delicious cake*);

- частная оценка (содержит наряду с оценочным значением и дескриптивное) (*tasty cake, mouth-watering cake*).

Принимая во внимание характер основания оценки, в рамках второй группы выделяются следующие подтипы оценок:

- указывающие на сенсорно-вкусовые признаки (*вкусный, приятный*);

- указывающие психологические признаки (*интересный, глупый, грустный*);

- указывающие на эстетические признаки (*красивый*);

- указывающие на этические признаки (*аморальный*);

- указывающие на утилитарные признаки (*полезный, вредный*);

- указывающие на нормативные (*правильный*) и телеологические признаки (*удачный, целесообразный*).

Н. Д. Арутюнова выделяет, что, употребляя общеоценочные прилагательные (*good* ‘хороший’, *bad* ‘плохой’), субъект в большинстве случаев имеет в виду более частное значение оценки (*delicious* ‘вкусный’, *helpful* ‘полезный’). Предложенная классификация оценок наиболее детальна и позволяет разграничить чисто оценочные значения и оценочно-дескриптивные значения [3, с. 218].

В зависимости от того, присутствует или отсутствует в оценке предметно-логическое содержание, оценка бывает:

- рациональной;

- эмоциональной.

Рациональная оценка предполагает наличие мотиватора в структуре высказывания: *I like my Iphone because of ist huge screen* 'Я люблю свой *iPhone* из-за его огромного экрана'. Для усиления рациональности служит включение в высказывание предиката, например: *I think it is the best car of all time* 'Я думаю, что это лучшая машина всех времен'. Эмоциональная оценка в качестве непосредственной реакции на объект характеризуется наличием экспрессивных элементов и эмоционально окрашенных слов: *a luxurious car* 'Шикарная машина!' [4, с. 54]. В зависимости от формулировки оценочного высказывания выделяют два типа оценки [3, с. 58]:

- абсолютная оценка;
- сравнительная оценка.

Абсолютная оценка выражает отношение автора к одному объекту. Примером мнения с данным типом оценки может служить высказывание: *I like my new phone* 'Мне нравится мой новый телефон'. В случае сравнительного мнения автор не высказывает явно субъективной оценки, а лишь указывает на отношения схожести или различия между двумя и более объектами. Например: *My new Iphone is bigger than Samsung* 'Мой новый *iPhone* больше, чем *Samsung*'. К данному типу мнений относят также мнения об абсолютном превосходстве: *Iphone is the best Smartphone* '*iPhone* — это самый лучший телефон'. Приведенная классификация позволяет говорить о некоторых различиях между оценками:

- абсолютная оценка содержит больше субъективной информации, а сравнительная — объективной;

- в сравнительном высказывании субъект не высказывает прямой

- положительной или отрицательной оценки, а сравнивает два и более объектов между собой по различным аспектам;

- сравнительная оценка выражается более сложными конструкциями. [6].

Автоматический анализ сравнительной оценки, содержащей объективную информацию, является довольно непростой задачей, так как установить предпочтение автора можно лишь на основе всеобъемлющих знаний об окружающем мире. Например, в предложении *Samsung phones have better photo quality than Apple phones* 'Телефоны Самсунг имеют лучшее качество фотографий, чем телефоны Эппл' высказывается два сравнительных мнения по отношению к *Samsung phones* и *Apple phones*. При этом ав-

тор явно не говорит, что один из объектов хороший или плохой. Именно поэтому сравнительные мнения требуют отдельного анализа.

Перенимая во внимание роль контекста в реализации семантики единиц с оценочным значением, выделяют два типа оценок:

— ингерентная (явно выраженная) оценка, которая сохраняется на уровне смыслового значения слова;

— адгерентная (латентная) оценка, которая не имеет к семантике слова никакого отношения, а проявляется в речи спонтанно в следствии каких либо факторов, обусловленных ситуацией.

«Контекст — мощный механизм формирования нужной оценки у нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему номинации, а эксплицируется в ее словесном окружении» [4]. Так, например, прилагательное *luxurious* ‘шикарный’ вне зависимости от контекста будет иметь положительное оценочное значение, так как оно закреплено в семе слова.

А вот прилагательное *short* ‘короткий’ приобретает оценочное значение только в контексте: *short battery life* ‘короткая жизнь батарей’. Таким образом, не оценочная сама по себе лексема становится оценочной в контексте.

Другим примером выражения оценки по отношению к отдельной характеристике объекта является сообщение о произошедшем негативном или позитивном факте или указание на возможный позитивный или негативный эффект объекта. Например, одним из видов тональных фактов являются технические проблемы, упоминаемые в отзывах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Карпоян, С. М. Эпистемическая модальность в интернет-комментарии: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.09.14 / С. М. Карпоян. — Ростов н/Д, 2014. — 25 с.
2. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — 3-е изд., стер. — М.: Едиториал УРСС, 2005. — 139 с.
3. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт / Н. Д. Арутюнова. — Москва: Наука, 1999. — 341 с.
4. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. — М.: Едиториал УРСС, 2002. — 140 с.
5. Компанцева, Л. Ф. Проблема виртуального жанра / Л. Ф. Компанцева // Ученые записки Таврич. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология». — Симферополь, 2005. — Т. 18 (57), № 2. — С. 17—24.
6. Лингвистические средства оценивания события: курсовая работа [Электронный ресурс] // Всероссийская лингвистическая электронная библиотека. — Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=445068#1>. — Дата доступа: 23.01.2022.