

8. Нестеренко П. Чесне ім'я Олексія Береста // Нестеренко П. Подвигу вогонь незгасний. – Суми: Козацький вал, 2000. – С. 175.
9. Прапор Перемоги Олексія Береста (до 90 – річчя від дня народження Героя України О. П. Береста, уродженця с. Горяїстівка Охтирського району Сумської області): рекомендаційний список / ОКЗ «Сумська обласна дитяча бібліотека ім. М. Острозького»; уклад. Н. Ю. Курносова. – Суми, 2011. – 12 с.
10. Руднев С. В. Легендарный рейд. – Ужгород: Карпати, 1967. – 340 с.

*А. В. Редько,
студентка II курсу
Науковий керівник: І. М. Кобзар,
старший викладач кафедри українознавства,
Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

РОЛЬ МОВНИХ ЗАСОБІВ У ФОРМУВАННІ АКСІОЛОГІЧНИХ ВИМІРІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Розвиток суспільства супроводжується різними змінами як технологічних процесів, так і соціально-культурних упродовж існування всієї історії людства.

У сучасній Україні ця тема є дуже актуальною, бо наша держава знаходиться у стадії розвитку, намагаючись з кожним днем стати на сходинку вище й не поступатися розвиненим європейським державам, а мова, як найголовніший засіб спілкування, відіграє важливу роль у формуванні та розвитку будь-якого суспільства. Крім того, саме мовні засоби стають виразниками позитивних і негативних рис, а відповідно, і оцінок того чи іншого суспільного явища чи суспільства в цілому. Початок третього тисячоліття став періодом якісної трансформації людства й моментом переходу до нової соціально-економічної формації, яку прийнято сьогодні називати інформаційним суспільством.

Метою статті є визначення ролі мовних засобів у формуванні аксіологічних вимірів функціонування інформаційного суспільства.

Більшість досліджень інформаційного суспільства присвячені вивченню технологічних та економічних перетворень, які супроводжують новий етап розвитку суспільства. Концепцію інформаційного суспільства розглядали як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники: Д. Белл [1], Г. Бехманн [2], В.І. Гриценко [3], А.В. Назарчук, Н.В. Попкова, В.С. Степін, Ю. Хаяші [9] та багато інших.

Відомі декілька трактувань цього феномену. Поняття «інформаційне суспільство» з'явилося у другій половині 60-х років ХХ століття. Вперше цей термін використано в Японії. Його авторство приписують професору Токійського технологічного інституту Ю. Хаяші. Інформаційне суспільство визначалось як таке, де процес комп'ютеризації дасть людям доступ до надійних джерел інформації, позбавить їх від рутинної роботи, забезпечить високий рівень автоматизації виробництва [9, с. 29].

Термін «інформаційне суспільство» в Д. Белла – це нова назва для постіндустріального суспільства, концепт, що підкреслює не його положення в послідовно-

сті ступенів суспільного розвитку (після індустріального суспільства), а основу визначення його соціальної структури, зокрема інформації [1, с. 155]. Інформація для Д. Белла пов'язана передусім з науковим, теоретичним знанням. А отже, інформаційне суспільство – це таке суспільство, у якому є науковий потенціал та можливість трансформувати теоретичні знання в кінцевий продукт.

В основі теорії інформаційного суспільства лежить уявлення про інформацію, як знання, що породжує конструктивні зміни системи. Інформація є знанням обмеженості існуючих можливостей. Система потребує інформації для управління своєю життєдіяльністю, «будь-які зміни є інформацією, і сама інформація тягне за собою зміни у стані системи» [2, с.61-62]. Інформаційне суспільство являє собою епоху панування інформації та інформаційних технологій. «Інформаційні технології: це, по-перше, взаємодіючі програмно-апаратні засоби, по-друге, їхня можливість впливати на дані, по третє, інформаційні технології обов'язково мають виробляти інформаційний продукт» [3, с. 29].

Аналізуючи дискусії про інформаційне суспільство, найбільш прийнятними вважаємо концепції сучасного німецького дослідника Г. Бехманна, які відбивають найсуттєвіші ознаки його. Це:

1. Інформаційне суспільство як інформаційна економіка розглядається у двох основних аспектах – виробничому та професійному. Виробничий підхід підкреслює послідовний перехід від сільськогосподарського сектора економіки до промислового, потім до інформаційного як провідного в сучасному суспільстві. Професійний підхід ґрунтується на аналізі професійної структури суспільства, у якій, наприклад, є виробники та споживачі інформації, розглядаються різноманітні види робіт в інформаційному секторі економіки, що додався до її традиційних секторів.

2. Інформаційне суспільство як постіндустріальне розглядається, як зазначалося вище, у відомій концепції Д. Белла. Якщо головні принципи індустріального суспільства – виробництво товарів за допомогою машин і приватна власність, то для інформаційного суспільства – виробництво та використання інформації за допомогою інтелектуальних технологій, які базуються на її комп'ютерній обробці, що призводить до зростання значення теоретичного знання та науки. Проте для Д. Белла головну роль в інформаційному суспільстві відіграє не соціальний контроль, а наукова підготовка рішень, яка спрямована забезпечити, наприклад, максимізацію прибутку, конкурентоспроможність, тобто розуміється не як постіндустріальне, а інформатизоване промислове суспільство, детерміноване ринковою економікою.

3. Інформаційне суспільство як суспільство знань розглядається, якщо акцент роблять не лише на зростанні значення теоретичного знання, а й на соціально детермінованих процесах його розподілення та відтворення. Однак особливого значення набуває не саме знання, а його нестача, що часто стає соціальним аргументом, особливо в суспільстві ризику, коли «онаучнення» суспільства комбінується зі зростанням його рефлексивності, необхідністю постійного зворотного зв'язку знання з діяльністю. Наукове знання, з одного боку, раціоналізує взаємовідношення суспільства та природи, культуру суспільства, трансформованих у дії та рішення, з іншого – породжує необхідність у все новому та новому знанні для подолання небезпек та невизначеності, що виникають [2, с. 106].

Отже, можемо постулювати, що інформаційне суспільство – це виникнення нових напрямів науки і техніки, які виробляють нові знання. Звідси виходить, що інформація та знання, інформаційні технології виконують головну роль в економіці, соціально-гуманітарній та політичній сферах. Саме інформація та знання є головними чинниками підвищення рівня розвитку суспільства.

Деякі вчені (А. Алехнович, С. Вовканич, С. Дрожжина, В. Телія [7], Л. Федорова [8] та ін.) у своїх роботах розглядають саме аксіологічну складову інформаційного суспільства. Аксіологічний вимір – це зв'язок різноманітних цінностей між собою, із соціальними, культурними чинниками та структурою особистості.

Цікавою в цьому плані є думка В.М. Телії, яка саме оцінює значення визначає як інформацію, «яка містить відомості про ціннісне відношення суб'єкта віщання (того, хто використовує якесь слово або вираження) до певної властивості відмічуваного, яке виділяється щодо того або того виду аспекту розгляду певного об'єкта» [7, с. 54]. Однак інформація сама по собі не є аксіологічно однозначною, оскільки не забезпечує суспільство виключно гуманістичними або екологічними ідеями.

Атрибутами інформаційного суспільства є спрямованість на досягнення поставленої мети й подолання зовнішніх та внутрішніх перешкод. Мова, будучи найважливішим засобом спілкування й пізнання та маючи соціальне призначення, на сучасному етапі формування суспільства виступає головною сполучною ланкою в цих вимірах. Люди використовують мову як засіб ототожнення з однією культурною групою та як засіб відмежування від інших. Головним засобом досягнення мети є мовні засоби, які сформулювались за певний час розвитку. Саме вони встановлюють і регулюють відносини людей у суспільстві та формуванні сучасного світу: отриманні знань, розвиткові новітніх технологій, використанні генної інженерії, нанотехнологій та ін.

Тобто, тут ми можемо перейти до визначення ролі мовних засобів у формуванні аксіологічних домінант інформаційного суспільства. За допомогою мовних засобів можна сформулювати як позитивну, так і негативну оцінку. Проблема вираження оцінки в мові відображена в дослідженнях Н.Д. Арутюнкової, Н.І. Бойко, Дж. Лакоффа [4], Н.А. Лук'янової [5], І. В. Онищенко, О.В. Полікарпової [6] та ін.

У цьому контексті вважаємо доречною думку російської дослідниці О. Полікарпової, що мова не лише творить і мислить, а керує почуттями та духовними субстанціями людини, сформульованою нею на підставі тези Геббельса про те, що багато разів виголошена брехня сприймається як правда [6].

Слова пов'язані з мовцем і відображають його ставлення до навколишнього світу, оскільки в процесі пізнання та спілкування людина не може не виражати свого ставлення до предметів та явищ. Спираючись на дослідження, можна сказати, що метою мовних засобів є поліпшення умов життя людини. Мовні засоби покращують можливості спілкування, сприяють досягненню поставлених цілей у навчанні, роботі, науці та інших сферах життя.

Оцінка залежить від норм суспільства та стереотипів, які сформувались. Позитивна оцінка виражається в тому, що суспільство дуже велике та потребує

якомога більше мовних засобів для того, щоб висловити думки чи описати явища. Мова на сучасному рівні містить їх велику кількість для точного висловлення думок. Є певні тенденції, що впливають на формування мовних засобів, основними серед яких є такі: збільшення кількості учасників масової комунікації; підсилення особистісних рис у мовленні; необхідність у нових засобах вираження та формах образності; зростання психологічного несприйняття бюрократичної мови минулого; відродження назв, які були заборонені чи забуті в епоху тоталітаризму й тепер повертаються з минулого. Саме мовні засоби покращують прогрес через позитивну оцінку.

В інформаційному суспільстві мовні засоби здебільшого формують позитивну оцінку, насамперед звертаючись до гуманних цінностей людини. Це безпосередньо впливає на розширення сучасного розвитку, бо цінності – це будь-яке матеріальне або ідеальне явище, яке має значення для людини чи суспільства, заради якого вона діє, витрачає сили, заради якого вона живе. Саме через уявлення про те, що є кращим, люди створюють середовище для свого існування. Розширення мовних засобів прискорює розвиток сучасних комунікацій, перетворює слова в дійсність, надає більше можливостей людям для комунікацій у різних сферах інформаційного суспільства.

Сприймаючи явища дійсності, людина виражає своє не нейтральне відношення до нього за допомогою оцінки: «хороший» – «поганий», «добре» – «погано». Будучи виражена мовними засобами, оцінка реалізується в компоненті значення слова, який називають оцінністю.

Так мовні засоби формують позитивну та негативну оцінку інформаційного суспільства через образні засоби – метафори та епітети. Емотивність відбиває факт емоційного переживання суб'єктом певного явища, оцінка – позитивну або негативну оцінку об'єкту або явища, інтенсивність – міру прояву дії або ознаки, стилістичний компонент – приналежність слова до певної сфери спілкування [5, с. 21].

Услід за Н.А. Лук'яноюю ми визнаємо, що існує два типи оцінності: раціональна (інтелектуальна) – оцінність навколишньої дійсності (суб'єктів, предметів, якостей, явищ) і емоційна – пропущена крізь призму людської психіки. Емоційна оцінність метафори є результатом актуалізації оцінних цьому конотативному аспекту значення слова. Раціональна оцінність метафори є результатом актуалізації оцінних цьому денотативного аспекту значення слова [5].

Таким чином, метафора це – спосіб образного уявлення реальності, вона розкриває сутність предметів через контраст і подібність. Без метафор неможливе вираження думок. Це положення доказово обґрунтовують Дж. Лакофф і М. Джонсон у книзі «Метафори, якими ми живемо» [4]. Учені розглядають метафору як початкову понятійну конструкцію та визначають її центральне місце в процесі розвитку думки. Вона використовується для вираження більш точного уявлення про суспільство, виступаючи засобом інтерпретації соціальних явищ, тим самим збагачуючи мову науки. Слід зауважити, що метафори інформаційного суспільства повністю відбивають позитивні й негативні сторони суспільно-політичного й економічного життя країни, маючи певне оцінне навантаження. Тут ми погоджуємося з думкою вітчизняної дослідниці Л.М. Федорової, яка виділяє метафори меліоративної (позитивної) та пейоративної (не-

гативної) оцінки, а також експресивно-оцінні й емотивно-забарвлені метафори, які впливають на думки й переконання, викликають певні реакції в тих, хто сприймає інформацію. Найбільш поширеними є такі тематичні групи: «війна», «театр», «медичина», «гра», «економіка», «спорт», «гастроном» тощо: «війна влади з опозицією» («Укр. правда», 13.11.12), «годували низькокалорійними інформаційними бутербродами» («Укр. правда», 08.02.10), «поставити діагноз суспільству» («Дзеркало тижня», № 40, 09.11.12), «фінішували великі перегони» («Україна молода», 14.11.12) і т.д. Тому негативне ставлення до подій, які відбуваються в сучасному інформаційному суспільстві, спричиняють появу великої кількості саме пейоративних оцінок, що часто створюються метафоричними засобами [8, с.119].

Таким чином, можемо зробити висновок, що оскільки в основу соціальних, економічних, технологічних нововведень покладено інформацію та знання, без їхнього ціннісного (аксіологічного) суспільного наповнення не видається можливим забезпечення подальшого реформаторського поступу країни. Беззаперечно важливою видається й роль мовних засобів у створенні оцінного ефекту в сучасному інформаційному суспільстві. Як ми з'ясували, інформація сама по собі не є аксіологічно однозначною, оскільки не забезпечує суспільство виключно гуманістичними чи екологічними ідеями. Тому визначальною стає значущість інформації у визначенні пріоритетності вибраної стратегії. Необхідно вміти користуватися корисною інформацією, приймати рішення на основі колективного знання. Все це є підтвердженням думки, що людина повинна мати певний рівень культури поведінки, а це напряму залежить від культури мови, яка невід'ємно супроводжує суспільство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
2. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн / перевод с нем. А.Ю. Антоновского [и др.]. – М.: Логос, 2010. – 248 с.
3. Гриценко В.И. Общество в информационную эпоху: реалии и перспективы развития / В.И. Гриценко / Вестник НАН Украины. – 2005. – № 6. – С. 28-32
4. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
5. Лукьянова Н.А. О соотношении понятий экспрессивность, эмоциональность, оценочность // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования / Отв. ред. проф. К.А. Тимофеев. – Новосибирск, НГУ, 1976. – вып. V. – С. 3 – 21.
6. Поликарпова Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. Монография. [Электронный ресурс] Ростов-на-Дону, 2002. – Режим доступа: <http://library.plankion.kz/index.php>
7. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М.:1996. – 288с.
8. Федорова Л.М. Категорія оцінки: до проблеми становлення та вираження в слові / Л. Федорова / Українська мова. – 2013. – №1. – С.115-121.
9. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society / Y. Masuda. –Wash.: World Future Soc., 1983. – 178 p.