



УДК 81-119

ТИПЫ МЫШЛЕНИЯ: МЕЗОНИМНОЕ, ФИДЕЙНОЕ, МЕДИЙНОЕ

А. И. Скрипникова

*Докторант PhD,
Казахский национальный педагогический
университет им. Абая,
г. Алматы, Казахстан*

TYPES OF THINKING: MEZONY, FIGMENT, MEDIA

A. I. Skripnikova

*PhD-student,
Kazakh National Pedagogical University
named after Abay,
Almaty, Kazakhstan*

Summary. The article discusses three types of modern thinking, which are widely represented in the foreign scientific texts. Mezony-, figment- and media-thinking are taken out by researchers in the separate categories relatively recently. All three types can be easily illustrated, being guided by journalistic texts. The media thinking is inherently reproductive: man thinks of the stock phrases and stereotypes imposed to him by media.

Keywords: cognitive science; linguistics; thinking; typology; mass media.

Прежде чем перейти к анализу новых типов мышления, приведём определение, данное в Толковом словаре современного русского языка В. В. Лопатина, на которое в дальнейшем будем опираться: «Мышление – это способность человека, уясняя содержание явлений действительности, связывать, сопоставлять их и делать из этого выводы» [3, с. 350].

Представителями разных научных сфер выведено немало типологий человеческого мышления. Напомним об основных (классических): дискурсивное (умозаключающее) и интуитивное (мгновенное, характеризующееся минимальной осознанностью) мышление; теоретическое и практическое (осуществляемое на основе социального опыта и эксперимента); предметно-действенное, наглядно-образное и словесно-логическое мышление [7, с. 290].

Также существуют и другие разновидности: аналитическое (логическое), реалистическое, аутистическое, эгоцентрическое, произвольное (сновидения), произвольное мышление и др. Останавливаться на них подробно не будем.

Мы ставим задачу рассмотреть новейшие: мезонимное, фидейное и медийное. Они были выделены исследователями в отдельные категории относительно недавно.

Начнём с мезонимного типа мышления.

Польские языковеды Альберт Бартошевич и Леонтий Миронюк в своём совместном исследовании предлагают выделять в качестве когнитивной единицы «мезоним». Под мезонимом они понимают «срединный» элемент между двумя антонимами, т. е. своего рода «лингвистическую биссектрису», например: *верхний – средний – нижний; левый – центральный – правый* и т. д. [1, с. 7].

Учёные пишут также о мезонимном типе мышления, который со временем вырабатывается у каждого человека. Л. Миронюк и А. Бартошевич выделяют следующие четыре разновидности мезонимного типа мышления:

1) фольклорно-сказочное мышление (*налево пойдёшь... – прямо пойдёшь... – направо пойдёшь...*);



2) историческое мышление (*древние века – средние века – новые века*);

3) пространственно-географическое (*Северный полюс – Экватор – Южный полюс; Средиземноморье; междуручье*);

4) металингвистическое (*высокий – средний – низкий стиль; мужской – средний – женский род; полугласный; полупредикативный*) [1, с. 6].

Мезонимы, по свидетельствам авторов, часто встречаются в публицистическом стиле: *полумперия, полуколония, полуправда, полудемократия* [1, с. 7].

Приведём пример из Национального корпуса русского языка: «*Впрочем, социальный аспект данной проблемы, скорее всего, лишь полуправда*» («Известия», 2007).

Что касается фидейного мышления, то наиболее полно оно охарактеризовано в монографии М. В. Никитина. Учёный выявляет два полярных вида духовной деятельности – рационально-логический и фантазийно-игровой. Однако между двумя полюсами лежит обширная область знания неполного, сомнительного или ложного, где человек волей-неволей действует на основе интуиции, веры или обмана. Центральным, объединяющим здесь является понятие веры, поэтому в целом этот вид и область ментальной активности можно назвать фидейным сознанием, или фидейным мышлением [5, с. 10].

На наш взгляд, фидейный тип мышления представлен в астрологических прогнозах или гороскопах, регулярно появляющихся в СМИ.

В качестве иллюстрации приведём отрывок из астрологического прогноза на 2014 год на новостном Интернет-портале: «*Уже весной Девам вдруг придёт неожиданное известие, причём оттуда, откуда его меньше всего можно было бы ожидать*» [8].

Вслед за А. А. Князевой, считаем, что абстрактность и обобщённость яв-

ляется характерной чертой пророчеств и предсказаний. Имплицитное содержание проявляется в неоднозначности используемых слов и выражений, а также в их обобщённом употреблении [2, с. 3]. Толкование подобных прогнозов зависит от интерпретатора. Как правило, оно сугубо индивидуально.

Как пишет Ю. Е. Прохоров: «Нечёткие и неотчётливые по своему смыслу слова с неровными краями областей их значений, неясность разграничительных линий между понятиями, их многообразие и пестрота – всё это создаёт возможность для нарушения строго дедуктивных форм мышления» [6, с. 149].

Интересно будет отметить, что на фидейный тип мышления опирается языковедческая область по изучению футурологических текстов – лингвопрогностика.

Обратимся к медийному типу. Ему посвящена работа В. Д. Мансуровой. Автор не просто пишет о новой типологии, но и вводит в научный оборот термин «человек медийный» (*homo mediatius*).

«Человек медийный» представляет собой новый антропологический тип социального субъекта, который проявляет себя в массовом коммуницировании. Главными факторами и критериями дифференциации, согласно В. Д. Мансуровой, выступают этический (ценностный) и когнитивный варианты организации мышления и деятельности медийного, т. е. включённого в информационное взаимодействие человека [4, с. 117].

СМИ становятся средствами создания схем поведенческой, языковой, мыслительной, личностной самоорганизации. Эти схемы, картины социокультурной повседневности – тоже реальности, по стечению обстоятельств бытия человека в мире сейчас они не менее важны для него, чем состояние вещной или природной среды [Там же]. Существование человека в этом новом медийном пространстве и сформировало новый тип мышления.



«Медийный» человек постоянно оказывается в ситуации когнитивного диссонанса, вызванного безграничем коммуникативного пространства и физиологической ограниченностью во времени для его освоения [4, с. 118]. Поэтому он предпочитает не затрачивать когнитивные усилия и безусловно принимать точку зрения того или иного масс-медиа. Вспомним о двух формах мышления: **продуктивное** – это воссоздающее мышление на основе новизны в мыслительной деятельности, и **репродуктивное** – это воспроизводящее мышление по заданному образу и подобию [7, с. 290]. Медийное мышление и есть репродуктивное: человек мыслит штампами и стереотипами, навязанными СМИ.

Для современного человека вообще характерно медиа-восприятие. Под медиа-восприятием А. Фёдоров предлагает понимать «восприятие медиа-реальности, чувств и мыслей авторов медиа-текстов» [8, с. 84]. Например: «Блондинка – это не цвет волос, а состояние души и образ мыслей» («Комсомольская правда», 2011). То есть для медийного мышления характерно принятие чужой точки зрения.

По основному определению, «мышление – это способность человека, уясняя содержание явлений действительности, связывать, сопоставлять их и делать из этого выводы». Считается, что всю эту ментальную работу способны проделать «объективные» журналисты, современному потребителю информации остаётся лишь «принять выводы к сведению».

Библиографический список

1. Бартошевич А., Миронюк Л. К вопросу о языковой конденсации мысли // Acta Neophilologica I. – 1999. – С. 5–10.
2. Князева А. А. Тексты о предсказании будущего как вид прогностических текстов // Филология. – 2011. – № 3. – С. 207–211.
3. Лопатин В. В. Толковый словарь современного русского языка. – М. : Эксмо, 2011. – 928 с.
4. Мансурова В. Д. «Медийный» человек как проекция дигитальной онтологии // Филология и искусствоведение. – 2010. – № 3. – С. 116–120.
5. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики : учеб. пособие. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. – 277 с.
6. Прохоров Ю. Е. В поисках концепта. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 176 с.
7. Психология и педагогика : учеб. пособие. – М. : Новосибирск: ИНФРА-М – НГАЭиУ, 2000.
8. Портал «Золотая Орда» [Электронный ресурс]. – URL: www.altyn-orda.kz/goroskop-na-2014-god-po-znakam-zodiaka/ (дата обращения: 09.11.2014).
9. Фёдоров А. Проблемы медиа-восприятия и развития аудитории в области медиа-культуры // Прикладная психология. – 2002. – № 2. – С. 84–89.

Bibliograficheskij spisok

1. Bartoshevich A., Mironjuk L. K voprosu o jazykovej kondensacii mysli // Acta Neophilologica I. – 1999. – S. 5–10.
2. Knjazeva A. A. Teksty o predskazanii budushhego kak vid prognosticheskikh tekstov // Filologija. – 2011. – № 3. – S. 207–211.
3. Lopatin V. V. Tolkovyj slovar sovremennogo russkogo jazyka. – M. : Jeksmo, 2011. – 928 s.
4. Mansurova V. D. «Medijnyj» chelovek kak projekcija digitalnoj ontologii // Filologija i iskusstvedenie. – 2010. – № 3. – S. 116–120.
5. Nikitin M. V. Osnovaniya kognitivnoj semantiki : ucheb. posobie. – SPb. : Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena, 2003. – 277 s.
6. Prohorov Ju. E. V poiskah koncepta. – M. : Flinta: Nauka, 2009. – 176 s.
7. Psihologija i pedagogika : ucheb. posobie. – M. : Novosibirsk: INFRA-M – NGAJeIU, 2000.
8. Portal «Zolotaja Orda» [Elektronnyj resurs]. – URL: www.altyn-orda.kz/goroskop-na-2014-god-po-znakam-zodiaka/ (data obrashhenija: 09.11.2014).
9. Fjodorov A. Problemy media-vosprijatija i razvitija auditorii v oblasti media-kultury // Prikladnaja psihologija. – 2002. – № 2. – S. 84–89.

© Скрипникова А. И., 2015