

5. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русское слово, 1996.
6. Тарланов З. К. Русское безличное предложение в контексте этнического мировосприятия / З. К. Тарланов // НДВШ. Филол. науки. – 1998. – № 5-6.
7. Лушай В. В. Заполнение позиционного состава предложения по принципу функциональной эквивалентности : интроспективный анализ в русле экспликационной грамматики / В. В. Лушай. – Донецк, 2010.
8. Дручинина Г. П. Предложения с локативным субъектом / Г. П. Дручинина // Коммуникативно-смысловые параметры грамматики и текста. – М., 2002.
9. Буслаев Ф. И. Историческая грамматика русского языка / Ф. И. Буслаев. – М. : Учпедгиз, 1959.
10. Потебня А. А. Из записок по русской грамматике / А. А. Потебня. – М. : Просвещение, 1968. – Т. II-III.
11. Выгорбина А. Е. Предложения со сказуемым, выраженным «собственно-безличным» глаголом / А. Е. Выгорбина // НДВШ. Фил. Науки. – 1960. – № 2.
12. Пешковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – 8-е изд. – М. : Эдиториал УРСС, 2001.
13. Курмакаева Н. П. Безличность как поле : центр и периферия / Н. П. Курмакаева // Русский язык : исторические судьбы и современность : IV Междунар. конгресс исслед-ей русского языка (г. Москва, МГУ, 20-23 марта 2010 г.). – М., 2010.
14. Курмакаева Н. П. Поле безличности: модель и направления развития / Н. П. Курмакаева // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках : V Междунар. науч. конф. – Днепропетровск, 2011.

Литвин О.В.

УДК 811.161.1:81'42

ВЫРАЖЕНИЕ ОЦЕНОЧНОСТИ В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

В качестве основных функций СМИ традиционно рассматривают информативную функцию и функцию воздействия, которые находятся между собой в тесной взаимосвязи, так как влияют на общественное мнение и формируют его посредством языка. Это влияние опирается на словесную информацию об актуальных событиях, фактах и явлениях реальной действительности – социальной, политической, экономической, культурной, научной и т.п. Сообщая читателям подобную информацию, являющуюся социальной значимой, журналист «непрерывно дает этому идейную, политическую трактовку, эмоционально-экспрессивную (реже рационалистическую) оценку, с тем, чтобы максимально эффективно воздействовать на адресата текста, на его миропонимание, сознание, настроение... [1, с. 115].

Появление оценочных элементов коннотаций у инноваций в процессе их функционирования в СМИ можно рассматривать как процесс когнитивный, связанный с познанием человеком нового явления действительности и формированием определенного субъективного мнения об этом явлении, его полезности, ценности, вредности и т.д. в соответствии с нормой, неким социальным стандартом, определяющим и задающим параметры самой оценки. И здесь возникает необходимость разграничивать понятия «оценочность» как языковую категорию и экстралингвистическую «оценку». Оценочность пронизывает язык как систему на всех его уровнях, но в большей степени проявляется на лексико-семантическом ярусе. Оценочность – это языковая категория, оценка же относится к разряду собственно логических категорий, поскольку изначально «задана физической и психической природой человека, его бытием и чувствованием, она задает его мышление и деятельность, отношение к другим людям и предметам действительности» [2, с. 5]. Оценка представляет собой мыслительный акт, осуществляемый в процессе познавательной деятельности, и детерминирован не первичным (онтологическим), а вторичным (субъективным) членением мира. В его основе «лежат не реальные свойства предметов и явлений, а лишь наши субъективные от них впечатления, наши эмоциональные реакции на них и умственные заключения об их роли в нашей жизни» [3, с. 56]. Таким образом, мы рассматриваем оценку как мыслительный процесс, сопровождающий становление значений отдельных новых слов и являющийся особым типом умозаключения, с помощью которого из формирующихся знаний о свойствах новых предметов или явлений путем логической операции сравнения рождаются знания о соответствии или несоответствии определенной норме и, следовательно, об их ценности или неценности. Подобная экстралингвистическая оценка формирует оценочные элементы коннотаций лексем, в нашем случае – неоминаций. В исследуемом нами материале преобладающей является социальная оценка, которая предполагает соотнесенность освещаемой реальности с социальными интересами и целями и находит свое выражение в функционировании языковых единиц всех уровней. В нашем исследовании социальная оценка рассматривается применительно к лексическому и словообразовательному уровню языка. Критерием отнесенности нового слова к социально оценочной лексике служит его способность выражать оценку. Мы рассматриваем оценочный элемент коннотации в качестве основного, так как считаем, что он в большей степени характерен для СМИ в соответствии с их функциями и предназначением.

В нашей работе мы придерживаемся традиционного понимания коннотации (Э. С. Азнаурова, И. В. Арнольд, В. А. Булдаков, И. А. Стернин), согласно которой оценочный компонент, под которым понимается «одобрительная или неодобрительная оценка, заключенная в значении слова» [4, с. 99], входит в структуру коннотации. Обусловлено это главным образом тем, что коннотация отражает не признаки

денотата, а определенное отношение говорящего к нему, поэтому оценочность и является коннотативной семой.

Собранный нами материал позволил проследить тенденции в преобладании отрицательных или положительных коннотаций. Например, большинство инноваций в сфере политики и социально-общественных явлений изначально запрограммировано на отрицательную коннотацию, так как любые изменения в указанных сферах напрямую отражаются на уровне жизни людей, а неологизмы в сфере предметов, являющихся функционально значимыми для жизнедеятельности человека, главным образом ориентированы на положительную коннотацию, так как новые предметы в основном создаются для облегчения бытовой и трудовой деятельности человека.

Итак, возможность отнесения тех или иных слов к разряду оценочной лексики удовлетворяет направленность СМИ в выражении социальных оценок новых предметов, явлений и понятий общественной жизни и во многом способствует выполнению ими важнейшей функции воздействия. По признаку социальной оценочности Г.Я. Солганик подразделяет газетную лексику на позитивнооценочную, негативнооценочную и модальнооценочную [5, с. 37]. Мы считаем возможным, исходя из многочисленных примеров употребления новых слов, отнести данный принцип в аспекте изучения семантических особенностей неологизмов также к интернет-СМИ. Прежде чем приобрести ту или иную оценочность, по мнению Г.Я. Солганика, слова сначала проходят этап контекстуального употребления, что приводит к появлению у слова модальнооценочной окраски (в результате регулярного употребления в различного рода контекстах), которая может развиваться в позитивно- или негативнооценочную. Модальнооценочная лексика не выражает прямо оценки обозначаемого как позитивного или негативного, но в то же время обладает определенной оценочной направленностью, способностью косвенно выражать оценку. Косвенный характер оценки заключается в том, что слова характеризуют отношение не к тому, что непосредственно обозначено ими, а к тому, что связано в действительности с обозначаемой реалией [5, с. 56].

Опираясь на вышеизложенное, вполне логичным будет предположить, что подобный процесс формирования положительных или отрицательных оценочных коннотаций характерен и для неологизмов. Сначала у нового слова под влиянием определенного типа контекстов, которые и определяют направление развития оценочного значения, появляется модальная окраска, способствующая в дальнейшем созданию у них положительной или отрицательной оценки как дополнительного к денотативному значению компонента.

Говоря о влиянии контекста на формирование оценочных коннотаций у неологизмов, мы выделяем по отношению к ним так называемую адгерентную (привнесенную) оценку, которая не закреплена в значении нового слова и может реализовываться лишь в определенных контекстах. Рассмотрим наиболее показательные в указанном аспекте примеры.

В современном социуме новые слова, входящие в лексико-семантическую группу «политическая деятельность лица, его партийная принадлежность», при условии определенной контекстной поддержки часто приобретают отрицательные элементы коннотации, обусловленные негативным восприятием современного мироустройства в обществе и негативным отношением населения к представителям правящих кругов и политикам, от действий которых напрямую зависит их уровень жизни. Так, новообразование *единороссы* приобрело отрицательную оценку за счет контекстов, характеризующихся большим разнообразием употребления в их составе устойчивых разговорных выражений, которые, в свою очередь, также уже обладают сформировавшимися негативными коннотациями. Например, характеризуя какую-либо деятельность *единороссов*, авторы публикаций употребляют такие выражения, как *проигнорировали, раздули шумиху, публично грозились раскрыть коллегам глаза, пытаются воспользоваться, навязали, устроили передел власти, вызывают аллергическую реакцию*, а также иронию, которая является одним из способов выражения негативного отношения к чему-либо: *Противники митингов единороссы площадным мероприятиям предпочитают тишь да гладь «круглых столов»* (КП от 24.04.2009); *Губернатор очень тепло принял единороссов. Впрочем, так же тепло, как и запасные партии имени любви к президенту.* (НГ от 14.10.2007). Регулярное употребление слова *единоросс* преимущественно в контекстах, передающих негативное отношение общества к партии «Единая Россия» и её деятельности, способствовало на начальном этапе появлению у неологизма отрицательной модальности, а затем оно перешло в разряд слов, характеризующихся явно выраженной отрицательной коннотацией. В рамках политического дискурса происходит семантическая неологизация многих лексических единиц на основе метафоризации (*отмыть олигарха, прополка коррумпированных должностных лиц*). Оценочность в неосемантической структуре этих слов выражается эксплицитно и не связана с признаками самих обозначаемых данными лексемами понятий. Ср.: *отмыть* – ‘мытьем или промыванием очистить (от грязи, примесей)’. Метафорическое значение слова *отмыть* – ‘легализовать (незаконно полученные финансовые средства) путем инвестирования в промышленность, отчисления на благотворительные цели и т.п.’ – реализуется в сочетании с частотной лексической единицей *олигарх* в политическом дискурсе. Например, *Здесь отмывают олигархов* (Правда от 25.06.2005). Существительное *прополка*, утратив первичную денотацию ‘очистка от сорных растений, а также их удаление’, развивает в данном высказывании функционально-экспрессивную смысловую окраску ‘избавление от скомпрометировавших себя должностных лиц’, отражая этим негативную оценку их работы. Нами было отмечено, что в политическом дискурсе многие неологические метафоры содержат оценочный компонент и имеют пейоративный характер.

Употребление иноязычной лексики также является одним из источников выражения оценочных значений в языке СМИ. Зачастую определенные события могут стимулировать активное употребление какого-либо заимствования. Так, например, начиная с 2002 года с проведением один раз в 4 года чемпионатов мира по футболу наблюдается высокая частотность употребления существительного *мондиаль*. Неосвоенность заимствования выражалась прежде всего в расхождениях в родовой принадлежности слова, в фонетическо-орфографическом облике (*предыдущая мондиаль, официальный мяч мундиала – 2006*). Стремление быть "образованным, модным" зачастую побуждало навязчивое желание употреблять иностранное слово, не всегда осознавая его истинный смысл, что, в свою очередь, явилось поводом для иронии: *Любители спорта, в частности футбола, знают, что такое "мондиаль", "аммонито", "каттеначчо" и кто такой "арбитро"* (КП от 28.10.2008); *Спортивный чиновник преодолевает «минное поле» чужеземного произношения и бьет себя в грудь ... С мундиалем вас всех, конечно* (Взгляд от 3.12.2010).

Словообразовательные ресурсы языка обладают значительным потенциалом в достижении задач речевого идеологического воздействия. Некоторые словообразовательные единицы имеют облигаторную (обязательную) оценочность и содержат маркированные компоненты экспрессивности, другие обладают потенциалом оценки, которая реализуется в речевом акте. Например, в номинации *бюджетник* - 'тот, кто получает зарплату из государственного бюджета' суффикс *-ник* выступает своеобразным «ярлыком» для человека или группы людей и, как всякий ярлык, может обеднять их сущностные свойства (ср. заголовок в «Учительской газете» от 31.10.2003 г. - *Не учителя мы, не педагоги, а бюджетники*).

Одно из самых регулярных и распространенных в русском языке словообразовательных значений – это значение уменьшительности (которое часто сопряжено также с «ласкательностью»). Существительные-деминутивы столь многочисленны и столь регулярны в своем образовании, что словари даже не всегда их фиксируют. На фоне абсолютно естественных слов типа *столик, самолетик, книжка, минутка* возникают образования субъективной оценки с совершенно противоположным эффектом критики и иронии (*фирмочка, больничка, лавочка*): *Маленькая примитивно устроенная фирмочка* (АиФ от 12.07.2008); *В этих узких кругах эта больничка - что-то вроде классики или необходимого минимума для города Екатеринбург – легендарный, впрочем уже достаточно опосевший объект для посещения* (НГ от 6.04.2007).

В целях идеологически направленной оценки имен лиц в определенных контекстах могут использоваться существительные с суффиксами *-ик, -ник, -щик, -ист, -ец* (*государственник, державник, номенклатурищик, эспэсовец, альфист, традиционалист*). Особый интерес представляет лексема *альфист*, употребление в СМИ которой позволило нам выделить 3 значения: 1) сотрудник Альфа-банка; 2) представитель антитеррористического подразделения «Альфа»; 3) фанат или владелец автомобиля Alfa Romeo. Примечательно, что выражение негативной оценки мы отметили только в первых двух значениях: *Альфисты не довольны своей зарплатой. Не удивительно ли?!* (КП от 4.05.2008); *...выяснили, что доблестные «альфисты» отдубасили невооруженных мирно спавших людей...* (НГ от 16.04.2009); *Некоторые владельцы заведомо завышают цены при продаже, а некоторые наоборот делают специальную скидку «альфистам» - таким же увлеченным людям, как и они сами* (КП от 13.09.2009).

Из арсенала префиксов, наделенных аксиологическим потенциалом, в текстах СМИ частотны префиксы *про-* (*прозападный, пропутинский*), *псевдо-* (*псевдокоалиция*), *квази-* (*квазигосударство*), *полу-* (*полуграждане*), *лже-, недо-* (*недочеловек*): *На главной площади собрались полуграждане и полугражданочки* (КП от 8.11.2010).

Таким образом, уже с момента появления и начала функционирования неониминаций в языке СМИ начинают формироваться социально-оценочные свойства, являющиеся вербальным выражением отношения общества к тем или иным явлениям и событиям повседневной жизни. Оценочность языковых средств языка прессы обусловлена стремлением не просто назвать предмет (явление), но и дать ему позитивную или негативную характеристику. В этом мы прежде всего видим деятельностную работу языкового сознания. Многочисленные неониминации с оценочной семантикой выражают новое смысловое содержание, воплощают новое видение языковым коллективом объектов и явлений действительности.

Источники и литература:

1. Бельчиков Ю. А. Стилистика и литературное редактирование : учеб. / Ю. А. Бельчиков и др.; под ред. проф. В. И. Максимова. – М., 2004.
2. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М., 1988.
3. Васильев Л. М. Семантическая категория оценки и оценочные предикаты / Л. М. Васильев // Исследования по семантике. – Уфа, 1996. – С. 55-62.
4. Стернин И. А. Проблемы анализа структуры значения слова / И. А. Стернин. – Воронеж, 1979.
5. Солганик Г. Я. Лексика газеты : учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика» / Г. Я. Солганик. – М., 1981.