

УДК 811.161.1

**Выражение оценки в текстах современных СМИ:  
фразеологический уровень**

**Малярчук У. О.**

*Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского,  
г. Симферополь, Украина*

*В статье проведен анализ проявления категории оценки на фразеологическом уровне в современных медиатекстах.*

**Ключевые слова:** *категория оценки, масс-медиа, текст, воздействие, фразеологизм.*

*Актуальность.* Как известно, СМИ являются одним из видов социальных институтов страны, а поэтому общественная система накладывает на нее, как на каждый социальный институт, определенные функции, исполнение которых необходимо для полноценной деятельности этой системы. Наличие не только информативной, но и волюнтаривной функции – определяющий фактор, который отличает тексты СМИ. Медиатексты в процессе подачи содержательно-фактуальной информации (терминология И. Гальперина) не столько информируют, сколько осуществляют социально-психологическое воздействие на аудиторию через убеждение, внушение, эмоциональное «втягивание», что является сутью содержательно-концептуальной информации [1, с. 28]. Главной особенностью языка СМИ (см., например, исследования Н. Клушиной [2], и мы согласны в этом с автором) является социальная оценочность. Одним из важнейших средств, помогающих журналистам создавать целостное представление о реальности путем образного обобщения, влиять на читателя, опираясь на факты окружающей действительности, являются фразеологизмы. *Цель статьи* – анализ проявления категории оценки на фразеологическом уровне в современных медиатекстах.

Выразительные особенности фразеологизмов опираются на высокую степень обобщенности значения, на экспрессивно-эмоциональную наполненность, наличие стилистической окрашенности и образность, что, в свою очередь, обуславливает широкие возможности их использования в языке массовой коммуникации [3, с. 34]. Фразеологизмы являются одним из важнейших средств, помогающих журналистам создавать целостное представление о реальности путем образного обобщения, влиять на читателя, опираясь на факты окружающей действительности.

Выработка критериев оценки, как правило, детерминирована внетекстовыми реалиями: менталитетом нации, ее культурой, моральными нормами, политикой, идеологией и т.д. Эти факторы обуславливают формирование стереотипов, стандартов, норм и идеалов, и, следовательно, оценки. Очевидно, по этой причине в противовес оценке, которая локализуется в тексте, существует внетекстовая оценка, присущая реалиям объективного мира. Она формируется на подтекстовом этапе.

В медиатекстах нами зафиксированы межстилевые фразеологизмы – устойчивые сочетания, характерные для употребления во всех стилях речи. Они создают условия коммуникативной непринужденности, неофициальности. Среди межстилевых

фразеологических единиц выделяется группа фразеологизмов с рациональной оценкой в значении: *причинить ущерб, выйти за рамки, довести до абсурда*, например: *Научная общественность признала доведенной до абсурда ситуацию с формированием Комиссии по реформированию науки в стране* [ПК, №295, 14-20 октября 2010]; *Участие чиновников в скупке и продаже зерна выходит за рамки* [ПК, №365, 11-17 марта 2011]. В данных контекстах интенсификация выразительности обеспечивается использованием фразеологизмов, которые содержат оценку в денотате. Эти единицы придают живость изложению, отражая настроение автора, активизируют мышление адресата, поддерживают обостренное внимание.

Образные фразеологизмы являются высокоэффективными языковыми средствами для реализации влияния с целью сформировать оценочное отношение к изображаемым событиям и явлениям. В основе оценочного значения фразеологизмов находятся конкретные концепты действительности, которые оцениваются с точки зрения их пользы (положительная оценка) или вреда (негативная оценка) [5, с. 228-229]. В языке концепт – это образная форма номинации свойств человека или предмета и их оценка определенной реалией. Концепт, как комплекс культурно обусловленных представлений о предмете, фрагменте знания, опыте личности, включает как языковую, так и внеязыковую информацию, подлежит анализу, охватывающему весь объект семантических признаков и все множество величину коннотаций.

В составе фразеологических средств выражения оценки наибольшую группу составляют разговорно-бытовые фразеологизмы (27%). Этим единицам присущи непосредственность, неофициальность, непринужденность. Среди проанализированных нами фразеологизмов высокую степень экспрессивности и эмоциональности имеют фразеологические обороты с вульгарными, пренебрежительными коннотациями: *Далее преступники в одном из крымских сел нашли женщину, очень похожую на Галину Ивановну, которой предстояло сыграть роль подсадной утки* [ПК, № 392, 23-29 сентября 2011]; *Несчастливого «должника» ежедневно вызывали в офис ОПГ «Имдат» и, что называется, «капали ему на мозги»* [ПК, № 401, 25 ноября-01 декабря 2011].

Разговорно-бытовые фразеологизмы в зависимости от концептов, находящихся в их основе, подразделяем на:

1. Фразеологические обороты, стержневым компонентом которых выступают концепты, конкретизирующие человека, отдельные части его тела: *Каковы наши шансы не ударить в грязь лицом?* [ПК, №368, 01-07 апреля 2011]; *Но в нашем случае, видно, актрисе нужно побольше пыли пустить в глаза. А уж когда пыль совсем столбом стоит, то, по сути, ничего и не видно* [ПК, №381, 08-14 июля 2011].

2. Фразеологические единицы, в основе которых лежат концепты, конкретизирующие животных, отдельные части их тел. Реалии животного мира, отображенные во фразеологизмах, служат для выражения преимущественно негативной оценки, опираясь на ассоциации человека об определенном животном: *Но не забывайте: в образовании больше женщин, а дух казацкий как поддержит нас, так выюном будете извиваться, но пощады не дадим* [ЗН, №01, 15 января 2010]; *...И как для ослушавшихся это закончилось допросами в местном КГБ и «волчьим билетом» на исправление в армейских штрафбатах на севере СССР вместо учебы* [ЗН, №25, 03 июля 2010].

3. Фразеологизмы, стержневым компонентом которых являются концепты, конкретизирующие реалии мира растений: *Идею под корень никто не рубит* [ЗН, №25, 03 июля 2010]; *Сколько много раз ситуацию не повторялась, все словно горохом об стену* [ЗН, №26, 10 июля 2010].

4. Фразеологические единицы, в основе которых лежат концепты, обозначающие предметы быта: *...заказчики любят изобретать велосипед* [ЗН, №26, 10 июля 2010];

Он, почувствовав, что запахло жареным, сбежал на историческую родину [ПК, № 402, 02-08 декабря 2011].

5. Фразеологизмы, стержневым компонентом которых являются концепты, конкретизирующие явления природы: *Любовь была окутана туманом тайны и сверхъестественности даже в глазах ученых* [ЗН, №25, 03 июля 2010]; *То, что я делаю, – это капля не в озере, не в море, а капля в океане* [ПК, №381, 08-14 июля 2011].

6. Фразеологизмы, образованные на основе культовой лексики. Эти единицы в своем значении синтезируют христианско-религиозную оценку, которая отражает «состояние духовности человека, стремление к совершенству души, к праведной жизни» [5, с. 229], с социальной оценкой и, таким образом, оценка духовности человека переносится на общество, представителем которого он является. Например, *душа* (по религиозным представлениям) как бессмертная нематериальная основа в человеке, которая составляет суть его жизни, является источником психических явлений и отличает человека от животного: *Эти отступники от своего народа, ограбив его, забрав не только мизерное благополучие, но и все надежды на лучшее будущее, плюнув в душу, потеряв моральное право править страной, упорно не собираются отдавать власть тем, кто достоин ее* [ЗН, №26, 10 июля 2010].

В составе фразеологических средств, которые представлены в медиатекстах, меньшую группу составляют книжные фразеологизмы (12%). Наиболее привычной стилистической функцией этих единиц является способность придавать выражению так называемую «высокую» экспрессивно-стилистическую окраску, создавать общее настроение торжественности, патетики, поэтичности. Однако в определенных контекстуальных условиях в книжных фразеологизмах проявляется противоположный стилистический колорит, придающий сказанному юмористическую или даже остротатирическую окраску.

Итак, среди книжных фразеологизмов, зафиксированных в анализируемых нами текстах, можно выделить следующие:

1. Фразеологические единицы античного происхождения, которые, попадая в текст СМИ, придают ему ироническую окраску или способствуют созданию негативного оттенка семантики: *Не пиррова ли это победа?; Осознает ли он степень запущенности этих авгиевых конюшен, где уместно вести речь уже не о срастании милиции и преступности, а о таком их взаимном проникновении, что этот узел невозможно распутать, его нужно рубить?* [ЗН, №25, 03 июля 2010].

2. Афористические выражения библейского происхождения, функционирование которых в медиатекстах способствует созданию сниженной оценочной окраски. Например: *Хороший вопрос, но в нем есть что-то от лукавого; Закон стал тем самым камнем преткновения, который не обойти* [ЗН, №26, 10 июля 2010].

3. Реминисценции из литературных произведений писателей в виде прямой цитаты или цитаты с определенными авторскими коррективами. Эти крылатые выражения всегда экспрессивно и семантически наполнены. Они могут отображать как положительную, так и негативную оценку: *Не хочу учиться, а хочу учить* [ПК, №391, 16-22 сентября 2011]; *Хождение по льготам* [ПК, №401, 25 ноября-01 декабря 2011].

Использование фразеологических единиц в трансформированном виде всегда обуславливается определенными стилистическими задачами. Трансформация – это «стилистическое средство, которое заключается в целенаправленном обновлении семантики, модификации традиционной фразеологической единицы» [7, с. 8]. Трансформация содействует появлению дополнительного оценочного компонента в семантике фразеологической единицы или увеличению степени интенсификации

оценки, ранее закрепленной за этой единицей. Способы трансформации фразеологизмов демонстрируют мастерство автора в достижении максимальной образно-экспрессивной насыщенности, выразительности и лаконичности языка.

В результате трансформации общеупотребительного фразеологизма известное всем выражение превращается в особенное, неожиданное и концентрирует на себе внимание читателя. Однако такое выделение не является самоцелью журналиста. Модифицированные фразеологизмы, бесспорно, помогают читателю глубже понять и осознать авторский замысел, его оценку изображаемой действительности. Трансформация фразеологических единиц – это поиски новых путей обновления мысли, заложенной во фразеологическом образе, это свидетельство неисчерпаемости возможностей выражения языка [7, с. 8].

Анализ языкового материала показал, что трансформация фразеологических единиц осуществляется при помощи таких приемов: а) расширения; б) сокращения; в) субституции; г) фразеологического намека; д) контаминации [6].

Трансформации фразеологических единиц путем расширения состава фразеологизма в медиатекстах принадлежат к наиболее частотным (6%). Суть расширения фразеологической единицы заключается во включении в традиционную структуру устойчивого выражения таких слов или словосочетаний свободного употребления, которые придают фразеологизму большей конкретности, приближая его к той ситуации, в которой фразеологизм использован [6]. Новообразованные единицы способствуют актуализации конкретных жизненных ситуаций или процессов, одновременно выражая отношение к ним самого автора. Например: *Над каждым реально работающим «ментом» всегда висит дамоклов меч уголовного дела, возбужденного в связи с превышением им служебных полномочий* [ЗН, №25, 03 июля 2010] – идиома возникла из древнегреческого предания, рассказанного Цицероном в сочинении «Тускуланские беседы». Дамокл, один из приближенных сиракузского тирана Дионисия Старшего (432-367 гг. до н. э.), стал завистливо говорить о нем, как о счастливейшем из людей. Дионисий, чтобы проучить завистника, посадил его на свое место. Во время пира Дамокл увидел, что над его головой висит на конском волосе острый меч. Дионисий объяснил, что это – эмблема тех опасностей, которым он, как властитель, постоянно подвергается, несмотря на кажущуюся счастливой жизнь. Отсюда выражение «дамоклов меч» получило значение нависшей, угрожающей опасности; *Украина не должна и не имеет права наступать на «интеллектуальные грабли»* [ЗН, №15, 22 апреля 2011] – «не думая о возможных неприятных последствиях, поступить так, что эти последствия дадут о себе знать» (О-Ш, с.142), совершать одни и те же ошибки (акцент на интеллектуальные – «бездумное» разбазаривание отечественных талантов, государственная политика, не рассчитанная на поддержание национальной науки).

Увеличение степени интенсификации оценочной семы наблюдается в тех случаях, когда редукция фразеологизма соединяется с заменой общепринятой составляющей новой. Например: *Сколько партию ни корми...* [ПК, №390, 09-15 сентября 2011]. Новообразованная единица является усеченной формой инварианта *сколько волка ни корми, а он все в лес смотрит* с субституционной заменой компонента *волк* на лексему *партия*. Благодаря этой единице автор дает негативную оценку событиям, которые привлекли его внимание (речь идет о неудовлетворительной работе украинских партий). Такая экспрессивная характеристика – исходный пункт привлечения внимания читателя. Таким образом, достигается эмоциональное восприятие текста, что, в свою очередь, позволяет получить желаемый эффект, целью которого является не столько информирование, сколько формирование общественной мысли. Следовательно, именно поэтому журналисты часто стремятся в основе ситуативного строения текста использовать наиболее экспрессивную фразеологическую единицу

и обыграть ее в диапазоне собственных компонентов и семантической структуры текста.

Замена компонентов приводит к сдвигам в семантике и в стилистической окраске фразеологизма, сопровождается актуализацией внутренней формы фразеологической единицы. Выбор слова-заменителя обуславливается, прежде всего, контекстом. Вплетая другой фразеологизм в языковую канву текста, стремясь к органичному соединению фразеологической единицы с каждой конкретной ситуацией, авторы, в большинстве своем, обращаются к замене традиционных компонентов фразеологических единиц словами, которые образуют с контекстом одно тематическое целое. Например: *Подгнило что-то в датском королевстве, и при любом раскладе академию в обозримом будущем ждут большие перемены* – отсылка к трагедии В. Шекспира «Гамлет, принц датский» – «Неладно что-то в датском королевстве»; *Береги честь смолоду, коли рожжа крива* [ПК, №368, 01-07 апреля 2011].

В исследуемых текстах менее распространены контаминированные фразеологизмы. Под контаминацией понимают «скрещивание двух языковых единиц, которые, находясь в парадигматических (в отношении синонимии и вообще семантической соотнесенности) и реже синтагматических отношениях между собой, одновременно всплывают в сознании говорящего при необходимости обозначения определенного понятия или тесно соединяются в границах одной новообразованной единицы» [8, с. 67]. Такие единицы в текстах исследуемого стиля приобретают негативную оценку и направлены на образование в основном иронического эффекта: *Но, наверно, и они должны подчиняться высшей цели, сначала общими усилиями подпитать государство, поднять с колен на твердые ноги, а уже потом соревноваться за право держать в своих руках бразды правления* [ПК, №353, 10-16 декабря 2010]. Оценочный эффект усиливается распространением компонентного состава новообразованного фразеологизма лексемой *твердые*.

*Выводы.* Фразеологизмы характеризуют те же реалии, что и эмоционально-оценочные слова: в сферу оценок чаще попадает человек, характеристика различных артефактов же встречается значительно реже, причем частотность оценивания того или иного явления в обоих случаях приблизительно равна.

Прагматическая функция фразеологических единиц в медиатекстах состоит в их способности быть средством влияния на сознание адресата, формирование общественной мысли. На основании проведенного анализа констатируем, что в текстах преобладают образные фразеологизмы (59%), которым присуща высокая экспрессивность и оценочность. Фразеологизмы функционируют в традиционном и трансформированном виде. Узуальные фразеологизмы, которых в текстах публицистики зафиксировано 81%, деавтоматизируют восприятие информации, актуализируют мышление адресата, поддерживают пристальное внимание. Трансформированные фразеологизмы являются важным источником экспрессивно-эмоциональной насыщенности, имеют яркую прагматико-стилистическую направленность – используются с целью вызвать у адресата новые эмоции, оценки, ассоциации, развивать творческое воображение. Продуктивность явления трансформации является доказательством открытости фразеологической системы, постоянной эволюции, стремления согласовать рациональное с эмоциональным, конкретное с абстрактным.

#### Список литературы

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
- Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля / Н.И. Клушина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#z\\_03](http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#z_03)

Колоїз Ж.В. Каламбур як засіб забезпечення оказіональної експресії / Ж.В. Колоїз, Н.М. Малюга // Науковий вісник Чернівецького ун-ту. Слов'янська філологія. – Чернівці, 2001. – Вип. 119. – С. 38-44

Колясева Татьяна Юрьевна. Эмоционально-оценочная лексика в текстовом пространстве Д.И. Стахеева / специальность: 10.02.01 – русский язык: автореферат дисс. канд. филол. наук / Т.Ю. Колясева. – Кемерово, 2008.

Космеда Т.А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: Формування і розвиток категорії оцінки / Т.А. Космеда. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2000. – 350 с.

Мансурова Г.И. Когнитивный аспект перевода фразеологических единиц: на материале художественных произведений английских и американских авторов: дисс. канд. филол. наук / 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Г.И. Мансурова. – Уфа, 2006. – 164 с.

Молодых Н.В. Трансформация фразеологических единиц русского языка с пространственным значением в интернет-дневниках: дисс. канд. филол. наук / 10.02.01 – русский язык / Н.В. Молодых. – М., 2011. – 239 с.

Ужченко В.Д. Українська фразеологія / В.Д. Ужченко, Л.Г. Авксентьев. – Х.: Основа, 1990. – 167 с.

*Малярчук У.О. Категорія оцінки в текстах сучасних ЗМІ: фразеологічний рівень // Ученіє записки Таврического національного університета ім. В.І. Вернадского. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». Т.26 (65). № 3 – С.-195-200*

*У статті здійснений аналіз прояву категорії оцінки на фразеологічному рівні в сучасних медіатекстах.*

**Ключові слова:** *категорія оцінки, мас-медіа, текст, вплив, фразеологізм.*

*Maljarchuk U.O. The expression of the estimation in texts of modern mass-media: phraseological level // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65). No 1 – P.195-200*

*In the article the analysis of display of category of estimation is conducted at phraseological level in modern mediatexts. State expressions are considered in linguistics as one of methods of linguistic representation of emotions. The most numerous group of state expressions depending on their semantics taking into account evaluation and emotional components are making phraseological units of subcategory of activity. An author, picking up necessary phraseological unit, specifies on intensity, degree, character of activity (to prepare soil, show out on fresh water). The second on a quantity group is made by state expressions, that gives the name and estimating emotions, emotional state of characters. These phraseological units helps most to describe senses, experiencing of heroes in the moment of emotional tension, heartfelt experiencing. Such phraseological units actualize thoughts of addressee, support intent attention. The transformed phraseological units have a bright pragmatics and stylistic orientation – used on purpose cause for an addressee new emotions, estimations, associations, develop creative imagination.*

**Keywords:** *category of estimation, mass-media, text, influence, phraseological unit.*

*Поступила в редакцію 13.09.2013 з.*