

УДК 811.161.1:070

К ВОПРОСУ О МАРКЕРАХ ОЦЕНОЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

У.О. Малярчук-Прошина

Таврическая академия (структурное подразделение)

*ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь
e-mail: maljarchuk.uljana@rambler.ru*

В статье рассматриваются маркеры выражения оценочности в современных публицистических текстах. В информационном обществе именно средства массовой информации в значительной мере формируют те ценностные приоритеты, которые усваивает социум. В связи с этим можно рассматривать оценочность как неотъемлемую черту публицистического стиля. При этом в современных медиатекстах используются оценки двух типов: открытая (имплицитная) и скрытая (эксплицитная). В публицистике категория оценочности может реализовываться посредством выбора и классификации фактов, использования эвфемизмов или сочетания эвфемизма с иронией либо контекстуальной оценкой. Также яркими особенностями современного публицистического дискурса являются использование идеологем, создание оценочного контекста интертекстуальность и языковая игра. При этом все указанные стилеобразующие черты современных публицистических текстов используются как средство реализации оценочности.

Ключевые слова: оценочность, медиадискурс, языковая игра, интертекстуальность, идеология.

ВВЕДЕНИЕ

Разнообразные предметы, явления, факты действительности оказывают значительное влияние на индивида, способствуя выработке того или иного отношения к окружающему миру за счет формирования личностных мнений и оценок. Таким образом, человека нельзя рассматривать только как созерцателя, все предметы человеческой деятельности, разнообразные социальные отношения и природные явления выступают как объекты ценностного отношения. На современном этапе развития информационного общества именно средства массовой информации в значительной мере формируют те ценностные приоритеты в политической, общественной, культурной жизни, которые усваивает социум. Таким образом, медиатекст является своего рода проводником традиционных или новых социально-культурных ценностей, средством для их сохранения или изменения. Публицистические тексты призваны решать две задачи: распространять информацию и воздействовать на общество. В связи с этим можно рассматривать оценочность как неотъемлемую черту публицистического стиля. Таким образом, исследование способов реализации оценочности в медиатекстах представляется *актуальным*.

Цель данной статьи – рассмотреть основные стилеобразующие черты современных публицистических текстов с позиции их использования для выражения оценки.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В публицистике, по мнению исследователей, категория оценочности может реализовываться посредством выбора и классификации фактов, а также путем описания указанных фактов с той или иной позиции. При этом в современных медиатекстах используются завуалированные приемы манипулирования сознанием аудитории, что позволяет ученым говорить о наличии оценочности двух типов: открытой или имплицитной, которая заложена непосредственно в значении, и скрытой (эксплицитной), проявляющейся в специфике конкретного словоупотребления [3].

Примером имплицитной оценки в публицистическом дискурсе может служить употребление эвфемизмов: «К сожалению, юридическая аргументация КСУ в решении № 20-рп/2010 удивляет своим легкомыслием и «лаконичностью» [ЗН, №41, 06 ноября 2010] (Если словарная трактовка прилагательного лаконичный – это жато выраженный, немногословный, отличающийся лаконизмом, то в указанном тексте: лаконичный выступает как сумма значений «несправедливая» или «сфабрикованная»); Первородный же грех вторичности искупаем трудами праведными, а не посыпанием головы пеплом. И проанализируем наконец последний состав Верховной Рады, где значительна часть «избранников» под народным омофором крадет или крышует воров [ЗН, №20, 03 июня 2011] (ИЗБРАННИК (книжн. ритор.). Лицо, избранное для исполнения важных обязанностей. В тексте статьи: избранник используется в значении «вор»); На 20-м году «независимого» ТВ во всем господствует триединый репертуарный принцип: ржать, жрать, врать. На этой ниве, согласитесь, наше ТВ достигло бешеных экономических успехов (На экране: участники ежевечернего телебалагана. Какой смысл их перечислять?) [ЗН, №32, 02 сентября 2011] (Согласно толковому словарю, НЕЗАВИСИМЫЙ 1. Самостоятельный, не находящийся в зависимости, в подчинении. 2. Представляющий собою особую политическую группировку (полит. и спец.). 3. Пользующийся суверенитетом, самостоятельностью в международных отношениях (полит.). В тексте статьи: независимое имеет скорее отрицательную коннотацию, «некачественное», «жалкое», «низменное»).

Стоит отметить, что проведенный нами анализ текстов СМИ политической и социальной тематики свидетельствует, что использование эвфемизмов является не слишком распространенным. Гораздо чаще встречаются примеры использования сочетания эвфемизма с иронией либо контекстуальной оценкой.

Подобные контексты в значительной степени схожи с высказываниями с эксплицитно выраженной оценкой вследствие использования имен нарицательных, устойчивых выражений и слов с факультативным оценочным компонентом [2], поскольку формирования оценочного смысла базируется не столько на значении самих лексем в высказывании, сколько на соотношении их семантики с фоновыми знаниями участников коммуникации.

Контекст, в котором заложена оценочность, далеко не всегда ограничен одним предложением. Так, оценочное значение зачастую дополняется путем объяснения причин или целей его высказывания. По мнению ученых, оценка может проявляться как вывод из описания, или, наоборот, предварять контекст, разъясняющий основания для ее формирования. Следовательно, формирование оценочного контекста

ста может осуществляться либо дедуктивно (от оценки к ее аргументации), либо индуктивно (от перечисления фактов к оценке [7]. *Одесский строитель Сергей Дейкун стал «уголовником», готовясь поздним июньским вечером ко сну. Около 23 часов в комнату общежития, где он проживал на законных основаниях, вошла группа милиционеров, один из которых объявил: проверка соблюдения паспортного режима. Второй понятой Александр Аристов числится приписанным в доме №1 по Студенческому переулку, хотя по этому адресу не проживает, также является наркоманом и «штатным понятым» для подписи любых бумаг по указанию своего куратора — «борца с наркотиками» Форманчука [ЗН, № 30, 21 августа 2010] (Лексема УГОЛОВНИК (простореч.) означает 1. Уголовный преступник. 2. Адвокат по уголовным делам. В данном случае она использована в переносном, ироничном значении, «стать уголовником» – быть привлеченным к уголовной ответственности по сфабрикованным доказательствам); *Балога просит Литвина перейти на зимнее время [ЗН, №36, 05 октября 2011]* (Комментарий: содержание заголовка раскрывается в следующей цитате: «Министр чрезвычайных ситуаций Украины Виктор Балога просит главу Верховной Рады Владимира Литвина инициировать пересмотр решения парламента об изменении порядка исчисления времени в Украине. Об этом сообщила пресс-служба МЧС»).*

По мнению Л. Гуслистой, отрицательная оценка может выражаться не только посредством номинаций субъекта, совершившего нечто предосудительное, но собственно в характеристике подобного поступка. С целью выражения этических претензий журналист зачастую воссоздает поступки, которые являются релевантными для обозначения аксиологического статуса. Исследователь отмечает, что для контекстов с отрицательной оценкой характерна определенная информационная недостаточность. Л. Гуслистая объясняет эту черту тем, что в данном случае мы имеем дело не с подробным описанием конкретной ситуации, а с выражением субъективного отношения к ней [1]. Как следствие, наблюдается использование достаточно большого диапазона выразительных средств языковых, содержащих негативную оценку способа реализации действия, потенциально опасного для общества. Например, *При свете дня наших читателей нагло облапошили политические наперсточники [ЗН, №42, 13 ноября 2010]*.

Ученые обращают внимание на то, что для дискредитации субъекта и снижения его ценностной позиции может использоваться прием контрастного выделения поступка, противоречащего общественным интересам или нормативными ожиданиями. В связи с чем для контекста осуждения характерно преобладание интерпретативных компонентов, а не фактов [1]. В подобных случаях СМИ обращаются к наиболее распространенным моральным категориям, например, добро и зло, а этические понятия ответственности, наказания, вины и пр., приближают осуждение к обвинительному приговору [2]. Например: *Кто ответит за исчезновение и гибель журналистов? Доколе мы будем сетовать на многомиллионные убытки, которые несет государственная казна, и при этом быть безмолвными свидетелями сколачивания на взятках и на отчуждении госсобственности миллиардных состояний [ЗН, №20, 03 июня 2011]*.

Для публицистического дискурса характерно использование идеологем. Н. Клушина [4] считает, что идеологемы наиболее ярко проявляются именно в публицистическом подстиле. Обращение к идеологемам призвано решить задачу целенаправленного влияния автора сообщения на сознание адресата посредством заданной идеи [3, с. 37]. Такая идея носит скорее обобщенный характер и позволяет ориентировать общественное сознание в конкретном направлении. Закономерно, что в текстах масс-медиа транслируются те идеологемы, которые связаны с политической установкой конкретного СМИ [5, с. 1]. *«Завершилась очередная «хрущевская перестройка». В Украину пришло невиданно жаркое лето и политическая засуха, а точнее, зима. В украинском «океанеэльзы» стало действительно «Холодно»* [ЗН, №30, 21 августа 2010]; *«Так что пришло время выкручивать руки авторам в угоду господам-шевалье и «товарищам» с их совковым видением роли истории? Кому нужны сегодня эти неоспоримые факты, когда мы (русские, украинцы, белорусы), по словам посла РФ М. Зурабова, «единый народ»?* [ЗН, №32, 04 сентября 2010]; *«И первую свою «пятилетку» отработает ударно. Отлично! «Больше хороших товаров!» — для телевизионных трутней-потребителей. «Экономия не должна быть экономной!» — если раскатали губу на калорийное телевизионное удовольствие. Все у него четко. Форма схвачена, суть подмечена»* [ЗН, №40, 30 октября 2010].

В проанализированных нами материалах идеологемы используются не слишком часто, в большинстве случаев они представлены советскими лозунгами, штампами. При этом, данные элементы в основном употребляются в ироничном контексте.

Также яркими особенностями современного медиадискурса являются интертекстуальность и языковая игра, «что свидетельствует в целом о возросшей экспрессивности данного подстиля, в котором реализуется установка современного автора-публициста на творчество, а не стереотип» [4].

В публицистическом тексте нередко соотносятся прямое значение широко известного устойчивого выражения и «обновленное» значение, благодаря чему его семантика структурно или семантически изменяется, добавляются новые смысловые или экспрессивные оттенки. Такой прием провоцирует более активную мыслительную деятельность у адресата сообщения. «Ассоциативные нити, возникающие при этом у читателя, связывают преобразованную цитату с ее общеизвестным источником и создают яркий экспрессивно-стилистический эффект» [9, с. 81]. Например: *«О пользе, не о благодати»* [ЗН, №03, 30 января 2010] (Отсылка к памятнику древнерусской литературы – «Слово о законе и благодати»); *«Хочешь жить — верти уменьем! Следуя этой формуле, решил эффективно отформатировать прежде не очень успешный «Тонис» известный шоу-продюсер Юрий Никитин. Получилось забавно. «Тонис» как-то сам собою адаптировался в «фауну, которая поет»* [ЗН, №32, 04 сентября 2010] (Отсылка к названию фильма «Женщина, которая поет» (СССР, 1978 г.); *«Часовню тоже я развалил?..»* [ЗН, №25, 08 июля 2011] (Комментарий: отсылка к высказыванию киноперсонажа Шурика (х/ф «Кавказская пленница»).

Интертекстуальность как прием привлечения читательского внимания активно используется журналистами, в частности распространено цитирование по-

словicc и поговорок (*молодым везде у нас дорога*), литературных произведений («*чтобы в мире без России и Латвии жить единым человеческим общежитием*», «*итоги кампании: что день вчерашний нам готовит*», «*графиня изменившимся лицом...*»), кинематографа («*Назад в будущее*», «*Фауна, которая поет*», «*Все умрут, а я останусь?*»).

Нередко для выражения оценки используется языковая игра. Это понятие, первоначально появившееся благодаря теории Л. Витгенштейна, сегодня вошло в научный обиход и может рассматриваться как одно из ключевых в современной культуре. По мнению Л. Витгенштейна, языковая игра является определенной моделью коммуникации или текста, в которой слова используются в строго определенном смысле. Я. Хинтикка предложил собственную теоретико-игровую интерпретацию языка, основанную на том, что определенное условие, которое закреплено в грамматической структуре предложения, определяется адресантом как игровое и опирается на таких «игроков», как «Я» и «реальность» [6, с. 1155].

Данная теория получила развитие в работах многих ученых-лингвистов. В. Санников рассматривает понятие языковой игры, как относящееся к области общения и определяет его как «украшательство» речи, чаще всего принимающее форму «остроты, каламбура, шутки» [8, с. 138]. Н. Клушина обращает внимание на то, что целью языковой игры является привлечение внимания аудитории посредством шутки, юмора [4]. Таким образом, в отечественной научной традиции языковую игруппирно рассматривать скорее как форма «комической» коммуникации: *Газовую трубу проложили через суды* [ЗН, № 01, 15 января 2010]; *О «маленьком человеке» по большому счету* [ЗН, №02, 23 января 2010]; *Судебные неисполнители* [ЗН, №03, 30 января 2010]; *Каннское «Древо жизни» на голливудской пилораме* [ЗН, №22, 17 июня 2011] (Используются метафоры с элементами игры слов (картины, представленные на Каннском фестивале, принимают участие в церемонии награждения Американской киноакадемии); *Хороша «Russia», но не наша* [ЗН, №37, 14 октября 2011] (по аналогии: Хороша Маша, да не наша).

ВЫВОДЫ

Разнообразные предметы, явления, факты действительности оказывают значительное влияние на индивида, способствуя выработке того или иного отношения к окружающему миру за счет формирования личностных мнений и оценок. На современном этапе развития информационного общества именно средства массовой информации в значительной мере формируют те ценностные приоритеты в политической, общественной, культурной жизни, которые усваивает социум. Публицистические тексты призваны решать две задачи: распространять информацию и воздействовать на общество. В связи с этим можно рассматривать оценочность как неотъемлемую черту публицистического стиля.

В публицистике, по мнению исследователей, категория оценочности может реализовываться посредством выбора и классификации фактов, а также путем описания указанных фактов с той или иной позиции. При этом можно говорить о наличии в современных медиатекстах оценочности двух типов: открытой и скрытой.

Примером имплицитной оценки в публицистическом дискурсе может служить употребление эвфемизмов. Также яркими особенностями современного публицистического дискурса являются использование идеологем, создание оценочного контекста интертекстуальность и языковая игра. Каждая из этих черт может рассматриваться как маркер оценочности медиадискурса.

Список литературы

1. Гуслиста, Л. О. Негативна етична оцінка в контекстах осуду (на матеріалі сучасної публіцистики) [Текст] : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 / Л. О. Гуслиста; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2002. – 16 с.
2. Егорова, Л. Г. О некоторых особенностях дискурса современных масс-медиа / Л. Г. Егорова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Симферополь, 2012. – Том 25 (64) № 3. Часть 1. – С. 311-317.
3. Клушина, Н. И. Мифологизация речевых средств в языке современной газеты [Текст] / Н. И. Клушина // Русская речь. – 1996. – № 5. – С. 37.
4. Клушина, Н. И. Общие особенности публицистического стиля [Электронный ресурс] / Клушина Н. И. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_03
5. Мелетинский, Е. М. Чувство меры [Текст] / Е. М. Мелетинский // Наше наследие. – 1990. – № 2. – С. 1-3.
6. Новейший философский словарь [Текст] / сост. и гл. н. ред. Грицанов А. А. – 3-е изд., испр. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1280 с. – (Мир энциклопедий).
7. Полякова, Е. В. Отрицательная оценка в русских письмах [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. В. Полякова. – Саратов, 2001. – 201 с.
8. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры [Текст] / В. З. Санников. – М. : Яз. рус. культуры, 1999. – 541 с.
9. Шалимова, Г. С. Форма новая – проблемы старые : (об одной модели газетного заглавия) [Текст] / Г.С. Шалимова // Журналистика и культура русской речи. – М., 1996. – Вып. 1. – С. 81.

MARKERS EXPRESSION EVALUATION IN MODERN JOURNALISTIC TEXTS

Malyarchuk-Proshina U.O.

The article deals with markers expression evaluation in modern journalistic texts. In the information society it is the media largely shape those values priorities that society learns. In this regard, it can be regarded as an integral feature of evaluative journalistic style. In the modern media texts use the estimates of two types: open (implicit) and hidden (explicit). In the journalism category appraised can be realized through the selection and classification of the facts, the use of euphemisms or a combination of euphemism to irony or contextual assessment. Also striking features of contemporary journalistic discourse are the use of ideologies, the creation of the assessment context of intertextuality and language game. At the same time all of these trailblazing features of modern journalistic texts are used as a means of implementing the Evaluation.

Keywords: assessment, media discourse, language game, intertextuality, ideologem.