

УДК 81'373'42:316.77

К.А. Иванова
Киев, Украина

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ИНТЕНСИФИКАЦИИ ОЦЕНОЧНОГО ЗНАЧЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

Объектом исследования являются информационно-аналитические интернет-тексты. Главной отличительной чертой аналитики является наличие в ней оценки окружающего мира, т. е. его интерпретации. Коммуникативная цель аналитического медиатекста – принятие мнения автора читателем в свою концептуальную картину мира. Для достижения коммуникативной цели автором используются все возможные воздействующие ресурсы, главными из которых являются вербальные оценочные средства.

Рассмотрены две группы лексических единиц с оценочным значением: нормативная лексика и стилистически окрашенная лексика. Группы проанализированы в порядке интенсификации оценочного значения в их семантике (приобретение эмоциональности и экспрессивности). Указаны функции, которые выполняют оценочные лексемы в медиатексте: привлечение внимания, воздействие с помощью эмоций, контакт с читателем.

Ключевые слова: аналитический интернет-текст, оценка, коннотация, оценочная лексема.

Сложно представить сегодня человека, в жизни которого не имеет места Интернет: переслать информацию по почте, прочитать свежие новости, найти справочную литературу, пообщаться с друзьями в соцсетях, разместить рекламу, послушать музыку, позвонить родственникам за границу, оплатить счета, сделать покупки и многое-многое другое – все это стало доступно в любой момент с помощью Сети. Безусловно, такая бурная деятельность человека в относительно новой форме не может обойти внимание ученых, в том числе лингвистов.

Как и все СМИ, Интернет является источником информирования общества, но со значительными достоинствами (оперативность передачи информации любого объема, доступность двадцать четыре часа в сутки, низкая цена за пользование – лишь некоторые из них). Поэтому его популярность находится вне сомнения.

В потоке информации об окружающем мире, которую преподносят СМИ, человеку необходимо ориентироваться: что является важным, а что – нет, на какую информацию необходимо реагировать и каким образом.

И эту функцию также выполняют СМИ. Информацию о событиях дают новости, а оценивает ее информационная аналитика, которая и представляет интерес нашего исследования.

Новости и аналитика являются концептуально важными в жизни общества – именно эти два типа медиатекстов лежат в основе представления человека об окружающем мире. То, что детально освещается в новостях и активно обсуждается в аналитике, позиционируется аудиторией как необходимо важное и значимое для общества. То, что не представлено в медиадискурсе, – не существует вообще, поскольку об этом никто не знает. Данное явление демонстрирует общую сущность СМИ – информировать о «том, что надо» (реализуется новостными текстами), и информировать «так, как надо» (отражается в аналитике).

Информационно-аналитические медиатексты выполняют функцию ориентирования человека в мире – они интерпретируют информацию об объективной действительности, выстраивая события в логическую цепочку причинно-следственных связей, расставляя акценты на том, что является значимым, и оценивая ситуацию в целом. Главным отличием аналитического текста является оценка в широком (философском) понимании слова – «отношение к социальным явлениям, человеческой деятельности, поведению, установление их значимости, соответствия определенным нормам и принципам морали (одобрение и осуждение, согласие и критика и т. п.). Оценка определяется социальной позицией, мировоззрением, уровнем культуры, интеллектуального и нравственного развития человека» [БЭС: 956]. Прагматическая функция оценки заключается в создании положительных / отрицательных реакций, состояний, отношений (похвалы, восторга, презрения и т. д.) [Коваленко 2006].

Но, помимо интерпретации событий, коммуникативная цель / интенция автора-аналитика – убедить свою аудиторию в том, что его мнение является правильным, чтобы мысли автора были приняты в концептуальную картину мира читателя, слушателя, зрителя.

Для реализации авторских интенций в дискурсе масс-медиа используется весь речевоздействующий потенциал (оценочная семантика лексических единиц, стилистическая дифференциация речи, языковая игра, контекст и т. д.), а также графические средства передачи оценочного значения (шрифт, иллюстрации, фото). Но, безусловно, главным способом являются вербальные средства.

При недостатке логической аргументации своего мнения либо с целью увеличить эффект воздействия авторы аналитических текстов апеллируют к эмоциям и чувствам читателей, вкладывая их в семантику лексических единиц.

Оценочное слово побуждает читателя испытать чувство / отношение и является реализацией определенного иллюкутивного намерения, что «в случае коммуникативной удачи вызывает соответствующий пер-

локутивный эффект» [Стаценко 2011: 40]. Следовательно, чем интенсивнее (более выражена) оценка в слове, тем больший эффект она произведет на читателя.

Оценочность (положительная / отрицательная) в данном случае – это отклонение значения (в большей или меньшей степени) от нейтрального (конвенциональной нормы) к абсолютно оценочному полюсу плюс / минус. Соответственно, интенсификация оценочного значения – увеличение степени отклонения значения слова от нейтрального (нормы). Отклонение от нейтрального значения возрастает по мере появления коннотативных значений в семантике слова (эмоциональности, образности и экспрессивности).

В связи с данным вопросом исследователем Л.А. Кудрявцевой были разработаны модели экспрессивизации речи в текстах СМИ: использование единиц «экспрессивного фонда» языка; использование внутреннего и внешнего заимствования; деривация новых слов, значений, лексической сочетаемости и др. [Кудрявцева 1998].

Интенсификация оценочного значения за счет экспрессивности достигается тем, что в семантике слова уменьшается доля объективного признака (денотата) и увеличивается доля субъективного значения (коннотации).

В цепочке «неудачник – горемыка – лузер» первое слово содержит наименее интенсивную оценку, потому что оно не эмоционально и не экспрессивно. «Горемыка» – разг. 'тот, кого постоянно преследуют несчастья, беды' [Ефремова 2000] – имеет более интенсивную оценку, потому что связано с чувством «несчастья» – содержит эмоциональный компонент. Наконец, «лузер» – имеет то же денотативное значение, что и первые два, но на первый план в нём выходит коннотация – экспрессия и оценочность. Вопрос остается в том, какую номинацию – более или менее экспрессивную – автор использует в своем тексте.

В данной статье мы рассматриваем семантику оценочных слов и их функции в информационно-аналитическом интернет-тексте, сделав попытку выстроить группы и подгруппы лексем в порядке интенсификации их оценочного потенциала. По результатам исследования было выделено две основные группы оценочных лексем: нормативная лексика и стилистически окрашенная лексика. Лексем первой группы, в свою очередь, разделяются на рассудительно-оценочные и эмоционально-оценочные. В рамках второй группы особое внимание уделено стилистически сниженной лексике, которая в наибольшей степени интенсифицирует оценку.

1. Нормативная оценочная лексика является универсальным средством выражения субъективного отношения к предмету речи [Стаценко 2011], поскольку понятна всем носителям языка.

Способность лексем выражать оценку обусловлена тем, что в составе их значения присутствует оценочный компонент – дополнитель-

ное, коннотативное значение. У одной группы слов это значение выражено в большей степени, у других – в меньшей. Например, «хорошая новость» – «радостная новость», «одобрительно относиться» – «с любовью относиться»: первые компоненты пар выражают более рассудочное отношение к предмету, а вторые – более эмоциональное, т. е. более интенсивное. Соответственно, оценочные лексемы в составе литературного языка можно разделить на две группы: рассудительно-оценочные и эмоционально-оценочные.

Рассудительно-оценочное значение выражает отношение говорящего к предмету речи, но не содержит эмоционального компонента в своей семантической структуре. Рассудительно-оценочные значения выражают наименее интенсивную оценку, поскольку не содержат ни экспрессивности, ни образности. Они характеризуют предмет с рациональной (рассудительной) точки зрения, а не эмоциональной. Например: *Таким образом, вполне логичное молчание Пентагона и нелогичные высказывания Расмуссена...* (Контрпост 24.06.2014). В словарях значения «логичный» – это «характеризующийся правильным, разумным ходом рассуждений» [Ефремова 2000] и «нелогичный» – «непоследовательный, противоречивый» [Ефремова 2000]. Соответственно, «логичный» по отношению к предмету характеризует его с положительной стороны (правильный, разумный), «нелогичный» – наоборот, с отрицательной стороны (непоследовательный – нарушающий законы следственных связей).

Так или иначе, но Обама отказался бомбить Иран и очень правильно сделал... (Контрпост 5.02.15) – правильный – ‘а) такой, как нужен, б) приводящий к нужным результатам’ [Ефремова 2000]. То есть, характеризуя предмет / действие как *правильное*, автор дает ему положительную оценку как того, что ведет к нужному – ‘необходимому, что следует иметь / сделать’ [Ефремова 2000].

...второй их главной ошибкой в интеллектуальном противостоянии с Западом является постоянная отсылка противника к его же собственным действиям (ИА REX 10.03.2014) – ошибка – ‘неправильность в действиях, поступках, высказываниях, мыслях, погрешность’ [Ефремова 2000]. Оценивая действие как *ошибку*, автор указывает на отрицательный характер этого действия, на неправильность – ‘отклонение от нормы, ошибочность’ [Ефремова 2000].

Как видно, анализируемые лексемы не несут в себе эмоциональной, экспрессивной или образной семантики.

Поскольку рассудительно-оценочные слова не имеют вышеуказанных коннотативных значений и апеллируют лишь к рациональному мышлению, они выражают наиболее непредвзятое (объективированное) отношение говорящего к предмету речи.

Эмоционально-оценочные слова, в отличие от первой группы, выражают оценку с эмоциональной стороны. Например: *Месяц назад индий-*

ское министерство обороны обнародовало **печальную статистику потерь своей военной авиации** (Хвиля 14.02.2015) – «печальный» – ‘перен. вызывающий разочарование, досаду’ [Ефремова 2000]. То есть, употребляя слово «печальный», автор одновременно выражает чувство, эмоцию и характеризует предмет как отрицательный, поскольку этот предмет вызывает отрицательное чувство – разочарование, печаль.

«На фоне тотальных отчетов о каждом шаге лидера РФ глухое молчание выглядит **тревожно и раздражающе**» (Око планеты 16.03.2015) – «тревога» – ‘сильное беспокойство, волнение (обычно в ожидании опасности)’, «раздражение» – ‘перен. состояние озлобленного возбуждения, чувства гнева, недовольства’ [Ефремова 2000]. Характеризуя событие – молчание, – автор выражает оценку через своё эмоциональное отношение к нему – тревогу и раздражение, – которые являются негативными чувствами. Соответственно, авторская оценка предмету речи – негативная.

Выражая оценку через чувства, автор одновременно передает это чувство читателю и, таким образом, вызывает у него такое же отношение к предмету.

Нередки случаи одновременного употребления автором рассудительно- и эмоционально-оценочного слов для усиления эффекта воздействия: *Из относительно небогатого чемпионата она (Бундеслига. – К. И.) превратилась в **мощную, преуспевающую, интереснейшую** лигу без всякой помощи арабских шейхов и российских олигархов...* (BBC 14.07.2014) – «мощный» и «преуспевающий» – рассудительная оценка, «интереснейший» – с эмоциональным оттенком.

2. Следующими по мере возрастания коннотативного значения будут эмоционально-экспрессивно-оценочные слова, представляющие собой пласт стилистически окрашенной лексики. Они содержат положительную / отрицательную эмоциональную оценку предмета речи, эмоционально возвышают / принижают предмет речи. К ним также относятся слова, выражающие фамильярное, ироническое, шутовское, ласковое или снисходительное отношение к предмету, бранная лексика [Стилистический словарь 2003].

Как и предыдущая группа слов, они фиксируются в словарях литературного языка, но со стилистическими пометами – «книжное», «разговорное», «просторечное», «жаргонное».

Использование элементов устной речи в письменном (в данном случае электронном) тексте выполняет прагматическую функцию: несоответствие стилей в употреблении лексических единиц создает стилистический эффект, экспрессивный по своей природе. То есть стилистически маркированная лексика в аналитическом тексте несет в себе экспрессивное значение и, в силу этого, выражает более интенсивную оценку. Например: **Чушь** сплошная в качестве аргументации, даже комментировать не хочется (ИноСМИ 30.07.2014) – «чушь» – ‘разг. глупость, нелепость, ерун-

да' [Ефремова 2000]. То есть, помимо отрицательного значения в семантике слова, в тексте выражается и его экспрессивное значение: автор выбрал слово не из литературной лексики, а из разговорной. За счет употребления в «чужом» стиле лексема приобретает экспрессивность, поэтому интенсифицируется её оценочное значение.

Обращают на себя внимание элементы книжной лексики, которые служат средством иронии автора над предметом речи: употребление лексики высокого (книжного) стиля в контексте обыденных тем создает комичный эффект. Например: *Причина **треволнений** и **колыханий** госпожи на Эльмара Брока становится понятной* (Контрпост 5.08.2014) – «треволнение» – ‘устар. сильное беспокойство, волнение’ [Ефремова 2000]; *Вот теперь и у нас наступили **окаянные** дни* (Альтернатива 23.02.2014) – «окаянный» – ‘устар. греховный, проклятый’ [МАС: 606]. Слова «треволнение», «окаянные», которые относятся к высокому стилю, несовместимы с будничной тематикой. Поэтому, за счет стилистического несовпадения, они приобретают экспрессивную окраску, особенно наряду со стилистически сниженной лексикой.

Стоит также сделать акцент на употреблении разговорных лексем, которое встречается довольно часто: *Пускай на Западе перестанут **болтать**, визжать и угрожать...* (ИноСМИ 17.03.2014); *Все дело в том, что 17 декабря исполняется год событиям, когда Запад уже старался **свалить** Эрдогана* (Контрпост 15.12.2014); *Середина февраля ознаменовалась резкой девальвацией молдавского лея, который **рухнул** на 25 %* (Однако 2.03.2015); *Все понимают, что решение этих судов – чистая **липа*** (Контрпост 29.07.2014).

Разговорные лексемы «болтать», «свалить», «рухнул», «липа» в приведенных выше примерах приближают авторский текст к разговорному стилю. Автор намеренно стилизует свою речь под устную – это создает эффект спонтанного, разговорного общения. Когда автор позволяет себе «речевые вольности» в своем тексте, он ставит себя на один уровень с читателем – опускается с уровня «вещателя» до уровня «равного собеседника» в диалоге с читателем, где допускается нарушать каноны литературной речи. Другими словами, разговорные лексемы в медиатексте сближают языковые пространства автора и читателя, поскольку разговорные элементы соотносятся с ситуацией беседы, непринужденного общения.

Таким образом, разговорная лексика не только привносит в текст эмоциональность и экспрессию, но и является одним из средств поддержания контакта автора с читателем.

Стоит более детально сказать об употреблении сленговых единиц, которые сами по себе обладают экспрессивным значением.

Общий сленг – лексико-фразеологический пласт языка, составляющий основу современного просторечия [Гордиенко 2006; Кудрявцева 2001]. В отличие от специального, общий сленг широко распространен,

общепонятен и используется людьми независимо от возраста, социального положения и рода деятельности [Гордиенко 2006; Кудрявцева 2001].

Современные исследователи признают, что основной функцией общего сленга является эмоционально-экспрессивная, поскольку семантика его единиц выражает не столько сам денотат, сколько отношение к нему говорящего. То есть сленговое слово изначально обладает экспрессивностью.

Поскольку автор сознательно и целенаправленно вводит сленговую единицу в свой текст (текст подготовленный, а не спонтанный, и автор-журналист понимает, что сленг относится к стилистически сниженной лексике), значит, он делает это с определенной целью – в первую очередь для стилистического эффекта. Употребление сленгового слова в письменной (электронной) речи, т. е. не в свойственной для него функциональной среде, придает его значению еще большую степень экспрессивности. Поэтому вкрапление сленговых единиц в аналитический медиатекст является средством экспрессивизации авторского высказывания.

Наиболее интенсивной оценкой среди сленговых единиц обладают жаргонизмы: *Мало того, что они **уперли** на бесконкурсной основе, фактически бесплатно, десятки заводов, энергокомпаний...* (Око планеты 14.07.2014) – «упереть» – ‘разг.-сниж. украсть’ [Ефремова 2000]. Помимо негативного значения «украсть» присутствует экспрессивная коннотация. Или: *...всё, что до сих пор выставлялось как некая легитимная причина для вторжения или начала бомбардировок, оказалось обыкновенным **фуфлом**...* (Око планеты 10.09.2013) – «фуфло» – ‘разг.-сниж. ложь, обман’ [Ефремова 2000]. Автор не использует стилистически нейтральное слово «ложь» / «обман» или более экспрессивное «враньё» – он использует наиболее экспрессивное из синонимического ряда – «фуфло». Или: *...Россия и Сирия решили просто **продинамить** США* (Око планеты 10.09.2013) – «динамить» – ‘обманывать, не выполнять обещанного’ [Кузнецов 1998]. Не «обмануть», не «проигнорировать», а «продинамить» – решил автор. Или: *Он ведь делает **бабки** из медиа-воздуха* (ИА REX 17.03.2015) – не «деньги», а «бабки» (‘жарг. деньги’ [Кузнецов 1998]).

Сленговые единицы в медиатексте значительно экспрессивизируют высказывание. То есть интенсивность оценки при употреблении сленга в тексте СМИ возрастает, и это обращает к нему внимание читателя. Поэтому сленг в информационно-аналитическом интернет-тексте является средством речевого воздействия.

Отметим тот факт, что авторы по-разному вводят в свой текст элементы стилистически маркированной лексики. Одни авторы вводят их без помет «чуждости» (как в вышеприведенных примерах), что свидетельствует о «естественности» употребления единицы в тексте – автор не идентифицирует это слово как инородный элемент. Другие авторы вводят стилистически окрашенные лексемы в кавычках, маркируя их

как «чуждый» в тексте элемент: *К примеру, за «убитую» «хрущовку», которую оценят в 50 тысяч «баксов», наследникам надо будет выплатить 17500 долларов* (Альтернатива 31.12.2014). Но, несмотря на «чуждость» выделенных слов, автор употребляет в своем тексте именно стилистически маркированные лексемы: не «пришедшая в негодность», а «убитая», не «квартира в панельном доме», а «хрущовка», не «доллар», а «бакс».

Исследователями высказывается также мысль, что автор намеренно занижает стиль текста, ориентируясь на малокультурного читателя: используя элементы устной речи, автор разговаривает с ним «простым языком», что, в итоге, должно привлечь большую аудиторию читателей [Гордиенко 2006].

Таким образом, помимо создания стилистического эффекта в медиатексте, разговорная и сленговая лексика является средством установления контакта с читателем, что одновременно усиливает эффект воздействия.

Использование слов с оценочной семантикой, которыми насыщен аналитический медиадискурс, делает авторский текст выразительнее. Чем интенсивнее выражена оценочность и экспрессивность в высказывании, тем больше оно привлекает внимание читателя. Выбор степени интенсивности оценочного слова зависит от автора – среди тысяч слов он выбирает лишь несколько (безусловно, неслучайно) для реализации своей интенции.

Список литературы

1. БЭС – Большой энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия; СПб.: Ленинградская галерея, 1993. 1632 с.
2. Гордиенко В.А. Формирование общего сленга в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук. Киев, 2006. 195 с.
3. Ефремова 2000 – Толковый словарь Ефремовой. URL: <http://www.efremova.info>.
4. Коваленко Е.В. Языковая актуализация пейоративной оценки: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2006. 189 с.
5. Кудрявцева Л.А. Русское городское просторечие: Киев – 2000 // Русистика. 2001. № 1. С. 4–9.
6. Кудрявцева Л.А. Моделирование экспрессивно-прагматического содержания в текстах газетной коммуникации // Семантика языковых единиц: Доклады VI Международной конференции. М., 1998. С. 295–297.
7. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 1998.
8. МАС – Словарь русского языка: в 4 т. / РАН, Ин-т лингвист. исследований; под ред. А.П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Русский язык: Полиграфресурсы, 1999. Т. 2: К–О. 736 с.
9. Стаценко А.С. Эмоционально-оценочная лексика как средство реализации речевой интенции: монография. М.: МПГУ, 2011. 118 с.

10. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003.

Источники

1. Альтернатива. URL: <http://alternatio.org>.
2. ИА REX. URL: <http://www.iarex.ru>.
3. ИноСМИ. URL: <http://inosmi.ru>.
4. Контрпост. URL: <http://contrpost.com>.
5. Око планеты. URL: <http://oko-planet.su>.
6. Хвиля. URL: <http://hvylya.net>.
7. BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/russian>.

References

1. *Bol'shoj enciklopedicheskij slovar'* [Big encyclopedic dictionary]. Moscow, Sovetskaja enciklopedija; St. Petersburg, Leningradskaja galereja, 1993. 1632 p.
2. Gordienko V.A. *Formirovanie obschego slenga v sovremennom russkom yazyke* [Formation of a Common Slang in Modern Russian Language], dissertation of Candidate of Philological Sciences. Kyiv, 2006. 195 p.
3. *Tolkovyj slovar' Efremovoj* [Explanatory dictionary of Efremova], available at: <http://www.efremova.info>.
4. Kovalenko E.V. *Yazykovaya aktualizatsiya pejorativnoj otsenki: na materiale anglijskogo yazyka* [The Linguistic Actualization of Pejorative Assessment: on the materials of English], dissertation of Candidate of Philological Sciences. Barnaul, 2006. 189 p.
5. Kudryavtseva L.A. Russian urban common language: Kyiv – 2000 [Russkoe gorodskoe prostorechie: Kiev – 2000]. *Rusistika – Russian Studies*, 2001, no. 1, pp. 4-9.
6. Kudryavtseva L.A. Modeling of Expressive-pragmatic content in the Texts of Newspaper communication [Modelirovanie ekspressivno-pragmaticheskogo soderzhaniya v tekstakh gazetnoj kommunikatsii]. *Semantika yazykovykh edinits* [Semantics of linguistic units], Reports of the VI International conference. Moscow, 1998, pp. 295-297.
7. Kuznetsov S.A. *Bolshoj tolkovyj slovar russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. St. Petersburg, Norint, 1998.
8. Evgen'eva A.P. (Ed.) *Slovar russkogo yazyka* [Dictionary of the Russian Language], in 4 vol., 4th ed., vol. 2. Moscow, Russkij yazyk, Poligrafresursy, 1999. 736 p.
9. Statsenko A.S. *Emotsionalno-otsenochnaya leksika kak sredstvo realizatsii rechevoj intentsii* [Emotional-evaluative lexis as an instrument of speech intention's implementation], Monograph. Moscow, MPGU, 2011. 118 p.
10. Kozhina M.N. (Ed.) *Stilisticheskij entsiklopedicheskij slovar russkogo yazyka* [Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian Language]. Moscow, Flinta, Nauka, 2003.

Sources

1. *Alternativa*, available at: <http://alternatio.org>.
2. *IA REX*, available at: <http://www.iarex.ru>.
3. *InoSMI*, available at: <http://inosmi.ru>.