

Языковые средства формирования оценочности в современной публицистике

© кандидат филологических наук Л. А. Нестерская, 2002

Широкий спектр языковых средств, предназначенных для выражения оценки в русском языке, связывает духовный опыт человека с ситуациями жизни, представляет его внутренний мир в значениях языковых единиц. Функции оценки в речевой деятельности многообразны и зависят от аспектов ее семантики. Это познавательная, дидактическая, эмотивная, воздействующая и другие функции. Существует языковой фонд оценочных средств, который представляет функционально-стилевые оценочные дискурсы и формируется широким кругом разнородных средств русского языка: аффиксы со значением субъективной оценки, лексико-грамматический класс слов категории оценки, оценочное значение качественных прилагательных, пейоративная и мелиоративная лексика, оценочное значение семантических структур. Наконец, в выражении категории оценки существенна роль общей контекста высказывания и изложения в целом: в сущности, в определенном контексте любая языковая единица может выполнять оценочную функцию.

Интересно в этой связи обратиться к языку современной прессы. Газета в настоящее время больше, чем когда-либо, ориентирована на читательское восприятие, причем, она идет за читателем, учитывая его социальный опыт и коммуникативные потребности. Качественно новый тип читателя требует от газеты новых форм воздействия на читательскую аудиторию. Соответственно меняется арсенал приемов, средств воздействия на читателя в самом газетном языке.

В языке газеты соединяются две противоположные тенденции: стремление к стандартизации, свойственное строгим стилям, и стремление к экспрессивности, характерное для разговорной речи и языка художественной литературы. К максимуму информативности стремятся научный и деловой стили. К максимуму эмоциональности приближаются некоторые бытовые и поэтические тексты. Язык газеты не терпит ни той ни другой крайности: в первом случае не было бы эмоционально воздействующего эффекта (скучно, не интересно), во втором – необходимой фактографии (на одних чувствах). Только в газетном изложении эти две тенденции могут легко соединяться: статьям на серьезнейшие темы предшествует экспрессивный, «легкомысленный» заголовок (вообще современная пресса – это своеобразное соревнование заголовков):

«О чем промолчал глас народа»; «В экологическом концлагере»; «Второй эшелон номенклатуры».

Вторая половина 80-х годов взорвалась неожиданным, небывалым речетворчеством. В сфере массовой коммуникации были сняты запреты на целые слои опальных лексиконов, освобожден громадный потенциал оттенков и значений слов. Изменения в языке газеты обусловлены появлением значительного количества функциональных неологизмов, т. е. известных ранее, но крайне редко употреблявшихся лексем: *благочестие, притерпелость, русскость, милосердие, выживание...; раскол, деспотизм, оппозиция, бонапартизм, фракция...; левые, правые, прогрессисты, консерваторы, анархосиндикалисты, почвенники, западники, урбанисты, земельники...; парламент, муниципалитет, префектура* и т. д.

Новые коммуникативные возможности реализуются за счет резко возросшей сочетаемости ключевых слов с разнообразными определениями. Так, на месте *развитого социализма* появилась целая россыпь словосочетаний с иными интерпретациями: *социализм аппаратный, аграрный, брежневский, бюрократический, вульгарный, горбачевский, дореформенный, докапиталистический, застойный, за колючей проволокой, имперский, казарменный, командно-административный, крестьянский, нищий, утопический, чиновно-административный, чиновно-бюрократический*.

Смена идеологических оценок многих слов активного словаря в языке газеты следует за социально-историческими сдвигами. Разрушаются идеологические стереотипы, происходит речевая переоценка реалий, изменяется и сама система оценочных средств газеты. Традиционные, ранее эксплицитные, однозначные, навязываемые читателю оценки уже могут иметь не воздействующий а обратный эффект – эффект отторжения материала. Общая методологическая установка современной газеты – более осторожное, скрытое воздействие на читателя, стремление не навязывать свое мнение а призвать читателя к совместному размышлению над поставленными проблемами. Исчезает (или резко сокращается) употребление подчеркнуто оценочной (как позитивной так и негативной) лексики типа *вехи, судьбоносный этап, форум, маяк, пульс эпохи, с одной стороны, и клеймить позором, преступная клика, крестonosцы, акулы бизнеса, гидра капитализма, с другой стороны*.

Смена идеологической парадигмы не отменила действия принципа социальной оценочности в языке прессы которые формирует важнейший разряд лексики газеты, – концептуальную лексику, политический словарь газеты. В качестве концептуальных в языке современной прессы широко используются политические термины: *правовое государство, гражданское согласие, демократические преобразования, курс*

реформ, оппозиция, лобби. Вошли в политический словарь и активно используются экономические термины: *кредиты, инфляция, рынок, рыночные отношения, клиринг, маркетинг и др.*

Многие лексические единицы политического словаря, имевшие ранее отрицательную окраску, приобретают нейтральное звучание или даже меняют знак оценки: *ВПК (военно-промышленный комплекс), бизнес, бизнесмен, биржа, биржевик, олигарх и др.* В целом оценочность новой концептуальной лексики только формируется и носит более сдержанный характер. Например, трудно сказать, сформировалась ли новая оценочная окраска (ранее негативно-пренебрежительная) у слова *элита*. См.: *Политическая элита, российская элита, правительственная элита, партийная элита, парламентская элита, бизнес-элита, элита шоу-бизнеса.* Судя по контекстам, намечается нейтрализация негативной оценочности у этого слова.

Современная газета в настоящее время больше, чем когда-либо, ориентирована на читательское восприятие, так как имеет дело с принципиально новым социально-культурным и идеологическим типом читателя. В связи с этим изменяется язык современной газеты: он становится более демократичным, более эмоциональным. Стремлением к оценочности, поисками экспрессии объясняется использование в языке газеты большого количества фразеологических единиц.

Излюбленный прием журналистов – различные преобразования фразеологизмов.

Можно выделить два типа создания фразеологического образа путем семантических преобразований:

1. В истоке образа – фразеологизм, и к нему приводится свободное сочетание:

«Весной приятно поговорить о достижениях. В такие дни не хочется кусать собратьев по перу и чернилам. Их хочется хвалить, прославлять, *поднимать на щит* и в таком виде *носить по всему городу*» (Ильф и Петров) сначала дается переносное, потом прямое значение фразеологизма.

«Немало осталось в истории *белых пятен*, но *белыми* они кажутся только с первого взгляда. Чаще всего при ближайшем рассмотрении в них преобладает красный цвет – цвет человеческой крови».

2. Создание образа идет противоположным путем и первичным оказывается свободное словосочетание:

«В случае победы Жириновского на выборах его торжественно введут в *кремлевские палаты*. Его личная *палата* будет № 6».

Среди образных средств, формирующих экспрессивность, эмоциональность языка современной прессы, центральное место, безусловно, занимает политическая метафора. В газетных статьях о политике

метафора может служить средством украшения текста и средством активизации внимания читателя. Благодаря своей фигуральности, небуквальности метафора может выполнять прагматическую функцию сглаживания наиболее острых политических высказываний, затрагивающих спорные политические проблемы, минимизируя ответственность журналиста за возможную буквальную интерпретацию его слов адресатом.

Метафора – не только прием изображения, это способ мышления, способ восприятия мира. Метафора социальна. Именно метафора является отражением картины мира в общественном сознании, именно метафора показывает, какова она, эта картина.

Милитаризация сознания нашего общества в доперестроечный период отражалась в особом наборе метафор в публицистике.

Вот примеры, взятые из современной российской прессы: *гвардия, фронт, вооруженность, перевооруженность, торпедировать, форсировать, маневрировать, обойма, смотр, разведка, атака* и др.

Интересно, что в настоящее время актуализовалось метафорическое поле, связанное с темой болезни общества. Истоки этих метафор в публицистике восходят к идее уподобления общества живому организму (метафора персонификации). Никогда раньше метафоры не создавали такого целостного семантического поля, включенного в сферу политики. Жизнь современного общества отражается в общественном сознании таким образом, что группа лексики из тематического «поля болезни» становится едва ли не самой частотной.

Вот некоторые политические метафоры, входящие в тематическое поле болезни: *болезнь общества, атрофия власти, паралич власти (экономики, агросистемы, информационный и т. д.), аллергия на контакты с прессой, бациллы феодальной морали, злокачественная опухоль национализма, оздоровление финансов.*

Самый распространенный тип политической метафоры в современной российской прессе – это в основном двучленные метафоры: *корабль реформ, здание экономики, вирус большевизма.* Все они в политическом контексте выражают оценку современной общественной ситуации.

Характерно, что весь «арсенал» политических метафор используется прежде всего для изображения негативных сторон жизни общества: *Вирус импичмента* (КП, 31.03.96); *«Впереди маячит паралич экономики»* (МН, 21.04.95), *«Агония социализма затянулась»* (МН, 29.09.93); *«Больная, издерганная страна нуждается не в токо-, а в психотерапии»* (МН, 29.09.94),

В современной прессе происходит активизация некоторых семантических моделей, выражающих оценку личности как общественного явления. Например, превращение некоторых собственных имен в нари-

цательные в форме множественного числа. Этот семантический процесс непосредственно связан с различием политических оценок событий и их участников. В современной прессе наблюдается заметная активизация этой модели для выражения оценки (в подавляющем большинстве случаев отрицательной) личности и группы лиц как общественного явления. См.: *«А что касается нас, юмористов, то на наши век материалов, которые нам в изобилии «подбрасывают» всякие лигачевы, полозковы и Жириновские, хватит сполна»* (АиФ, 1996, № 38). Без явной пейоративности, но с легкой иронией говорится об отечественных бизнесменах: *«Наши будущие отечественные морганы, ротшильды и форды»* (КП, 08.02.96). В прессе оппозиционной, естественно, обобщенно-пейоративно употребляются *совчаки, поповы, ельцины, горбачевы. «Для этой дамы, смеющейся истории, все горбачевы, ельцины, поповы, Яковлевы, лигачевы – всего лишь раскрашенные и не совсем удачно выполненные марионетки»* (День, 1994, №1).

В языке современных газет возрастает значимость имплицитной формы выражения оценочной информации, контекстуально-речевой оценки (см. заголовок «Танки вместо аргументов»). Актуальной становится косвенная оценка – «полуоткрытая», иносказательное выражение оценки. Активно используется подтекст. Сложилась система различных стилистических приемов создания оценки в газетных заголовках: прием парадокса (*«Выбор... по принуждению»*), контраста (*«Подвалы и небеса ношен жизни»*), использование вопросительно-риторических предложений (*«Расчеты на вчерашних счетах?»*).

Косвенное оценочное высказывание передает в большинстве случаев оценку более изощренную, едкую, ироничную, особо задевающую адресата, тем более что отсутствие в таких рода высказываниях оценочного предиката не дают тому, кого оценивают, выстроить линию защиты. Например, Максим Соколов в газете «Русский телеграф» от 28.02.98 в субботнем обозрении пишет о бывшем вице-премьере, министре МВД А. С. Куликове: *«Доктор наук Куликов наиболее органично ощущает себя в различных ученых собраниях, беспрестанное участие в которых и составляет для него главную привлекательность вице-премьерского служения. На сей раз маститый ученый выступал на заседании Научного совета по проблемам социально-политической безопасности Российской академии наук, где выразил серьезное беспокойство нынешним состоянием российских умов, в которых укореняется идея, что собственность не священна»*.

Феномен оценки заключается в разнообразных логических или эмоциональных реакциях человека на познаваемую действительность, возникающих при сравнении ее с идеализированной моделью мира. Эмоционально-оценочный взгляд во многом определяет облик языковой

картины мира. В центре оценки стоит человек: как субъект оценивающий и как субъект оцениваемый. Оценке подвергается более всего то, что зависит от человека, его воли, разума и деятельности, в оценке человека мы очень свободны, эмоциональны, склонны к преувеличениям, в оценке же артефактов и особенно внешнего мира — более сдержанны и осторожны.

Тематические ряды, определяемые оценочной деятельностью человека, тесно взаимодействуют. Так, связи в «механизмах жизни» отражаются на связях в «механизмах языка».

Наиболее весомо и разнообразно представлена оценка в разговорной речи. Это та сфера, где говорящий может в полной мере выразить свое мнение о предмете речи. Представляется, что в условиях разговорной речи эмоционально-оценочные коннотации наиболее частотны, разнообразны, ярки и сопровождают различные оценочные средства.

В языке современной прессы группа оценочных слов отличается повышенной стилистической окрашенностью, причем лексические единицы сниженных стилей являются сигналами особой эмоциональной экспрессивности (*дрянь, ошалеть, выкручиваться, вкалывать*).

Экспрессивная окрашенность свойственна словам с «парадоксальной» внутренней формой (*пропесочить*) и, наоборот, без внутренней формы, но с необычным звучанием (*мымра, дундук*).

Ярчайшими средствами эмоциональной оценки являются сниженные слова и значения, рождающиеся в живой разговорной речи (*балдеж, крутой, отлуп*).

Особую роль в развенчании официальной политической речи играл и играет жаргон и в частности та его разновидность, которую называют словом *стеб*. Приблизительно говоря, это специфический язык, на котором общалась интеллигентская и молодежная «тусовка» в 70-80-е годы. Стеб был противопоставлен тогда официальному языку, партийному «новоязу». «Стеб – род интеллектуального ерничества, состоящий в снижении символов, через демонстративное использование их в пародийном контексте». В прессе почти безраздельно господствует стеб... (М. Гурков, Б.Дубинин. «Знамя». 1994, №11). В основе снисходительно-иронического тона публикаций некоторых молодежных газет лежит стеб.

Пародирование, вышучивание официальной фразеологии, лозунгов, призывов, всем известных цитат, названий марксистско-ленинских статей и книг – одно из самых распространенных средств выразительности и оценки в современной публицистике.

См. заголовки сегодняшних газет: *«Броненосцы в потемках»*; *«И нефть смывает все следы»*; *«Кто возродил к жизни роковые яйца?»*;

Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. - М.: МАКС Пресс, 2002. - Вып. 21. - 184 с. ISBN 8-317-00458-6

«Импровизация – сестра таланта»; «Революционное сознание денежных масс».

И, наконец, неузуальное словообразование, в основе которого лежит каламбур: «Шахрай больше не главный "наци" и не "вице"» (материал об отставке вице-преьера С. Шахрая); «Грузия взбесилась» (заметка о том, что 7 тысяч жителей Грузии заражены вирусом бешенства)

В лихом развязном стиле газеты пишут о политике, катастрофах, убийствах и пр.

Возможны игры со словом – это реакция на стиль доперестроечных газет, на их серость и безликость. Формируется новый политический словарь газеты, не узко партийный, но широкого политического содержания. Сфера действия оценочности по сравнению с предшествующим периодом сужается. У журналистов подчас не сформировано собственное отношение к фактам, своя позиция. И тогда на помощь приходит спасительная ирония. Это тоже средство непрямой оценки.

Таким образом, в языке современной российской прессы формируется языковой фонд оценочных средств, который представлен на разных языковых уровнях и делает язык газеты более выразительным.

Л и т е р а т у р а

- Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д. Метафоры в семантическом представлении эмоций // ВЯ. 1993. № 3.*
Арутюнова Н. Д. Языковое значение. Оценка. Событие. Факт. М., 1986.
Добровольский Д. О. Образная составляющая в семантике идиом // ВЯ. 1996. №1.
Ортони Э. Роль сходства в уподоблении и метафоре // Теория метафоры / Под ред. Н. Д. Арутюновой. М, 1990.