Малярчук-Прошина У.О., Светличная К.В.
Оценочная лексика и средства её проявления

*КФУ имени В.И. Вернадского
(Россия, Симферополь)*

doi: 10.18411/sr-10-02-2019-28

idsp: sciencerussia-10-02-2019-28

Аннотация

В настоящее время в печатных изданиях выражающих современную действительность, большое значение принимает оценочная лексика, которая зачастую характеризует социальные процессы отрицательно-оценочной окраской. Оценочная лексика, зачастую, используется в СМИ для формирования у человека определенных представлений об описываемом явлении. В данной работе дана характеристика оценочной лексики и приведены примеры её использования в СМИ.

Ключевые слова: оценочная лексика, социальные процессы, печатные издания, оценочная окраска.

Лексику, содержащую положительную или отрицательную оценку предмета, действия или явления с точки зрения говорящего, принято называть оценочной. Оценка – это один из аспектов языка, в которых выражается взаимодействие действительности и человека. Слово способно выражать оценку различных явлений реальной действительности.

Актуальность исследования оценочной лексики обусловлена тем, что оценочная лексика является одним из языковых аспектов, которые помогают детально отражать изменения в сознании и в общественной жизни людей. Той сфере, освещением которой традиционно занимаются средства массовой информации. Деятельность журналистики направлена на то, чтобы информировать общество о том, что происходит в мире, а значит, и отражать изменения в жизни общества, поэтому, безусловно, данная тема представляет актуальность и для средств массовой информации. Изучению данного языкового аспекта посвящены многие работы таких исследователей, как: Н. Д. Арутюнова, С. С. Беркнер, А. Н. Минка и др.

Оценочной называют лексику, содержащую положительную или отрицательную оценку предмета, явления или действия с точки зрения говорящего. Оценка, как формулирует Н. Арутюнова, «впитывает в себя соответствующую эмоцию, и параметры оценки и эмоции совпадают» [3]. По наблюдениям С. Беркнера, эмоциональная оценка может выражать пренебрежение, неодобрение, порицание, презрение, отвращение, одобрение, удовольствие и восторг. «Эмоционально-оценочная лексика, – говорит С. Беркнер, – выражает эмотивную оценку человека, в отличие от рациональной, всегда представляет собой более сложное явление» [4]. С. С. Беркнер разделяет тематическую группу «оценка человека» на две семантические подгруппы: моральная оценка человека (человек оценивается по его моральным качествам); интеллектуальная оценка человека (человеку даётся характеристика по его интеллектуальным качествам). С. Беркнер подчёркивает недостаточную чёткость границы между моральной и интеллектуальной оценкой человека. Действительно, если посмотреть на практику употребления оценочной лексики хотя бы в наше время, то граница эта практически не видна. Также хотелось бы добавить семантическую группу, которую автор не указал – оценка внешности человека – в данном случае человек оценивается по внешним параметрам. Как утверждает Л. Майданова [6], оценочное содержание включается в лексическое значение слова по-разному.

Оценка может выступать на правах дополнительной семы, оценочной коннотации, что в словаре показывается с помощью особых помет: пренебр., разг. и т. д. Оценка может входить в понятийное содержание на правах семы. Возможно совмещение обеих этих

форм выражения оценки. Данный класс оценочных слов наиболее обширен. Оценочный признак, вошедший в понятие, совмещается с субъективной эмоциональной оценкой явления.

В ряде работ, посвященных исследованию эмоционально-оценочной лексики, классификация данного лексического пласта производится на основании того, является ли слово однозначным или многозначным. Однозначные эмоционально-оценочные слова (оценочные слова-«характеристики») настолько ярко выражают эмоциональную оценку, что это качество лимитирует сферу их употребления и ограничивает семантическое пространство до одного значения. Многозначные слова, как правило, эмоционально-нейтральны в своём основном значении, но при метафорическом употреблении данный лексический пласт получает яркую, образную эмоционально-оценочную окрашенность.

С точки зрения оценочного знака эмоционально-оценочная лексика распадается на две большие антонимические группы слов: пейоративы и мелиоративы. Стоит отметить, что, выражая отношение говорящего к называемому объекту или явлению действительности, раскрывая характерологические свойства предмета речи, пейоративы и мелиоративы «необходимо должны быть предикатными именами, в которых на первый план выступает ономаσιологический аспект».

Изучение выразительного своеобразия языка многосторонне и не может замкнуться рамками собственно эмоционально-оценочной лексики. Не стоит забывать, что и эмоциональность, и оценочность помимо, закреплённости в семантике слова (ингерентная, языковая эмоциональная оценка), могут проявляться окказионально в высказывании (адгерентная, речевая эмоциональная оценка).

Таким образом, практически все лексические единицы могут выражать эмоциональную оценку в контексте определённого высказывания. Обращение к функциональному аспекту языка позволяет, на наш взгляд, выявить дополнительные особенности и характеристики эмоционально-нейтральных языковых единиц, представляющих собой резервное средство эмоционально-экспрессивной оценочной номинации.

Под эмоционально-оценочными семантическими новообразованиями понимаются слова, у которых под действием контекстных условий, с одной стороны, и онтологических характеристик самого слова, с другой, возникают не зафиксированные в словарях окказиональные эмоционально-оценочные значения [2].

Субъективный фактор предполагает положительное или отрицательное отношение субъекта оценки к ее объекту (реализуется в глаголах «нравиться/не нравиться», «одобрять/не одобрять»), тогда как объективный (дескриптивный, признаковый) фактор обусловлен собственными свойствами предметов или явлений, на основании которых выносится оценка [3].

Также в соответствии с формулировкой Ю. Д. Апресяна, в процессе конкретного речевого акта говорящий, используя слово (или выражение), содержащее оценку, направляет адресату скрытое повеление «относись хорошо» или «относись плохо» к объекту, названному данным словом [2].

Роль оценки состоит в том, чтобы соотнести предметы и события с идеализированной, т.е. нормативной, картиной мира. Идея нормативности пронизывает большой жизненный цикл, берущий начало в восприятии явлений действительности, переходящий оттуда в сферу коммуникации и языковой семантики и завершающийся в словесном творчестве [1].

По мнению Г. Я. Солганика, именно в выражении отношения говорящего (пишущего) к предмету высказывания – а опосредованно к словам, обозначающим это предмет, – обнаруживается важная социально – прагматическая роль категории оценочности. Употребление слов не может не испытывать на себе влияния социальных групп, вкладывающих различные оценки, различное содержание нередко в одни и те же

слова. При этом в характере и направлении развития социально оценочных элементов решающую роль играет идеологическая позиция, мировоззрения носителей языка [10].

В «Лексике газеты» Г. Я. Солганика автор отмечает, что средства массовой информации и пропаганды мобилизуют все ресурсы языка для воздействия на умы и чувства людей, пропагандируя классовые идеи. Так как вопросы, трактуемые газетой, имеют политическое содержание, политическую окраску, то и выбор языковых средств, обусловленный во многом их социально оценочными качествами и возможностями с точки зрения эффективного и целеустремленного воздействия на массовую аудиторию, носит осознанный, целеустремленный, классово-партийный характер [9]. Таким образом, социальная оценочность языковых средств выступает как главная особенность газетно-публицистического стиля, выделяющая его среди других функциональных стилей и проявляющаяся на всех «уровнях» его языка, особенно в языке.

Социальная оценочность как важнейший принцип языка публицистики, коммуникативная общезначимость обуславливают и другие специфические качества газетно-публицистического стиля, в частности особый характер его экспрессивности. Функция воздействия – одна из важнейших для газетно-публицистического стиля. Публицистика эмоциональна, выразительна, но природа ее действительности иная, чем у художественной литературы, – не образная.

Характеризуя оценочность языка газеты, важно отметить, что этот принцип имеет не индивидуальный, а подчеркнуто социальный характер. Социальная значимость слова в языке газеты выражается, с точки зрения производителя речи, в том, что оно принадлежит не только автору, но и редакции, а также организации, чье мнение, чью политику выражает газета как «коллективный пропагандист, и агитатор». И как таковая, газета пользуется социально значимыми, социально-оценочными средствами. Любое газетное слово как бы освящается авторитетом коллектива, издающего, редактирующего печатный орган. В этом одна из причин силы и вескости газетного слова. Принцип социальной оценочности, социальной значимости языка газеты определяет во многом отбор речевых средств, призванных выражать не индивидуальную, но, прежде всего, социальную оценку фактов, явлений, событий. Газета использует по преимуществу социально значимые и социально закреплённые речевые средства, не теряющие от этого публицистической эмоциональной силы, выразительности.

Статья «Цена сохранения пляжей» (газета «Вечерний Крым», 11.12.2018г. // vkrim24.ru/) имеет явно отрицательную оценочную ориентацию, что подчеркивается следующими фразами и словами: «пренебрежительное отношение, не опускать руки, ломало голову, привести в божеский вид, без слез смотреть невозможно, удосужились заняться, придется несладко, необоснованно повысили стоимость, сделали свой выбор и т.д.».

А статья в этом же номере газеты «Проект строительства Парка в Симферополе» (газета «Вечерний Крым», 11.12.2018г. // vkrim24.ru/) ярко положительную оценочную реакцию, что выражается в следующих словах и фразах: «ознаменовало, удобный, шикарный, долговечный, исключительно, выразил надежду, поблагодарить, важный и перспективный объект, легендарный, свершившиеся чудо, без всякого преувеличения, общегосударственные и национальные интересы, он есть!»

Автор прямо и открыто агитирует, убеждает, пропагандирует. Это ярко выражено в статье «Блокировка наркосайтов» (газета «Вечерний Крым», 11.12.2018г. // vkrim24.ru/), где автор призывает жителей Симферополя жаловаться на ссылки расположенные на стенах города. Здесь функция убеждения первична, она выражена в слове (в его предметном значении, эмоциональных и оценочных оттенках), не опосредствована другими факторами и категориями.

Таким образом, употребление оценочной лексики в языке прессы отображает уникальность речевого спектра конкретного круга представителей, говорящих на русском языке, а также служит инструментом для вхождения оценок в языковое употребление

носителей конкретного языка и меняет при этом основные значения существующих слов. Умение разделять все в мире на «хорошо» - «плохо», «красиво» - «некрасиво», т.е. давать оценку, прививается в нас с детства. Но очень важно не только уметь оценивать вещи, действия, поступки и т.д., но и необходимо знать, как правильно это делать, обогащать свой словарный запас. Эмоционально-экспрессивная лексика не столь хорошо изучена, есть сложности в ее типизации, во многом восприятие идет на подсознательном уровне, на уровне эмоций, поэтому эта лексика в большей степени используется в устной речи, где задействованы не только речевой аппарат, но и мимика, жесты. Хочется еще раз отметить, какая тонкая граница лежит при использовании экспрессивно окрашенной лексики между доброй шуткой и злой, оскорбительной насмешкой и как важно всегда чувствовать эту грань, чтобы не нарушать основной принцип речевого общения – принцип вежливости. Двумя ведущими функциями СМИ являются: информационная и воздействующая, которые неравномерно распределяются и находятся в соответствии с двойственной природой газеты, призванной как информировать, так и убеждать, воздействовать. В дифференциации положительных и отрицательных окрасок заключается специфическая закономерность газетного языка. Многие из приведенных слов употребляются в значении особом, специальном, характерном именно и только для газеты.

1. Авдохутдинова, О. Ф. Практики конструирования «Другого» как персонажа журналистского дискурса: [научная статья] / О. Ф. Авдохутдинова. – Екатеринбург, 2011.
2. Апресян, Ю. Д. Исследования по семантике и лексикографии. Т. I: Парадигматика. – М.: Языки славянских культур, 2009. – 568 с.
3. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М., 1988.
4. Беркнер, С. С. «Оценка человека»: стилистически сниженные единицы в разговорно-сленговой сфере английского языка и их перевод на русский язык [Электронный ресурс].
5. Лозовский, Б. Н. Журналистика и средства массовой информации: крат. словарь. – Изд. 2-е, испр. и доп. [Текст] / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург: Урал. гос. Ун-т, 2007. – 306 с.
6. Майданова, Л. М. Практикум по современному русскому литературному языку. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2007. – 516 с.
7. Минка, А. Н. Особенности проявления коннотаций у обозначений денежных единиц на материале английского испанского: [монография] / А. Н. Минка. – Таганрог.
8. Ожегов, С. И. Толковый словарь: [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов. – М.: Мир и Образование, Оникс, 2011. – 736 с.
9. Солганик, Г. Я. Лексика газеты: функцион. аспект: учеб. пособие / Г. Я. Солганик. – Москва: Высш. Школа, 1981.
10. Солганик, Г. Я. Язык СМИ и политика. – М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова., 2012. – 952 с.

Никитевич А.В.

Диалектные слова, мотивированные числительным пять

*Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени
Янки Купалы»
(Беларусь, Гродно)*

doi: 10.18411/sr-10-02-2019-29

idsp: sciencerrussia-10-02-2019-29

Аннотация

Статья посвящена исследованию специфики диалектного словообразования в области дериватов, мотивированных именами числительными. Диалектные производные, мотивированные числительным *пять*, рассматриваются в составе некоторых фрагментов лексико-словообразовательных гнезд.