

ОЦЕНОЧНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

© 2018 Водоватова Т.Е., Немцева К.Д.

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия

В статье изучаются функции и языковые средства выражения авторской оценки в медиатекстах на английском языке. В основе исследования лежит теоретическое положение о том, что языковые явления и категории, функционируя в текстах различной лингвистической природы и испытывая на себе влияние соответствующего контекста, демонстрируют особенности содержательного и формального характера, обусловленные типом текста. Источником фактического материала послужили англоязычные тексты, относящиеся к медиадискурсу двух жанров, – новостных сообщений и аналитических статей. В статье обосновывается тезис о том, что жанровая специфика текста определяет особенности функционирования в них семантической категории оценочности. Основное содержание исследования составляет анализ фактического материала, на основе изучения которого устанавливаются основные способы языкового выражения оценки в текстах.

Ключевые слова: аксиология, оценка и оценочность, коммуникативная сфера, медиатекст, дискурс, речевой жанр.

В настоящей статье рассматривается функционирование категории оценки в англоязычных медиатекстах. Актуальность предпринятого исследования определяется значительным интересом в лингвистике к изучению текстов медиасферы как особого коммуникативного пространства, занимающего, как отмечается в специальной литературе, центральное место в современной культуре, сменив ее характер с литературоцентричного на медиацентричный [1]. Более того, исследователи полагают, что медиасферу можно считать некоей гиперсферой, в рамках которой существуют иные сферы коммуникации – бытовая, деловая, научная, политическая, религиозная и прочие, поскольку в рамках медиасферы обсуждаются факты всех далее названных сфер [9].

В связи с выходом медиасферы на ключевые позиции в коммуникации и растущей заинтересованностью исследователей к изучению вопросов, связанных с текстами медиапроизводства, в лингвистике сформировалось и стало предметом специального изучения понятие медиатекста, под которым сегодня понимают «сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории» [7].

В работах зарубежных исследователей подчеркивается сложная социолингвистическая природа медиатекстов: авторы справедливо полагают, что определение медиатекста выходит за границы традиционного мнения на текст как на очередность слов, напечатанных либо написанных на бумаге. Понятие медиатекста значительно шире: оно содержит в себе голосовые качества, звуковые эффекты, зрительные образы и музыку, иначе говоря, медиатексты в действительности отражают технологии, применяемые с целью их изготовления и распространения [10].

Отечественные лингвисты в своих исследованиях, отмечая важность социологических факторов в функционировании языковых единиц и речевых произведений [3-4], делают акцент на их сугубо лингвистических свойствах, которые определяются различными экстралингвистическими факторами, такими как нацеленность на общественную аудиторию, желание формирования единой позиции массы по основным вопросам и её интегрирование в общественную аудиторию СМИ, общедоступность информации по различным каналам, возможность синхронного, постоянного и стабильного извлечения информации [8]. Исходя из этого формулируются коммуникативные функции медиатекстов: информационная, идеологическая, воз-

действующая [5]. Функцию воздействия, на наш взгляд, применительно к медиатекстам следует конкретизировать и назвать скорее манипулятивной, то есть функцией оказания воздействия на адресата в определенном, нужном для адресанта направлении, причем таким образом, чтобы реципиент об этом воздействии не догадывался и пребывал в полной уверенности, что сложившееся у него в результате знакомства с медиатекстом мнение всецело принадлежит ему самому.

Тексты, функционирующие в медиасфере, образуют медиадискурс, который характеризуется неомогенной структурой; его семантическое пространство классифицируется по речевым признакам и позволяет выделить в его составе новостные сообщения, аналитические статьи, очерки, любые тематические материалы, рекламу и так далее. Для изучения с целью определения особенностей функционирования категории оценки в текстах различной дискурсивной и речевой природы были выбраны жанры новостного сообщения и аналитической статьи – как наиболее различающиеся по своим коммуникативным функциям и, следовательно, дающие наиболее представительный материал для изучения функционирования в них лингвистических категорий. Основная коммуникативная функция новостного сообщения – информативная, сообщить нечто новое адресату, что явствует из названия жанра. В аналитических статьях на первое место выходят идеологическая и манипулятивная функции, то есть не столько сообщить новую информацию, сколько сформировать у реципиента определенное отношение к этой информации и, по возможности, заставить его действовать в соответствии со сформированным отношением.

Категория оценочности, функционирование которой изучаем в настоящей работе, относится к текстообразующим категориям (по И.Р. Гальперину). Текст как коммуникативная единица высшего порядка предполагает под собой целый ряд категорий, которые принято называть текстообразующими. Текстообразующий характер изучаемой категории заключается в том, что ее реализация (или не-реализация) в некоем языковом образовании, в числе прочих категорий, определяют принадлежность (или, соответственно, не-

принадлежность) данного образования к тексту. Безусловно признавая универсальный характер категории оценочности, то есть ее обязательную реализацию в любом типе текста, отметим, что в различных по дискурсивной и речевой принадлежности текстах степень представленности этой категории, арсенал языковых средств ее выражения, ее функции будут, очевидно, различны.

В основе категории оценочности лежит оценка – действие субъекта по выработке и выражению положительного или отрицательного отношения к некоему объекту. С точки зрения языкового выражения оценка выступает в виде трех разновидностей: интеллектуально-логической, эмоциональной и эмоционально-интеллектуальной [2]. В случае с интеллектуально-логической разновидностью оценке подвергаются объективно присущие референту свойства. Эмоциональная оценка связана с субъективными переживаниями оценивающего и заключается в приписывании объекту свойств, которые ему не присущи. Третья разновидность оценки объединяет в себе первые две и основана как на рациональных суждениях, так и на эмоциях в их единстве. Приведенная классификация видов оценки позволяет представить оценку как триединство способов ее выражения. Во-первых, оценка может быть заключена в структуре лексического значения слова; во-вторых, она может быть выражена на уровне коннотаций; наконец, оценка может проявляться только в контексте. Очевидно, что выражение оценки на уровне лексического значения слова можно назвать прямым, а контекстное выражение оценки – косвенным.

Обратимся к анализу примеров.

Приведем фрагмент текста новостного сообщения:

Around 40 people were missing off the Yemeni island of Socotra on Wednesday after a cargo vessel carrying islanders home from the mainland sank in the Indian Ocean, authorities said. Nineteen people were rescued from the water after a major search operation was launched in the early hours, Yemeni Fisheries Minister Fahd Kaveen told reporters.

В отрывке речь идет о том, что в Индийском океане затонуло судно, на котором мигранты-островитяне возвращались с конти-

нента к себе домой. В пропавших числилось 40 человек, в результате немедленно начавшейся поисковой операции 19 человек были спасены. Как видим, дается объективная информация, совершенно лишенная, казалось бы, оценочного компонента. Более того, объективный характер содержания текста подчеркивается ссылками на официальные источники и правительство. Слова, которые на уровне денотаций или коннотаций содержат семантику оценки, в тексте не используются. Однако оценка здесь все же представлена: определенно чувствуется сожаление по поводу гибели людей и, в то же время, одобрение решительных действий по их спасению. Эти оценки проявляются на уровне целого текста, то есть носит контекстный характер. Так, сожаление выражается не на уровне семантики лексических единиц, а путем помещения ремы сообщения (40 человек числились пропавшими) в начало текста с целью привлечения к нему особого внимания. Аналогично выражена оценка одобрения – рематическая информация (19 человек были спасены) начинает высказывание. Отметим в этой связи, что в плане тема-рематического членения тема в высказывании предшествует реме. Контекстный способ выражения оценки в новостном сообщении вполне логичен: он призван способствовать выполнению этим видом текста своей основной коммуникативной функции – передачи объективной информации. Явная оценка снизит уровень объективности в представлении событий.

Приведем еще пример новостного сообщения:

The station clinic was opened last Sunday in Kannur and saw 12 children being brought for treatment. From Monday to Sunday it is business as usual at the Kannur Town police station. On Sunday, however, it transforms itself into a pediatric center.

В сообщении описывается отрядный факт, что городское полицейское управление в воскресенье превращается в детскую клинику, где врачи оказывают медицинскую помощь детям. Однако право дать положительную оценку этому событию автор предоставляет читателю; в тексте не содержится прямого выражения оценок на уровне семантики лексических единиц. Все используемые во фрагменте слова относятся к нейтрально-

му лексическому пласту; в них не содержится оценочного компонента ни на денотативном, ни на коннотативном уровнях. Положительная оценка события формируется содержанием всего текста, то есть носит контекстный, косвенный характер. Отсутствие прямых оценок, как и в предыдущем примере, полностью согласуется с коммуникативной функцией новостного сообщения, а именно, информировать читателя о фактах.

Обратимся к рассмотрению текстов аналитических статей. Приведем фрагмент одной из них:

Russia is going to attack our next election. The Trump administration may not even try to stop it. The Russians are coming for our elections – to disrupt them, to discredit them, and even to affect their outcome. They'll be coming in 2018 and in 2020. The trouble is that even if we figure out what they're up to, our own government may be unable or unwilling to stop it.

В приведенном фрагменте подвергаются разбору якобы имевшие место вмешательства России в выборы американского президента. Более того, предсказывается, что подобные вмешательства следует ожидать и впредь. Отмечается, что правительство вряд ли сможет этому вмешательству противодействовать.

В специальных исследованиях отмечается, что ряд смыслов в медиатекстах получает метафорическое выражение [6]. В следующих примерах используются самые разнообразные языковые средства и стилистические приемы для выражения различных видов оценки.

So far, President Trump has failed to formulate any significant, relevant statements about the global condition. - Лексика с оценочным компонентом (подчеркнуто в тексте). Среди этой лексики единицы, семантика которых предполагает оценочный компонент на уровне денотаций (*significant*) и коннотаций (*so far, relevant*).

The global order is in disarray. – Антитеза: противопоставлены по семантике слова «порядок» и «бардак». Использование двух противоположных по лексическим значениям слов в одном контексте способствует выражению контекстной оценки.

We may disagree with President Trump on day-to-day decisions, but we urge him to recog-

nize that the ideal long-term solution is one in which the three militarily dominant powers — the United States, China and Russia — work together to support global stability. – Олицетворение: страны как геополитические объекты наделяются человеческими свойствами – способность принимать решения и осуществлять их.

Наблюдаемая в примерах широкая представленность категории оценочности в текстах аналитических статей объясняется теми функциями, которые являются ключевыми для этого вида текстов: идеологическая и манипулятивная. Через выражение оценок к представляемым в текстах событиям у реципиентов формируется к ним определенное отношение.

На основании анализа фактического материала в соответствии с поставленной целью приходим к следующим выводам.

Семантическая категория оценочности, будучи одной из текстообразующих категорий, реализуется в изучаемых в рамках настоящего исследования англоязычных медиатекстов. Степень представленности категории и способы ее выражения зависят от речевых жанров природы медиатекста. В тек-

стах новостных сообщений категория оценочности представлена слабо. Видом оценки, которая присутствует в этом виде текстов, является по преимуществу контекстная. Контекстная оценка в новостных сообщениях выражается косвенно: при помощи лексических повторов, синтаксического параллелизма, специфического тема-рематического членения, структуры предложений и т.п. В текстах аналитических статей категория оценочности получает максимальное выражение. В этих текстах представлены все виды оценки: денотативная, коннотативная, контекстная. Для их выражения используется значительный арсенал языковых средств, по преимуществу прямого характера: лексика, в семантике которой присутствует оценочный компонент, лексико-стилистические единицы. Особенности функционирования категории оценочности в текстах различных речевых жанров обусловлены коммуникативными функциями названных видов текстов – информативной для новостных сообщений и идеологической и манипулятивной для аналитических статей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М. 2011.
2. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М.: Наука. 1974.
3. Водоватова Т.Е. Социолингвистическое исследование функционирования штампов и клише в речевом общении // Вестник Самарского муниципального института управления. 2016. №4.
4. Водоватова Т.Е., Кириллов А.Г. Социально обусловленный дискурс в современной межкультурной коммуникации // Вестник Самарского муниципального института управления. 2016. №4.
5. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука. 2008.
6. Кириллов А.Г. Метафорическое моделирование при создании образа главного врага в американском дискурсе СМИ // Вестник Международного института рынка. 2017. №2.
7. Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. 2012. №1.
8. Строева Ю.Ю. Интертекстуальность в медиадискурсе и способы ее перевода на русский язык // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. №6а.
9. Шмелева Т.В. Жанр в современной медиасфере // Жанры речи. 2012. Выпуск 8.
10. Bell A. Approaches to Media Discourse. London. 1996.

EVALUATION COMPONENT IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA TEXTS

© 2018 Tatiana E. Vodovatova, Kristina D. Nemtseva

Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Samara, Russia

The paper studies the functions and linguistic means of expressing the author's evaluation of the facts in media texts in English. The research is based on the theoretical statement that all linguistic phenomena and categories, while used in the texts of different linguistic nature and being influenced by the context, acquire new semantic and formal features. The facts for the research are taken from the English-Language media discourse of two different genres – news and analytical articles. In the paper we defend the statement that the genre of the text determines the peculiarities in the functions of the semantic category of evaluation. The main part of the paper is devoted to the analysis of the facts that helps to find out the ways of expressing the evaluation in the texts.

Key Words: evaluation, the sphere of communication, media text, discourse, speech genre, context, linguistic means, communication function, functioning.