

НЕГАТИВНАЯ ОЦЕНКА В ТЕКСТАХ СМИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТЕЙ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ

Л. В. Рацибурская, В. А. Торопкина

Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

В статье рассматривается специфика языкового выражения категорий оценочности и ценности в текстах современных российских СМИ. Наряду с анализом лексических средств оценки особое внимание уделяется функционированию словообразовательных неологизмов в качестве средств выражения негативной оценки, имеющих воздействующий потенциал и направленных на формирование системы ценностей в поликультурном обществе.

Ключевые слова: негативная оценка, словообразовательные неологизмы, система ценностей, язык СМИ, толерантность.

Вопрос связи категорий оценки и ценности является фундаментальным в науке. Оценка как вид деятельности человеческого сознания, форма познания действительности находит отражение в языке и речи, имеет лингвистическое выражение в разных типах текста. Особенно актуально исследование оценочных структур в публицистических текстах, поскольку оценка как текстовая категория используется авторами медиатекста для воздействия на читателя, сознательного формирования и изменения его системы ценностей в соответствии с утилитарными целями данного издания.

С точки зрения аксиологии объект действительности приобретает положительную или отрицательную оценку в зависимости от способности или неспособности удовлетворять потребности и отвечать интересам оценивающего субъекта, соответствовать эталонным представлениям субъекта. Так, оценка в аксиологическом аспекте – высказывание, устанавливающее абсолютную или сравнительную ценность какого-то объекта [Ивин 2015: 98]. В языке же находит отражение базовая система ценностей социума, поэтому такой подход актуален и для лингвистики. «В основе денотата медиатекста лежит объективно существующее событие, но эта «правда жизни» проходит через «сито» интерпретирующего действительность сознания автора» [Мардиева 2016: 88].

В текстах СМИ оценка, преимущественно негативная, имеет особое прагматическое значение, поскольку воздействие на массовое сознание, формирование системы ценностей читательской аудитории является одной из ведущих целей современных СМИ. По мнению ученых, «СМИ являются одним

из важнейших общественных институтов, оказывающим решающее влияние на формирование не только взглядов, представлений общества но и норм поведения его членов, в том числе и речевого. Это мощный инструмент воздействия на аудиторию и в то же время средство манипуляции общественным сознанием. СМИ играют одну из активных ролей в создании соответствующей атмосферы в обществе» [Рискогенность 2015: 28]. Это проявляется в освещении наиболее актуальных проблем современного общества, в том числе отношений в поликультурном обществе, взаимодействия с носителями иных культурных ценностей.

Несмотря на то, что вследствие принятия определенных мер идеологического, политического, правового характера значительно уменьшилось количество агрессивных высказываний в СМИ по данной теме, в медиатекстах все еще встречаются резко негативные оценки, находящиеся на грани языкового экстремизма. Это выражается, например, в обобщенных негативно-оценочных высказываниях, которые построены на национальных стереотипах, переносят отрицательные черты индивидов на всю национальную группу, абсолютизируют их. Обобщенные негативные оценки часто выражаются с помощью метафор с деструктивной семантикой: *Кавказцы сделали из России сафари* (новостной портал Newsland. 10.02.2012 // <https://newsland.com/user/4297711443/content/kavkaztsy-sdelali-iz-rossii-safari/4296006>), причем отрицательную оценку получают не только действия национальных меньшинств, но и ситуация в современном поликультурном обществе в целом (см., например: Правый взгляд. 14.11.2011 // <http://pravaya.ru/look/22060>). Таким образом оценочные суждения эксплицируют ценностные установки говорящего, публично приписывающего объекту негативные ценностные характеристики, а также отражают потенциальную опасность современной модели межкультурного взаимодействия.

Однако подобные высказывания с эксплицитной негативной оценкой все реже встречаются в современных СМИ, и более востребованными становятся механизмы скрытого воздействия, имеющего манипулятивный характер. Для выражения негативной оценки в имплицитной форме часто используются словообразовательные неологизмы, индивидуально-авторские новообразования, созданные с помощью различных словообразовательных средств.

Крайне распространены новообразования с аффиксом *-изаци(я)* со значением процесса, которому, как правило, приписывается негативный характер. Такие неологизмы часто создаются на базе этнонимов: *"Таджикизация фамилий": власти Таджикистана запретили вносить русские фамилии в новые паспорта* (29. 04. 2016 // <http://www.newsru.com/world/29apr2016/tadjfam.html>) –

*таджик + -изаци(я); «Мягкий ковер жесткой «казахизации»». Как русских выдвигают из Казахстана (Наша планета. 16. 04. 2016 // http://nashaplaneta.su/news/mjagkij_kover_zhestkoj_kazakhizacii_kak_russkikh_vydavlivajut_iz_kazakhstana/2016-04-15-16637) – казах + -изаци(я); Более спорной, неоднозначной тенденцией является тренд к «азиатизации» самого русского большинства (Литературная газета. 13. 03. 2013) – азиат + -изаци(я). В качестве производящих также используются географические наименования, названия республик, стран, областей проживания негативно оцениваемых в СМИ национальных групп: *Вместе с тем такая «дагестанизация» конфликта в состоянии сыграть с федеральной властью злую шутку* (Независимая газета. 26.11.2010) – Дагестан + -изаци(я); *Кавказизация России. Кавказизации подверглись модные бренды, салоны причесок, городская и загородная архитектура, кафе и университеты. В этом году показательные процессы кавказизации проявились в футболе* (Правый взгляд. 14. 11. 2011 // <http://pravaya.ru/look/22060>) – Кавказ + -изаци(я). Подобные новообразования не содержат в своей структуре элементов с отрицательно оценочной семантикой, стилистически или эмоционально сниженных аффиксов, однако в рамках медиа-дискурса приобретают оттенок неодобрения. Негативная окраска поддерживается за счет контекста: *"Дагестанизация": экстремисты объявили спецслужбам тотальную войну* (Regnum. 16.11.2011 // <https://regnum.ru/news/1467798.html>); *Продолжились они и во время долгого правления Муртазы Рахимова, взявшего курс на «башкиризацию» республики. Местные студенты рассказали нам, что с русской фамилией попасть на бюджетное отделение Башкирского государственного университета практически невозможно* (Русский репортер. 16. 04. 2013 // <http://rusrep.ru/article/2013/04/16/ufa-24>). Оценочные суждения, имеющие манипулятивный характер, влияют на систему ценностей адресата оценки, т.е. читательской аудитории, причем данный процесс не осознается читателями.*

Реже встречаются словообразовательные неологизмы с синонимичным значением процесса, образованные приставочно-суффиксальным способом: *Через педалирование кавказской темы осуществляется своеобразное «окавказивание» самой России – ее «архаизация» или даже «анимализация» – одним словом, романтическая модернизация* (Правый взгляд. 14.11.2011 // <http://pravaya.ru/look/22060>) – исходное Кавказ.

Этнонимы являются продуктивной базой для медийного словотворчества, взаимодействуют и с другими аффиксами, помимо приведенных выше: *"Таджикизатор": Минюст Таджикистана разъяснил запрет на русские*

фамилии (Московский комсомолец. 30.04. 2016) – *таджикизация* +суффикс *-изатор*; В этой статье **антикавказец** и *русофил* с сочувствием пишет о грузинской стороне и с осуждением – о российской (Суть времени. 06.11.2014 // <http://eotperm.ru/?p=2572>) – префикс *анти-*+*кавказец*.

Крайне востребованным средством воздействия в современных СМИ становятся новообразования-гибриды, образованные неузualmente способами, в частности, путем контаминации формально схожих частей: *Как дагестать богатым. Минкавказ предлагает отдельно финансировать Дагестан* (Коммерсант.ру. 16. 05. 2015 // <http://www.kommersant.ru/doc/2728297>) – *Дагестан* + *стать*; **Покупанты** в России <...> *Эстонцы приезжают в наши аптеки с огромным списком и скупают буквально всё <...> Раньше мы у них все покупали – они еще на нас сильно злились, называли «покупантами»* (Собеседник. 2016. № 17) – *покупать* + *оккупанты*. Активно используются приемы заместительного словообразования, при котором в исходном слове заменяется одна из частей (морфемная или неморфемная): *Скромный единогорец. За что боролся обладатель первой российской золотой медали Рио-2016* (Коммерсантъ. 07.08.2016 // <http://www.kommersant.ru/doc/3058212>) – ср. *единоборец*, с заменой на созвучное *горец*; **Поухали тут!** *Количество мигрантов в России убывает: по официальным данным ФМС в 2015 году в страну въехало на 600 000 человек меньше, чем в 2014* (Московский комсомолец. 05. 02. 2015) – ср. *понаехали* (из устойчивого выражения *понаехали тут!*) с заменой приставки *на-* на приставку *у-*. Новообразования-гибриды являются средством языковой игры, выражают не резкое неодобрение, порицание, а мягкую иронию. Шутливый тон, игровое взаимодействие, свойственные современным СМИ, также отражают ценностные установки журналистов: развлекательность становится важнее этики, иронически осмысляются любые события окружающей действительности, даже если это не всегда уместно.

Как известно, понятие толерантности не ограничивается вопросами взаимодействия между представителями разных национальных культур, в современном обществе так же остро стоят вопросы терпимого отношения к иным субкультурным, политическим, социальным, религиозным ценностям.

Оценочные суждения являются средством полемики при столкновении разных точек зрения на культурно значимые вопросы. Полемичность особенно свойственна политическому дискурсу, поэтому в СМИ неологизмы часто создаются на базе названий идеологических направлений, политических объединений, партий, фамилий известных политиков: *фашизм, коммунизм, демократинизм* (Newsland. 28.05.2016, <https://newsland.com/community/6535/>)

content/vot-poetomu-vy-polsha/5183173) – контаминация демократизм + кретинизм; *Материцыны в допущенных на сайт модераторами комментариях читателей, конечно, нет, но там нет и мнений о том, как России преодолеть кризис суверенитета, в который ее ввергли в 1950–1990-е гг. КПСС-овцы и либерал-буржуины* (О текущем моменте. 2015. № 4 (120) // <http://kob.su/articles/ovozrozhdenii-suvereniteta-rossii>); *Новый Кремль: проект «антинавальский»* (Forbes. 25.01.2012); *Американо-бандеровская хунта уничтожает инфраструктуру Донбасса* (<http://roznavatelnoe.tv/node/2980>); *...Россия терпела януковичскую Украину, но не хочет более терпеть прозападную, ющенко-порошенковскую* (Ленинская смена. 11. 09. 2014).

В процессе полемики журналисты нередко используют пейоративную, стилистически сниженную лексику для создания наименований своих оппонентов, людей с иными социально-политическими, культурными, религиозными ценностями: *За эти годы «быдлогерой», конечно, изменился <...> В последние годы сформировалась страда (стадо) анонимных «быдлоборцов» с «ненавистным режимом». Весь пыл борьбы – бесстрашный и неутомимый стук по «клаве». Они знают, как «обустроить Россию», и готовы, как в добрые старые времена бороться «за мир во всем мире», но не могут вернуть лампочку в собственном подъезде – не те масштабы борьбы* (Московский комсомолец. 05.05.2011 // <http://www.mk.ru/blogs/posts/esche-raz-pro-teoriyu-byidla.html>) – *быдло* – перен., разг-сниж. [Ефремова 2000]; *Андрей Мальгин: Фашисты. Реакция на видео с православными, пристающими к людям в кафе «Му-Му», была удивительной* (Новая газета. 20. 08. 2012) – контаминация *православный* с обценной лексемой; *Пущенная было майдаунами ложь ...* (Завтра. 2014. № 19) – *майдан* + *даун*. Такие наименования выражают пренебрежение, неодобрение за счет связи с исходными нелитературными лексемами, создают экспрессивный тип оценочности, вызывающий негативную эмоциональную реакцию.

Итак, в процессах медийного словотворчества отражаются социальные тенденции, противостояние различных культурных групп. Словообразовательные неологизмы одновременно выступают способом импликации авторских ценностных установок и методом скрытого воздействия на массовое сознание, общественную систему ценностей.

В современных СМИ наблюдаются две противоборствующие тенденции в освещении новостей, связанных с инокультурным взаимодействием. Официальные медиа преимущественно придерживаются политики толерантности, подчеркнутой нейтральности во избежание конфликтных ситуаций. Однако существует большое количество оппозиционных СМИ, транслирующих взгля-

ды враждебно настроенных социальных групп, желтой прессы, придерживающейся «скандального» имиджа, разжигающей конфликты для привлечения внимания аудитории: *Впрочем, до момента, когда в Россию хлынут гомофаны Евровидения, <...> еще год* (Собеседник. 2016. № 17). Подобные СМИ, имеющие официальную регистрацию, получили широкое распространение благодаря сети Интернет, стали легкодоступными, приобрели многочисленную аудиторию, поэтому нельзя умалять их влияние на формирование системы ценностей современного общества. Получение дохода, приобретение популярности для многих современных СМИ оказывается важнее соблюдения этических норм.

Одним из самых частотных нарушений этических норм в СМИ, по мнению ученых, является пренебрежительно-ироническое отношение к драматическим событиям: «Это связано как с демократизацией общества (и СМИ, в частности), так и с повсеместным распространением в нем иронии, позволяющей вскрывать противоречия, обнажая зачастую суровую и неприглядную реальность, но, вместе с тем, и шокирующую, вседозволенность форм ее проявления» [Рискогенность 2015: 81]. Другие нарушения этических норм связаны «с оскорблением конкретного лица или каких-либо групп людей, а также с использованием сниженной, грубо-сниженной, нелитературной и даже обценной лексики по отношению к описываемым явлениям, событиям и их участникам» [Рискогенность 2015: 81]. В современном поликультурном обществе, где представлены разные социальные и этнические группы, разные интересы, мнения, позиции, возрастает ответственность журналиста за каждое употребленное или созданное слово. Оценка в медийном тексте должна соотноситься с социально-этическими нормами, принятыми в данном обществе.

Литература

Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс]. – М.: Русский язык, 2000 // URL: <http://www.efremova.info> (дата обращения: 09.10.2016).

Ивин А. А. Логика: учебник. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 452 с.

Мардиева Л. А. Социальная реальность и ее интерпретации в медиатекстах. Опыт интегративного исследования. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 358 с.

Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении / А. Н. Байкулова и др.; под ред. О. Б. Сиротиной и М. Л. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2015. – 188 с.