

УДК 811.111: 81'42: 070  
DOI 10.35433/philology.1(89).2019.135-139

Т. А. Чаюк,  
кандидат філологічних наук, викладач  
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка)  
chajuk.t@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-5318-688X

## ОЦІНКА ЯК ЗАСІБ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ МАРКОВАНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ЗМІ

*Статтю присвячено вивченню лінгвокультурологічної маркованості англомовного дискурсу ЗМІ, зокрема засобам вираження оцінки в дискурсі на основі особливостей семантики і функціонування мовних одиниць.*

*З'ясовано, що в сучасному інформаційному просторі оцінна семантика і оцінна функція поступово підпорядковують собі мовленнєві процеси, спрямовані на розвиток нових екстралінгвістичних тенденцій.*

**Ключові слова:** лінгвокультурологія, оцінка, семантика, дискурс ЗМІ.

**Постановка проблеми.** Останнім часом прикладні дослідження в галузі мовного впливу в сфері масової комунікації набувають особливої актуальності (Ф. С. Бацевич, Т. Г. Добросклонська, К. Серажим, О. А. Стишов та ін.). Основна мета такого роду досліджень безпосередньо пов'язана з практичною необхідністю підвищення ефективності комунікації, оптимізації взаємодії у процесі спілкування. Масова комунікація характеризується особливими умовами, оскільки аудиторія ЗМІ величезна і неоднорідна за своїм складом.

Перед дослідниками виникають практичні завдання підвищення ефективності мовного впливу через ЗМІ, що скеровує і визначає діяльність як цілих соціальних груп, так і окремих індивідів. У зв'язку з цим в науці виник особливий інтерес до вивчення засобів впливу преси на громадську думку, серед яких оцінність визнається одним з найпоширеніших і дієвих.

**Аналіз основних досліджень та публікацій.** Слід зазначити, що саме дискурсивний підхід до дослідження медіа комунікації є найбільш плідним, оскільки в цьому ракурсі відбувається осмислення важливого аспекту зазначеної області функціонування мови – специфіки концептуалізації світу, яка породжує широкий спектр форм мовного впливу. Дискурс відтворює культурні схеми, соціальні інститути, системи цінностей соціуму [1 : 41]. На думку багатьох дослідників, провідними рисами мови ЗМІ є інформативність, оперативність, зверненість до масового читача, аргументованість, аналітичність, експресивність, оцінність тощо (М. Н. Володіна, Г. Я. Солганік, О. А. Стишов, С. В. Шарафутдінова та ін.). У тематиці висвітлюваних матеріалів відбивається культурна специфіка, яка з одного боку обумовлена соціальними факторами, а з іншого боку, зазнає впливу культурних традицій [2: 6].

Актуальність дослідження обумовлена особливою увагою лінгвістів до аксіологічної проблематики і недостатньою вивченістю засобів вираження оцінки в дискурсі ЗМІ, що ілюструє загальну тенденцію до аксіологізації свідомості й мови.

**Формулювання мети статті.** Мета статті – проаналізувати лінгвокультурологічну маркованість англомовного дискурсу ЗМІ, зокрема засоби вираження оцінки в дискурсі на основі особливостей семантики і функціонування мовних одиниць. Об'єктом дослідження є засоби вираження оцінки в англомовному дискурсі ЗМІ. Предмет дослідження – лінгвокультурна складова реалізації оцінки мовними засобами в їхній взаємодії, й багатоаспектність її прояву в мові ЗМІ. Матеріалом дослідження є публікації різної тематичної спрямованості англомовних засобів масової інформації (друковані газети та журнали), пріоритет при аналізі віддавався якісній публіцистиці останніх десятиліть.

**Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** У лінгвістиці кінця ХХ – початку ХХІ ст. мова сприймається як специфічний спосіб існування культури, фактор формування культурних кодів, в рамках яких особливе значення мають аксіологічні концепти.

Розгляд мовних явищ в цьому аспекті сприяє формуванню лінгвокультурологічного образу суспільства загалом, а мовна особистість є "дзеркалом", що відображає навколишню дійсність. На думку О. О. Селіванової, людина сьогодні стає центральною постаттю мови, і в якості мовця, і як головна дійова особа світу, про який вона говорить [3: 278].

В сучасних умовах особливого значення набуває дискурсивний підхід. Це багато в чому пояснюється тим фактом, що за своєю природою теорія дискурсу об'єднує різні гуманітарні науки, завдяки чому в її рамках вирішуються багато проблем, що виникають у сучасній комунікації. Дискурсивний підхід в дослідженнях дозволяє розглядати зв'язок між мовним спілкуванням, людиною, культурою і суспільством, а також створювати нові можливості в дослідженні комунікативних процесів [4].

Сучасна лінгвістика звертається до мовного матеріалу як до частини певного дискурсу. В цьому випадку тексти, що функціонують в ЗМІ, не є винятком, оскільки становлять дискурс мас медіа, або медіадискурс, зі своїми правилами мовної поведінки та інтертекстуальними зв'язками. В рамках здійснюваного нами дослідження особливо важливо відзначити, що в сучасному інформаційному просторі оцінна функція підпорядковує собі поступово все мовні процеси, спрямовані на розвиток нових тенденцій в мовних процесах.

Інтерпретуючи масову комунікацію з позицій дискурсивного підходу, зазначимо, що дискурс в умовах масової комунікації об'єднаний прагненням впливати на реципієнта, підготувати його до адекватної соціокультурної взаємодії. Сучасні типології дискурсу виділяють дискурс ЗМІ в якості самостійного типу дискурсу [1; 5]. Даний факт обумовлений соціальною значимістю тієї комунікативної сфери, яку репрезентує цей тип дискурсу: по-перше, інформування масового адресата про суспільно значущих проблемах і події; по-друге, формування соціальної оцінки цих проблем і подій, тому в дискурсі ЗМІ ключовими функціями є інформативна і функція впливу.

З огляду на вищесказане, в даному дослідженні сутність дискурсу ЗМІ доцільно визначити не лише через зміст медіа інформації в ЗМІ, але через її цілісно-сформовану конотативну спрямованість, яку вона набуває при передачі і сприйнятті медіа повідомлення. Тексти засобів масової інформації є дискурсивними утвореннями, адже вони завжди динамічні і сучасні, сприймаються учасниками комунікації в контексті актуальних подій. Медіатекст, як відомо, являє собою увесь спектр функціональних стилів мови, в ньому функція повідомлення реалізується тією ж мірою, що і функція впливу, для чого використовується весь набір мовних засобів. Відтак матеріали засобів масової інформації особливо цікаві з точки зору як загальних способів їх організації, так і більш специфічних особливостей, характерних для певних видань. З огляду на це важливо вивчати своєрідність текстів ЗМІ, їх співвідношення з текстами інших стилів, оскільки до останнього часу вчені не надавали цьому регістру особливого статусу [6: 55].

Отже, під дискурсом ЗМІ ми розуміємо тип дискурсу, який являє собою сукупність мовленнєвих утворень, об'єднаних семантичними, комунікативними, функціонально-цільовими та іншими зв'язками, передовсім, прагненням продуцента впливати на реципієнта (широку аудиторію) за рахунок подання йому в тій чи іншій формі предмета мовлення – значущої для соціуму події.

Слід особливо підкреслити, що в сучасному розумінні дискурсу важливим є виділення його ціннісних ознак. Так, В. І. Карасик стверджує, що "найважливішою характеристикою дискурсу, як феномена культури, є його ціннісні ознаки, ... функціональною характеристикою мови є його місце в культурі" [5: 227].

Багатоаспектний характер категорії оцінки довгий час знаходиться в сфері уваги вчених-лінгвістів (Н. Д. Арутюнова, В. В. Виноградов, Г. А. Золотова, Т. В. Маркелова, Г. І. Приходько, В. М. Телія, В. І. Шаховський та ін.), і спектр її численних і різноманітних мовних засобів до сих пір привертає увагу науковців. Специфіка оцінної функції зумовлена стратегією мовленнєвого впливу на адресата, і формування суспільно-політичної думки є актуальним полем для дослідження сучасної мовної ситуації в дискурсі ЗМІ. Як зазначає Г. І. Приходько, "оцінка знаходить найбільш повне вираження в контексті ... вибір контекстуальних засобів експліцитної та імпліцитної форми актуалізації оцінки зумовлюється не тільки структурою висловлювання або соціально-психологічними чинниками, але, а й його комунікативними цілями" [7: 8].

Для нашого дослідження особливу значущість має ментальне поле мовної особистості продуцента медіатексту, мовна свідомість і самосвідомість якого вирізняються антропологічністю, соціальним набором лексико-фразеологічних домінант, які дають уявлення про ціннісну картину світу соціуму.

Невід'ємні характерні ознаки людини – мислення, мова і культура обумовлюють наявність системи аксіологічних опозицій, що виражають не тільки ціннісне ставлення, а й наявність комунікативної перспективи – "схвалення / несхвалення", асоціативного контексту, іронічної інтенції та її емоційних забарвлень. Наприклад:

*"It looks like the "chicken-hawks" are at it again. Those people were too chicken to go to war (or even serve in the military) and now they are middle-aged hawks looking for an opportunity to send others to kill and be killed"* (Sacramento Bee, March 31, 2002) – словосполучення "chicken-hawk" забарвлене негативно, оскільки виражає зневагу до людей, які підтримують ведення війни, хоча свого часу ухилялися від виконання військового обов'язку.

У наведених прикладах контамінована лексична одиниця *churnalism* репрезентує негативну оцінку продуцента, яка актуалізується за допомогою асоціативного контексту *"churn out"* (*штанпувати*; розм. *"лінувати"*), *"to churn out bogus stories"* "фабрикувати інформаційні вкиди", що вказує на недоброякісну і недоброчесну роботу деяких журналістів.

Оцінку можна назвати онтологічною властивістю мовної особистості (автора публіцистичного тексту в дискурсі ЗМІ). Дана категорія протягом багатьох століть продовжує привертати до себе увагу як філософів, так і лінгвістів: Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюнової, Т. В. Маркелової, В. М. Телії, В. І. Шаховського та ін. Оцінне уявлення про навколишній світ трактується як таке, що ставить в центр

концептуальної картини світу суб'єктивне ставлення мовця до дійсності. Суб'єктивне ціннісне ставлення мовця спирається на об'єктивні властивості оцінюваного і виражається об'єктивними мовними засобами.

Лексична сфера, взаємодіючи з синтаксичною, відображає різні цілі оцінювання в комунікативних актах: схвалення – похвала – захоплення / несхвалення – осуд – обурення; області оцінювання (предметну, особисту, подієву, фактичну тощо), об'єкти оцінки, форми оцінювання.

Дискурс ЗМІ, будучи предметом інтересу лінгвокультурології, являє собою зріз мовного і культурного стану суспільства. Медіатексти насичені культуро значущою інформацією, вони відображають особливості національних мов та культур. Вочевидь, виявлення та студіювання культуро значущих компонентів медіа мовлення виявляється сьогодні одним із найважливіших дослідницьких завдань.

Аналіз безпосередньо мовної складової медіадискурсу дає змогу скласти уявлення про функціонування мови на сучасному етапі її розвитку: простежити за утворенням нових одиниць. Лінгвокультурна специфіка реалізується в семантиці, синтактиці, прагматиці мовних знаків, які наповнюють текст, що в сукупності становить культурологічну маркованість медіадискурсу [8: 264]. У розширенні функціонально-семантичного поля оцінки в англійській мові беруть участь як імпліцитні, так і експліцитні складові цієї категорії, яка об'єднує суб'єктивне і об'єктивне в мові та мовленні [9].

При цьому лінгвістичну основу категорії культуроспецифічності складають лексичні одиниці на позначення реалій і артефактів, які мають культурно-специфічні конотації, слова із стійкими асоціативними зв'язками. Загалом ця категорія представлена сукупністю одиниць культурологічного контексту, що відносяться до денотативного, конотативного, асоціативного і метафоричного рівнів:

- неологізація, евфемізація, загальна колоквіалізація.

*Baby-lag* (n.) – величезна втома і дезорієнтація внаслідок позбавлення сну, пов'язаного з вихованням дитини:

*New parents who by mistake put socks in a fridge and milk in a washing machine are not going crazy...they are suffering from "babylag" (The Daily Mail, September 14, 2012).*

*Procrastinating* (затримка або відкладання чогось до тих пір, поки не буде випито одну або більше чашок кави; пити каву повільно як тактика відтягування роботи): *Procrastinating is a perfect word that describes me on this lazy day as I am blissfully sipping cup after cup of coffee and procrastinating all work; cleaning the house, laundry and giving the dog a bath (Susan Golis, "Helplessly Procrastinating with Starbucks Coffee", Bubbles, June 1, 2014).*

• оцінна метафора є засобом вираження прихованої оцінності. Їх основне призначення донести до одержувача інформації яскравий, що запам'ятовується образ і з його допомогою створити ціннісне (позитивне чи негативне) ставлення, громадську думку. Іншими словами, оцінні метафори змушують читача сприймати інформацію під тим кутом зору, який потрібен автору.

*Parasite building / structures* (n.) – невелика споруда, яка була додана до існуючої, більшої будівлі, особливо коли стилі двох структур помітно відрізняються.

*Small-scale densification: Alternatives such as tiny laneway houses and "parasite" buildings are popping up in lieu of big-box condos (Tamsin McMahon, "The (literal) rise of the anti-condo", Maclean's (Canada), July 9, 2014).*

• мовна гра – навмисне порушення мовної норми, яке має на меті утворення нестереотипних мовних форм і структур, що володіють експресивним значенням [10: 208]:

*Nana technology* (n.) – новітні технології, зокрема пристрої на основі мікросхем, призначені для підвищення якості життя людей похилого віку:

*"Nana technology" is both a play on the common nickname for grandmothers and on nano technology, which represents everything it is not. Nano technology is about making everything ever smaller, while Nana technology is about making small technology bigger and giving seniors the tools to keep them safe and be more mentally alert (Frank Jossi, "Technology Nana will love", Star Tribune, January 31, 2012).*

Як можемо бачити, оцінна семантика, заснована на кореляції загальної і мовної ситуації, демонструє, як оцінна функція підпорядковує собі поступово все мовні процеси, спрямовані на розвиток нових тенденцій в мовних процесах (описаних з різних, переважно лінгвокультурологічних позицій у мовознавчій літературі).

**Висновки та перспективи подальшого дослідження проблеми.** Функціонально-семантичне поле оцінки реалізує ціннісне ставлення адресанта й спрямовує оцінне сприйняття адресата (слухача-читача) на основі вибору мовних засобів з метою посилення ефекту впливу комунікації в текстах ЗМІ.

Сьогодні можна говорити про процес формування в сучасних ЗМІ високого ступеню оцінності; тенденцію до підвищеної експресивності, зниження публічного мовлення, його агресивність, що знаходить відображення в оціночній функції.

Дискурс сучасних англомовних ЗМІ відображає соціальні, політичні, культурні реалії, характеризується специфічним вектором розвитку, який можна позначити як ціннісне ставлення до

всього, що відбувається. Перспективою дослідження може бути вивчення варіативності засобів вираження оцінки в залежності від багатокomпонентності оцінного значення.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК "Гнозис", 2003. – 280 с.
2. Алефиренко Н. Ф. Дискурс в системе лингвокультурологии / Н. Ф. Алефиренко // Живое действующая связь языка и культуры : материалы международной научной конф. – М. ; Тула, 2010. – Т. 2. – С. 5–10.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями і проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава Довкілля-К, 2008. – 711 с.
4. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 477 с.
6. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 9–31.
7. Приходько А. И. Когнитивно-дискурсивный потенциал оценки и способы его выражения в современном английском языке : автореф. дис. ... доктора филол. наук / А. И. Приходько. – Белгород, 2004. – 44 с.
8. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 264 с.
9. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М. : КомКнига, 2006. – 280 с.
10. Сніховська І. Е. Функціонування мовної гри в умовно-реальному асоціативному полі / І. Е. Сніховська // Вісник Житомирського держ. унту ім. І. Франка. – Житомир : Вид-во ЖДПУ. – 2003. – № 11. – С. 208–210.

### REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Makarov M. L. Osnovy teorii diskursa [Fundamentals of the Theory of Discourse] / M. L. Makarov. – M. : ITDGK "Gnozis", 2003. – 280 s.
2. Alefirenko N. F. Diskurs v sisteme lingvokul'turologii [Discourse in the System of Cultural Linguistics] / N. F. Alefirenko // Zhivo deistvuiushchaia sviaz' yazyka i kul'tury [The Live Relationship of Language and Culture] : materialy mezhdunarodnoi nauchnoi konf. – M. ; Tula, 2010. – T. 2. – S. 5–10.
3. Selivanova O. O. Suchasna lingvistyka : napriami ta problemy [Modern Linguistics : Directions and Problems] / O. O. Selivanova. – Poltava : Dovkillya-K, 2008. – 711 s.
4. Deyk T. A. Yazyk. Poznaniie. Kommunikatsiia [Language. Cognition. Communication] / T. A. Van Deyk. – M. : Progress, 1989. – 312 s.
5. Karasik V. I. Yazykovoii krug : lichnost', kontsepty, diskurs [Language Circle : Personality, Concepts, Discourse] / V. I. Karasik. – M. : Gnozis, 2004. – 477 s.
6. Volodina M. N. Yazyk SMI – osnovnoie sredstvo vozdeistviia na massovoe soznanie [Media Language – the Basic Means of Impact on the Mass Consciousness] / M. N. Volodina // Yazyk SMI kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya / pod red. Volodinoy M.N. – M. : Izd-vo MGU, 2003. – S. 9–31.
7. Prikhod'ko A. I. Kognitivno-diskursivnyi potentsial otsenki i sposoby yego vyrazheniia v sovremennom angliiskom yazyke [Cognitive-Discursive Evaluation Potential and the Ways of Its Expression in English] : avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk [author's abstract dis ... dr. philol. sciences] / A. I. Prikhod'ko. – Belgorod, 2004. – 44 s.
8. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika : sistemnyi podhod k izucheniu yazika SMI [Media Linguistics : a Systemic Approach to the Research of Media Language] / T. G. Dobrosklonskaya. – M. : Flinta : Nauka, 2008. – 264 s.
9. Vol'f Ye. M. Funktsional'naia semantika otsenki [Functional Semantics of Evaluation] / Ye. M. Vol'f. – M. : KomKniga, 2006. – 280 s.
10. Snikhovska I. E. Funktsionuvannia movnoyi gry v umovno-real'nomu asotsiatyvnomu poli [Functioning of the Linguistic Game in the Conditional Real Associative Field] / I. E. Snikhovska // Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo pedagogichnogo universytetu im. I. Franka [Zhytomyr Ivan Franko State University Journal]. – Zhytomyr : Vyd-vo ZHDPU. – 2003. – № 11. – S. 208–210.

**Чаюк Т. А. Оценка как средство лингвокультурологической маркированности англоязычного дискурса СМИ.**

*Статья посвящена изучению лингвокультурологической маркированности англоязычного дискурса СМИ, в частности средствам выражения оценки в дискурсе на основе особенностей семантики и функционирования языковых единиц.*

*Установлено, что в современном информационном пространстве оценочная семантика и оценочная функция постепенно подчиняют себе языковые процессы, направленные на развитие новых экстралингвистических тенденций.*

**Ключевые слова:** лингвокультурология, оценка, семантика, дискурс СМИ.

***Chayuk T. A. Evaluation as a Means of Linguistic Cultural Markedness of the English-Language Media Discourse.***

*The article deals with the study of linguoculturological markedness of the English-language discourse of the media, in particular the means of expressing evaluation in discourse based on the characteristics of the semantics and functioning of linguistic units. The aim of the article is to highlight the linguistic and cultural markedness of the English language media discourse, in particular the means of expressing the evaluation in the discourse on the basis of the peculiarities of semantics and the functioning of the linguistic units. The object of the research is the means of expressing evaluation in the English-language media discourse. The subject of research is the linguistic and cultural component of the language means evaluation, and the multidimensional nature of its manifestation in the language of the media. In the current study the essence of media discourse is determined not only through the content of media information in the media, but taking into account its connotative orientation, which it acquires in the process of conveying and perception of media messages. The texts of mass media are discursive formations, because they are always dynamic and up-to-date, perceived by the participants of communication in the context of actual events. It has been established that in the modern information space the evaluation semantics and the evaluation function gradually subordinate to themselves linguistic tendencies aimed at the development of new trends in linguistic processes.*

**Key words:** *cultural linguistics, evaluation, semantics, media discourse.*