На правах рукописи

ПРИСЯЖНЮК Татьяна Анатольевна

СПЕЦИФИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНОГО КОМПОНЕНТА ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ НА ЛЕКСИЧЕСКОМ УРОВНЕ

(на материале информационных газетных текстов английского и русского языков)

10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Саратов – 2006

Работа выполнена в педагогическом институте Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского.

Научный руководитель: кандидат филологических наук, профессор кафедры английского языка **Назарова Раиса Зифировна**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор **Молодкин Анатолий Михайлович**

кандидат филологических наук, доцент **Тимофеева Надежда Павловна**

Ведущая организация: Астраханский Государственный Университет

Защита диссертации состоится « 27 » ноября 2006 г. в ____ часов на заседании диссертационного совета К-212.239.01 при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Саратовская государственная академия права» (5 корпус СГАП, ул. Вольская, 1).

С диссертацией можно ознакомится в научной библиотеке Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Саратовская государственная академия права».

Автореферат разослан « »_____ 2006 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета Кирюшкина Т.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая работа посвящена исследованию специфики репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетно-публицистического стиля на лексическом уровне на материале информационного подстиля английского и русского языков.

Тема данного диссертационного исследования находится на перекрестке важнейших дисциплинарных областей современной лингвистики: функциональной стилистики, лексикологии, психолингвистики, лингвостилистики и контрастивной лингвистики.

Исследования в области изучения прагматической эффективности газетного текста являются весьма актуальными в рамках антропоцентрической парадигмы современной лингвистической науки, что подтверждается значительным количеством научных исследований, монографий и статей по данной тематике, появившихся в последнее десятилетие [Зимлина 2002; Дроздов 2003; Ванькаева 2003; Луканина 2003; Жуков 2004; Богословская 2005; Ильясова 2005; Walker 1996; Wilson 1996; Silberstein 2002; MacQueen 2004].

Исследование специфики репрезентации эмоционально-оценочного компонента информационных газетных сообщений на лексическом уровне даёт возможность ответить на ряд вопросов, связанных с изучением газетных текстов информационной жанровой группы: 1) каково место информационных газетных текстов в структуре газетно-публицистического стиля; 2) какие специфические и универсальные характеристики носит эмоционально-оценочный компонент газетно-публицистического стиля в английском и русских языках; 3) что определяет выбор лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетного информационного сообщения; 4) каковы условия адекватной интерпретации эмоционально-оценочного компонента информационного газетного текста носителем языка. Эти и другие вопросы, рассматриваемые в диссертации, определяют её связь с важными проблемами современной лингвистической науки и обусловливают **актуальность настоящей работы**.

Объектом данного исследования является эмоционально-оценочный компонент информационного подстиля англоязычного и русскоязычного газетно-публицистического стиля.

Предмет исследования составляют универсальные и специфические характеристики употребления лексико-фразеологических средств, реализующих эмоционально-оценочный компонент англоязычного и русскоязычного информационного газетного текста в синхронном аспекте.

Общепризнанно, что фразеологические единицы входят в состав лексического корпуса языка, однако, учитывая традиционно высокий эмоциональный потенциал фразеологизмов, для целей данного исследования

представляется целесообразным при рассмотрении лексических единиц сделать особый акцент на изучении специфики фразеологических сочетаний в качестве средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетно-публицистического стиля. В данной связи в настоящей работе употребляется словосочетание *лексико-фразеологические средства*.

Цель данной работы состоит в выявлении и классификации лексико-фразеологических средств объективации эмоционально-оценочного компонента газетного информационного текста в английском и русском языках, а также в определении их воздействующего потенциала.

В соответствии с поставленной целью выдвигаются следующие конкретные **задачи**:

– рассмотреть теоретические вопросы, связанные с изучением функционального стиля и речевого жанра, и на этой основе выработать критерии анализа газетных информационных сообщений;
– установить лингвистический статус эмоциональной оценки в свете современных филологических исследований и выявить особенности эмоционально-оценочного компонента в англоязычных и русскоязычных газетных информационных текстах;
– выделить лексико-фразеологические единицы, реализующие в своей семантической структуре эмоциональную оценку, и структурировать данные элементы в группы, репрезентирующие языковую и речевую эмоциональную оценку;
– определить лексико-фразеологические средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента англоязычных и русскоязычных газетных информационных текстов, а также механизмы интенсификации эмоционально-оценочного потенциала данных средств;
– выявить общее и различное в употреблении средств, объективирующих эмоциональную оценку в текстах информационных жанровых форм газетно-публицистического стиля в английском и русском языках на лексическом уровне.

Особенности объекта исследования обусловили выбор и специфику применяемых **методов исследования**. Основными методами в исследуемой работе являются:

1. метод компонентного анализа;
2. метод контекстуального анализа, имеющий своей целью установление смысловых связей между собственно высказыванием (словом), речевой ситуацией и экстралингвистическими факторами;
3. сравнительно-сопоставительный метод, с помощью которого определяются универсальные и идиоэтнические компоненты;

4. метод экспериментального психолингвистического анализа, призванного выявить наиболее выразительные, с позиций адресата, лексико-фразеологические языковые и речевые средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента;
5. стилистический метод лексических трансформаций и субституций;
6. метод сплошной выборки.

Применение нескольких взаимодополняющих друг друга методов продиктовано многоаспектностью предмета данной работы и междисциплинарным характером исследования.

Методологической базой настоящей работы послужили принятые в отечественной и зарубежной теоретической лингвистике фундаментальные положения функциональной стилистики, лексикологии, контрастивной лингвистики и психолингвистики. В работе дается обобщающий анализ современных направлений изучения функционально-стилевой и жанровой принадлежности текстов, а также описываются различные подходы к определению лингвистической специфики эмоциональной оценки и выявлению средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента высказывания.

Материалом исследования послужили англоязычные и русскоязычные газетные тексты политического толка информационных жанровых форм, опубликованные как непосредственно в центральных, «качественных» печатных изданиях Великобритании и России, так и в соответствующих Интернет–изданиях.

Выбор «качественной» прессы (The Times, The Guardian, The Observer, The Daily Telegraph, The Independent, Известия, Российская газета, Независимая Газета, Правда) обусловлен тем, что одним из жанрообразующих признаков являются цели отображения действительности и, в частности, цели издания как социального института, которые весьма различны для центральных изданий и представителей «жёлтой прессы».

Тексты данной жанровой группы за 2000-2006 год были проанализированы общим объёмом около 600 газетных статей на английском (300000 словоупотреблений из них около 200 фразеологизмов) и 600 статей на русском языках (300000 словоупотреблений из них около 150 фразеологизмов).

Научная новизна работы заключается в её комплексном характере, который составляет применение лингвостилистического, компаративного и психолингвистического подхода к изучению специфики средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента информационного подстиля газетно-публицистического стиля, что даёт возможность рассмотреть данный вопрос как с позиций адресанта (иллокутивная составляющая высказывания), так и адресата (перлокутивный эффект), и исследовать особенности личностно-прагматической интерпретации эмоциональной оценки, вербализованной с помощью лексических и фразеологических средств, в английском и русском

языках. Привлечение подобной методики позволяет уточнить место информационных газетных текстов в структуре газетно-публицистического стиля, а также установить закономерность, детерминирующую выбор средств репрезентирующих эмоционально-оценочный компонент данного стиля на лексическом уровне.

Теоретическая значимость настоящей диссертации определяется тем, что расширяет представление о функциональном статусе современного газетного информационного текста. Результаты, полученные в ходе данного исследования, могут быть использованы при дальнейшем исследовании и сопоставлении языковых и речевых средств репрезентации эмоциональной оценки разноструктурных языков, а также при выявлении универсального и специфического в восприятии носителями разных языков текста с эмоционально-оценочным компонентом.

Практическая значимость исследования выражается в возможности использования полученных результатов в лекционных курсах по стилистике, страноведению, лексикологии, практике перевода, теории языка, при разработке тематики дипломных и курсовых работ, при обучении межкультурной коммуникации. Учёт результатов данного исследования вносит **практический вклад** в развитие стилистики газетного текста, так как на основании того, какие средства наиболее эффективны с точки зрения аудитории, а что вызывает трудности в понимании подтекста и расстановке эмоционально-оценочных знаков, представляется возможным сделать вывод о том, как минимизировать семантические шумы на пути декодирования газетной информации и заложенного в ней эмоционально-оценочного компонента.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Эмоционально-оценочный компонент присутствует как в англоязычных, так и в русскоязычных газетных текстах информационной жанровой группы газетно-публицистического стиля, т.к. его наличие обусловлено современными тенденциями развития функционально-стилевой системы в целом, которые во многом носят универсальный характер.
2. Специфика репрезентации эмоционально-оценочного компонента информационного подстиля газетно-публицистического стиля на лексическом уровне проявляет определённую общность для данных разноструктурных языков и координируется понятием горизонтальной и вертикальной градации плотности эмоционально-оценочной ткани текстов информационной жанровой группы.
3. Выбор лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетного информационного сообщения детерминирован прагматической направленностью текста, ограничен рамками стиля и/или жанровой спецификой и служит решению определённых идеолого-стилистических задач, что определяет

лингвокультурологическую специфику эмоционально-оценочного компонента применительно к каждому из языков.

4. Адекватная интерпретация эмоционально-оценочного компонента информационного газетного текста носителем языка напрямую связана с наличием общей для адресанта и адресата информационной базы, зависит от лексикона получателя информации и во многом обусловлена актуальностью передаваемой информации и экспрессивностью лексико-фразеологических средств, реализующих эмоциональную оценку.

Апробация работы. Основные положения диссертации обсуждались на следующих международных и всероссийских конференциях: «Современные коммуникативные практики» (Саратов, 2004, СГТУ), конференции «Филология и журналистика в начале XXI века» (Саратов, 2004, 2006, СГУ), «Актуальные проблемы лингвистического образования: теоретический и методологические аспекты» (Самара, 2004 года, Самарская Гуманитарная Академия).

Структура исследования обусловлена поставленной целью и задачами, а также материалом исследования. Работа состоит из введения, трех глав и заключения. Диссертация сопровождается приложением и библиографией, включающей статьи, монографии, Интернет источники и справочную литературу, общим объёмом 313 единиц.

Принятые сокращения:

DT – Daily Telegraph
LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English on CD-ROM
РГ – Российская Газета
НГ – Независимая Газета
ФЕ – фразеологическая единица

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во ***введении*** обосновывается выбор темы, её актуальность, научная новизна и теоретическая значимость, определяются цели и задачи работы, характеризуются методика, структура и материал исследования, формулируются выносимые на защиту положения.

В **главе I *«Газетно-публицистический стиль в свете изучения его эмоционально-оценочного компонента»*** излагаются теоретические положения, релевантные для данного исследования: обсуждаются основные проблемы теории функционально-стилевой стратификации языкового континуума, определяется функционально-стилевой статус газетного информационного текста, рассматриваются особенности эмоциональности и оценочности как лингвистических категорий, выявляются специфика и средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетного

информационного текста на лексическом уровне, даётся обзор работ отечественных и зарубежных языковедов, посвящённых данной тематике.

В современном научном обиходе функционирует достаточно большое количество определений функционального стиля, что свидетельствует как о множественности подходов к изучению функционально-стилевой дивергенции языка, так и о сложности данного явления как объекта лингвистического анализа.

На основании результатов анализа лингвистической литературы, посвящённой рассмотрению вопросов, связанных с определением функционального стиля, представляется возможным сделать некоторые выводы:

– *функциональный стиль* является исторически и, в определённой мере, социально обусловленной категорией [см. Колокольникова 1989; Кожина 1993; Швейцер 1993];
– *функциональный стиль* характеризуется некой совокупностью языковых средств, часть из которых повторяется в других стилях, но определённое сочетание которых отличает один стиль от другого, что даёт возможность говорить о речевой системности функционального стиля и его семантико-стилевой доминанте [см. Ермоленко 1986; Будагов 2001; Гольдин 2001; Дмитриева 2004; Солганик 2004];
– *функциональный стиль* является проницаемой, незамкнутой системой, однако процесс взаимодействия и интеграции функциональных стилей не разрушает специфику какого-либо стиля, а действует в диалектическом единстве с процессом углубления дифференциации стиля [см. Стеллиферовский 1986; Разинкина 1989];
– *функциональный стиль* лишен жестких границ, устойчив лишь в своём ядре (центре) и вместе с тем подвижен на периферии, что обусловлено подвижным характером его устойчивости, тем, что называют «стилевым варьированием» или «диапазоном внутристилевого варьирования», и определяет динамику его развития и закономерности языкового отбора [см. Наер 1981; Троянская 1982; Сиротинина 1993].

Используя системный, комплексный подход и учитывая как языковые, в том числе лексико-стилистические, так и экстралингвистические признаки стиля, представляется плодотворным выделение экстралингвистических стилеобразующих факторов и содержательно-лингвистических стилеобразующих факторов, на основании которых выделяются пять основных функциональных стилей: научный, официально-деловой, художественный, газетно-публицистический и разговорный.

Так, к экстралингвистическим стилеобразующим факторам относятся:

1) социальная и речедеятельностная сфера;
2) ведущий тип мышления и деятельности в данной сфере;

3) форма общественного сознания;
4) комплекс специфических коммуникативных функций;
5) типовой статус адресанта и адресата;
6) степень подготовленности речи;
7) ведущий тип атмосферы общения и его жанры.

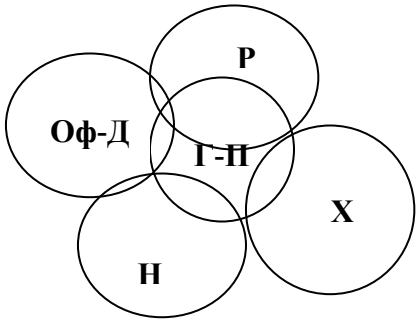
К содержательно-лингвистическим стилеобразующим факторам относятся тип содержания, стилевые черты и языковые признаки [см. Васильева 1986; Швейцер 1993; Кожина 1993].

При разделении экстралингвистических стилеобразующих факторов на *базовые* (первые четыре фактора) и *второстепенные*, к базовым экстралингвистическим стилеобразующим факторам *газетно-публицистического стиля*, общим как для английского, так и для русского языков представляется целесообразным отнести такие факторы, как социальная и речедеятельностная сфера (сфера массовой информации и коммуникации, а также вся сфера общественно-политической деятельности человека), ведущий тип деятельности в данной сфере (информирование адресата, повышение уровня массового общественного сознания, формирование общественного мнения, развлечение), ведущий тип мышления в данной сфере (собирательно-обобщающий, социально активизированный), комплекс коммуникативных функций (информирующая, воздействия, воспитательная, организаторская, гедонистическая) [см. Васильева 1986; Пэн 2001; Полякова 2001; Дроздов 2003; Мартынова 2005].

Газетно-публицистический стиль вызывает особые трудности при определении его номенклатуры, так как процесс взаимопроникновения стилей охватывает в первую очередь те стили, которые обслуживают сферы деятельности, регулярно соприкасающиеся и взаимодействующие друг с другом [Чаковская 1990]. Особую активность при этом проявляют средства массовой коммуникации, имеющие всепроникающий характер, и, прежде всего, пресса.

Иностилевые тексты, попадая на газетную полосу, подвергаются изменениям, в определённой мере теряют свою стилевую принадлежность и, в конечном счете, адаптируются к стилевым чертам газетно-публицистического стиля. Таким образом, благодаря взаимопроникновению стилей газетно-публицистический стиль становиться пунктом конвергенции речевых стилей. Схематично (и весьма условно) данный процесс можно представить следующим образом:

Схема 1



Г-П – газетно-публицистический,
Х – художественный,
Оф-Д – официально-деловой,
Н – научный,
Р – разговорный

Обзор литературы по вопросу внутристилевой градации газетно-публицистического стиля свидетельствует в пользу признания информационного и публицистического подстилей как в английском, так и русском языках [Стам 1988, 1992; Солганик 2002; Дроздов 2003]. Однако следует отметить, что подстили, в свою очередь, также подразделяются на ещё более частные разновидности вплоть до появления в речи индивидуального своеобразия и представляют, таким образом, многоступенчатую иерархическую структуру, первое звено в которой составляют базовые речевые жанры.

Несмотря на полемические разногласия лингвистов относительно жанровой типологии газетно-публицистического стиля, представляется возможным выделить набор экстралингвистических жанрообразующих факторов, к которым, в первую очередь, относятся: предмет (событие, процесс, ситуация, личность), коммуникативная цель (функционально-целевая установка издания и адресанта), метод отображения действительности (эмпирический, теоретический, художественный), субъект и адресат (жанр функционирует как горизонт ожиданий для слушающих и модель создания для говорящих). Характер и содержание данных внеязыковых факторов варьируется от жанра к жанру, а их совокупность формирует те принципы, на основании которых формируется специфика языкового и композиционного выражения, а также возникают стилистические различия между жанрами.

Основываясь на вышеприведённом наборе жанрообразующих факторов, а также, учитывая тенденции развития современной функционально-стилевой парадигмы в целом, представляется оправданным выделение трёх основных жанровых групп в иерархической структуре газетно-публицистического стиля, а именно: информационной, аналитической и художественно-публицистической.

Применяя принцип полевого структурирования, в каждой жанровой группе возможно выделить базовые жанры (центр жанровой группы) и периферийные. На основании жанроопределяющих внеязыковых факторов считаем правомерным отнесение хроникальной заметки (новости), хроникальной подборки (сводки новостей), информационного сообщения (краткого и расширенного), отчёта, реплики и событийного репортажа к группе «жестких»

(базовых) информационных жанров. К периферийным информационным жанрам относятся информационное интервью и информационная статья [см. Burton 1997; Briggs 1998; Смелкова 2000; Овсянников 2001; Дроздов 2003; Савостина 2005]. Однако следует отметить, что основные стилевые характеристики информационной группы газетно-публицистических жанров, лаконизм, официальность, номинативность, присутствуют во всех вариантных разновидностях группы.

Анализ современных информационных жанров газетно-публицистического стиля как английского, так и русского языков демонстрирует, что данным жанрам свойственно вариативное разнообразие, основанное на синтезе форм, что схематично может быть представлено следующим образом:

Схема 2

Исследование эмоционально-оценочного компонента информационных газетных текстов является одним из приоритетных направлений изучения газетной речи, поскольку наметившиеся в последние годы универсальные изменения, затрагивающие состояние газетно-публицистического стиля

английского и русского языков, во многом обусловлены новым качеством оценочности в прессе.

Для целей нашего исследования предлагаем использовать комплексный подход в изучении *эмоциональности* и *оценочности*, и считаем справедливым признать их неоднородными категориями, являющимися свойством как языковых, так и речевых единиц [см. Колесник 1990; Карпенко 1991], а также представленными как в плане коннотации, так и денотации [см. Кондрашина 1990; Шиманский 1990; Пиотровская 1993; Маркелова 1994; Ягубова 1996; Якушина 2003].

Сопряженную с категорией эмоциональности и оценочности категорию *экспрессивности* можно трактовать исходя из принципиального различения функционального (речевого) и системно-структурного аспектов языка. Так, в первом случае экспрессивность приравнивается к выразительности и рассматривается как свойство речи, некий конструктивный приём, повышающий выразительные возможности текста [Павлова 1987; Горделий 1990]. Во втором случае экспрессивность оценивается как языковое явление, семантический признак слова [Лукьянова 1986; Гетьман 1990].

Далее градация категории экспрессивности предполагает её двоякое трактование: в узком и широком понимании. Так, в узком смысле экспрессивность определяется как увеличение степени проявления признака референта [Шаховский 1986; Царёв 1987], а также усиление качества или количества сигнала [Телия 1986] и противостоит совокупности нейтральных средств [Майданова 1987]. Слова (в том числе и фразеологизмы), наделённые экспрессивными свойствами, легко обнаруживаются при сопоставлении с их нейтральными эквивалентами. Экспрессивность в широком понимании есть не что иное, как «выразительность, то воздействие, которое оказывают на чувственную сферу человека некоторые языковые единицы» [Кругликова1988: 55].

Исходя из того, что *эмоционально-оценочный компонент* высказывания – это не простое называние эмоций в ходе повествования, под эмоционально-оценочным компонентом высказывания в данной работе понимается часть его семантического наполнения, призванная совокупностью языковых и речевых средств выразить эмоционально-оценочное отношение адресанта к предмету/объекту речи и оказать эмоциональное воздействие на адресата.

Принимая за основу классификацию высказываний по характеру доминантного средства формирования эмоционально-оценочного компонента, разработанную Л.А. Пиотровской [1993], считаем релевантным для данного исследования выделение высказываний с эксплицитно выраженным эмоционально-оценочным компонентом и имплицитно выраженным эмоционально-оценочным компонентом.

В качестве высказываний с эксплицитно выраженным эмоционально-оценочным компонентом в настоящем исследовании рассматриваются высказывания с единицами, выражающими языковую эмоциональную оценку, а именно с лексическими маркерами эмоциональной оценки (e.g. repulsive – extremely unpleasant, in a way that almost makes you feel sick [LDCE 2005]) и/или дескрипторами общего плана. Под дескрипторами общего плана в данной работе понимаются «лексические единицы, прямо не называющие эмоцию, но имеющие в своей смысловой структуре эмотивную сему положительной или отрицательной характеристики предмета, субъекта или понятия (e.g. ploy – a clever and dishonest way of tricking someone so that you can get an advantage [LDCE 2005]» [Будниченко 2003: 141].

Высказывание с имплицитно выраженным эмоционально-оценочным компонентом не содержит лексических маркеров эмоциональной оценки и дескрипторов общего плана, а эмоция и оценка в данном случае конкретизируются на основании отражённой в контексте референтной соотнесённости при помощи единиц, реализующих речевую эмоциональную оценку, что происходит в результате появления у слова окказиональных эмоционально-оценочных сем, которые не входят в системное значение слова, а даются контекстом.

Принимая во внимание тенденции развития современного газетно-публицистического стиля в английском и русском языках, которые, как показало исследование, во многом носят универсальный характер, становится очевидным, что эмоционально-оценочный компонент информационного подстиля имеет определённую специфику, которая состоит в следующем: во-первых, проявление эмоциональной оценки является допустимым качеством информационного подстиля, ибо некомментированные сообщения имеют своей первостепенной целью информировать адресата; во-вторых, стилистическая окраска эмоциональных элементов в газетно-публицистическом стиле выступает особенно усиленно, контрастно на общем фоне объективных логических форм оценки; в-третьих, эмоционально-оценочный компонент определяется соотношением не только эмоционального фона и тональности, но также рациональной и эмоциональной информации в тексте; в-четвёртых, выбор лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента регулируется понятием горизонтальной и вертикальной градации плотности ткани информационных газетных текстов.

Под *горизонтальной градацией* плотности эмоционально-оценочной ткани текстов информационной жанровой группы на лексическом уровне в данной работе понимается нарастание интенсивности репрезентации эмоционально-оценочного компонента в газетных текстах одной жанровой разновидности различных печатных изданий за счёт увеличения числа

языковых и речевых лексико-фразеологических средств выражения эмоциональной оценки.

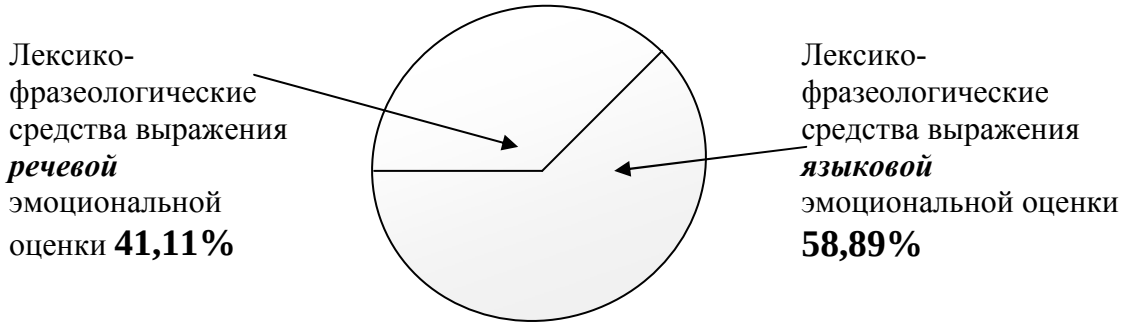
Под *вертикальной градацией* плотности эмоционально-оценочной ткани текстов информационной жанровой группы на лексическом уровне понимается нарастание интенсивности репрезентации эмоционально-оценочного компонента в текстах одного печатного издания по мере смягчения жанра от «жестких», базовых информационных жанров к более раскрепощённым, периферийным жанрам за счёт увеличения числа языковых и речевых лексико-фразеологических средств выражения эмоциональной оценки.

В **главе II** «***Анализ использования лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетно-публицистического стиля в английском языке***» рассматриваются лексические (в том числе и фразеологические) единицы, выражающие языковую и речевую эмоциональную оценку в англоязычном газетном информационном тексте.

Проведённый лексико-стилистический анализ англоязычных газетных текстов информационной жанровой группы с целью определения лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента показал, что в английской «качественной» прессе доминирующее положение занимают лексические средства, выражающие языковую эмоциональную оценку. Данная ситуация схематично может быть представлена следующим образом:

Схема 3

Лексико-фразеологические средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента англоязычных информационных газетных текстов



Исследование показало, что к наиболее частотным (81,5%) лексическим средствам выражения языковой эмоциональной оценки в англоязычных текстах информационной жанровой группы, относятся многозначные эмоционально-оценочные лексические единицы, обычно нейтральные в основном значении, но обладающие эмоциональной оценкой при метафорическом употреблении:

Natalia Garcia, who represents two of the detainees, said it was a historic ruling. "The law lords are saying the Government ***jettisoned human rights***

altogether in bringing in this legislation and that this should not happen in a democratic country." (DT 17.12.04)

Группа однозначных эмоционально-оценочных слов немногочисленна (18,5%). В данную группу входят слова с эмоционально-оценочным денотативным и/или коннотативным содержанием типа: *backlash* (a strong negative reaction by a number of people against recent events, especially against political or social developments, *decadence* (behaviour that shows that someone has low moral standards and is more concerned with pleasure than serious matters), *ploy* (a clever and dishonest way of tricking someone so that you can get an advantage) etc [LDCE 2005]. Данные лексические единицы являются непосредственным средством реализации языковой эмоциональной оценки, репрезентируя эксплицитно выраженный эмоционально-оценочный компонент информационного сообщения.

К лексическим средствам репрезентации речевой эмоциональной оценки в англоязычных газетных информационных текстах относятся эмоционально-оценочные семантические новообразования.

Под эмоционально-оценочными семантическими новообразованиями в настоящей работе 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.

В плане привлечения функционально окрашенной лексики с эмоционально-оценочным окказиональным значением наиболее частотным является употребление профессионально-терминологической лексики (69,93%):

The former Chancellor accused Mr. Blair of ***sidelining*** *Parliament and relying on an unelected entourage of advisers, rather than ministers, for policy advice.* (The Guardian 15.09.05)

Интенсификация речевой эмоциональной оценки в большинстве случаев происходит благодаря тому, что организованный соответствующим образом информационный текстовый фрагмент, где употреблено данное эмоционально-оценочное значение, способствует переосмыслению семантического наполнения лексического значения и изменению соотношения имплицитной и эксплицитной информации, передаваемой им, в пользу первой.

Как в случае выражения языковой эмоциональной оценки, так и речевой в качестве эффективного средства усиления передаваемой данными лексическими единицами оценки используется языковая игра, основанная в первом случае на обыгрывании значений эмоционально-оценочных полисемантов, а во втором – на столкновении в одном текстовом фрагменте неэмоционально-оценочного узуального значения слова и его эмоционально-оценочного окказионального значения:

Answer to the staring problem is ***clear*** *to* ***see****. A* ***clear*** *plastic bag is a neat way to stop carriage-hopping. The "No More Stares Rucksack" is* ***transparent****, with a photograph of Osama bin Laden with a red line through his turbaned head. … The "No More Stares Rucksack" can be the answer after all*. (DT 30.07.05)

Russia's Sinatra ***whistles*** *his way to the top. He wears a wig and wants to promote* ***whistling*** *as an art: meet Iosif Kobzon, the new chairman of the Russian parliament's culture committee*. (The Times 28.01.04)

Для того чтобы верифицировать полученные в ходе анализа фактического материала данные в рамках данной работы был проведён предварительный психолингвистический эксперимент. Целью данного экспериментального исследования является нахождение наиболее действенных лексико-фразеологические средств эмоционального воздействия на адресата, определение степени воздействия традиционных и инновационных средств интенсификации эмоциональной оценки в газетном тексте, определение экстралингвистических факторов эффективного функционирования эмоционально-экспрессивного высказывания и проверка гипотезы о том, что адекватное восприятие эмоционально-оценочного компонента информационного газетного текста напрямую связано с лексиконом получателя информации и наличием у него необходимой информационной базы.

Для реализации программы эксперимента из всего объёма фактического материала были отобраны 26 газетных цитат, содержащих наиболее яркие и частотные случаи привлечения лексико-фразеологического фонда на английском и русском языках, оформленные на двух опросных листах. Приблизительно одинаковые по объёму отрывки из информационных статей различных центральных газетных изданий были оформлены однообразно, чтобы не отвлекать внимание реципиентов на внешние факторы.

В эксперименте приняло участие 100 англоязычных и 100 русскоязычных информантов. Использовались данные, полученные от информантов различных возрастных групп, с различным социальным положением и образованием, что даёт возможность говорить об изучении эмоционально-оценочного воздействия на массовую, разнородную аудиторию, на которую и рассчитана пресса.

Суть эксперимента заключалась в следующем: участникам было предложено определить с помощью предложенной шкалы оценочный и выразительный (экспрессивный) заряд предложенных им газетных цитат. Данные цитаты содержат как наиболее частотные средства репрезентации языковой эмоциональной оценки, так и зафиксированные в ходе анализа практического материала инновационные средства выражения речевой эмоциональной оценки.

Таким образом, по результатам данного психолингвистического исследования наиболее эффективным (64%) в плане оказания эмоционального

воздействия на получателя информации является использование в англоязычных газетных информационных текстах эмоционально-оценочных лексических неологизмов, например:

Thatcher's was true ***dog-whistle politics****, a subtle signal rather than the main message*. (The Observer 24.04.05)

Tony Blair was accused of attempting a ***"greenwash"*** *of the government's environmental record today, as he launched a white paper on energy provision*. (The Guardian 24.02.03)

Исследование фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента информационного подстиля показало, что чаще всего в данной связи привлекаются традиционно использованные общеупотребительные эмоционально-оценочные ФЕ (80%):

Future of EU high on agenda as Belgium ***takes the hot seat****.* (Guardian 12-18.07.01)

Iron frau with ***a tinpot plan*** *for Germany.* (Observer 11.09.05)

Анализ полученных данных служит достаточным основанием для вывода о том, что эффективность использования ФЕ в качестве средства создания эмоционально-оценочного компонента высказывания зависит не только от семантически-выразительного наполнения самого фразеологического оборота и его связи с контекстом, но и от намеренного нарушения стереотипного плана выражения. Противоречие между принятой системой выражения и приёмом трансформации ФЕ, явно способствует усилению эмоциональной оценки.

Высокая оценочная способность трансформированной ФЕ, её лингвистическая сущность, национально-культурные особенности и адгерентная экспрессивность обусловливают специфику её восприятия, которая была выявлена в результате психолингвистического экспериментального исследования с применением метода субституций. Так 76% англоязычных информантов сочли трансформированные фразеологизмы выразительными.

В результате исследования также было установлено, что под влиянием процесса взаимопроникновения стилей приёмы трансформации ФЕ с целью усиления эмоциональной оценки всё увереннее проникают в сферу периферийных информационных жанров, таких как информационное интервью и информационный репортаж. Наиболее частотным из данных приёмов является приём изменения состава фразеологизма (62,5%):

Mr. Ross, who quit the Foreign Office last year in disagreement with Government policy on Iraq, said: "We did not ***turn a deliberate blind eye****, but there was no serious attempt to stop the smuggling. There was a lot of talk, but not much action*." (DT 17.04.05)

The head of state, who is the guarantor of the judicial system, angered the judges by appealing to reject M Juppe's conviction, ***fueling the fire*** *by depicting the judges as politically biased*. (The Times 03.02.04)

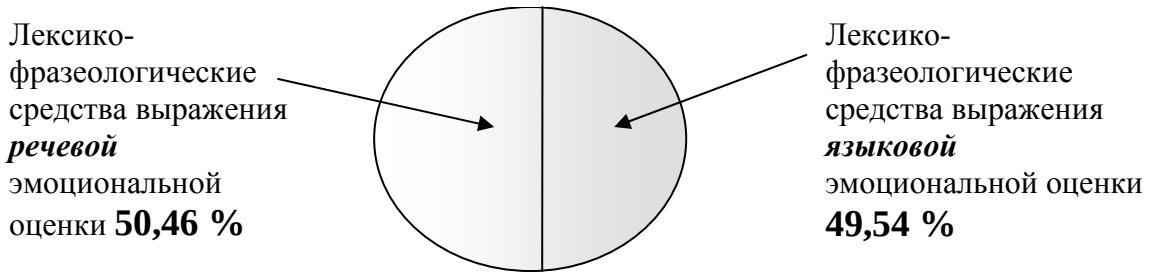
Таким образом, анализ специфики употребления лексико-фразеологических средств репрезентации языковой и речевой эмоциональной оценки в англоязычных информационных газетных текстах показал, что *выбор данных средств* а) находится в прямой зависимости от идеолого-стилистических задач адресанта, что отражается горизонтальной градацией плотности эмоционально-оценочной ткани текстов информационной жанровой группы, где The Guardian и The Times оказываются на разных полюсах данной оси; б) прагматически ориентирован на выражение концепции отправителя информации и на оказание эмоционально-оценочного воздействия на получателя информации; в) ограничен жанровой спецификой, что регулируется понятием вертикальной градации плотности эмоционально-оценочной ткани данной текстовой группы, где нарастание интенсивности репрезентации эмоционально-оценочного компонента происходит по направлению от «жестких» информационных жанров к периферийным.

В **главе III** ***«Анализ использования лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетно-публицистического стиля в русском языке»*** рассматриваются и структурируются лексические (в том числе и фразеологические) единицы, выражающие языковую и речевую эмоциональную оценку в русскоязычном газетном информационном тексте.

Проведённый лексико-стилистический анализ русскоязычных газетных текстов информационной жанровой группы с целью определения лексико-фразеологических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента выявил, что в русскоязычной прессе лексико-фразеологические средства, выражающие речевую эмоциональную оценку, незначительно превалируют. Данная ситуация схематично может быть представлена следующим образом:

Схема 4

Лексико-фразеологические средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента русскоязычных информационных газетных текстов



Исследование показало, что основным лексическим средством репрезентации речевой эмоциональной оценки являются функционально и/или

стилистически окрашенные эмоционально-оценочные семантические новообразования, в большинстве случаев не обладающие в парадигматике эксплицитно выраженными эмоционально-оценочными коннотациями (63%):

*Более 120 туркменских газетчиков выброшены на улицу. … Туркменбаши посчитал, что вполне можно обойтись и без профессионалов. Ведь львиная доля информационных материалов «**печётся**» в пресс-службе аппарата президента республики, а оттуда рассылается по изданиям в виде циркуляра, обязательного к публикации.* (РГ 24.09.04)

*КПРФ **размазывают** по экрану! Кремлёвско-телевизионный альянс организовал охоту на коммунистов.* (НГ 25.11.03)

Принимая во внимание тот факт, что окказиональное значение слова возникает в результате его употребления в необычном контекстном окружении[1], что обуславливает его образность, то можно, с нашей точки зрения, заключить, что модальная и экспрессивная функции онтологически сопутствуют семантическим новообразованиям с окказиональным эмоционально-оценочным значением. В пользу выше сказанного также свидетельствуют данные, полученные экспериментальным путём. Так 76% информантов высоко оценили выразительный потенциал выражений, содержащих лексические средства репрезентации речевой эмоциональной оценки.

Исследование, проведённое на материале информационных текстов современных русскоязычных печатных изданий, указывает на усиливающуюся в последние годы тенденцию, связанную с выражением речевой оценки с помощью лексических средств, содержащих в своей смысловой структуре элемент аллюзии, как литературной, так и социально-исторической:

***Гуманный** Альбион. Б.Березовского арестовали. Но тут же отпустили под залог.* (Известия 26.03.03)

«*Если понаблюдать за этими «**цветочными**» революциями, - сказал Назарбаев, - мы видим, что пришедшие к власти силы пытаются снова перераспределить, переприватизировать и себе прихватить*». (РГ 05.08.05)

В данном случае эмоциональная оценка на фоновом уровне проявляется в использовании эмотемы, основанной на опыте эмоционального переживания, сопряжённого со знанием прецедентного источника или ситуации, а на тональном – в доминирующем положении эмоциональной оценки в комплексе прагматических задач адресанта текста.

Анализ фактического материала указывает на то, что в газетных текстах информационной жанровой группы данный вид речевой эмоциональной оценки

---

[1] Данный фактор является обязательным для проявления у слова окказионального значения, но не единственным [См. Назарова 1982: 155-165].

преимущественно используется в заголовках и заголовочных комплексах, что, по-видимому, обусловлено комплексом жанрообразующих факторов, а также тем, что, занимая сильную позицию в тексте, заголовок относится к тем композиционным элементам текста, которые привлекают повышенное внимание читателей при первом знакомстве с публикацией.

На основании данных, полученных экспериментальным путем, возможно заключить, что процесс интерпретации подобного эмоционально-оценочного компонента управляется комплексом лингвистических и экстралингвистических факторов и обнаруживает прямую зависимость от лексикона интерпретатора, его социального и информационно-культурного фонда и является составной частью механизма понимания информационного текста газетно-публицистического стиля. Таким образом, если реципиенту доступно только буквальное, линейное восприятие текста, содержащего речевую эмоциональную оценку, основанную на прецедентном высказывании или ситуации, то можно говорить о неадекватной интерпретации текста воспринимающим.

К наиболее частотным (74,71%) лексическим средствам реализации языковой эмоциональной оценки в русскоязычных газетных информационных текстах относятся эмоционально-оценочные слова широкой семантики (как функционально и/или стилистически окрашенные, так и нет), ведущую позицию среди которых занимают качественные прилагательные (51,85%):

В Лондоне совершена ***варварская террористическая атака****, которая, как теперь уже совершенно ясно, специально приурочена к открытию саммита «восьмёрки»* (РГ 08.07.05)

Отдельную экспрессивную группу лексических средств репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетного информационного текста составляют иноязычные заимствования, при рассмотрении использования которых возможно отметить три почти равно-представленные тенденции: во-первых, обращает на себя внимание группа слов англо-французской этимологии (*напр. в алармистском свете, торпедировать отношения, патовая ситуация, клинч, пиар технологии)*, предметно-логическое значение которых (как в исходном языке, так и в русском) осложнено дополнительными эмоционально-оценочными коннотациями; во-вторых, выделяется группа многозначных заимствованных слов, изначально входящих в разряд историзмов, и употребляемых в информационных газетных сообщениях политического толка преимущественно в данном значении *(напр. аншлюс, бонза, триумвират)*; в-третьих, в ходе изучения фактического материала была обособлена группа слов, заимствованных из языковых семей государств членов СНГ (напр. *свядомый оппозиционер, Незалежная, самостийная республика)*. Как показывает анализ употребления данной лексической группы в русскоязычных газетных информационных текстах, её семантическая

адаптация чаще всего связана с изменением объёма понятия, с развитием переносного значения, а также часто с нивелировкой её положительных эмоционально-оценочных коннотаций.

Лексико-стилистическое исследование русскоязычной прессы показало, что фразеологические единицы также активно используются в качестве средства репрезентации эмоционально-оценочного компонента газетного информационного текста. В целях усиления оценки, онтологически присущей фразеологизмам, используются приёмы трансформации ФЕ, наиболее частотным из которых является приём изменения состава ФЕ (61,5%):

СЛОН в яблоках. ***Войдя в посудную лавку российской политики****, СЛОН заявил о себе как о политическом тяжеловесе.* (Известия 16.10.02)

Почём «хунта» лиха? (РГ 16.04.02)

Ресурсы фразеологии для реализации речевой эмоциональной оценки используются в исследуемой текстовой группе незначительно, что происходит преимущественно за счёт приёма переосмысления некоторых книжных ФЕ:

Удар*ная волна. Скинхеды* ***избили*** *журналистов.* (Известия 24.12.02)

Основываясь на результатах психолингвистического исследования, следует отметить, что наиболее эффективным в плане оказания эмоционального воздействия на получателя информации (76%) в данном случае является использование лексических средств речевой эмоциональной оценки и антропонимов с привлечением языковой игры и широко известных аллюзий:

Мишеловка*.* ***Михаил Касьянов*** *приобрёл дачу* ***Михаила Суслова*** *и может разделить участь* ***Михаила Ходорковского****.* (Известия 12.07.05)

Кукес *без масла. «Сибнефть» приостановила слияние с «ЮКОСом».* (Известия 29.11.03)

Таким образом, анализ специфики репрезентации эмоционально-оценочного компонента русскоязычных информационных газетных текстов с помощью лексико-фразеологических средств показал, что выбор данных эмоционально-оценочных средств координируется понятием вертикальной и горизонтальной градации плотности эмоционально-оценочной ткани информационных газетных текстов. Таким образом, проправительственные (например, Российская Газета) и оппозиционные издания (например, Независимая Газета, Правда) оказываются на противоположных полюсах оси горизонтальной градации, где последние допускают использование максимального количества эмоционально-оценочных лексико-фразеологических средств. На оси вертикальной градации, идущей от базовых к периферийным жанрам информационного подстиля газетно-публицистического стиля, противопоставляются жанр хроникальной заметки и жанр информационной статьи или информационного интервью.

В ***заключении*** диссертации обобщаются основные теоретические и практические результаты работы, сообщаются результаты исследования

англоязычных и русскоязычных газетных информационных текстов, намечаются перспективы дальнейших исследований.

Основной вывод заключается в том, что в информационных газетных текстах английской «качественной» прессы доминирующее положение занимает эксплицитно выраженный эмоционально-оценочный компонент, репрезентированный лексико-фразеологическими средствами языковой эмоциональной оценки, в то время как в русскоязычных информационных газетных текстах доминирующее положение занимает имплицитно выраженный эмоционально-оценочный компонент, репрезентированный лексико-фразеологическими средствами речевой эмоциональной оценки.

Отмечая сближение публицистического и информационного подстилей на фоне экспрессивной либерализации газетной речи, следует констатировать наличие эмоциональной оценки в англоязычных и русскоязычных текстах информационной жанровой группы, что обусловлено универсальными изменениями, затрагивающими парадигму газетно-публицистического стиля, и сопряжено с общеязыковой тенденцией к интенсификации высказывания на фоне его усиливающейся информативной плотности.

Среди универсальных характеристик выбора лексико-фразеологических средств, репрезентирующих эмоционально-оценочный компонент как англоязычного, так и русскоязычного информационного подстиля газетно-публицистического стиля, представляется оправданным отметить, что данный выбор: 1) детерминирован идеолого-прагматической ориентацией источника информации, что отражается горизонтальной градацией плотности эмоционально-оценочной ткани текстов информационной жанровой группы; 2) ограничен жанровой спецификой, что отражается вертикальной градацией плотности эмоционально-оценочной ткани текстов информационной жанровой группы.

Анализ результатов психолингвистического исследования показал, что адекватная интерпретация эмоционально-оценочного компонента информационного газетного текста напрямую связана с наличием общей для адресанта и адресата информационной базы, зависит от лексикона получателя информации и во многом обусловлена актуальностью передаваемой информации и экспрессивностью лексико-фразеологических средств, реализующих эмоциональную оценку.

Настоящее исследование, вероятно, может быть расширено и углублено на основании данных анализа фактического материала и других неблизкородственных языков. Однако вывод о значимости лексических (в том числе и фразеологических) средств в репрезентации эмоционально-оценочного компонента информационного газетного текста может сталь базой для дальнейших научных поисков в изучении прагматического аспекта данной текстовой группы.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Присяжнюк Т.А. Эмоционально-оценочный аспект публицистической речи на примере английской прессы / Т.А. Присяжнюк // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: сб. н. ст. – Саратов: Изд-во «Научная книга», 2004. – Вып.2. – С. 60 – 64.
2. Присяжнюк Т.А. Тенденции взаимопроникновения функциональных стилей в сфере речевой коммуникации на примере русской и английской периодики / Т.А. Присяжнюк // Современные коммуникативные практики: материалы международной научно-практической конференции. – Саратов: Изд-во «Научная книга», 2004. – С. 145 -150.
3. Присяжнюк Т.А. Газетный стиль в системе функциональных стилей английского языка / Т.А. Присяжнюк // Актуальные проблемы лингвистического образования: теоретический и методологический аспекты: сб. материалов международной научно-практической конференции. – Самара: Изд-во СГА, 2005. – С. 224-228.
4. Присяжнюк Т.А. Использование лексических средств выразительности в создании эмоционально-оценочного аспекта в газетно-публицистическом и научном стилях / Т.А. Присяжнюк, М.П. Захарова // Лингвометодические проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе: межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во СГУ, 2005. – С. 59-62.
5. Присяжнюк Т.А. Проявление экспрессивности в текстах русскоязычных газет / Т.А. Присяжнюк // Лингвометодические проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе: межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во СГУ, 2006. – С. 69-73.
6. Присяжнюк Т.А. Специфика проявления эмоциональной оценки в информационном подстиле газетно-публицистического стиля / Т.А. Присяжнюк // Вестник Саратовской государственной академии права. 2006. – Вып. 5 (50). – С. 206-208.