

2. Державний комітет статистики України. Всеукраїнський перепис населення 2001. Про кількість та склад населення Донецької області за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/estimated/donetsk>.
3. Донецька обласна державна адміністрація. Інформаційний простір області. Управління інформаційної політики та з питань преси Донецької облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://donoda.gov.ua:81/main/ua/199.htm>.
4. Воронова О.А. Динамика типологической структуры региональной прессы / О.А. Воронова // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2000. – № 5. – С. 3-23.
5. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text/62.htm>.
6. Дяченко М.Д. Преса запорізького регіону другої половини ХХ – початку ХХІ ст.: типологія, характеристика, жанрові домінанти: дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 / М.Д. Дяченко. – Запоріжжя, 2010. – 269 с.
7. Карась М.А. Регіональна преса в демократичному суспільстві (на прикладі періодики США): автореф. дисс. ... канд. філол. наук: спец. 10.01.08 «Журналістика» / М.А. Карась. – К., 1999. – 13 с.
8. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки / В. Кулик. – К.: Критика, 2010. – 656 с.
9. Лукина М.М. Новая жизнь старых газет: как пресса приспосабливается к новому читателю / М.М. Лукина // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 3. – С. 52-59.
10. Украинская пресса: данные и тенденции 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://airpu.org/?area\\_id=46](http://airpu.org/?area_id=46).

## ЯЗЫКОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ КАТЕГОРИИ ОЦЕНКИ В ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТАХ

© Нетреба М.М.\*

Мариупольский государственный университет, Украина, г. Мариуполь

В статье рассматриваются вводные единицы (их функции и значение, оформление внутри предложения) как один из способов выражения категории оценки в современных публицистических текстах.

**Ключевые слова:** оценка, субъективная модальность, вводные слова, вводные сочетания слов, вводные предложения.

---

\* Старший преподаватель кафедры Социальных коммуникаций (филологический факультет), кандидат филологических наук.

Категория оценки относится к одной из наиболее дискуссионных проблем современной лингвистики. Понятие оценки пришло в лингвистику из логики, где под логикой оценки понимается раздел, изучающий логическую структуру и логические связи оценочных высказываний. Логика оценки, являющаяся ветвью модальной логики, состоит из логики абсолютных оценок, формулируемых обычно с помощью понятий «хорошо», «плохо», «(оценочно) безразлично», и логики сравнительных оценок, в которых используются понятия «лучше», «хуже» и «равноценно» [5, с. 140].

В современном языкознании существуют различные подходы к рассмотрению категории оценки. Кожина М.Н. [4], Стернин И.А. [11] характеризуют оценку как составляющую лексического значения слова. Маркелова Т.В. [8], Пермякова Т.М. [9] придают оценке категориальный статус. Бондарко А.В. [13] определяет оценку как периферию функционально-семантических полей модальности. Арутюнова Н.Д. [1], Вольф Е.М. [2], Лопатинская Л.В. [7] считают оценку видом субъективной модальности. Мы придерживаемся точки зрения В.Н. Телия [12], составителей Лингвистического энциклопедического словаря [6], Русской грамматики-80 [10] о том, что оценка есть сущность субъективной модальности.

Тертычный А.А., определяя оценку в журналистике, очевидно, базируется на второй части указанного выше определения: «установление соответствия или несоответствия тех или иных явлений потребностям, интересам, представлениям (критериям оценки) тех или иных людей» [14, с. 28]. Разница в определениях заключается в том, что в философском словаре оценка моральная устанавливает соответствие или несоответствие поступков требованиям нравственности (моральной норме), а А.А. Тертычный говорит об установлении соответствия потребностям, интересам, представлениям читателей. То есть журналист должен уметь достоверно, убедительно оценить явление для себя и для окружающих. Далее в своей работе «Жанры периодической печати» тот же автор дает упрощенное определение оценки: «оценка – это отношение человека к анализируемому предмету», которое фактически полностью совпадает с определениями субъективной модальности в Русской грамматике-80 и Лингвистическом энциклопедическом словаре.

Подобным же образом, как «положительное или отрицательное отношение людей (человека) к сообщаемому (то есть ценностное отношение к объекту)» определена оценка в работе А.А. Ивина с конкретным указанием на вид оценки [3, с. 71]. Если суммировать сущность всех данных определений, то общим для них является указание на отношение говорящего к сообщаемому.

Таким образом, содержание понятий «оценка» и «субъективная модальность» является фактически тождественным, хотя семантический объем понятия «субъективная модальность» значительно шире, чем семантический объем понятия «оценка».

Отображая актуальные проблемы современной общественной жизни, тексты публицистического стиля имеют широкий спектр языковых средств, проявляющих яркую экспрессивность и оценочность:

- специальный лексико-грамматический класс слов, а также функционально близкие к ним словосочетания и предложения; модальные слова, словосочетания и предложения обычно занимают в составе высказывания синтагматически автономную позицию и функционируют в качестве вводных единиц для оформления разноаспектных интеллектуальных (логических) и эмоциональных оценок сообщаемого;
- специальные модальные частицы;
- междометия;
- специальные интонационные средства;
- порядок слов;
- специальные конструкции – специализированные структурные схемы предложения или схемы построения его компонентов.

В данной статье рассматривается употребление в современных публицистических текстах вводных элементов как одного из способов выражения категории оценки.

Вводные слова, словосочетания и предложения выражают авторское «отношение к сообщаемому или его характеристику: экспрессивную реакцию на сообщение; ... характеристику сообщаемого с точки зрения его связей и отношений, достоверности или недостоверности; по характеру протекания во времени; отнесение сообщения к его источнику» [10, с. 228-229].

Семантическую основу вводных элементов образует значение оценки, причем ее логический (интеллектуальный) характер часто осложняется эмоционально-экспрессивным созначением.

С помощью вводных слов и словосочетаний автор может выразить свои чувства в связи с сообщением:

- радость, одобрение, положительную оценку: ***К счастью**, выход из этих неприятных ситуаций найден в Донецком регионе, появились металлические пирамиды, предназначенные для сбора пластикового мусора* [КП, 08.09.2006];
- сожаление, неодобрение, отрицательную оценку: ***К сожалению**, консорциум «Приднестровья» пока не получил от государства ответа на свое предложение о мировом соглашении* [2000, 27.01.2006];
- удивление, недоумение: ***Просто удивительно**, что намокишая одежда не потянула малыша на дно* [Ф, 28.04.2006];
- любопытство: ***Любопытно**, что должно произойти в Украине, чтобы нацистская, ксенофобская, антисемитская литература исчезла с лотков на улицах наших городов, в том числе столицы? Неужели нужен «удар грома», подобный грянувшему в синагоге на Большой Бронной?* [2000, 18.01.2006].

Исходя из тематической заданности статьи и своей коммуникативной интенции, автор может высказывать разные предположения о степени достоверности / вероятности сообщаемого. Этому способствует употребление в высказываниях вводных слов и словосочетаний *безусловно, вероятно, по-видимому, вне сомнения, разумеется, кажется, надеюсь, пожалуй, в самом деле, конечно, несомненно, возможно* и др.: **Вне сомнения**, газ по 50 долларов за тысячу кубометров ныне можно считать практически дармовым [2000, 27.04.2006].

С помощью слов и словосочетаний *слышно, известно, как мы уже сообщали, по информации, по (некоторым) сведениям, по-моему, на мой взгляд, по данным ..., по словам ...* и др. автор объективизирует излагаемое указанием на его источник: *История та закончилась, как известно, ничем, никто не признал деньги своими* [2000, 07.04.2006].

Старания автора подобрать такую форму высказывания мысли, чтобы его лучше поняли, достигаются употреблением вводных слов и словосочетаний *иначе говоря, собственно говоря, вернее, точнее, другими словами, лучше сказать, иными словами* и др.: **Иными словами**, вред лишних килограммов неэстетичным внешним видом не ограничивается, а часто приводит людей в кабинет врачей [2000, 24.02.2006].

С помощью вводных слов и словосочетаний *видите ли, поймите, признаться, представьте, послушайте, заметьте, согласитесь* и др. автор акцентирует те или иные моменты излагаемого с целью привлечь внимание читателя или вызвать его определенную реакцию: **Согласитесь**, после столь напряженной работы можно потерять интерес к предложению денег, и даже к спору [2000, 24.02.2006].

Вводные предложения выполняют ту же функцию и имеют те же значения, что и вводные слова и словосочетания. В публицистических текстах распространены следующие грамматические типы вводных предложений:

- двусоставные предложения *я знаю, вы помните, как сообщают газеты, я думаю, он полагал, как сейчас помню, вы знаете* и т.п.: **Однако, как мы уже отмечали**, спикерское кресло – один из бонусов при оформлении власти [2000, 17.03.2006];
- односоставные неопределенно-личные предложения *ему сказали, как говорили, как мне пишут, говорили о нем* и т.п.: **Не переставая преследовать Александрову, артист, как говорят, встречается с другой женщиной** [КП, 24.10.2006];
- односоставные безличные предложения *думалось мне, казалось мне, как говорится, само собой разумеется, как нам стало известно, модно полагать, как мне казалось* и т.п.: **Общество, насколько известно, ничего подобного за прошедшее время не одобрило** [2000, 27.01.2006].

Вводные предложения включаются в основное предложение как с помощью союзов и союзных слов, так и без них: **Как утверждают ученые**,

*опасной считается окружность талии, равная или превышающая 80 см у женщин и 92,5 см у мужчин [2000, 24.02.2006].*

Союзные средства, участвующие в оформлении вводных предложений, не выражают отношений, реализуемых аналогичными союзами в сложных предложениях, построенных по принципу подчинения.

Позиция вводного компонента предложения, при всей его потенциальной подвижности, регулируется целенаправленностью оценки. Если объектом оценки является содержание предложения в целом, то вводный компонент обычно стоит в начале или в конце высказывания: ***Образно говоря**, заболевания суставов лишь вершина айсберга, в основе которого – нарушение работы основных систем организма* [КП, 10.02.2006].

Если вводный компонент ориентирован на определенное слово, то в этом случае он занимает контактную позицию по отношению к этому слову: *Поэтому, **откровенно говоря**, непонятно, экспертизу чего проводила СБУ во время Турчинова и экспертизу чего собирается проводить Генпрокуратура сейчас* [2000, 03.02.2006].

Рассмотрение употребления в современных публицистических текстах вводных элементов как одного из способов выражения категории оценки позволяет сделать следующий вывод. С помощью вводных слов, вводных сочетаний слов и вводных предложений автор: выражает различные эмоциональные оценки; уточняет степень достоверности сообщаемого; объективирует излагаемое указанием на его источник; характеризует способ оформления мысли, маркируя словесную форму, более (или менее) адекватную сущности обозначаемого; распределяет композиционно-смысловые акценты в высказывании; акцентирует те или иные моменты излагаемого с целью привлечь внимание читателя или вызвать его определенную реакцию.

### **Список литературы:**

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М., 1988. – 341 с.
2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – М., 1985. – 228 с.
3. Ивин А.А. Основания логики оценок / А.А. Ивин. – М., 1970. – 230 с.
4. Кожина М.Н. Стилистика русского языка / М.Н. Кожина. – М., 1983. – 223 с.
5. Кондаков Н.И. Логический словарь / Н.И. Кондаков. – М., 1971. – 637 с.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М., 1990. – 685 с.
7. Лопатинская Л.В. Семантико-синтаксический аспект обращения с модальной оценочностью: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 1997. – 22 с.
8. Маркелова Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке: автореф. дисс. ... док. филол. наук. – М., 1996. – 45 с.

9. Пермякова Т.М. Динамика соотношения категорий оценки и аргументации в газетных текстах 1980-1990-х гг. под влиянием социальных факторов (на материале газет русского и английского языков: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Пермь, 1997. – 22 с.

10. Русская грамматика. – Т.2. Синтаксис / Ред. коллегия Н.Ю. Шведова и др. – М., 1980. – 709 с.

11. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи / И.А. Стернин. – Воронеж, 1985. – 171 с.

12. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В.Н. Телия. – М., 1986. – 142 с.

13. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность / Отв. ред. А.В. Бондарко. – Л., 1990. – 263 с.

14. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный. – М., 2000. – 312 с.

## **СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ**

**© Попова В.В.\***

Мариупольский государственный университет, Украина, г. Мариуполь

В статье рассматриваются социально-психологические и культурные черты личности и особенности современных массово-информационных процессов как факторы формирования имиджа профессии и профессионального самоопределения молодежи. В этом аспекте на материале анкетирования школьников города Мариуполя выделяются особенности восприятия молодыми людьми современных средств массовой информации.

**Ключевые слова:** средства массовой коммуникации, профессиональное самоопределение молодежи, аудитория СМИ, интернет-СМИ, информационные запросы молодежи, массово-информационные процессы.

Современные средства массовой коммуникации выступают одновременно субъектом и объектом коммуникационных потоков как локального, так и мирового информационного пространства, мощным элементом формирования информационной парадигмы современности. Не случайно они являются одним из основных факторов социализации личности на протяжении всей ее жизни. Особенно это актуально для формирования мировоззрения молодежи, уровня ее культуры, этикета, эрудиции и интеллекта. Приня-

---

\* Ассистент кафедры Социальных коммуникаций, аспирант.