

## ПЕЯРАТЫЎНАЯ ЛЕКСІКА СУЧАСНАЙ ГАЗЕТЫ

Шунейка В. В.

*старшы выкладчык кафедры беларускай філалогіі і сусветнай літаратуры  
УА “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”  
(Рэспубліка Беларусь, г. Мінск)*

У цяперашні час сфера масмедыя з’яўляецца актыўным сродкам уплыву на грамадскую свядомасць. Як адзначаюць навукоўцы, “у СМІ функцыя ўздзеяння, пераканання пачынае выцясняць астатнія моўныя функцыі, і сродкі масавай інфармацыі пераўтвараюцца ў сродкі масавага ўздзеяння” [1, с. 11]. І галоўную ролю ў рэалізацыі гэтага ўздзеяння ў медыйных тэкстах адыгрывае экспрэсіўнасць, бо менавіта гэтая лінгвістычная катэгорыя вызначае патэнцыяльную магчымасць любога тэксту аказваць пэўнае ўздзеянне на свядомасць і паводзіны адрасата – атрымальніка інфармацыі.

Асноўнай крыніцай экспрэсіўнасці ў шырокім сэнсе з’яўляецца фактар ацэнчанасці, які выступае ў проціпастаўленні інтэлектыўнаму характару мовы інфармацыйных паведамленняў. Устаноўка на ацэнчанасць выкладу – адна з вызначальных у мове газеты.

Характарызуючы ацэнчанасць мовы газеты, важна адзначыць, што гэты прынцып мае не толькі і не столькі індывідуальны, а і сацыяльны характар. Сацыяльная значнасць слова ў мове газеты выражаецца, з пункту погляду вытворцы маўлення, у тым, што яно належыць не толькі аўтару, але і рэдакцыі.

Як вядома, ацэнка можа быць меліяратыўнай (станоўчай), пеяратыўнай (адмоўнай) і нейтральнай (нулявой). Адмоўная ацэнка можа выражацца праз семантыку слова, праз ужыванне слова з пераносным значэннем і праз афіксацыю.

Найбольш выразна перадаюць экспрэсію словы стылістычна маркіраваныя, найчасцей з выразнай адмоўнай ацэнкай. Увядзенне іх забяспечвае аўтарскую ацэнку чалавека, абставінаў, сацыяльных умоў і г.д. Журналіст паведамляе пра людзей, факты, падзеі паўсядзённага жыцця, грамадскіх, палітычных сілах, якія ўдзельнічаюць у ім. Пры гэтым абавязкова дае ўсяму гэтаму ідэйную, палітычную трактоўку, эмацыянальна-экспрэсіўную ацэнку, з тым каб максімальна эфектыўна ўздзейнічаць на адрасата тэксту, на яго светаразуменне, свядомасць, настрой, на яго ўспрыманне зместу публіцыстычнага тэксту.

Для таго, каб падкрэсліць адносіны аўтара да асобы, прадмета ці іх якасцяў, уласцівасцяў, дзеянняў, для размоўнай лексемы з пеяратыўнай ацэнкай (у дадзеным выпадку **пляжыць** – ‘сячы, нішчыць; глуміць’ [ТСБЛМ, с. 482], лексемы **прынудзілаўка**, **“чарнуха”** і **пакарпець** тлумачацца кантэкстам) дастаткова стылістычна нейтральнага макра- ці мікракантэксту: *А ўсё таму, што не меншае ў нас нацыянальных нігілістаў і, на жаль, зноў большае ахвотнікаў пляжыць усё беларускае, адмаўляць беларусам у праве на культуру, вартую сусветных дасягненняў (ЛіМ, 18.07.1997); Цяперашняя ж мая мара, каб глядачы хутчэй стаміліся ад рэаліці-шоу, “чарнухі” – і павярнуліся да*

праграм, якія паказваюць чалавека і яго ўнутраны свет, і навучыліся не глядзець, а бачыць, слухаць і чуць (Культура, 21-27.01.2006); Любому з нас (мне асабліва – зусім нядаўна скончыла школу) знаёма “**прынудзілаўка**”: абавязковы ўдзел у масавых мерапрыемствах, праца на карысць *alma mater*, вырабы да святаў (Настаўніцкая газета, 3.10.2002).

Часам у публіцыстычным радку выкарыстоўваюцца словы з асабліва высокай канцэнтрацыяй ацэнкі, гэта так званая прастамоўная лексіка, якая мае адценне грубасці, фамільярнасці, вульгарнасці. Такое ўжыванне патрабуе разгляду дарэчнасці ў кожным асобным выпадку. Выключна негатыўная ацэнка такіх лексем у газетных тэкстах часта ўваходзіць у супярэчнасць з рэальнай маўленчай практыкай. Наўрад ці можна ўпікнуць у адсутнасці маўленчай культуры журналістаў, якія, не губляючы пачуцця меры, выкарыстоўваюць словы і звароты прастамоўнага паходжання для дасягнення эфекту выразнасці. Напрыклад: *З кім, у рэшыце рэшт, “гэтая творчая інтэлігенцыя”, пра якую кажуць, што яна пастаянна інтрыгуе дзеля сваіх **шкурных** інтарэсаў? Вядома, што гаворка ідзе пра невялікую, але добра фінансуюмую групу гарлапанаў, якія збіваюць з толку недасведчаных* (ЛіМ, 24.04.1998). Матываванасць выкарыстання гэтых лексем у публіцыстычным кантэксце абумоўлена, на нашу думку, адсутнасцю ў беларускай літаратурнай мове сіноніма-эквівалента.

Прынцып сацыяльнай ацэначнасці, сацыяльнай значнасці мовы газеты вызначае шмат у чым адбор маўленчых сродкаў, закліканых выражаць не індывідуальную, а, перш за ўсё, сацыяльную ацэнку фактаў, з’яў, здарэнняў. Таму назіраецца і ўжыванне лексем з пераносным значэннем для якаснай адмоўнай характарыстыкі асоб, прадметаў, з’яў: *На беларускай безамбітнасці паразітуе **хеўра чыноўнікаў**, якія прадаюць нашу краіну оптам і ў розніцу, і пры тым яшчэ сцвярджаюць, што ў нас нічога няма і ніколі не было – а значыць, незалежнасць не для нас, толькі на Маскву спадзяванні* (ЛіМ, 18.08.1995); -- *Зграі нейкіх дзікіх **падлеткаў**, -- амаль з адчаем патлумачыў сваяк. – Нап’юцца, нечага накурацца – і давай усё пэцкаць, ламаць у нейкім шаленстве* (ЛіМ, 9.05.1997). У гэтых сказах замест стылістычна нейтральнага слова **група** выкарыстоўваюцца характарыстычныя лексемы **зграя** (‘банда, шайка’ [ТСБЛМ, с. 238]) і **хеўра** (‘група людзей, якія аб’ядналіся для разбою, злачынства’ [ТСБЛМ, с. 721]) з пераносным значэннем, якія маюць памету *пагардлівае*. Менавіта выбар адпаведнага слова, яго семантыка і выяўляе недвухсэнсоўнае стаўленне не толькі асабіста аўтара да зместу выказвання, а грамадства ў цэлым: “Выбар таго ці іншага слова ў публіцыстыцы – зусім не проста фармальнае рашэнне; ад таго, якое слова выбірае журналіст для абазначэння пэўнай рэчы вельмі часта залежыць яго рашэнне на карысць таго ці іншага нюансу выказвання эмацыянальнага характару” [2, с. 69].

Паколькі газетныя артыкулы – тэксты надзённыя, нават злабадзённыя, то журналісты выкарыстоўваюць эмацыянальна-экспрэсіўную лексіку з адпаведным суфіксам для выяўлення аўтарскага стаўлення да з’яў рэчаіснасці. Увядзенне такіх лексем у кантэкст, які адпавядае пэўнай задуме, дае

магчымасць журналісту выразіць уласныя адносіны да абазначанай рэаліі. У пераважнай большасці гэта пеяратыўная, адмоўная ацэнка: *Капрызлівы, але з годнасцю галасок пераконваў прысутных: здароўе – перадусім, няхай мацуецца здароўе, хоць сабе й загіне ўвесь свет, Ацілія дробна пераступаў ножкамі, дазваляючы сябе распранаць ды апранаць* (ЛіМ, 6.06.1997). Назоўнік з памяншальна-ласкальным суфіксам **-ок-** падкрэслівае інфантальнасць галоўнага героя п'есы, дазваляючы чытачу ўбачыць адпаведнае (тут іранічнае, неадабральнае) стаўленне аўтара.

Прынцып сацыяльнай ацэначнасці мовы газеты праяўляецца не толькі ў пераважным выбары моўных сродкаў ацэначнай афарбоўкі, а і ў тым, што само ўнутрыстылявое развіццё публіцыстыкі вядзе да набыцця многімі адзінкамі мовы сацыяльна-ацэначных якасцей: *Ды і самі, упэўнена, можаце прывесці не адзін прыклад, калі **сынок**, які вывучыўся за грошы бацькоў, лёгка і бесклапотна “змарнаваў” дадзенае імі: кінуў універсітэт ці работу і швэндаецца без справы, а бацькі зноў валакуць-цягнуць яго на сабе* (Звязда, 24.08.2005); *У кожным раёне, у кожнай гаспадарцы, на кожным прадпрыемстве – свой удзельны **князёк*** (ЛіМ, 28.07.1998); *Як катэгарычна! (Такіх сентэнцый можна прапанаваць процьму). Ускочыўшы на **канька** і памахаўшы шабелькай, такое не давядзеш і нікога не перакнаеш* (ЛіМ, 27.02.1998). Суфікс **-ёк-** у лексемах **князёк**, ужытай з пераносным сэнсам, і **канёк** перадае іранічныя адносіны аўтараў да названых рэалій, што і выражае неадабральную афарбоўку зместу ўсяго выказвання.

Для выражэння ацэнкі сучаснага жыцця (грамадскага ці асабістага) выкарыстоўваюцца метафарычна ўжытыя прозвішчы палітычных або гістарычных дзеячаў. Пры гэтым адзначаецца тэндэнцыя набыцця такімі словаформамі экспрэсіўных адценняў неадабральнасці, іроніі, пагардлівасці. Выкарыстаныя ў медыйных тэкстах у агульным значэнні антрапонімы часта ўжываюцца ў форме множнага ліку, пішуцца з малой літары, маюць памяншальны суфікс, што можна інтэрпрэтаваць як яўнае выражэнне негатыўнай ацэнкі: *Спосаб другі: **няздатнасць** у сферы грамадскай кампенсаваць бурнай дзейнасцю на глебе вытворчай ці бытавой. Трэба ж недзе і нечым сцвердзіцца. Вось чаму нашым хатнім **напалеончыкам** упоперак лети не станавіцца...* (ЛіМ, 4.04.1997).

У газетных тэкстах назіраюцца выпадкі, калі адна і тая ж эмацыянальна-экспрэсіўна афарбаваная адзінка ў залежнасці ад кантэксту можа змяняць адценне свайго стылістычнага значэння. Параўнаем два сказы: *Зацяганае і немузычнае **слоўка** “экслюзіўны”, але ж, бадай, акурат яно трапна вызначае характар стасункаў творцы і выканаўцаў, для якіх кампазітар і рабіў гэтую канкрэтную мастацкую працу* (ЛіМ, 28.03.1997); *На тое і прыпеўкі, каб даць волю трапнаму народнаму **слоўку**, смачнаму каламбуру, але пры гэтым, што прыемна, безгустоўшчыны ў сёлетніх выступленнях не было* (ЛіМ, 20.06.1997). Відавочна, што ў першым сказе лексема **слоўка** мае неадабральную, а дакладней, іранічную афарбоўку, якая ствараецца і пры дапамозе суфікса **-к-**, што далучаецца да стылістычна нейтральнай лексемы **слова**, і якая ўзмацняецца

дапасаваным да назоўніка размоўным прыметнікам *зацяганае* і нейтральным прыметнікам *немузычнае*, ужытым з пераносным значэннем. У другім прыкладзе лексема *слоўка* мае станоўчае, ласкальнае адценне, што падкрэсліваецца супрацьпастаўленым яму размоўным словам *безгустоўшчына*, якое выразна мае адценне неадабральнасці. Як бачым, на іранічна-неадабральную ці пагардлівую афарбоўку выказвання часцей паказвае не толькі выкарыстанне словаформ з памяншальным суфіксам, але і азначэнне да яго, сінтаксічная будова фразы, шырокі кантэкст выказвання.

Такім чынам, можна зрабіць выснову, што экспрэсіўная лексіка з пярэтыўнай афарбоўкай з'яўляецца дзейным сродкам выражэння аўтарскай і/ці сацыяльнай ацэнкі пэўных рэалій у газетнай публіцыстыцы.

---

1. *Ильясова, С.В.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. – М. : ФЛИНТА: Наука, 2013. – 296 с.

2. *Костомаров, В.Г.* Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. – М. : Изд-во МГУ, 1971. – 266 с.

3. *Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы* / пад рэд. М.Р. Судніка, М.Н. Крыўко. – 3-е выд. – Мінск : БелЭн, 2002. – 784 с.