Куликова В. А. Особенности формирования адгерентной негативной оценочности медийных новообразований / В. А. Куликова // Научный диалог. — 2020. — № 5. — С. 97—112. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-5-97-112.

Kulikova, V. A. (2020). Formation of Adherent Negative Assessment of Media Neologisms. *Nauchnyi dialog*, 5: 97-112. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-5-97-112. (In Russ.).

УДК 811.161.1'373.612:070

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-5-97-112

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АДГЕРЕНТНОЙ НЕГАТИВНОЙ ОЦЕНОЧНОСТИ МЕДИЙНЫХ НОВООБРАЗОВАНИЙ¹

© Куликова Валентина Александровна (2020), orcid.org/0000-0001-7394-641X, ResearcherID AAN-9379-2020, аспирант, младший научный сотрудник, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского» (Россия, Нижний Новгород), tva94@rambler.ru.

Рассматриваются особенности формирования адгерентной негативной оценочности новообразований на материале заголовков электронных СМИ. Представлены результаты их структурно-семантического, контекстуального и прагматического анализа. Выполнено исследование основных способов формирования адгерентной негативной оценочности новообразований под влиянием узкого (контекст заголовка) и широкого (контекст целостного медийного произведения) вербальных контекстов, а также под влиянием экстралингвистических условий употребления (коммуникативно-прагматические установки автора, особенности объекта оценки, специфика системы ценностей). Делается вывод о том, что адгерентная негативная оценочность новообразований формируется в контексте за счет актуализации и интенсификации негативно-оценочных компонентов семантики производящего слова, в то же время за счет условий употребления возможна деинтенсификация оценочной семантики структурных компонентов новообразования, вплоть до нейтрализации оценочности новообразования, а также реверсия (смена знака) оценки с позитивной на негативную. Также проанализированы случаи формирования адгерентной негативно-оценочной семантики у новообразований, созданных на базе оценочно-нейтральных компонентов. Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов в журналистской практике, а также в практике преподавания вузовских курсов по морфемике, лексикологии и спецкурсов по изучению языка СМИ, прагмалингвистике.

Ключевые слова: электронные СМИ; новообразования; негативная оценочность; адгерентная оценочность.

1. Введение

Характеристики ингерентности и адгерентности применяются к широкому кругу лингвистических явлений: в науке встречаются понятия

1 Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-312-90005.

«ингерентная / адгерентная коннотация» [Полякова, 2013], «ингерентная / адгерентная экспрессивность» [Гималетдинова, 2003], «ингерентная / адгерентная оценочность» [Лукиянова, 1986], «ингерентные / адгерентные ассоциации» [Телия, 1981]. В трудах зарубежных ученых также можно увидеть термин *inherent* для описания факторов формирования оценочности и эмотивности, которым противопоставлены контекстуальные (*contextual*) факторы [Bednarek, 2006]. В целом термины *ингерентность* и *адгерентность* используются при описании прагматических свойств семантических оттенков, являющихся добавочными по отношению к денотативной семантике.

В концепции Н. А. Лукияновой ингерентная оценочность рассматривается как закрепленная «в значении данной лексемы или ЛСВ в качестве самостоятельной инвариантной семы, которая реализуется в речи в конкретных словоформах в той или иной ее аллосеме» [Лукиянова, 1986, с. 52]; адгерентная же — как оценка, актуализирующаяся «в определенном речевом акте, на фоне конкретного контекста <...> эмоциональные наслоения, оттенки, которые приобретает данная словоформа в конкретном контексте, как бы “вбирая, впитывая в себя” эмоциональный тон высказывания» [Там же].

Так, адгерентная оценочность определяется языковым окружением единицы и общим тоном высказывания, актуализируется в контексте. При этом актуален как вербальный (языковой), так и невербальный (ситуативный, экстралингвистический) контекст.

Вербальный контекст подразделяется на «широкий» и «узкий». Под «узким» обычно понимается контекст словосочетания или предложения; «широкий» трактуется как языковое окружение единицы, выходящее за рамки предложения (в том числе контекст произведения в целом) [Бархударов, 1975, с. 168].

В современных лингвистических исследованиях в рамках прагматического и дискурсивного подходов речевые единицы исследуются в аспекте употребления с учетом экстралингвистических факторов [Мошанская, 2014]. Экстралингвистический контекст включает все факторы, сопутствующие вербальной коммуникации, начиная от конкретной ситуации общения и заканчивая социокультурным фоном коммуникации [Иваненко, 2013].

Как отмечают исследователи, адгерентная оценочность возникает в рамках контекста под влиянием сочетания языковых единиц, коммуникативной ситуации; как отражение языкового сознания говорящего / пишущего и его системы ценностей, а также социальных условий употребления в целом [Стернин, 1985].

Таким образом, можно заключить, что адгерентная оценочность определяется условиями употребления единицы и зависит от ее речевого окружения (как «узкого», так и «широкого» контекста), а также особенностей языкового сознания и системы ценностей говорящего, социальных условий создания и функционирования медиатекста (экстралингвистического контекста).

2. Схемы формирования адгерентной оценочности новообразований

Цель данной статьи состоит в рассмотрении основных способов, которыми формируется негативная адгерентная оценочность медийных новообразований узуальной и неузуальной структуры. Новообразования в рамках медиа-дискурса зачастую выступают как аксиологически маркированные слова [Марьянчик, 2005], при этом в определенном контексте они могут использоваться для выражения оценки. Особенно актуально это для заголовочных новообразований, поскольку среди основных функций заголовка выделяются экспрессивная и аттрактивная (направленность на привлечение внимания) функции [Присяжнюк, 2005].

Как отмечают исследователи, модификация оценки аксиологически маркированного слова возможна по четырем основным схемам: актуализация оценки (реализация оценочных смыслов без модификации), интенсификация, деинтенсификация и смена знака оценки (реверсивная оценка) [Бугаева, 2011]. В данном случае исследователь под аксиологически маркированными словами подразумевает лексемы, обладающие потенциалом выражения негативной оценки, в семантической структуре которых оценочный компонент содержится в ядре или на периферии. Однако подобные схемы актуальны и для новообразований, созданных на базе лексики с имплицитной оценкой, которая раскрывается за счет контекста, например: (1) новообразований на базе полисемантов, одно из значений которых является оценочным, но актуализация этого значения происходит при особых условиях употребления; (2) лексем, у которых негативно-оценочный компонент семантики находится на периферии, а за счет контекста данный компонент интенсифицируется; (3) разговорных лексем, которые могут выражать негативную оценку за счет своей стилистической окраски; (4) а также новообразований с оценочно маркированными формантами. Подобные новообразования в зависимости от условий употребления могут выражать оценку более или менее явно. Также за счет контекста возможно формирование адгерентно-оценочной семантики у новообразований с оценочно-нейтральными компонентами структуры.

Исследование проведено на материале корпуса текстов интернет-СМИ 2010—2019 годов, сформированного методом сплошной выборки. Методом контент-анализа проанализированы 622 текста, в заголовках которых встречаются новообразования с негативно-оценочным значением, при этом адгерентная оценочность выявлена в 275 заголовках, остальные 347 заголовков включают в себя новообразования с ингерентной оценочностью. Заголовочные новообразования, оценочность которых имеет адгерентный характер, исследованы методами структурного, семантического анализа, а также прагматического анализа — в совокупности с условиями их употребления. В результате выявлены наиболее актуальные для данного материала контекстуальные способы формирования оценочности новообразований.

3. Формирование оценочности новообразования за счет контекстуальной актуализации коннотативной семантики производящего слова

Одним из факторов формирования оценочности новообразования является семантика производящего слова, которая контекстно реактуализируется при употреблении производного слова. Так, адгерентная оценка формируется у новообразований, созданных на базе лексем, которые в контексте приобретают переносное значение с оценочной окраской: *Суперпылесос*. В баки *Superjet 100* закачали уже около 7 миллиардов долларов. А он все не взлетает ... [НГ, 16.02.2012]. Присутствующее в данном примере новообразование создано префиксальным способом *супер* + *пылесос*, причем в контексте актуализируется не словарное значение производящего слова ('аппарат для очистки от пыли помещений, одежды, мебели и т. п.' [НСРЯ]), а метафорическое, не зафиксированное в словарях, но закрепившееся в узусе в составе клише *высасывать* / *сосать* / *тянуть деньги*, как *пылесос*. Таким образом, в контексте актуализируется оценочно маркированное значение производящего слова, за счет этого формируется негативная оценочность новообразования.

Такой вариант формирования адгерентной оценки характерен также для новообразований, созданных незуальными способами. В заголовке новообразование незуальной структуры функционирует как экспрессивный знак, служит для привлечения внимания, а в определенном контексте может использоваться для выражения оценки. При этом ученые отмечают, что лексическое значение подобных новообразований носит вероятностный характер и конкретизируется контекстом [Лыков, 1976, с. 19].

Одним из актуальных незуальных способов создания медийных новообразований является контаминация — совмещение формально схожих частей узуальных слов в составе новообразования. Семантика контаминированного новообразования расплывчата, нечетка из-за его нестандартной, иногда не до конца ясной вне контекста структуры, поэтому большое значение имеет интерпретация, которая во многом зависит от условий употребления: *Умопомротчительный разрыв. Россию обогнали по уровню минимальных зарплат беднейшие страны Евросоюза* [МК, 14.02.2017] — новообразование создано путем тмезиса *умопомрачительный* ‘необычайный по силе, степени, чрезвычайный’ [ТСРЯ] (прилагательное может употребляться для выражения или интенсификации как положительной, так и отрицательной оценки, ср.: *умопомрачительный восторг, умопомрачительный провал*) + *МРОТ* (аббревиатура со значением ‘минимальный размер оплаты труда’, включенная в новообразование путем написания строчными буквами). Семантику новообразования *умопомротчительный* сложно сформулировать, исходя из узкого контекста заголовка, читатель, вероятнее всего, сможет лишь распознать, на базе каких лексем оно было создано. Однако при прочтении текста можно выявить, что заголовок *Умопомротчительный разрыв* обозначает ‘чрезвычайно большой разрыв в уровне минимального размера оплаты труда (в данном случае — между Россией и странами Евросоюза)’, что можно характеризовать как имплицитную негативную оценку. В контексте актуализируется негативно-оценочный потенциал производящего слова *умопомрачительный*, незуальный способ словообразования выступает как фактор экспрессивизации. В данном примере контаминированное новообразование приобретает негативно-оценочное значение в контексте.

Таким образом, в контексте могут актуализироваться негативно-оценочные оттенки семантики производящего слова узуальным и незуальным способами, при этом последний становится дополнительным фактором усиления негативной экспрессивности.

4. Формирование оценочности новообразования как результат контекстной интенсификации оценочной семантики производящего слова

В контексте оценочная семантика производящего слова может не только актуализироваться, но и интенсифицироваться. Оценочность усиливается, если имплицитно-оценочное новообразование употребляется в негативно-окрашенном контексте, формирующем отрицательную семантику новообразования.

Имплицитная негативная оценка новообразования может интенсифицироваться за счет языкового окружения единицы: *Пересидент. Если вождь стар и слаб, окружение понимает, что больше не может рассчитывать на привычные привилегии. ... Роберт Мугабе символизировал обновление Африки, а превратился в посмешище ... Зимбабве обеднела потому, что диктатор все разрушил и разворовал ... Президент просто натравливал темнокожих африканцев на белых, которых избивали и грабили. Это уже было похоже на черный расизм* [НГ, 21.11.2017] — новообразование *пересидент* создано суффиксальным способом от глагола *пересидеть* + *-(е)нт*, при этом обыгрывается созвучие с *президент*; также новообразование может рассматриваться как созданное путем контаминации *пересидеть*+*президент*. Исследователи подчеркивают востребованность субстантивов с суффиксом *-ант* (вариантом которого является суффикс *-ент*), отмечая частотность использования книжного аффикса в составе экспрессивно окрашенных новообразований [Сенько и др., 2017]. Так, экспрессивное новообразование *пересидент* выражает имплицитную негативную оценку за счет семантики производящего *пересидеть* ‘сидеть где-либо дольше, чем следует, дольше обычного’ [НСРЯ], которое обозначает чрезмерность действия относительно нормы. Отрицательная оценка производящего слова интенсифицируется в контексте за счет прилагательных с контекстуальной оценочной семантикой (*вождь стар и слаб*), лексем с негативной коннотацией (*посмешище, диктатор, черный расизм*), глаголов, обозначающих социально порицаемую и противозаконную деятельность (*все разрушил и разворовал, натравливал темнокожих африканцев на белых*). Таким образом в контексте публикации *пересидент* обозначает президента, который не просто чрезмерно долго занимает свой пост (как это следует из структуры новообразования), но и по этой причине не выполняет должным образом свои обязанности, что провоцирует негативные последствия для общества (как это уточняется в контексте).

При этом имеет значение и экстралингвистический контекст, определяющий отношение объекта оценки к системе ценностей. Так, имеет значение высокий социальный статус лица, если это лицо становится объектом негативной оценки: *Алко-забег бывшего депутата: по зимним улицам в трусах и с пистолетом. Белочка — штука непредсказуемая, сочная, экспрессивная. Намедни она посетила Рифата Сафиуллиновича Ариффулина <...> Это известный и уважаемый житель подмосковного города Орехово-Зуево, успешный подмосковный бизнесмен, меценат, видный представитель местной татарской (и шире — мусульманской) общины, недавний депутат Совета депутатов городского округа Орехово-Зуево* [Завтра,

18.02.2019] — негативная оценка создается за счет приписывания субъекту социально-поричаемой деятельности — пристрастия к алкоголю, агрессивного поведения (*алко-забег ... с пистолетом*), при этом оценка интенсифицируется за счет перечисления свойств самого субъекта, имеющего высокий социальный статус. Система ценностей в обществе неоднородна, поэтому то же новообразование *алко-забег* в ином контексте уже не выражает негативную оценку и не отсылает читателя к социально-поричаемому явлению, а скорее используется в маркетинговых целях для привлечения клиентов: *Какие вечеринки ждут кировчан в ночных клубах? А в клубе "Planeta" в эти выходные отмечают День физкультурника. 10 августа в 22:00 — Клубная универсиада. Алко-забег, 2 этажа любимой музыки* [ikirov.ru, 09.09.2013] — таким образом, в данном контексте оценка, наоборот, деинтенсифицируется за счет языкового окружения и экстралингвистических условий.

5. Формирование оценочности новообразования как результат контекстной деинтенсификации оценочной семантики производящего слова

Как показал последний пример, в контексте оценка способна не только интенсифицироваться, но и деинтенсифицироваться вплоть до нейтрализации оценочности. Схема нейтрализации оценочной семантики нередко используется при создании в СМИ новообразований на базе стилистически маркированных элементов.

Для современных публикаций в целом характерно использование стилистически сниженных элементов, что мотивировано как экстралингвистическими (демократизация общественных отношений), так и лингвистическими (функциональный динамизм, повышение экспрессивности медийной коммуникации) факторами. Вследствие этого в СМИ активно используются как разговорные элементы, так и элементы нелитературных форм национального языка.

При этом просторечная, жаргонная лексика всегда выступает в текстах прессы как экспрессивно маркированная и, как правило, используется для выражения негативной оценки, поскольку обладает потенциалом негативной эмоциональности. Отрицательный эффект усиливается при употреблении стилистически сниженных элементов в официальных типах дискурса, поскольку их использование нарушает коммуникативные нормы. Однако в некоторых случаях негативная экспрессивность деинтенсифицируется под влиянием контекста. Например, когда новообразование на базе стилистически сниженного элемента создается не для оценки кого / чего-либо, а как

средство привлечения внимания в тексте, в котором преобладает развлекательная направленность: ***Расфигаечная***. *Как разнести квартиру в щепки и получить от этого удовольствие* [НГ, 10.04.2016] — суффиксальное новообразование на базе жаргонной лексики *расфигачить* с деструктивной семантикой ‘разбивать, раскраивать, распарывать, разрезать что-либо; ругать, обругивать кого-либо’ [СРА]. В контексте новообразование *расфигаечная* обозначает вид развлечения, в рамках которого посетители могут ломать и разбивать предметы в специально оборудованных квартирах, снимая стресс. Таким образом, несмотря на то, что окказиональное производящее создано на базе стилистически сниженного слова, в данном контексте оно не выражает негатива и выполняет рекламную функцию.

При этом большое значение имеет не столько языковое окружение, сколько коммуникативное намерение автора, не направленное на выражение негативной оценки: ***Футбольнутые***. *“Даешь молодежь!” Молодой тренер из Томска о своей работе. “Меня зовут Илья, и я безнадежно болен. ... Болезнь эта называется футболом, и многие ошибочно называют ее просто игрой ... Один из главных симптомов этой болезни — желание бесконечно говорить о футболе, чем я и буду заниматься в своей программе”* [Футком, 02.04.2014] — новообразование создано по модели причастий на *-нут(ый)* (*стянутый, распахнутый, обманутый, упомянутый* соответственно от *стянуть, распахнуть, обмануть, упомянуть*) с нарушением условий реализации словообразовательной модели (так как слово *футбольнутый* образовано от существительного, при отсутствии глагола), при этом возникают более или менее явные ассоциации с нелитературной лексикой.

Данная модель востребована в медийном словотворчестве и используется, как правило, для создания негативно окрашенных новообразований: активно употребляются в качестве инвектив лексики *православнутый, майданутый*, создаются новообразования аналогичной структуры, которые встречаются как в заголовках, так и в текстах: *Только такая **фейсбукнутая** проверка моих документов могла добыть из моего архива автографы знаменитых граждан, которые мне дарили свои книги* [Завтра, 12.08.2018]; *С придыханием и горящим взглядом, следит Патриот и за политическими ток-шоу, он по имени знает многих политических экспертов и готов часами говорить о них с такими же **«политнутыми»*** [Конт, 25.05.2015]; *О системах наблюдения (слежки) и контроля через мобильные устройства даже говорить нечего <...> Те, кто видел реакцию **«айфонутовых»** на утерю любимой игрушки, понимают, что они примут новое с радостью* [Протестант, 18.11.2018]. Однако номинация *футбольнутые* в данной публикации используется говорящим как средство самоиронии

по поводу чрезмерной увлеченности футболом, которая метафорически сравнивается с болезнью. При этом ирония над самим собой выступает как средство саморепрезентации, направленной не на критику, а на само-рекламу, привлечение внимания аудитории.

В подобных контекстах негативная экспрессивность стилистически сниженных элементов, в целом имеющих значительный потенциал выражения отрицательной оценки в медиатексте, деинтенсифицируется за счет языкового окружения (в тексте не выражен объект негативной оценки), а также за счет экстралингвистических особенностей — отсутствия выраженного коммуникативного намерения передать оценку. При этом новообразования сохраняют экспрессивный характер.

6. Реверсивная оценочность заголовков с новообразованиями

В процессе создания окказиональных производных возможна смена знака оценки, или реверсивная оценка: новообразование, структурно-семантические характеристики которого обуславливают потенциал положительной оценочности, приобретает в контексте негативную окраску.

Например, в узком контексте заголовка новообразование приобретает негативную оценку, если сочетается с негативно окрашенной лексемой: *Абсурдно-дикая мега-машина. Анатомия «собак на сене», уничтожающих изобретения и их создателей в России* [НВ, 29.10.2018] — новообразование, созданное путем префиксоидации *мега-* + *машина*, приобретает негативную экспрессию в сочетании с прилагательным, имеющим оценочную семантику, *абсурдно-дикая*, ср. *дикий* ‘нелепый, странный (разг.)’ [ТСРЯ] с интенсификатором *абсурдно* ‘оценочная характеристика чего-либо как содержащего в себе абсурд, нелепость, бессмыслицу’ [НСРЯ]; *Бесполезный мегапроект* *решили все же реализовать. Мост на Сахалин будет построен, он уже заложен в плане развития магистральной инфраструктуры, рассказал министр транспорта Евгений Дитрих, которого цитирует ТАСС* [Лента.ру, 24.09.2018] — новообразование создано путем префиксоидации *мега-* + *проект*, оно приобретает негативную экспрессию, сочетаясь с прилагательным, имеющим оценочную семантику, *бесполезный* ‘не приносящий пользы’ [НСРЯ]. Таким образом, в подобных заголовках новообразование на базе оценочно-нейтральных и положительно-оценочных элементов сочетается с определением, выражающим негативную оценку, вследствие чего понятие, обозначенное новообразованием, приобретает негативную окраску. Новообразования *мегапроект*, *мега-машина* в ином контексте могли бы обозначать объекты, которые оцениваются положительно, чему способствует семантика префиксоида *мега-*, который

в медийном словотворчестве используется для создания экспрессивных неодериватов, обозначающих масштабные объекты и события [Сенько, 2014]; при присоединении его к основам с нейтральной или положительной окраской, как правило, создаются новообразования с мелиоративной коннотацией, часто используемые в рекламных целях (ср. *мегаскидки, мегараспродажа, мегавечеринка, мегасобытие* и под.). Однако адгерентная оценка создается за счет определений *опасный, бесполезный*, квалифицирующих явления, обозначаемые новообразованиями как негативные.

Также реверсия знака оценки создается в иронических контекстах: *Секреты российского тонголетия. За последние 23 года продолжительность жизни в России увеличилась только на 1,7 года, в то время как во всем мире прирост этого показателя составил 6,2 года <...> Продолжительность здоровой жизни в РФ аналогична показателям Тонга и Гондураса* [Коммерсантъ, 28.08.2015] — новообразование *тонголетия* создано путем междусловного наложения *Тонга* (название страны) + *долголетия*, однако у большинства читателей, вероятно, возникнут трудности с восприятием новообразования при прочтении заголовка вне контекста всей публикации, поскольку многим может быть незнакомо название небольшой экзотической страны в Океании, с которой у Российской Федерации не развито туристическое сообщение и политическое взаимодействие. При этом большинство читателей, вероятно, сможет распознать в заголовке устойчивое сочетание *секреты долголетия*, использующееся как штамп в медийной речи, в названиях книг и телепрограмм, нейминге медицинских центров и проч., которое в целом имеет положительную коннотацию и задает позитивный тон публикации, создает ожидание, что основной темой является увеличение периода жизни россиян. Однако при прочтении статьи становится понятна отсылка новообразования к названию страны Тонга, которая подчеркивает низкие показатели периода здоровой жизни россиян по сравнению с развитыми странами. Таким образом, в широком контексте публикации заголовков, изначально задающий позитивно-оценочное восприятие, меняет характер оценки на негативную, и новообразование в его составе также приобретает негативно-оценочную окраску.

7. Формирование адгерентной оценочности у новообразований, созданных путем соединения нейтральных компонентов

Следует отметить, что оценочное значение может формироваться не только у новообразований, которые созданы на базе лексем с имплицитной оценкой, но и у новообразований с нейтральными компонентами. Если новое слово функционирует в негативно-окрашенном контексте, насыщен-

ном отрицательными характеристиками, в особенности в высказываниях, характеризующихся речевой агрессией, то оно тоже может приобретать оценочную окраску.

Так, в публикации с заголовком: «Отмороженная цепная собачка»: *кто и для чего использует «матильдоборицу»* Поклонскую [Заголовки. ру, 22.09.2017] — новообразование *матильдоборица* создано сложением с суффиксацией *матильд* + *-о-* + *-бор-* + *-иц(а)* (от «Матильда» — название российского фильма об отношениях между цесаревичем Николаем Александровичем и балериной Матильдой Кшесинской, вызвавшего широкую дискуссию в СМИ). Заголовок перегружен негативно-оценочными элементами: эксплицитную негативную оценку выражает разговорно-сниженная пейоративная лексема *отмороженная* (*отмороженный* ‘безнравственный, разнузданный, распоясавшийся — обычно молодой — человек, способный бездумно совершить самый жестокий поступок; отморозок’ [НСРЯ]) в сочетании с зоосемантической метафорой *цепная собачка*, которая в отношении человека приобретает грубую окраску. ИмPLICITная негативная оценка выражается с помощью глагола *использует*, который в данном контексте в скрытой форме передает идею пассивного вовлечения в какие-либо действия в корыстных целях; также номинация публичного лица с высоким социальным статусом по фамилии (без имени, имени и отчества или инициалов) в данном контексте может служить маркером неуважительного отношения. В подобном речевом окружении новообразование *матильдоборица* встраивается в общую систему негативных характеристик и имеет ироническую окраску. Данный заголовок можно рассматривать как проявление речевой агрессии, он имеет инвективный характер, поскольку допускается использование стилистически сниженных пейоративных лексем по отношению к конкретному публичному лицу.

Также признаки речевой агрессии встречаются в заголовке: *Будущие петухи у параши: начался суд над экс-депутатами, которые обвиняются в серийной педофилии* [Завтра, 05.02.2019] — новообразование, не содержащее оценочных компонентов в своей структуре, создано путем префиксации *экс-* + *депутаты*. Однако в контексте заголовка новообразование обозначает субъектов, которым приписывается аморальное и противозаконное поведение (*обвиняются в серийной педофилии*); к данным субъектам относится эксплицитная негативно-оценочная характеристика *петухи у параши* — жаргонное выражение с резкой негативной экспрессией, имеющее инвективный характер.

Таким образом, новообразования *матильдоборица*, *экс-депутаты* не содержат оценочных компонентов в своей структуре, но в рамках заголов-

ка с признаками речевой агрессии поддерживают общий негативный тон высказывания.

8. Заключение

Итак, можно выделить следующие основные схемы формирования адгерентно-оценочной семантики новообразований узуальной и неузуальной структуры: актуализацию оценочного значения производящего слова, интенсификацию оценочного значения производящего слова, деинтенсификацию (вплоть до нейтрализации оценочной семантики), реверсию (смена знака оценки). Данные схемы актуальны для новообразований, изначально имеющих потенциал выражения имплицитной ингерентной оценки за счет оценочно-маркированных компонентов структуры. Кроме того, возможно возникновение негативной оценки у новообразования с нейтральными компонентами.

В процессах формирования адгерентной оценки задействованы различные языковые и экстралингвистические средства, подробное описание которых требует дальнейших исследований. Однако возможно выявить некоторые ее отдельные закономерности. Формирование адгерентно-оценочных значений происходит в узком, широком и экстралингвистическом контекстах. В узком контексте заголовка оценка создается за счет сочетания новообразования с эмоционально-окрашенными лексемами. Заголовок медиатекста представляет собой семантическое и прагматическое единство, в котором элементы тесно связаны между собой и направлены на реализацию общей коммуникативной цели, поэтому новообразование, как правило, поддерживает негативную оценочность заголовка.

Широкий контекст целостного медийного произведения особенно важен для формирования оценочности новообразования, если заголовок состоит только из него (то есть узкий контекст отсутствует), или узкий контекст недостаточен для верной интерпретации семантики новообразования. В широком контексте оценочность актуализируется или интенсифицируется за счет наличия в тексте эмоционально-окрашенной лексики, которая конкретизирует семантику и раскрывает оценочный потенциал заголовочного новообразования. Наоборот, оценочность заголовка деинтенсифицируется, если в полном тексте публикации не выражен объект оценки, отсутствуют оценочные характеристики.

На формирование адгерентной оценки влияет и экстралингвистический контекст, в частности, коммуникативные намерения автора, экстралингвистические особенности объекта оценки и специфика системы ценностей автора и читателя.

Следует отметить, что негативная оценочность заголовка влияет на последующее восприятие полного текста публикации, формирует у читателя ожидания, что изначальный негативно-оценочный посыл заголовка будет раскрыт и аргументирован в тексте.

Оценочность заголовка имеет особое значение для интернет-СМИ, поскольку многие электронные издания формируют свои страницы так, что читатель сначала видит только заголовки (или заголовок и иллюстрацию к публикации), а уже в случае, если читатель заинтересовался заголовком, он может перейти на отдельную страницу, где размещен полный текст публикации. В таких условиях, учитывая переизбыток информации в современном интернет-пространстве, с большинством публикаций читатель так и не знакомится в полном объеме, ограничиваясь прочтением заголовка. Соответственно, в современных условиях интернет-коммуникации журналистам особенно важно создавать заголовок, который не только привлекает внимания читателя и заинтересовывает его, побуждая прочитать полный текст, но и верно передает информативное и оценочное содержание текста, не дезинформирует и не дезориентирует читателя.

Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR, project number 19-312-90005. / Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-312-90005.

Источники и принятые сокращения

1. АН — *Аргументы* недели [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://argumenti.ru/>.
2. *Завтра* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://zavtra.ru/>.
3. *Заголовки.ру* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.zagolovki.ru/>.
4. *Коммерсантъ* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.kommersant.ru/>.
5. *Конт* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://cont.ws/>.
6. *Лента.ру* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://lenta.ru/>.
7. МК — *Московский комсомолец* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://mk.ru>.
8. НГ — *Новая газета* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://novayagazeta.ru/>.
9. НВ — *Наша Версия* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://versia.ru/>.
10. НСРЯ — *Ефремова Т. Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. — Режим доступа : <https://www.efremova.info>.
11. *Протестант* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.protestant.ru/>.
12. СРА — *Елистратов В. С.* Словарь русского арго [Электронный ресурс] / В. С. Елистратов. — Режим доступа : <http://gramota.ru/slovari/argo/>.
13. ТСРЯ — *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — Режим доступа : <http://ozhegov.info/slovar/>.

14. Футком [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://footcom.ru/>.
15. iKirov.ru. — iKirov.ru. Последние новости Кирова и Кировской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.ikirov.ru/>.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. — Москва : Международные отношения, 1975. — 240 с.
2. Бугаева О. Б. Аксиологический потенциал разговорного слова и его реализация в британской прессе : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / О. Б. Бугаева. — Барнаул, 2011. — 180 с.
3. Гималетдинова Г. К. Методика идентификации и анализа ингерентно экспрессивных суффиксальных дериватов (на материале английского языка) / Г. К. Гималетдинова // II Международные Бодуэновские чтения : Казанская лингвистическая школа: традиции и современность : Труды и материалы : В 2 т. — Казань : Издательство Казанского университета, 2003. — Т. 1. — С. 134—136.
4. Иваненко Г. С. Ситуативный контекст : влияние экстралингвистических факторов на реализацию персуазивности текста / Г. С. Иваненко // Вестник Костромского государственного университета. — 2013. — № 6. — С. 107—109.
5. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Проблемы семантики / Н. А. Лукьянова. — Новосибирск : Наука, 1986. — 230 с.
6. Лыков А. Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово) / А. Г. Лыков. — Москва : Высшая школа, 1976. — 120 с.
7. Марьянчик В. А. Аксиологическая функция неологизмов медиа-политического дискурса : на материале газетных публикаций начала XXI века : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / В. А. Марьянчик. — Архангельск, 2005. — 210 с.
8. Мощанская Е. Ю. Роль невербального контекста в восприятии и понимании устного дискурса / Е. Ю. Мощанская // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. — 2014. — № 1 (9). — С. 29—36.
9. Полякова Е. В. Значение стилистически маркированных единиц в рассказе Г. Х. Манро «Тобермогу» / Е. В. Полякова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2013. — № 9 (27) : в 2-х ч., ч. 1. — С. 147—149.
10. Присяжнюк Т. А. Характеристика речевого воздействия в языке информационных газетных сообщений / Т. А. Присяжнюк // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2005. — № 2 (4). — С. 205—207.
11. Сенько Е. В. Префиксоиды как сложившаяся система современного русского словообразования [Электронный ресурс] / Е. В. Сенько // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6. — Режим доступа : <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16059>.
12. Сенько Е. В. Функциональный динамизм русского словообразования (на примере суффикса -ант в современном русском языке) / Е. В. Сенько, Т. Г. Цакалиди // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 12-1 (78). — С. 150—154.
13. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин. — Воронеж : Воронежский государственный университет, 1985. — 170 с.
14. Телия Н. В. Типы языковых значений / Н. В. Телия. — Москва : Наука, 1981. — 269 с.

15. *Bednarek M. Evaluation in Media Discourse / M. Bednarek // Analysis of a Newspaper Corpus. — London : Continuum, 2006. — 253 p.*

FORMATION OF ADHERENT NEGATIVE ASSESSMENT OF MEDIA NEOLOGISMS¹

© **Valentina A. Kulikova (2020)**, orcid.org/0000-0001-7394-641X, ResearcherID AAH-9379-2020, postgraduate student, junior researcher, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Russia, Nizhny Novgorod), tva94@rambler.ru.

The features of the formation of an adherent negative assessment of neologism on the material of the headlines of electronic media are considered. The results of structural-semantic, contextual and pragmatic analysis of media neologisms expressing an adherent negative assessment are presented. The analysis of the main methods of forming an adherent negative assessment of neologisms under the influence of narrow (title context) and wide (context of an integral media product) verbal contexts, as well as under the influence of extra-linguistic conditions of use (communicative-pragmatic settings of the author, features of the subject of evaluation, specificity of the value system). It is concluded that the adherent negative evaluation of the neologisms is formed in the context due to the updating and intensification of the negative evaluation components of the semantics of the producing word, at the same time, due to the conditions of use, it is possible to de-intensify the estimated semantics of the structural components of the neologism, up to the neutralization of the evaluation of the neologism, as well as reversal (change of sign) of the assessment from positive to negative. Cases of the formation of adherent negative evaluation semantics in neologisms created on the basis of evaluation-neutral components are also analyzed. The practical significance of the study lies in the possibility of applying its results in journalistic practice, as well as in the practice of teaching university courses in morphemic, lexicology and special courses on the study of the language of the media, pragmalinguistics.

Key words: electronic media; neologisms; negative appraisal; adherence appraisal.

MATERIAL RESOURCES

AN — *Argumenty nedeli*. Available at: <https://argumenti.ru/>. (In Russ.).

Futkom. Available at: <https://footcom.ru/>. (In Russ.).

ikirov.ru. — *iKirov.ru. Posledniye novosti Kirova i Kirovskoy oblasti*. Available at: <https://www.ikirov.ru/>. (In Russ.).

Kommersant. Available at: <https://www.kommersant.ru/>. (In Russ.).

Kont. Available at: <https://cont.ws/>. (In Russ.).

Lenta.ru. Available at: <https://lenta.ru/>. (In Russ.).

MK — *Moskovskiy komsomolets*. Available at: <https://mk.ru/>. (In Russ.).

NG — *Novaya gazeta*. Available at: <https://novayagazeta.ru/>. (In Russ.).

NV — *Nasha Versiya*. Available at: <https://versia.ru/>. (In Russ.).

NSRYa — Efremova, T. F. *Novyy slovar' russkogo yazyka. Tolkovo-slovoobrazovatelnyy*. Available at: <https://www.efremova.info>. (In Russ.).

Protestant. Available at: <https://www.protestant.ru/>. (In Russ.).

SRA — Elistratov, V. S., *Slovar' russkogo argo*. Available at: <http://gramota.ru/slovari/argo/>. (In Russ.).

TSRYa — Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Yu. *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka*. Available at: <http://ozhegov.info/slovar/>. (In Russ.).

¹ The reported study was funded by RFBR, project number 19-312-90005.

Zagolovki.ru. Available at: <http://www.zagolovki.ru/>. (In Russ.).

Zavtra. Available at: <http://zavtra.ru/>. (In Russ.).

REFERENCES

- Barkhudarov L. S. (1975). *Yazyk i perevod (Voprosy obshchey i chastnoy teorii perevoda)*. Moskva: Mezhdunarodnyye otnosheniya. (In Russ.).
- Bednarek, M. (2006). *Evaluation in Media Discourse. Analysis of a Newspaper Corpus*. London: Continuum.
- Bugaeva, O. B. (2011). *Aksiologicheskiy potentsial razgovornogo slova i yego realizatsiya v britanskoy presse: dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk*. Barnaul. (In Russ.).
- Gimaletdinova, G. K. (2003). Metodika identifikatsii i analiza ingerentno ekspressivnykh sufiksalnykh derivatov (na materiale angliyskogo yazyka). In: *II Mezhdunarodnyye Boduenovskie chteniya: Kazanskaya lingvisticheskaya shkola: traditsii i sovremennost': Trudy i materialy, 1. Kazan'*: Izdatelstvo Kazanskogo universiteta. 134—136. (In Russ.).
- Ivanenko, G. S. (2013). Situativnyy kontekst: vliyaniye ekstralingvisticheskikh faktorov na realizatsiyu persuazivnosti teksta. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta*, 6: 107—109. (In Russ.).
- Lukyanova, N. A. (1986). *Ekspressivnaya leksika razgovornogo upotrebleniya. Problemy semantiki*. Novosibirsk: Nauka. (In Russ.).
- Lykov, A. G. (1976). *Sovremennaya russkaya leksikologiya (russkoye okkazionalnoye slovo)*. Moskva: Vysshaya shkola. (In Russ.).
- Maryanchik, V. A. (2005). *Aksiologicheskaya funktsiya neologizmov media-politicheskogo diskursa: na materiale gazetnykh publikatsiy nachala XXI veka: dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk*. Arkhangel'sk. (In Russ.).
- Moshchanskaya, E. Yu. (2014). Rol' neverbalnogo konteksta v vospriyatii i ponimanii ustnogo diskursa. *Vestnik Permskogo natsionalnogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy yazykoznaniya i pedagogiki*, 1 (9): 29—36. (In Russ.).
- Polyakova, E. V. (2013). Znachenije stilisticheskii markirovannykh yedinits v rasskaze G. Kh. Manro «Tobermory». *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 9 (27) / 1: 147—149. (In Russ.).
- Prisyazhnyuk, T. A. (2005). Kharakteristika rechevogo vozdeystviya v yazyke informatsionnykh gazetnykh soobshcheniy. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2 (4): 205—207. (In Russ.).
- Senko, E. V. (2014). Prefiksoidy kak slozhivshayasya sistema sovremennogo russkogo slovoobrazovaniya. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, 6. Available at: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16059>. (In Russ.).
- Senko, E. V., Tsakalidi, T. G. (2017). Funktsionalnyy dinamizm russkogo slovoobrazovaniya (na primere suffiksa -ant v sovremennom russkom yazyke). *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12 (78) / 1: 150—154. (In Russ.).
- Sternin, I. A. (1985). *Leksicheskoye znachenije slova v rechi*. Voronezh: Voronezhskiy gosudarstvennyy universitet. (In Russ.).
- Teliya, N. V. (1981). *Tipy yazykovykh znacheniy*. Moskva: Nauka. (In Russ.).