



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.9>

УДК 811.11'42  
ББК 81.432.4-51

Дата поступления статьи: 09.06.2016  
Дата принятия статьи: 30.08.2016

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ В НЕМЕЦКИХ СЕТЕВЫХ СМИ И БЛОГАХ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Лариса Юрьевна Щипицина

Доктор филологических наук, доцент,  
профессор кафедры немецкой и французской филологии,  
Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова  
l.shchipitsina@narfu.ru  
ул. Смольный Буян, 7, 163002 г. Архангельск, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности использования оценочной лексики в текстах сетевых СМИ и блогах общественно-политической тематики, которые на основании статуса автора можно противопоставить как профессиональную и гражданскую журналистику. Для представленного в статье лингвистического анализа случайным образом были отобраны 20 текстов (по 10 соответственно), созданных немецкими журналистами и блогерами. На основе лексико-семантического и контекстного анализа были определены оценочные лексические единицы и для сопоставления изданий двух типов предложена методика вычисления индекса оценочности медиатекста (отношение количества оценочной лексики к общему количеству слов в тексте). В результате проведенного исследования обнаружено незначительное преобладание и большее варьирование оценочности в блогах по сравнению с медиатекстами, созданными профессиональными журналистами. В плане выбора объекта оценки, преобладания положительной или отрицательной оценки в тексте, а также факторов, определяющих выбор оценочной лексики, различий между профессиональными СМИ и блогами выявлено не было. На использование оценочной лексики в обоих типах изданий влияет тема текста, привлекаемый материал (факты или цитаты и мнения), объем текста (чем выше объем, тем ниже индекс оценочности), индивидуальный стиль автора и некоторые другие факторы. Полученные результаты дают дополнительные основания для включения блогов в категорию гражданской журналистики, дополняющей факты и мнения, представленные в профессиональных СМИ.

**Ключевые слова:** массово-информационный дискурс, блог, сетевое СМИ, гражданская журналистика, оценочная лексика.

Современная интернет-лингвистика изучает многие сферы общения, представленные в среде Интернет: политическую, деловую, рекламную, персональную и т. д. Одной из таких сфер является и сфера массового информирования, которая уже десятки лет использует Интернет как альтернативный канал

распространения новостей и выражения мнений об актуальных событиях, происходящих в мире. Практически каждое крупное издание или канал имеет свой сетевой аналог – официальный сайт, на котором можно ознакомиться не только с материалами, публикуемыми в печатном издании или выходящими в

эфир, но и с дополнительными статьями и комментариями, авторскими колонками, а также с читательскими комментариями к этим материалам. Во многих случаях получение информации через сетевое СМИ становится более удобным по сравнению с исходным – печатным – изданием: материалы в Сети появляются быстрее, сразу «обрастают» комментариями и мнениями, сопровождаются статистикой просмотра и комментирования, нередко бесплатны и глобально доступны.

Тем не менее принцип создания этих материалов тот же, что и в традиционном СМИ: темы статей формируются в рамках определенных рубрик (политика, экономика, общество и т. д.), авторы, официально работающие на конкретное издание, следуют редакционным правилам, создают свои тексты в рамках определенных жанровых форматов (аналитическая статья, комментарий, интервью и т. д.) и вынуждены подчиняться определенным требованиям, например, требованиям внутренней цензуры СМИ и того, кто его финансирует.

В итоге тексты печатных или электронных СМИ, а также их сетевых аналогов отличаются качеством, широтой освещаемых тем и событий, при этом журналист может специализироваться на конкретной рубрике или даже теме, что еще более повышает качество таких материалов. На основании приведенных характеристик подобные СМИ мы можем считать профессиональными, при этом стиль и язык публикуемых в них материалов, в том числе использование оценочных средств, практически идентичны в печатной и сетевой версиях. Противопоставление печатной и сетевой версий профессиональных СМИ в этом отношении не имеет значения, поэтому, говоря в дальнейшем о профессиональных СМИ, мы будем иметь в виду материал, публикуемый в их сетевых версиях.

Наряду с профессиональными СМИ как наиболее важным источником актуальной информации о происходящих в мире событиях, в последние десятилетия развивается и такое альтернативное им явление, как публикация новостей или мнений простыми гражданами. В качестве платформ для этого используются блоги, социальные сети, видеохостеры типа *YouTube* и другие сервисы. Давнюю историю

в качестве площадки для подобного гражданского журнализма имеют блоги [5], их авторы – граждане, занимающиеся регулярной публикацией «своих» новостей или их оценкой, – обычно называются блогерами.

Отметим, правда, что блоги могут быть очень разными по своей функциональной направленности, и журналистские блоги – лишь одна из разновидностей данного жанра, существующая наряду с личными дневниками, корпоративными блогами, тематическими блогами (или блогами по интересам) и т. д. [1]. В данной работе мы рассматриваем только журналистские блоги, то есть публикации регулярных новостей или мнений об актуальных событиях общественной жизни, комментируемые подписчиками.

Блогер свободен в выражении мыслей и оценочных смыслов, хотя его мнение косвенно также может быть сформировано в результате влияния официальных СМИ. Среди недостатков материалов, созданных подобными журналистами-любителями, отмечается низкое качество информации, отсутствие достоверности, объективности, точности подачи информации, акцент на мнения, а не на факты, меньшая численность аудитории, непрофессионализм авторов и др. [2, с. 309–310].

На основании перечисленных характеристик некоторые исследователи отказывают блогам в статусе средства массовой информации, а их авторам – в статусе журналиста, пусть и гражданского. Кроме того, отмечается многообразие форм гражданского журнализма, к которым можно отнести блоги, публикуемые на страницах профессиональных сетевых СМИ, или блоги известных журналистов, близкие к жанру авторской колонки, с одной стороны, и комментарии обычных читателей, с другой. Тем не менее на основании функции, которую выполняют все подобные материалы, – сообщать читателю факты и события из разных сфер жизни и оценивать их – мы склонны согласиться с исследователями, относящими блоги, публикующие тексты об актуальных событиях, к новым гражданским СМИ (см., например: [3]).

Итак, в сетевом массово-информационном дискурсе мы выделили две сферы – сферу профессиональной (сетевые СМИ) и непрофессиональной (журналистские блоги) журна-

листной деятельности. Стиль профессионального журналиста отличается высоким качеством, но он вынужден подчиняться редакционным требованиям своего издания, а зачастую и идеологическому давлению на то или иное СМИ; стиль блогера, по мнению исследователей, качеством может не отличаться, но такой автор свободен от идеологического давления. Как представляется, подобные различия профессионального и гражданского журналистов вполне могут отразиться на употреблении ими оценочной лексики как одной из наиболее типичных групп языковых средств, используемых в СМИ для речевого воздействия на мнения и мысли читателей. Соответственно, в данной статье мы ставим задачу проанализировать употребление оценочных средств авторами двух указанных категорий и на основании полученных данных сравнить, каким образом осуществляется воздействие на мнения читателей в профессиональных и гражданских СМИ.

Оценку мы понимаем как выражение положительного или отрицательного смыслового отношения говорящего к называемому явлению [4, с. 66]. *Субъектом* оценки в исследуемом материале выступает журналист (профессионал или непрофессионал), реже – цитируемый эксперт, а *объектом* оценки – различные явления окружающей действительности. *Средствами* выражения оценки служат единицы лексического, словообразовательного, морфологического и синтаксического языковых уровней. В данной работе мы рассмотрим основной вид оценочных средств – оценочную лексику, то есть слова, содержащие оценочный компонент в своем значении.

Для выполнения задач исследования методом случайной выборки было отобрано 10 текстов различной общественно-политической тематики, относящихся к разным жанрам. Источниками послужили:

– сайты крупнейших немецких сетевых изданий (газеты [www.faz.net](http://www.faz.net), [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de), [www.zeit.de](http://www.zeit.de));

– блоги политической направленности, представленные в рейтинге немецкоязычных блогов <https://www.bloggerei.de/blogtags/politik> ([www.neopresse.com](http://www.neopresse.com), [www.konjunktion.info](http://www.konjunktion.info), [www.wer-weiss-was.de](http://www.wer-weiss-was.de)).

В отобранных текстах методами лексико-семантического и контекстного анализа были выявлены оценочные лексические единицы, которые затем были подвергнуты статистическому анализу и классификации. В итоге нами вычислен индекс оценочности текста (доля оценочной лексики по отношению к общему количеству слов в тексте, ср. данные таблицы) и сформулированы некоторые закономерности использования оценочной лексики в медиатекстах обоих типов.

Количество слов с оценочным компонентом несколько выше в блогах, хотя разница в индексе оценочности в среднем незначительна, хотя в отдельных текстах он варьируется от 7 до 11 % в блогах и от 5 до 9 % в профессиональных СМИ.

Так, в тексте «Gauland beleidigt Boateng» ([www.faz.net](http://www.faz.net), 29.05.16), посвященном опровержению высказывания немецкого политика о негативном восприятии темнокожего немецкого футболиста его соседями, индекс оценочности, по нашим подсчетам, составил 5,7 %, при этом примерно половина лексем – слова положительной окраски, отражающие положительное восприятие этого футболиста (*herausragend, wundervoll, sich engagieren, Vorbild*). Негативная лексика относится к действиям или высказываниям политика, который критикуется автором текста.

В тексте «Eigentoor! eigentoor!» ([www.wer-weiss-was.de](http://www.wer-weiss-was.de), 29.05.16) комментируется тот же факт, а индекс оценочности составляет 10,3 %, при этом автор полностью посвящает свой текст критике немецких по-

### Использование оценочной лексики в медиатекстах

Тип источника	Типовые примеры	Средний индекс оценочности
Профессиональные СМИ	<i>Viele Amerikaner haben die ewigen Affären, die Wahrheitsverdrehungen, Ausflüchte, Sonderrechte und halbgaren Erklärungen satt</i> ( <a href="http://www.zeit.de">www.zeit.de</a> , 30.05.16)	7,5 %
Блоги	<i>Der IWF: eher Erpresser denn Helfer in der Not</i> ( <a href="http://www.neopresse.com">www.neopresse.com</a> , 30.05.16)	9 %

литиков, использующих высказывание о Боатенге для борьбы со своими противниками.

Безусловно, существует определенная погрешность вычисления индекса оценочности, поскольку в любом журналистском материале встречаются случаи, где определить наличие оценочности затруднительно, кроме того, оценочность может быть выражена сочетанием слов, например, во фразеологизме, но в целом это не препятствует выявлению незначительной тенденции к повышенной и варьируемой оценочности в текстах блогов.

На использование оценочной лексики влияет тема текста, привлекаемый материал (факты или цитаты и мнения), объем текста (чем выше объем, тем ниже индекс оценочности), индивидуальный стиль автора и некоторые другие факторы. Так, в текстах с одинаковым количеством слов (677, примерно 2 страницы) индекс оценочности составил 7 % для блога (текст «Systemfrage: Wie wird die Welt nach einem globalen Neuanfang ausschauen?», [www.konjunktion.info](http://www.konjunktion.info), 12.05.2016) и 9 % для текста сетевого СМИ («Duell der Unsympathen», [www.zeit.de](http://www.zeit.de), 30.05.2016). Эти данные мы объясняем тем, что текст сетевого СМИ относится к жанру авторской колонки и посвящен предвыборной кампании в США, в то время как в тексте блога речь идет о критике глобалистского течения в мировом развитии, то есть факторами, определяющими повышенный индекс оценочности в сетевом СМИ, стали его жанр и тема. В рассмотренных выше текстах блога и сетевого СМИ, посвященных расистским высказываниям о Боатенге, значительно различается общее количество слов (788 и 203), а также ракурс этой темы, что и обусловило расхождения в их индексе оценочности.

В плане полюса оценки – положительной или отрицательной – между двумя рассматриваемыми категориями текстов различий не зафиксировано. Как для текстов блогов, так и для сетевых СМИ можно отметить тенденцию к негативной оценочности (около 70 % всех оценочных слов в обоих типах текстов отрицательные), что в принципе отвечает задачам журналистики раскрывать негативные стороны общественной жизни и через критику изменять их. В частности, ведя речь о негативном влиянии санкций ЕС против России

на экономику Европы, блогер оценивает европейского политика сначала положительно (*war früher gegen Sanktionen*), а затем – отрицательно (*ist im EU-Mainstream*):

*Sie [die Außenbeauftragte Mogherini] war früher einmal für eine andere Russland-Politik und gegen Sanktionen, ist nun aber im EU-Mainstream angelangt* («Heimliche Ausweitung der Russland-Sanktionen», [www.neopresse.com](http://www.neopresse.com), 23.05.2016).

Отметим, что в обоих случаях к выводу о положительной или отрицательной оценочности мы приходим только на основании контекста и идеи автора текста: если санкции против России рассматриваются автором отрицательно, то позиция «против санкций» становится уже положительной, соответственно, ЕС, разделяющий политику санкций, рассматривается в данном контексте отрицательно.

Следует обратить внимание еще на одну особенность оценочной лексики: нередко она используется при цитировании чьего-либо мнения, соответственно, полюс оценки представлен с позиции говорящего. Например:

*Der Aufstieg der Rechtspopulisten passt nämlich exzellent in ihre [hier: der Linken] große Erzählung davon, dass alles Böse aus dem Schoß des Neoliberalismus erwachse: Armut, Angst, Unsicherheit – und letztlich auch die AfD* («Kleine Linke-Welt», [www.faz.net](http://www.faz.net), 29.05.2016).

В приведенном контексте речь идет о мнении представителей левых сил, что маркируется притяжательным местоимением перед существительным с семантикой речи (*ihre große Erzählung davon...*) и специальной грамматической формой конъюнктива I, сигнализирующего о косвенной речи (*alles Böse erwachse*). Именно с позиции левых сил правопопулистская партия *AfD* (*Alternative für Deutschland*) оценивается как символ всего «злого» (*alles Böse*) и ассоциируется с негативными явлениями *Armut, Angst, Unsicherheit*.

Рассмотренные примеры свидетельствуют о том, что полюс оценочности в журналистских материалах – величина очень переменчивая, зависящая от контекста и идеи автора статьи; общий спектр оценок включает мнение как самого журналиста (субъекта оценки), так и мнения участников обсуждаемой проблемы (объектов оценки, становящихся в этом

случае также и субъектами оценки). В итоге выводы о типичном знаке оценки должны быть очень осторожными, хотя общую тенденцию увидеть можно: как отмечалось выше, в текстах профессиональных журналистов и блогеров представлены оба полюса оценки с преобладанием негативной оценочности.

Таким образом, при очевидном противопоставлении профессиональных сетевых СМИ и блогов как двух разных сфер бытования массово-информационного дискурса в сети Интернет нами было установлено больше сходств, чем различий в использовании оценочной лексики в профессиональных СМИ и блогах. Отметим лишь незначительное преобладание и большее варьирование индекса оценочности в блогах, но в плане выбора объекта оценки, преобладания положительной или отрицательной оценки в тексте, а также факторов, определяющих выбор оценочной лексики, различий между профессиональными СМИ и блогами не выявлено, что подтверждает необходимость включения блогов в категорию гражданской журналистики, дополняющей факты и мнения, представленные профессиональными СМИ, и свидетельствует о перспективах продолжения данного исследования, например, в плане изучения оценочных средств, образности, языковой игры и других способов манипуляции мнением в профессиональных сетевых СМИ и блогах.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пак, Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста / Е. М. Пак // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 283–292.

2. Современный медиатекст / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – Омск : Татьяна, 2011. – 414 с.

3. Филатова, О. Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий / О. Г. Филатова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2010. – № 4. – С. 281–287.

4. Харченко, В. К. Разграничение оценочности, образности, экспрессии и эмоциональности в семантике слова / В. К. Харченко // Русский язык в школе. – 1976. – № 3. – С. 66–71.

5. Neuberger, Ch. Journalismus im Internet: Auf dem Weg zur Eigenständigkeit? / Ch. Neuberger // Media Perspektiven. – 2000. – Nr. 7. – S. 310–318.

#### REFERENCES

1. Pak E.M. Blogi v sisteme tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista [Blogs in Creative Journalist's Activity]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedeniye. Zhurnalistika*, 2011, no. 2, pp. 283-292.

2. Kuzmina N.A., ed. *Sovremennyy mediatekst* [Modern Media Text]. Omsk, Poligraficheskiy tsentr "Tatyana", 2011. 414 p.

3. Filatova O.G. Blogi i SMI, grazhdanskaya i traditsionnaya zhurnalistika: sootnoshenie ponyatiy [Blogs and Media, Citizen Media and Traditional Journalism: the Comparison of the Notions]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedeniye. Zhurnalistika*, 2010, no. 4, pp. 281-287.

4. Kharchenko V.K. Razgranichenie otsenochnosti, obraznosti, ekspressii i emotsionalnosti v semantike slova [Differences Between Evaluative, Metaphoric, Expressive and Emotive Components in the Semantics of the Word]. *Russkiy yazyk v shkole*, 1976, no. 3, pp. 66-71.

5. Neuberger Ch. Journalismus im Internet: Auf dem Weg zur Eigenständigkeit? [Journalism on the Internet: On the Way to the Independence?]. *Media Perspektiven*, 2000, vol. 7, pp. 310-318.

**THE USE OF EVALUATIVE VOCABULARY  
IN GERMAN ONLINE MEDIA AND BLOGS:  
A COMPARATIVE ANALYSIS**

**Larisa Yuryevna Shchipitsina**

Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,  
Professor, Department of German and French Philology,  
Northern (Arctic) Federal University  
l.shchipitsina@narfu.ru  
Smolnyy Buyan St., 7, 163002 Arkhangelsk, Russian Federation

**Abstract.** The article discusses the peculiarities of using evaluative vocabulary in mainstream media and journalistic blogs, which can be viewed as professional and non-professional media texts. For the research 10 texts created by German journalists and bloggers were randomly selected. For identifying the evaluative lexemes used in these media texts semantic and contextual analysis was used. For the comparison of the two types of publications calculating an evaluation index of a media text was proposed (the ratio of the evaluative vocabulary to the total number of words in the text). The study found a slight predominance and more variation in evaluation in blogs as compared to media texts created by professional journalists. But the choice of evaluation object, the prevalence of positive or negative meanings, as well as the factors determining the choice of evaluative vocabulary illustrate no differences between texts of professional media and blogs. The use of evaluative vocabulary in both types of media is determined by the topic of the text, its material (facts or opinions), the length of the text (a long text shows lower evaluative index as compared with a short text), the style of the author and some other factors. This underlines the fact that journalistic blogs can be viewed as a special kind of media, citizen media, which extend the facts and opinions published by professional media.

**Key words:** media discourse, blog, network media, citizen journalism, evaluative vocabulary.