



УДК 811.161.1'з73.4: 070

**ЭКСПРЕССИЯ ТОЧНЫХ КВАНТИТАТИВНЫХ НОМИНАЦИЙ
В МЕДИАТЕКСТЕ****EXPRESSION OF PRECISE QUANTITATIVE NOMINATIONS IN MEDIA TEXTS****Н.Н. Хухрянская
N.N. Huhryanskaya***Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85**Belgorod National Research University, 85, Pobeda Str., Belgorod, 308015, Russia**E-mail: huhryanskaya@bsu.edu.ru*

Аннотация. Квантитативные номинации, выступая видом фактологической информации, являются востребованным и необходимым элементом медиатекста. Точные номинации количественности в массово-коммуникативных текстах служат прежде всего для выражения параметрической информации, нумерации, для указания места в числовом ряду. Вместе с тем точные номинации не только сообщают достоверную информацию, но несут и эмоционально-экспрессивную информацию, чтобы максимально эффективно воздействовать на аудиторию. В настоящей статье рассматриваются разнообразные экспрессивные приемы передачи точной количественной информации, направленные на создание яркой выразительности в медиатексте: точное число для передачи неточного количества, подмена единиц измерения, измерение неизмеряемых явлений, игровые приемы.

Abstract. The quantitative nominations, being a type of factual information, are a key and necessary element of media texts. The precise nominations of quantity in mass media texts contribute predominately to expression of parametrical information, numeration, and indication of a number range place. Besides the precise nominations are both to express the objective information and to transfer the emotional and expressive data in order to impact effectively on the audience. The paper discusses various expressive means of rendering the precise quantitative information used to enhance the expressivity in media texts. Among such are the precise number of unprecise quantity, substituting for units of measurement, measuring of unmeasurable phenomena, gameplay means.

Ключевые слова: квантитативные номинации, экспрессия, языковая игра, контекст, информативная функция, воздействующая функция, медиатекст.

Keywords: quantitative nominations, expression, language game, context, informational function, impact function, media text.

В фокусе внимания настоящей публикации – неоднозначное употребление в медиатекстах квантитативных номинаций, обозначающих точное количество. Это объясняется сильным влиянием воздействующей функции, которая в современных условиях все активнее определяет особенности использования языковых средств в сфере массовой коммуникации.

Язык массовой коммуникации, активно развиваясь и расширяя свои функции и границы, остается в рамках публицистического стиля. Единство множества «языков» массовой коммуникации (газеты, рекламы, телевидения и др.) обусловлено рядом экстралингвистических факторов, таких как: функциональное предназначение, сфера общения, среда и условия употребления речи, дифференциация устной и письменной форм речи. Организация и функционирование языковых единиц в сфере СМИ определяется, с одной стороны, взаимодействием стандартизированных и экспрессивных языковых средств, с другой стороны, принципом социальной оценочности.

Информативная функция обуславливает широкое применение в медиатекстах квантитативов, благодаря чему точные номинации становятся аналогами требований, предъявляемых к журналистским публикациям: точности и однозначности, объективности и обезличенности передачи информации. Наиболее рациональным средством сообщения точной и объективной информации выступают имена числительные, количественно-именные сочетания, которым изначально присуща точность, обобщение и концентрированность информации. Языком цифр можно обрисовать то или иное явление, вскрыть существо проблемы, показать динамику развития события, сделать на их основе выводы [Ким, 2004]. Количественно-именные сочетания как репрезентанты точного количества отражают параметрические характеристики медиасобытия, его стоимость, темпоральное измерение и т. д. Например: Ущерб жильцам – 16 тысяч 500 рублей, а еще огнем было повре-



ждено домовое имущество на 321 тысячу рублей (РГ.2016. №34). К встрече паводков 2016 г. в рамках Единой госсистемы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) готовы 670 тыс. человек и 146 тыс. единиц техники (АиФ. 2016. №7). <...> число родившихся на территории области в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилось на 16 детей и составило 17864 ребенка (Бел. правда. 16 фев. 2016).

Вместе с тем исследователи отмечают, что информационная функция претерпевает в сфере газетной коммуникации изменения и «затмевается здесь функцией воздействия» [Костомаров, 2005, с.122]. Можно сказать, что «функция воздействия начинает вытеснять все остальные языковые функции <...>, средства массовой информации превращаются в средства массового воздействия» [Булыгина, Стеклова: цит. по: Клушина, 2008, с.49]. Функцию воздействия чаще всего связывают с экспрессивностью как усилением выразительности, эмоциональной силы высказывания на адресата. В лингвистической литературе экспрессивность / экспрессия получает неоднозначную трактовку. Согласно одному пониманию, экспрессивность может включаться в качестве микрокомпонента в состав коннотативного значения, наряду с эмоциональностью, оценочностью, образностью, интенсивностью, стилистической маркированностью [Арнольд, 2005; Крылова, 2006]. Другое понимание, которому мы следуем, выводит экспрессивность на функциональный уровень, рассматривая его как явление, интегрирующее в себе все коннотации, необычность, окказиональность, новизну употребления языковых знаков [Винокур, 1980; Лукьянова, 1986]. Предназначение экспрессивной функции состоит в том, чтобы создать в тексте яркую выразительность, связать качественно-количественную характеристику предметов с эмоциональной оценкой, образностью.

Медиа́текст, подчиненный конструктивному принципу чередования стандарта и экспрессии, нацелен на постоянное обновление языковых средств. Тексты, состоящие «исключительно из информационно насыщенных, а тем более информационно сильно насыщенных блоков» перестают быть интересными адресату [Клюев, 2002, цит. по: Чернышова, 2007, с. 220]. По словам Г.Я. Солганика, «если художественный стиль стремится выявить в слове конкретное, наглядное, образное, научный – обнажить понятие, то газетно-публицистический испытывает постоянную и острую жажду экспрессии» [Солганик, 2006, с. 65].

Как уже отмечалось, точные номинации количественности в медиатексте выполняют прежде всего информативную функцию, т.е. используются для выражения количественных значений, нумерации, для указания места в числовом ряду. Вместе с тем усиление воздействующей функции в современных СМИ предопределяет смысловое смещение точных обозначений и появление в их семантике дополнительных коннотативных сем. Анализ фактического материала позволил выявить следующие особенности употребления точных количественных номинаций в медиатексте: переосмысление параметрической информации предстает в использовании точных чисел для передачи неточного количества, подмене единиц измерения, измерении принципиально неизмеряемого, а также в игровых приемах.

Квантитативы-числительные в силу своей частеречной принадлежности предназначены для выражения точной, беспристрастной информации, вне контекста они характеризуются стилистической нейтральностью, отсутствием образности и оценочной окраски. Следует подчеркнуть особую роль контекста, влияющего на содержание квантитатива. Контекст, по словам Н.И. Клушиной, «мощный механизм формирования нужной оценки у нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему (основное значение) номинации, а в ее словесное окружение». Положительное или отрицательное значение у нейтрального слова развивается через формирование у него заданной коннотации при сохранении нейтральной семы [Клушина, 2008а, с. 108]. Эмоциональная окраска количественных номинаций выражается имплицитно, она выводится из контекста. Используя стилистический прием создания нужной коннотации, СМИ формируют целенаправленное воздействие на массовую аудиторию. Здесь существенно наблюдение Н.А. Лукьяновой в отношении того, что характер эмоциональной оценки зависит от той эмоции, которой окрашен тот или иной контекст [Лукьянова, 1986].

Точные количественные обозначения в определенном контексте могут выступать источником речевой экспрессии. Приведем примеры: ...за 2015 год зарегистрировано 90 аварий, совершенных пьяными водителями. В результате 19 человек погибли и 131 ранен (Бел. изв. 2016. №23). В 2015 г. пользователей Интернета в России стало на 4 млн. больше. Общее число россиян, охваченных им, приблизилось к 84 млн. человек (это 67,5% взрослого населения страны) (АиФ. 2016. № 7). В Государственной Думе РФ заседают 450 депутатов, заработная плата каждого депутата составляет 420 тыс. рублей. Итого за год только на заработную плату депутатам уходит 2,3 млрд. рублей (Нов. газета 2016. № 15). 15 предприятий – членов Ассоциации производящей фармпродукции, выпускающих 696 препаратов из списка ЖВИЛП, – уже прекратили изготавливать 59 дешевых препаратов <...> сейчас стоит вопрос о прекращении выпуска еще 80 нерентабельных лекарств (АиФ. 2016. № 7). Каждый год в России почти пять тысяч детей заболевают раком крови. До 1990 г. выздоравливало 6,7 процента детей, страдающих онкологическими заболеваниями. Сейчас общий уровень выздоровления – 70 процентов (РГ. 2009. № 38). Только за последние полгода число голодающих по всему миру выросло на 400 миллионов человек и вплотную приблизилось к



отметке в миллиард. То есть каждый шестой на планете. При этом от голода ежедневно умирают 10 тысяч детей и еще 25 тысяч взрослых (РГ. 2008. № 124). Содержание текстов, являющееся значимым для общества, усиливается количественными характеристиками, что не может не взволновать и не затронуть чувства аудитории.

По мнению Г.Я. Солганика, экспрессия в газете часто принимает характер оценочности [Солганик, 2006]. Точные обозначения, выступая основным содержательным элементом текста, заключают в себе не только некоторую информацию о чем-то, но и выражают отношение автора к сообщению, оказывая эмоциональное воздействие на адресата. В журналистском тексте им присуща передача эмоций совместно с основной информацией. Например: Территория старейшего аграрного вуза России поражает масштабом: 550 гектаров земли (РГ. 2016. № 34). Если рабочий день взрослого длится не более 8 часов, то у ребенка он доходит до 11-12 часов (6-7 уроков плюс факультативы и несколько часов на домашнее задание)! (АиФ. 2016. №7). Утренний прием пищи увеличивает производство сильного противовирусного компонента гамма-интерферона на 450%. Это вполнину сокращает риск заболеть (Добрые советы, январь 2016). Пенсионер – один из многих! – не получавший почему-то пенсию 13 (тринадцать) месяцев, потребовал от районного Пенсионного Фонда возместить ему моральный вред (Нов. газ. 2007. № 2). Из приведенных иллюстраций видно, что числительные только в определенном контексте воспринимаются как средства создания экспрессии.

Стремление к экспрессии порождает поиски новых, нетрадиционных способов отбора и организации языковых средств. В связи с этим языковая игра занимает ведущее положение в языке современных СМИ, поскольку «высвобождает огромные экспрессивные возможности, заложенные в язык» [Клушина, 2008а, с. 199]. Один из приемов переосмысления параметрической информации, используемый в медиатекстах, – подмена единиц измерения. Для разных явлений и вещей существуют свои способы и единицы измерения: цена измеряется в рублях, длина в метрах, различные предметы считают штуками. Но журналисты часто прибегают к замене принятых способов измерения, играют эквивалентностью: По экспертным оценкам, одна только байкальская вода, пусть даже по символической цене в цент за литр, дороже всей экономики России в несколько раз (Нов. газета. 2016 №15). Но именно на дне Северного Ледовитого океана находится столько запасов нефти и газа, что они с лихвой смогут «прокормить» чуть не весь мир (РГ. 2008. № 244).

Другой активно используемый прием – измерение принципиально неизмеряемых явлений: А если после молитвы стоимостью 258 тыс. рублей здоровье только ухудшится, тогда что делать – снова идти в суд? (АиФ. 2016. №7). «Спартак» дома играет на 200 процентов возможностей (РГ. 2007. 11-17 мая). Новая денежная единица – один младенец. (Бел. правда. 2009. 28 января).

По словам С.И. Сметаниной, журналистика отбирает для себя такие приемы, которые можно «примирить» с документальной природой публицистического текста [Сметанина, 2002, с. 178]. В поисках свежих, необычных номинаций для лиц и фактов авторы текстов прибегают к игровым приемам, помогающим создать в текстах образный и выразительный контекст. О стремлении журналистов придать публикуемым текстам большую остроту, привлечь к ним внимание читателей свидетельствуют игровые приемы, которые часто встречаются в сильных позициях текста – заголовках. Например: 300 млн. рублей за 6 чисел (гослотерея «Гослото») (АиФ. 2016. №7). 50+5 ФАС предложила разово проиндексировать недорогие лекарства на 5 рублей (РГ. 2016. № 34). Тысяча и одна победа (о фильме «Чемпионы: Быстрее. Выше. Сильнее») (РГ. 2016. № 34). 90 против 10 (о всероссийской забастовке дальнебойщиков) (Нов. газета. 2016. №15). Встречай весну счастливой. 13 простых шагов к новой жизни (Cosmopolitan, март 2016). Дубли и рубли (о переоборудовании кинотеатров). Рубль-работяга (РГ. 2016. №34). Можно наблюдать, что игровые приемы оформляются вопреки традициям: Жванецкий +Искандер =155 (Нов. газ. 2009. № 23).

Однако не только заголовки формируются игровым способом. Тексты также могут быть построены на парадоксальном осмыслении количественных параметров окружающей действительности: В 1998 г. доллар стоил 6 рублей, сейчас добрался почти до 80: вес многострадального «рубчика» уменьшился в 13 (!) раз (заголовок «Укрощение доллара») (АиФ. 2016. №7).

Переход пишущих журналистов к тексту-игре – это естественные в условиях рынка поиски оптимальных способов создания интересного для разного читателя материала [Сметанина, 2002]. С этой целью целый текст может строиться на уподоблении разноприродных количественных явлений:

Уникальность и обожествляемая сибирскими народами красота и мощь Байкала ничего не значат по сравнению вот с этими цифрами: 1 см уровня «священного моря» – это 160 млн. кВт. ч. 1 тонна алюминия – это примерно «материализованные» 15 тыс. кВт. ч. Таким образом, 1 см толщи Байкала – это минимум 1,26 млрд. рублей. И Байкал – ресурс пока возобновляемый (Нов. газета. 2016. №15). Попадая в своеобразные текстовые условия, известное приобретает неожиданные нюансы и обогащается новыми смысловыми оттенками. Игровые приемы, попавшие в документальную основу журналистских текстов, увеличивают количество прочтений сообщения.

Разнообразные приемы завлечения и воздействия на потребителя можно наблюдать в рекламных текстах, для которых характерно ненормативное использование языковых средств, игра



слов. Рекламный текст отличается информативностью, лаконичностью, яркостью и экспрессивностью, поэтому язык рекламы часто использует экспрессивные, выразительные возможности цифр: точное число для передачи неточного количества, подмену единиц измерения, игровые приемы. Приведем примеры: 24 часа увлажнения за 30 секунд (NIVEA, Cosmopolitan, март 2016). 10 000 вкусовых рецепторов обновляется каждые 10 дней (реклама зубной пасты на ТВ). Новая суперщеточка приподнимает каждую ресницу, увеличивая объем в 5 раз. Создай эффект распахнутых глаз! (реклама туши, Cosmopolitan, март 2016). Тушь. Заметно удлинняет до 80% (OOPS, № 3 2016). 1 движение – 5 действий для безупречной кожи (реклама BB cream). 2 простых шага. До 14 дней яркого цвета и блеска (гелевый маникюр). 200% Эффективность действия крема вместе с сывороткой (AVON). Весенний макинтош – 6 ноутбуков за 6 недель (акция). 50 видов обоев за 50% (реклама на ТВ).

Выбор количественных номинаций в качестве способа экспрессивизации связан с возможностью передачи смысла – «скоро, очень быстро», раскрываемого в рамках высказывания. Подобные приемы достижения экспрессивности встречаются и в газетной речи: 1 клик требуется, чтобы купить билет на электричку (АиФ. 2016. №7). Всего один звонок может принести вам 1 000 000 рублей! (АиФ. 2016. №7). Использование числительных в несловарном значении связано с усилением воздействующей силы на массовую аудиторию.

Анализ особенностей употребления количественно-именных сочетаний показал, что нередко нумеральные значения осложняются семантикой количественной оценки «много / мало». Точные номинации количества могут приобретать несвойственные им значения – гиперболизированное значение «очень» или «очень-очень». Для выражения оценки «мало» используются интенсификаторы только, лишь, (всего) лишь, всего, которые имеют дополнительную коннотативную сему 'очень'. Например: На 1 декабря минувшего года в городах официальный статус безработного имели всего 18 врачей, тогда как нанимателями в службу занятости было заявлено 1366 вакансий. В сельской местности на учете по безработице стояло всего 3 врача, в то время как было необходимо 99 (РГ. 2016. № 34).

Компонент «много» репрезентируется словами-усилителями – эмоционально-экспрессивными частицами. Например: А в 1947 году над Красной площадью прошли аж 100 истребителей (РГ. 2007. 11-17 мая). Уже сегодня на предприятии работает 269 человек (Бел. изв. 2006. 4 окт.). В анализируемых примерах эмоционально-экспрессивные частицы несут стилистически актуальные функции и передают субъективно-оценочное значение.

Для придания выразительности газетной речи используются и порядковые числительные. Порядковые числительные, употребляясь в структуре предложений, не всегда указывают на место предмета в счетном ряду и не всегда дают предмету количественную характеристику по его месту в счетном ряду [Рыбалко, 2004]. В связи с тем, что в числительных объединяются свойства числительных, прилагательных и существительных, при определенных условиях актуализируется одно из значений: количественное, качественное или предметное. В газетно-публицистическом стиле в экспрессивных целях используются порядковые слова в переносном значении. Например: Может, в какие-то третьи руки хорошие попаду (МК в Белгороде. 2007. № 24). После нашей высылки он много встречался с эмигрантами первой волны (Нов. газ. 2007. № 2). Так, в сочетании эмигранты первой волны реализуется значение «массовое проявление чего-нибудь, что-то, движущееся друг за другом во множестве на некотором расстоянии» (СО 1995). Но помимо указанной семантики, в содержании присутствует смысл 'что-то, подобное волне'. Этот смысл и создает второй план в семантике слова, придавая данному значению качество образности.

Функционируя в составе фразеологических единиц, порядковые числительные имеют только качественную семантику. Например: Мама не возражала. Никита был на седьмом небе (ЛГ. 2006. № 39-40), ср.: на седьмом небе – «в высшей мере счастья, довольства». (ФС 1994).

Одним из способов создания экспрессивного, семантически насыщенного обозначения предмета речи или мысли является использование количественных, совмещающих номинативную и экспрессивную функции. Такими номинациями в массово-коммуникативных текстах выступают сочетания с числительными, имеющими наряду с денотативным значением 'количество' ярко выраженную коннотативную сему 'эмоциональная оценка'. Например: Ныне военно-патриотическая работа переживает второе рождение (Бел. изв. 2006. 3 окт.). Эпические торжества запечатлели на пленку. Теперь давние фото обрели вторую жизнь (Нов. газ. 2007. № 2).

Выразительности газетной речи способствуют случаи субстантивации порядковых числительных, которые имеют эмоционально-оценочный характер: Родителям нравится одно, детям – другое, а шьют, порой, третье (РГ. 2009. № 9). Только каждый третий расскажет вам про знакомого, который лишился квартиры или машины из-за того, что не смог выплатить кредит, каждый второй – про украденный кошелек ... (КП. 2009. № 9).

Таким образом, анализируя использование точных количественных номинаций в медиатекстах, можно говорить о том, что их употребление обусловлено такими ведущими тенденциями развития языка СМИ, как изменение соотношения книжности и разговорности (в сторону расширения разговорности); изменение и расширение функций языка СМИ; форсирование инноватики и экспрессии. Перечисленные тенденции направлены на усиление воздействующего потенциала



медиатекста. Воздействующая функция вовлекает в свою сферу все пространство количественных отношений. Точные количественные номинации в массово-коммуникативных текстах не только передают достоверную информацию, но и выражают отношение автора, его оценки излагаемых фактов, чтобы максимально эффективно воздействовать на аудиторию. Контекстное окружение осложняет языковое значение дополнительными семами («много», «мало», «очень», «скоро», «быстро»), отношением автора к сообщению, переводит оцениваемое количество из положительной оцениваемой области в отрицательную. Журналисты прибегают к разнообразным экспрессивным приемам передачи количественной информации, среди которых значительное место занимает языковая игра. Благодаря включению информации в контекст игры ситуация выглядит по-новому, что необходимо как для привлечения внимания массовой аудитории и установления диалога с ней, так и для эффективности процесса коммуникации в целом.

Список литературы

- Арнольд И.В. 2005. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. М., Флинта: Наука, 384.
- Винокур Т.Г. 1980. Закономерности стилистического использования языковых единиц. М., Наука, 238.
- Ким М.Н. 2004. Журналистика: методология профессионального творчества. СПб., Изд-во Михайлова В.А., 496.
- Клушина Н.И. 2008. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000-2008 гг.): автореф. дисс. ...докт. филол. наук. М., 32.
- Клушина Н.И. 2008а. Стилистика публицистического текста. М., Медиа Мир, 244.
- Костомаров В.Г. 2005. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. М., Гардарики, 287.
- Крылова О.А. 2006. Лингвистическая стилистика. В 2 кн. Кн. 1. Теория: Учеб. пособие. М., Высшая школа: 319.
- Лукьянова Н.А. 1986. Экспрессивная лексика разговорного употребления (проблемы семантики). Новосибирск, Наука, 230.
- Рыбалко Т.Д. 2004. О семантике порядковых числительных в структуре словосочетания и предложения. Сборник научных трудов. Таганрог, Изд-во таганрогского гос. педагог. института: 142-146.
- Сметанина С.И. 2002. Медиа-текст в системе культуры: динамичные процессы в языке и стиле журналистики к. XX в. СПб., Изд-во Михайлова В.А., 382.
- Солганик Г.Я. 2006. Стилистика текста. М., Флинта: Наука, 125.
- Чернышова Т.В. 2007. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. М., Изд-во ЛКИ, 296.