

## МЕДИАСТИЛИСТИКА

УДК 811.161.1'42

### «Псевдоценности» в современном отечественном медийном дискурсе: опыт логического анализа имплицитной оценочности в языке печатных СМИ\*

Т. Б. Радбиль

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского,  
Российская Федерация, 603000, Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 37

Для цитирования: Радбиль Т. Б. (2021). «Псевдоценности» в современном отечественном медийном дискурсе: опыт логического анализа имплицитной оценочности в языке печатных СМИ. *Медиалингвистика*, 8 (4), 406–420. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.407>

Рассматриваются специфические языковые механизмы выражения имплицитной оценочности особого типа в современном российском медийном дискурсе. Автор исходит из предположения о существовании в коммуникативной среде социума так называемых псевдоценностей, которые понимаются как безусловные ценности, становящиеся таковыми только при определенных условиях. Диагностическим, репрезентативным контекстом для выявления ценностей подобного типа в речевой практике носителей русского языка является высказывание, включающее метаязыковой комментарий *в хорошем смысле (слова)*. Цель исследования — выявить основные модели языковой репрезентации таких псевдоценностей в современном российском медиадискурсе, имплицитно выраженных в репрезентативных контекстах употребления метаязыкового комментария *в хорошем смысле слова*. Автор обращается к методу логического анализа неявной имплицитной информации в языковых выражениях и методу контекстуального анализа метаязыковых элементов текста. На материале газетного корпуса в составе Национального корпуса русского языка показано, что такие ценности новой российской действительности, как *карьера, конкуренция, индивидуализм, «запад», мода* и другие, декларируемые как позитивные в СМИ, в действительности выступают псевдоценностями, которые не расцениваются носителями языка в узусе как безусловно положительные. Это подтверждает сама возможность использования таких номинаций в дискурсе массмедиа с уточняющим метаязыковым показателем *в хорошем смысле*.

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Фонда «За русский язык и культуру в Венгрии» (РЯИК) в рамках научного проекта № 20-512-23003/21.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2021

ле (слова). Особое внимание уделяется использованию этого метаязыкового комментария в роли осознанного средства речевого воздействия и приема языкового манипулирования. Делается вывод, что употребление контекстов с указанными рефлексивами в медийном дискурсе всегда имеет характер внутренней полемичности: говорящий по тем или иным причинам расходится с ценностными стереотипами, закрепленными за изображаемыми явлениями и понятиями в объективной языковой оценке, в общепринятых номинациях, причем в направлении как повышения регистра оценки (для нейтральных или негативных обозначений), так и его понижения (для обозначений, в норме имплицитующих ценности положительные).

*Ключевые слова:* псевдоценности, российский медиадискурс, метаязыковой комментарий, выражение в хорошем смысле слова, лингвистическая аксиология.

## Постановка проблемы

Дискурс как способ оперирования языком принято описывать через структуру коммуникативного акта, включающего ситуацию, участников, канал, носитель, код, содержание и коммуникат (текст). Но это, так сказать, техническая сторона дискурса. С содержательной точки зрения дискурс — это прежде всего ценности, которые задают общий взгляд на мир для участников дискурса и транслируются (в эксплицитном или имплицитном виде) посредством обмена сообщениями в коммуникативной среде [Карасик 2002]. Особенно важной ценностная составляющая представляется для медийного дискурса, который, по терминологии О. В. Соколовой, относится к «дискурсам активного воздействия» [Соколова 2014]. В коммуникативной среде СМИ отстаиваются, дезавуируются, оспариваются ценности тех или иных политических, общественных или культурных групп, да и сам дискурс массмедиа выступает как мощный инструмент не столько отражения, сколько формирования «ценностной модели мира» в обществе, используя разнообразные средства языкового воздействия, в том числе манипулятивного типа [Радбиль 2014]. Таким образом, проблема содержания ценностного компонента в картине мира социума и способов его инкорпорирования, внедрения в общественное сознание, обладающая самоочевидной актуальностью, обретает во многом лингвистическое измерение.

Каждый человек на интуитивном уровне хорошо представляет себе, «что такое хорошо и что такое плохо» (а это, по сути, и есть его мир ценностей). Носители языка в своей речевой практике легко и в целом корректно оперируют оценочным потенциалом языка, «даже не отдавая себе в этом отчета на рациональном уровне, не рефлектируя своих ценностных словесных реакций на мир» [Радбиль 2011: 569]. Однако при этом «язык ценностей» устроен крайне сложно: «Оценка в той же мере относится к области реакций, как и к области стимулов. Она столь же неуловима, сколь и вездесуща» [Арутюнова 1999: 183]. Говоря словами А. Вежбицкой, языковая концептуализация ценностей относится к области «неосознаваемых противопоставлений невероятной чувствительности, тонкости и точности» [Вежбицкая 1996: 71].

Мы исходим из теоретической необходимости различать ценности двух видов: как объект авторской рефлексии и обсуждения, которые не являются языковыми по природе и тем самым не попадают в сферу нашего исследования, и как определенный фокус сообщения. Посредством вторых в авторской позиции с помощью языка моделируется и интерпретируется некое положение дел в мире, определен-

ным образом интонируется изображаемое и определяется перспектива высказывания. Это и есть ценности собственно языковые. Иными словами, «язык ценностей» не дан нам в непосредственном наблюдении, он рассеян по операционной среде языка, растворен в массиве конкретных высказываний на разные темы. Но его можно реконструировать по данным языка, т. е. выявить с помощью определенного языкового инструментария.

В нашей предыдущей работе [Радбиль 2011] в качестве такого инструментария рассматриваются так называемые **репрезентативные контексты**. Это «объективные языковые свидетельства, так сказать, “тесты”, способные выявить наличие в некоей единице языка имплицитной оценочности, негативной или позитивной, которая будет именно объективно языковой оценочностью, заданной специфично языковыми средствами ее экспликации» [Радбиль 2011: 569]. Важность именно «скрытой» языковой оценочности, как, впрочем, и других имплицитно выражаемых смыслов, для ценностной картины мира заключается в том, что, согласно концепции А. А. Зализняка, И. Б. Левонтиной и А. Д. Шмелёва, только так носитель языка может оперировать ими, принимая их на веру, не рефлектируя и не задумываясь: «Важно не то, что утверждают носители языка, а то, что они считают само собою разумеющимся, не видя необходимости специально останавливаться на этом внимании» [Зализняк, Левонтина, Шмелёв 2005: 9].

Интересующий нас ценностно маркированный имплицитно выраженный смысл можно выявить из совокупности таких контекстов употребления данной единицы, которые по тем или иным причинам могут рассматриваться как релевантные для актуализации именно оценочной семантики, в иных контекстах не проявляющейся или нейтрализованной. Такие репрезентативные контексты и будут служить «тестами» как на само наличие языковой оценочности, так и на ее «знак» («плюс» или «минус»). В нашей работе [Радбиль 2011] в число таких максимально релевантных репрезентативных контекстов входит контекст так называемого оценочного метаязыкового комментария *в хорошем смысле (этого) слова*. Особенности функционирования этого выражения в дискурсе современной отечественной прессы как маркера особого типа ценностей и станут предметом рассмотрения в статье.

Несколько слов о том, почему нам интересны именно метаязыковые комментарии. Метаязыковой комментарий, или рефлексив, в терминологии И. Т. Вепревой [Вепрева 2005], является действенным средством, с помощью которого говорящий управляет своим дискурсом, организует его структуру для оптимального восприятия адресатом. В целях нашего исследования важно, что при этом метаязыковой комментарий выступает еще и в качестве некоего объективного индикатора скрытых интенций говорящего, его взглядов и интересов, ценностных приоритетов, не выражаемых явным образом в его дискурсе.

Возвращаясь к интересующему нас оценочному рефлексиву *в хорошем смысле слова*, укажем на то, что, согласно нашей концепции, он служит языковым выражением такой специфической ценностной реакции горящего, как выражение ложной ценности, или псевдоценности.

В нашей работе [Радбиль 2011] предложена следующая градация ценностей, подлежащих эксплицитному или имплицитному языковому выражению: (1) собственно ценность как отражение «абсолютного блага» — положительного полюса

в аксиологических оппозициях типа *добро — зло, хорошо — плохо* и пр.; (2) антиценность как отражение отрицательного полюса в указанных оппозициях; (3) неценность как отражение нейтрального, не попадающего в сферу действия культурно-ценностных оппозиций явления, которое вообще находится вне ценностной иерархии. Кроме этого, мы постулировали наличие явлений специфической ценностной природы, которые занимают в предлагаемой иерархии промежуточное положение между ценностью «наверху» и антиценностью «внизу». Их как раз и можно именовать «ложная ценность», или «псевдоценность».

Подлинные ценности (как, впрочем, и их антиподы — подлинные антиценности) безусловны и аксиоматичны [Арутюнова 1999]. «Лишь псевдоценности могут быть “хорошими” только при определенных условиях, с каким-то ограничениями или оговорками: содержащаяся в импликационале этих слов ложная претензия как бы дезавуируется, разоблачается экспликацией таким на первый взгляд невинным оценочным метаязыковым комментарием, как *в хорошем смысле (этого) слова*» [Радбиль 2011: 572]. Так, в примере *На мой взгляд, Черчесов — растущий и в хорошем смысле амбициозный тренер* (Мутко рассказал о будущем Черчесова в качестве тренера сборной России // *lenta.ru*, 10.06.2017) можно увидеть отражение установки говорящего на оправдание понятия *амбициозный* в восприятии аудитории, которое по умолчанию, без прибавки *в хорошем смысле слова*, не воспринимается в русском языковом сознании как безусловно позитивная оценка свойств лица.

С позиций постклассического логического анализа языка в толкование подобных выражений неявным образом входит весьма сложный оценочный комплекс, который в работе Н. Д. Арутюновой именуется «сравнительной оценкой» (в терминах *лучше / хуже* — типа *X лучше Y*) [Арутюнова 1999: 175–176].

Употребляя подобные метаязыковые комментарии применительно к определенным словам и выражениям, «говорящий выражает тем самым свое сомнение в том, что без этого специального разъяснения, так сказать, “по умолчанию”, адресат воспримет это слово или выражение в требуемом положительном оценочном регистре. Говорящий словно чувствует: здесь что-то не так, с этим словом, оно в общепринятом мнении не является безусловным носителем позитивной ценности, а скорее, напротив, это сигнал ценности отрицательной» [Радбиль 2011: 571].

Проще говоря, псевдоценность в нашей концепции — это ценность не безусловная, не самоочевидная, она нуждается в каком-то обосновании и актуальна только при наличии некоторых дополнительных условий. Иными словами, это изначально что-то плохое (или просто внеоценочное), которое лишь в определенных обстоятельствах может расцениваться как нечто хорошее.

Модели выражений с подобным типом оценочности, попадая в медийную среду, всегда неоднозначны, полемичны, внутренне противоречивы, имеют существенный экспрессивный заряд и значительный воздейственный (в том числе манипулятивный) потенциал. Также имплицитные оценки подобного типа симптоматичны и даже диагностичны, потому что они очерчивают в зоне интересов авторов и читателей некий круг неочевидных ценностей, так сказать, претензий на то, чтобы стать ценностями, которые, исходя из современного состояния общественного сознания, нуждаются в основании и оправдании, а также набрасывают контуры определенной шкалы ценностей сегодняшнего российского социума.

Таким образом, мы можем сформулировать цель исследования — выявить основные модели языковой репрезентации так называемых псевдоценностей в современной российской медиадискурсе, имплицитно выраженных в репрезентативных контекстах употребления метаязыкового комментария *в хорошем смысле слова*.

## История вопроса

История изучения категории ценности в гуманитарном знании имеет почтенную традицию [Арутюнова 1999]. Однако собственно лингвистическое изучение «языка ценностей» началось совсем недавно. В качестве своего рода этапного исследования в этой области следует назвать работу Н. Д. Арутюновой «Типы языковых значений: оценка, событие, факт» [Арутюнова 1988]. С начала 2000-х годов мы можем говорить о том, что сложилось целое научное направление, получившее название «аксиологическая лингвистика» [Красовский 2002; Карасик 2005], или, по-другому, «лингвистическая аксиология» [Темиргазина 2015]. В рамках этого направления и были заложены основы изучения такого специфического средства выражения языковой оценки, как имплицитная (или ингерентная) оценочность [Радибурская 2014]. Современное состояние вопроса отражено, в частности, в репрезентативном сборнике статей «Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности» [Милованова 2020].

Интерес к проблематике лингвоаксиологического характера отчетливо проявляется и в научной области современной медиалингвистики [Славкин, Кузнецова, 2018]. Так, разрабатываются общие вопросы репрезентации ценностей в журналистике [Нигматуллина 2008; Ерофеева 2009; Цветова 2017; Цветова 2020; Дускаева 2019; Сидоров 2019], проблемы ценностной поляризации в отечественной медиасфере [Sidorov, Nigmatullina 2016] и др.

В свою очередь, интерес к метаязыковым показателям как к неотъемлемой части языкового существования активизировался также сравнительно недавно. Еще в работах Р. Якобсона осуществлено выделение метаязыковой функции в числе одной из базовых языковых функций: способность создавать сообщения о сообщениях является важнейшим свойством языка как первичной моделирующей системы [Якобсон 1996]. Языковая рефлексия говорящего над собственным языком признается важной частью его языковой картины мира [Арутюнова 2000]. Как показано в одной из ранних работ А. Вежбицкой, именно «метатекстовые показатели», будучи имплицитными средствами выражения адресованности сообщения, формируют некую «метатекстовую оправу» сообщаемого, т. е. некую инструкцию адресату по поводу того, как следует воспринимать сказанное [Вежбицкая 1978].

Что же касается непосредственно метаязыковых комментариев, то им посвящено обстоятельное монографическое исследование И. Т. Вепревой «Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху». Метаязыковые комментарии следует отнести к довольно широкому и разнообразному по своим семантическим и прагматическим свойствам кругу выражений, которые в работе И. Т. Вепревой именуются рефлексивами: это метаязыковые высказывания, выступающие как продукт языковой рефлексии носителя языка по поводу употребления им какого-либо языкового выражения в рамках обыденного языкового сознания [Вепрева 2005: 76].

На этой основе в наших работах предложена исследовательская модель логического анализа имплицитной языковой оценочности посредством выявления и интерпретации репрезентативных контекстов, в число которых и входит метаязыковой комментарий *в хорошем смысле слова* [Радбиль 2011].

## Описание методики исследования

Предлагаемая методика исследования основана на принципах логического анализа неявной имплицитной информации в языковых выражениях [Булыгина, Шмелёв 1997; Арутюнова 1999; Зализняк, Левонтина, Шмелёв 2005]. Она апробирована автором применительно к анализу явлений недобросовестного информирования, стратегий языкового манипулирования и т. п. [Радбиль 2014].

Непосредственно процедура анализа репрезентативного контекста *в хорошем смысле слова* разработана нами в работе [Радбиль 2014] на основе идей Н. Д. Арутюновой [Арутюнова 1999]. В толкование выражений с данным метаязыковым компонентом неявным образом входит весьма сложный оценочный комплекс, который в работе Н. Д. Арутюновой именуется «сравнительной оценкой». «Добавим, что эта оценка не только сравнительная, но и, так сказать, полимодальная, т. е. одновременно характеризующая объект оценки с разных сторон — и в положительном, и в отрицательном регистре (*Х в каком-то смысле хорошо, а в каком-то плохо*)» [Радбиль 2011: 572].

Рассмотрим пример: *Сюда ехали мечтатели и бездельники (в хорошем смысле слова) — люди, которые не собирались ничего создавать, только потреблять, не нарушая всю красоту* (Лица Давыдова. «Здесь можно за год стать звездой» // *lenta.ru*, 30.09.2016). Здесь отрицательная оценочность присутствует в ядерном компоненте оценочной коннотации, «по умолчанию», без дополнительных экспликаций, а положительная оценочность — в зоне импликационала, потенциальной коннотированности, которая проявится при определенных условиях погашения или нейтрализации наличных отрицательных оценочных сем. «Подобный сложный оценочный комплекс как элемент толкования может выглядеть примерно так: *Х вообще плохо, но в каком-то смысле может быть хорошо*» [Радбиль 2011: 572].

Ниже мы покажем, что наша методика успешно работает применительно к выявлению довольно сложных по своей интенциональности и неоднозначно трактуемых имплицитно-оценочных комплексов в языке современной отечественной прессы.

Материалом исследования являются контексты употребления метаязыкового комментария *в хорошем смысле слова*, извлеченные методом сплошной выборки из газетного корпуса в составе Национального корпуса русского языка [НКРЯ].

## Анализ материала

Первое, на что следует обратить внимание, — это возможность выявить противоречие между декларируемыми и тиражируемыми в СМИ положительными ценностями «нового времени» (карьера, конкуренция, индивидуализм, модность и пр.) и их реальной языковой оценочностью, заложенной в общепринятых конвенциях употребления слова, которая, как показывают наши контексты, по умол-

чанию, без данной уточняющей «прибавки», положительной не является. Итак, какие же ценности не безусловно позитивные (или хотя бы сомнительно позитивные) в дискурсе современных СМИ?

*Подписывая сегодняшнее соглашение, я уверен, мы сделаем шаг вперед к тому, чтобы наши субъекты федерации не только **конкурировали в хорошем смысле слова**, но и сотрудничали на благо развития Московского региона, страны, жителей Москвы и Подмосковья* (Подписано соглашение по развитию промышленного потенциала Московского региона // lenta.ru, 28.02.2018);

*Впрочем, если бы мы даже согласились существенно повысить зарплату Данни, не думаю, что он остался бы в команде. Португалец — **карьерист в хорошем смысле слова*** (Ванденко А. Тот, кто заводит «Динамо» // Советский спорт, 06.09.2009);

*Понимаете, чиновник в правительстве — **чиновник в хорошем смысле слова**, всегда связан какими-то обязательствами, какими-то постановлениями* (Процесс оформления интеллектуальной собственности только начат // РИА Новости, 11.02.2008);

*Вместе с региональными властями мы сделали из нее, **в хорошем смысле, западного вида** библиотеку, она превратилась в центр жизни поселка* (Ольга Тимофеева. Вадим Дуда: Кто ж не выступит против «убийцы культуры». Интервью гендиректора Библиотеки иностранной литературы // Новая газета, 13.03.2017);

*Спектакль получился неожиданно не ностальгическим, а стильным и **в хорошем смысле слова модным*** (Мишель Легран попал под зонтики // Труд-7, 07.07.2009).

Также «лингвистическому тесту на псевдоценности» можно подвергнуть и новые модные понятия в нашей культуре, например *хайп*, *артхаус* (являются ли они однозначно положительными ценностями в современной общественном сознании). Оказалось, что нет.

— *Мне был брошен вызов, что я не смогу без дополнительной раскрутки и продвижения с каким-нибудь роликом **в хорошем смысле хайпануть*** (Вячеслав Половинко, Татьяна Васильчук. Конкурс песни и лести. Зачем российские артисты поют песни о Путине и почему хотят быть ближе к власти? // Новая газета, 15.03.2018);

— *Именно такой **артхаусный (в хорошем смысле слова)** подход к организации музыкального фестивального действия продемонстрировал проходивший в апреле Red Bull Music Festival в Токио* (Денис Рузаев. Электрический Токио // lenta.ru, 05.05.2019).

Предлагаемый нами «тест на псевдоценности» имеет две стороны. С одной стороны, с его помощью мы можем выявить неосознанные ценностные представления, стоящие за словами в их общеупотребительных значениях (говоря высокопарно, узнать «общенародную оценку» соответствующих понятий, отраженную в узуальных употреблениях, и ее несоответствие с оценочностью, навязываемой извне, со стороны СМИ), что мы показали выше.

Но, с другой стороны, данный тест способствует и обнаружению вполне осознанных установок говорящих (авторов) в области выбора того или иного явления, подлежащего, с их точки зрения, повышению оценочного регистра, который, по тем или иным причинам, незаслуженно низок. То есть здесь уже речь идет об индивидуальной языковой картине мира. Какие именно псевдоценности подлежат оправданию и почему именно они — не менее интересный вопрос.

Сигналом наличия осознанной установки на употребление определенного оценочного рефлексива является речевая стратегия эмфазы — пунктуационного выделения скобками или тире по модели оформления вставной конструкции, посредством которого такая установка акцентируется и к ней привлекается внимание аудитории.

*В «Лете» Ли впервые за долгое время обходится без заигрывания с широкой (читать — белой) аудиторией и доводит свой фирменный стиль до упоительного, бьющего наотмашь, почти театрального (в хорошем смысле слова) гротеска* (Денис Рузаев. 50. «Королевство полной луны» (Moonrise Kingdom), режиссер Уэс Андерсон // lenta.ru, 23.12.2019);

*Заместитель генерального директора по коммерции и развитию компании «Т Плюс» Александр Вилесов отмечает, что до тех пор, пока не будут обеспечены гарантии возврата средств тем, кто собирается перестраивать систему теплоснабжения, прорыва — в хорошем смысле этого слова — не случится* (Прорыв в хорошем смысле слова // lenta.ru, 12.12.2019).

Иногда знаком выделения более сложной ценностной реакции говорящего являются остранные кавычки, которые как раз подчеркивают сомнение автора в безусловной положительности описываемого явления:

*Кроме того, школьникам хотели показать, на что способны бойцы ведомства — «в хорошем смысле слова»* (Номер с pistolетами на школьной линейке в годовщину Беслана возмутил россиян // lenta.ru, 03.09.2019).

Вообще говоря, интенции авторов при включении в зону «повышения ценностного регистра» того или иного явления или понятия весьма сложны и разнообразны. Например, журналист (или интервьюируемый) хочет оправдать в глазах аудитории некие необщепринятые ценности.

*На звание самого дико — причем в хорошем смысле — фильма фестиваля появился главный претендент* (Денис Рузаев. Игорь Игрицкий. Канн-2016. День 8. Мы видели дьявола и гения // lenta.ru, 19.05.2016).

*Мы одержимы... но в хорошем смысле», — говорится в послании* (НТС назначила дату презентации нового флагманского смартфона // lenta.ru, 22.03.2016);

*Пусть несколько провинциального — что делать, «такая была жизнь», — но весьма самобытного и, в хорошем смысле, одиозного* (Михаил Лодыговский. Портной и блатной // lenta.ru, 22.02.2018);

*Акин работает с этой сложной, болезненной темой аккуратно, без лишнего пафоса, но и в хорошем смысле слова безжалостно...* (Денис Рузаев. Откуда текут слезы // lenta.ru, 27.05.2017).

Журналист (или интервьюируемый) хочет подчеркнуть некие новые, известные ему позитивные черты в явлении, традиционно оцениваемом отрицательно.

*Поскольку мы отстаем, в хорошем смысле этого слова, именно мы сейчас сохраняем европейские ценности, которые очень успешно разрушают на Западе», — поделился своим мнением он* (Раздел «Культура». Кончаловский рассказал об отставании России от США // gazeta.ru, 14.11.2019);

Нужно работать так, как будто — **в хорошем смысле** — это **последний день твоей работы**», — сказал политик (Спикер Верховной Рады оценил вероятность ее отпуска // lenta.ru, 06.12.2019);

Как они ей **манипулировали, в хорошем смысле** этого слова, я не знаю, поэтому подобные выводы СМИ я комментировать не могу», — отметил пресс-секретарь (Кремль прокомментировал данные о невыполнении майских указов // lenta.ru, 17.04.2019);

Причем **опиум в хорошем смысле**, потому что это лучшее средство от депрессии (Ольга Галковская, под редакцией Ларисы Жуковой. «Самые близкие отвернулись от меня» // lenta.ru, 16.01.20196).

Журналист (или интервьюируемый) хочет предвосхитить и дезавуировать возможную негативную оценку какого-либо ценностно нейтрального по умолчанию явления, на его взгляд, незаслуженную.

Учитель также выразил уверенность в том, что личность и песни Цоя продолжают «будоражить» аудиторию, так как «он был своеобразным **шаманом в хорошем смысле слова**» (Раздел «Культура». Учитель раскрыл причину съемок фильма о Викторе Цое // gazeta.ru, 18.11.2017);

**Так что в хорошем смысле слова это авторский проект** (Беседовал Денис Рузаев. «Главная ценность нации — это совесть» // lenta.ru, 06.04.2017);

По словам Владимира Чагина, руководителя проекта ралли-рейд «Шелковый путь», у организаторов гонки **в хорошем смысле нет другого выбора** (Toyota стала официальным автомобилем ралли-рейда «Шелковый путь» // lenta.ru, 08.07.2019);

Станислав Новиков: Это был, как мне кажется, **переломный год — в хорошем смысле**, разумеется («Пик кризиса остался позади» // lenta.ru, 24.11.2016);

**«Я в хорошем смысле в шоке от услышанного: это не некие косметические предложения!»** (Татьяна Меликян. Рожайте без нервов // lenta.ru, 29.11.2017)

К явлениям повышения ценностного регистра для в целом нейтральных номинаций примыкают и случаи использования выражения **в хорошем смысле слова** в стилистическом приеме амфиболии — обыгрывании многозначности:

Путь Снежаны на подиум начался, как у многих ее коллег, с **улицы** — разумеется, **в хорошем смысле слова**: по официальной версии, известный на Украине модельный хантер Олег Воропаев заметил юную модель во время прогулки по Киеву, куда она после окончания школы переехала из провинции (Вера Вольфсон. Елена Зеленская // lenta.ru, 11.06.2019).

Здесь обыгрывается столкновение в одном контексте общезыкового буквального значения предложно-падежного сочетания с **улицы** и его просторечного употребления, связанного с эвфемистическим перифрастическим наименованием проституции или бродяжничества, бездомности.

Ср. аналогично — столкновение буквального и жаргонного значений выражения **шведская семья**:

**Веста-Линнея** — девочка из большой шведской (**в хорошем смысле**) семьи (Наталья Кочеткова. Зверский детектив, оборотни и человек с черными усами // lenta.ru, 14.11.2019).

Или обыгрывание энантиосемии для слова *отработанный* — в значении 'наработанный, т.е. выработанный в трудовом опыте' и в значении 'выработавший ресурсы, т.е. ненужный':

*С одной стороны, это достаточно банальная — в хорошем смысле слова — отработанная технология* (Беседовал Александр Зайцев. «Расширять свои возможности — обязанность музея» // *lenta.ru*, 12.12.2016).

Во всех этих случаях говорящий, с одной стороны, пытается предупредить возможную двусмысленность трактовки адресатом, а с другой — использовать экспрессивный потенциал «языковой игры», а иногда комического эффекта.

Использование рефлексива *в хорошем смысле слова* также действенный инструмент полемической отстройки от расхожих взглядов и мнений, сложившихся стереотипных точек зрения. Это характерно для контекстов, в которых осуществляется стратегия «понижения ценностного регистра», т.е. приписывания сомнительности и условности, «оговорки» ценностям, которые по умолчанию, напротив, являются безусловно положительности, безоговорочными («что-то безусловно хорошее оказывается не всегда хорошо»).

*Куда бы он ни заходил, он ведет себя как дома в хорошем смысле этого слова: со всеми здороваются, заводит беседу, узнает, что и как* (Константин Колотов. «Одно неверное движение — смерть» // *lenta.ru*, 27.07.2019);

*Ирландцы очень общительные, в хорошем смысле этого слова* (Подготовила Екатерина Климушкина. «Скучаю по гречке, пятиэтажкам и метро» // *lenta.ru*, 27.05.2019);

*Но так как это в первую очередь зрелищный и простой (в хорошем смысле) боевик, над такими мелочами никто и не должен задумываться* (Влад Массино. Грязный прием // *lenta.ru*, 11.05.2019);

*Я бы сказала, взгляда более раскрепощенного и в хорошем смысле — спокойного* (Лариса Малюкова. «Подождите, почему все молчат?» Режиссер Наталья Мещанинова — про мат, притравку и митинги как средство решения психологических проблем // Новая газета, 20.09.2018).

## Результаты исследования

Проведенное исследование показало, что контекст метаязыкового комментария *в хорошем смысле (слова)* в отечественном медиадискурсе выступает значимым языковым средством выражения имплицитной языковой оценочности сложной природы, так называемых псевдоценностей, которые могут считаться для говорящего ценностями только при определенных условиях, что идет вразрез с устоявшейся оценкой таких явлений в узусе.

При этом употребление контекстов с указанными рефлексивами всегда имеет характер внутренней полемичности, когда говорящий по тем или иным причинам расходится с ценностными стереотипами, закрепленными за изображаемыми явлениями и понятиями в объективной языковой оценке, общепринятых номинациях, причем в направлении как повышения регистра оценки для нейтральных или негативных обозначений, так и его понижения — для обозначений, в норме имплицитующих ценности положительные.

Важно и то, что во всех случаях употребления этого выражения мы имеем дело с использованием специфической речевой стратегии *de re*, которая, в концепции Т. В. Булыгиной и А. Д. Шмелёва, относится к средствам так называемой «языковой демагогии». «Стратегия *de dicto* направлена на адекватную передачу чужого мнения; стратегия *de re* всегда маркирована и выбирается со специальной целью» [Булыгина, Шмелёв 1997: 474]. Языковые механизмы реализации этих коммуникативных стратегий заключаются в особом выборе номинаций или в перетолковании говорящим общеязыковых значений слов или значений, актуализованных адресатом, в соответствии со своими воззрениями, целями и интересами: «При стратегии *de dicto* говорящий использует номинации, которые счел бы адекватными и субъект передаваемого мнения; при номинации *de re* говорящий все переименовывает в соответствии со своими представлениями о реальности» [Булыгина, Шмелёв 1997: 472].

В этом плане использование проанализированного метаязыкового комментария является действенным языковым механизмом навязывания аудитории определенных оценок, которые потенциально могли бы не разделяться адресатом или которые он самостоятельно для себя не сформулировал бы, т. е. когнитивно-дискурсивным орудием языкового манипулирования сознанием.

Вместе с тем употребление рефлексива *в хорошем смысле (слова)* выступает как эффективное средство «нарушения читательского ожидания» [Якобсон 1996], т. е. как стилистический прием деавтоматизации речи, который раздвигает границы общеизвестного, находит новые грани в привычном, способствует адекватному описанию сложных и внутренне противоречивых явлений окружающей действительности и тем самым усиливает арсенал экспрессии в журналистской речи. С этим, кстати, связаны и частые употребления данных рефлексивов в комическом ключе, в режиме «языковой игры», шутки, иронии и пр.

Интересно, что обе указанные выше и в целом противоположные друг другу установки могут быть совмещены в пределах одного контекста, что хорошо видно в одном из моих любимых примеров, которым мне хочется завершить это исследование — без комментария:

*Она — женщина в хорошем смысле этого слова* (Эд. Поляновский. Ожидание счастья. Дневники и письма военного фельдшера Татьяны Атабек. 1941–1945 // «Известия», 21.06.2002).

## Выводы

Как нам представляется, использование разработанной процедуры выявления имплицитной языковой оценочности посредством изучения репрезентативных контекстов метаязыкового комментария *в хорошем смысле (слова)* может стать универсальным исследовательским инструментарием для выявления неочевидных, неоднозначных ценностей сложной природы не только применительно к дискурсу массмедиа. Так, с помощью «лингвистического теста на псевдоценности», примененного фронтально, в рамках какого-либо контент-аналитического проекта, можно, например, реконструировать фрагмент ценностной картины мира этноса в целом на определенном временном срезе.

Благодаря этому тесту мы также можем оценить и эволюцию ценностных представлений в разные хронологические периоды существования языка, в том чис-

ле журналистского дискурса. Так, в советскую эпоху, когда коммунизм был безусловной положительной ценностью, остраивающие контексты типа *коммунизм в хорошем смысле*, которые понижают регистр аксиоматической положительной ценности до ценности небезоговорочной, были невозможны. В наше время мы вполне можем встретить что-то вроде *Колхоз, который смог: в кубанской станице реализовали главные идеи коммунизма в хорошем смысле слова* [<https://agrobook.ru/blog/user/inga/>], и подобное употребление вовсе не кажется чем-то аномальным, выражающим только индивидуальную ценностную позицию говорящего.

Кроме того, этот тест является универсально-языковым механизмом для выявления псевдоценностей, т. е. он применим к анализу языковых данных в любом языке, где имеется эквивалентное языковое выражение, хотя результаты для разных лингвокультур могут оказаться разными, а иной раз — и противоположными.

Все сказанное выше определяет перспективы дальнейшего исследования, которые могут быть связаны с исследованием функционирования в российском медийном дискурсе метаязыковых показателей другого типа, например эпистемических метаязыковых комментариев, указывающих на «подлинность» употребляемого слова или выражения (*в истинном / подлинном / настоящем / действительном смысле слова*), которые также имеют разнообразные возможности употребления в качестве средств воздействия и/или механизмов языкового манипулирования.

## Литература

- Арутюнова, Н. Д. (1988). *Типы языковых значений: оценка, событие, факт*. Москва: Наука.
- Арутюнова, Н. Д. (1999). *Язык и мир человека*. Москва: Языки русской культуры.
- Арутюнова, Н. Д. (Ред.). (2000). *Язык о языке*. Москва: Языки русской культуры.
- Булыгина, Т. В., Шмелёв, А. Д. (1997). *Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики)*. Москва: Языки русской культуры.
- Вежицкая, А. (1978). Метатекст в тексте. В *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 8 (с. 402–421). Москва: Прогресс.
- Вежицкая, А. (1996). *Язык. Культура. Познание*. Москва: Русские словари.
- Вепрева, И. Т. (2005). *Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху*. Москва: ОЛМА Пресс.
- Дускаева, Л. Р. (2019). Векторы прагматического анализа в медиалингвистике. *Медиалингвистика*, 6 (1), 4–18. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.101>.
- Ерофеева, И. В. (2009). *Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века)*. Чита: Изд-во ЗабГГПУ.
- Зализняк, А. А., Левонтина, И. Б., Шмелёв, А. Д. (Ред.). (2005). *Ключевые идеи русской языковой картины мира*. Москва: Языки славянской культуры.
- Карасик, В. И. (2002). *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград: Перемена.
- Карасик, В. И. (Ред.). (2005). *Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типы*. Волгоград: Парадигма.
- Красовский, Н. А. (Ред.). (2002). *Аксиологическая лингвистика: проблемы изучения культурных концептов и этносознание*. Волгоград: Колледж.
- Милованова, М. С. (2020). *Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности*. Москва: Гос. институт русского языка им. А. С. Пушкина.
- Национальный корпус русского языка (НКРЯ). Электронный ресурс <https://ruscorpora.ru/new/>.
- Нигматуллина, К. Р. (2008). Аксиология в журналистике: пересекающиеся измерения. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика*, 1 (1), 140–146.
- Радбиль, Т. Б. (2011). «Язык ценностей» в современной русской речи и пути его исчисления. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*, 6 (2), 569–573. Электронный ресурс <http://www.vestnik.unn.ru/ru/nomera?anum=4223>.

- Радбиль, Т. Б. (2014). Выявление содержательных и речевых признаков недобросовестной информации в экспертной деятельности лингвиста. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*, 6, 146–149. Электронный ресурс <http://www.vestnik.unn.ru/ru/nomera?anum=8750>.
- Рацибурская, Л. В. (Ред.). (2014). *Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст*. Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского.
- Сидоров, В. А. (2019). Журналистика как ценность в «цифровой» среде. *Вопросы журналистики*, 5, 5–16. <https://doi.org/10.17223/26188422/5/1>.
- Славкин, В. В., Кузнецова, Т. В. (2018). Медиалингвистика в России. Начало пути. *Медиалингвистика*, 5 (1), 4–20. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu22.2018.101>.
- Соколова, О. В. (2014). *Типология дискурсов активного воздействия: поэтический авангард, реклама и PR*. Москва: Гнозис.
- Темиргазинова, З. К. (2015). *Лингвистическая аксиология: Оценочные высказывания в русском языке*. Москва: Флинта; Наука.
- Цветова, Н. С. (2017). Медиатекст в свете практической эстетики. *Медиалингвистика*, 4, 18–26. Электронный ресурс <https://medialing.ru/mediatekst-v-svete-prakticheskoy-ehstetiki/>.
- Цветова, Н. С. (2020). Критика медиаречи как вектор развития медиалингвистики. *Медиалингвистика*, 7, 280–292. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.301>.
- Якобсон, Р. О. (1996). *Язык и бессознательное*. Москва: Гнозис.
- Sidorov, V. A., Nigmatullina, K. R. (2016). Evaluative polarization of the Russian media sphere: Traces and tendencies. *Zeitschrift fur Slavische Philologie*, 72 (2), 413–447.

Статья поступила в редакцию 6 мая 2021 г.;  
рекомендована в печать 30 июля 2021 г.

Контактная информация:

Радбиль Тимур Беньяминович — д-р филол. наук, проф.; [timur@radbil.ru](mailto:timur@radbil.ru)

## “Pseudo-values” in modern Russian media discourse: The experience of logical analysis of implicit evaluativeness in the language of print media\*

T. B. Radbil'

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,  
37, ul. Bol'shaia Pokrovskaja, Nizhny Novgorod, 603000, Russian Federation

**For citation:** Radbil' T. B. (2021). “Pseudo-values” in modern Russian media discourse: The experience of logical analysis of implicit evaluativeness in the language of print media. *Media Linguistics*, 8 (4), 406–420. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.407> (In Russian)

The author of this article examines some specific language mechanisms for expressing a special type of implicit evaluativeness in modern Russian media discourse. The author proceeds from the assumption of the existence of so-called “pseudo-values” in the communicative environment of society, which are understood as non-unconditional values. It is noted that the diagnostic, representative context for identifying values of this type in the speech practice of Russian native speakers is a statement that includes a meta-language commentary “*v khoroshem smysle (slova)*” (“*in a good sense (of the word)*”). The goal of the study is to identify the main models of language representation of so-called pseudo-values in modern Russian media discourse. The main research methods are the method of logical analysis of implicit information in language utterances and the method of contextual analysis of metalanguage elements of the text. Based on the material of the Newspaper Corpus as part of the Russian National Corpus, the work shows that values of the new Russian reality, declared as positive in

\* The study was funded by Russian Foundation for Basic Research and FRLC, project number 20-512-23003/21.

the media, such as a career, competition, individualism, “the West”, fashion, etc., actually act as pseudo-values that are not regarded by native speakers in usage as unconditionally positive ones. This is confirmed by the very possibility of using these nominations in mass media discourse with a clarifying meta-language indicator “*v khoroshem smysle (slova)*”. Special attention is also paid to the use of this meta-language commentary as a conscious means of speech influence and a language manipulation technique. It is concluded that the use of contexts with the said reflexive in media discourse always has the character of an internal polemic: the speaker diverges from the value stereotypes assigned to the depicted phenomena and concepts in an objective language evaluation, in generally accepted nominations, and in the direction of both increasing the evaluation register and lowering it.

*Keywords:* pseudo-values, Russian media discourse, meta-language commentary, phrase *v khoroshem smysle slova* (in a good sense of the word), linguistic axiology.

## References

- Arutiunova, N. D. (1988). *Types of language values: Evaluation, event, fact*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Arutiunova, N. D. (1999). *Language and the human world*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury Publ. (In Russian)
- Arutiunova, N. D. (Ed.). (2000). *Language about language*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury Publ. (In Russian)
- Bulygina, T. V., Shmelev, A. D. (1997). *Language Conceptualization of the World (Based on the Material of Russian Grammar)*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury Publ. (In Russian).
- Duskaeva, L. R. (2019). Vectors of praxeological analysis in media linguistics. *Media Linguistics*, 6 (1), 4–18. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.101>. (In Russian)
- Erofeeva, I. V. (2009). *Axiology of Media Text in Russian Culture (Value Reflection of Journalism at the Beginning of the 21<sup>st</sup> Century)*. Chita: Izd-vo ZabGGPU Publ. (In Russian)
- Iakobson, R. O. (1996). *Language and the Unconscious*. Moscow: Gnozis Publ. (In Russian)
- Karasik, V. I. (2002). *Language Circle: Personality, Concepts, Discourse*. Volgograd: Peremena Publ. (In Russian)
- Karasik, V. I. (Ed.). (2005). *Axiological Linguistics: Linguocultural Types*. Volgograd: Peremena Publ. (In Russian)
- Krasovskii, N. A. (Ed.). (2002). *Axiological Linguistics: Problems of Studying Cultural Concepts and Ethnic Consciousness*. Volgograd: Kolledzh Publ. (In Russian)
- Milovanova, M. S. (Ed.). (2020). *Contemporary Russian Axiosphere: Semantics and Pragmatics of Identity*. Moscow: Gosudarstvennyi institut russkogo iazyka im. A. S. Pushkina Publ. (In Russian)
- Nigmatullina, K. R. (2008). Axiology in journalism: crossing dimensions. *Vestnik of Saint Petersburg University. Series 9. Philology. Asian Studies. Journalism*, 1 (1), 140–146. (In Russian)
- Russian National Corpus (RNC)*. Retrieved from <http://www.ruscorpora.ru>. (In Russian)
- Radbil', T. B. (2011). “The language of values” in modern Russian speech and the ways of its computation. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*, 6 (2), 569–573. Retrieved from: <http://www.vestnik.unn.ru/ru/nomera?anum=4223>. (In Russian)
- Radbil', T. B. (2014). The detection of content and speech signs of dishonest information in linguist expert activities. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*, 6, 146–149. Retrieved from <http://www.vestnik.unn.ru/ru/nomera?anum=8750>. (In Russian)
- Ratsiburskaia, L. V. (Ed.). (2014). *Russian Language at the Beginning of the 21<sup>st</sup> Century: Lexis, Word-Formation, Grammar, Text*. Nizhnii Novgorod: Izd-vo NNGU im. N. I. Lobachevskogo Publ. (In Russian)
- Sidorov, V. A. (2019). Journalism as a value in a digital environment. *Voprosy zhurnalistiki*, 5, 5–16. <https://doi.org/10.17223/26188422/5/1>. (In Russian)
- Sidorov, V. A., Nigmatullina, K. R. (2016). Evaluative polarization of the Russian media sphere: Traces and tendencies. *Zeitschrift fur Slavische Philologie*, 72 (2), 413–447.
- Slavkin, V. V., Kuznetsova, T. V. (2018) Media linguistics in Russia. The beginning. *Media Linguistics*, 5 (1), 4–20. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu22.2018.101>. (In Russian)
- Sokolova, O. V. (2014). *Typology of Discourses of Active Influence: Poetic Avantgarde, Advertising and PR*. Moscow: Gnozis Publ. (In Russian)

- Temirgazina, Z. K. (2015). *Linguistic Axiology: Valuative Statements in the Russian Language*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)
- Tsvetova, N. S. (2017). The media text in the light of the practical aesthetics. *Media Linguistics*, 4, 18–26. Retrieved from <https://medialing.ru/mediatekst-v-svete-prakticheskoy-ehstetiki/>. (In Russian)
- Tsvetova, N. S. (2020). Criticism of media language as a vector of development of media linguistics. *Media Linguistics*, 7, 280–292. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.301>. (In Russian)
- Vepreva, I. T. (2005). *Language Reflection in the Post-Soviet Era*. Moscow: OLMA Press Publ. (In Russian)
- Vezhbitskaia, A. (1978). Metatext in a text. In *Novoe v zarubezhnoi lingvistike*. Vol. 8 (pp. 402–421). Moscow: Progress Publ. (In Russian)
- Vezhbitskaia, A. (1996). *A Language. Culture. Cognition*. Moscow: Russkie slovari Publ. (In Russian)
- Zalizniak, A. A., Levontina, I. B., Shmelev, A. D. (Eds). (2005). *Key Ideas of the Russian Language Picture of the World*. Moscow: Iazyki slavianskoi kul'tury Publ. (In Russian)

Received: May 6, 2021

Accepted: July 30, 2021

#### Author's information:

Timur B. Radbil' — Dr. Sci. in Philology, Professor; timur@radbil.ru