



**UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE**  
**FILOZOFICKÁ FAKULTA**  
**Katedra slovenského jazyka**  
Gondova 2, 814 99 Bratislava



**Лариса Газретовна Касперова**  
кандидат филологических наук, доцент

Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова

### **Подтверждение о включении статьи в сборник материалов конференции**

Настоящим подтверждаем, что Лариса Газретовна Касперова приняла участие в конференции «Стиль – коммуникация – культура» (7 – 9 сентября 2021), организованной кафедрой словацкого языка философского факультета Университета Коменского в Братиславе.

Доклад Л. Т. Касперовой под названием «Оценочные коннотации заимствований в интернет-коммуникации», подготовленный при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-012-00077 А «Креативная функция языка в интернет-коммуникации», был принят для публикации в сборнике материалов конференции. В настоящий момент сборник готовится к публикации.

Univerzita Komenského v Bratislave  
Filozofická fakulta  
KATEDRA SLOVENSKÉHO JAZYKA  
Gondova 2, 811 02 Bratislava 1

Братислава, 7.12.2021

  
prof. PhDr. Olga Orgoňová, CSc.  
заведующая кафедрой

## **Оценочные коннотации заимствований в интернет-коммуникации**

Касперова Лариса Тазретовна

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

Аннотация

Цифровая эпоха формирует новый тип личности, в том числе и языковой. Современная интернет-коммуникация, отражая тенденцию к интеллектуализации общения, активно внедряет в речь носителей языка большое количество новейших заимствований.

Некоторые из них, попадая в русский язык, остаются нейтральными, при этом их производные в русском языке могут быть оценочными. Другие, являясь денотативно и коннотативно нейтральными, способны использоваться в медиаречи и интернет-коммуникации с устойчивой оценкой и влиять на ценностные ориентиры общества. К числу факторов, способствующих созданию оценочной характеристики новых заимствований можно отнести оценочные коннотации контекста (лексико-морфологический уровень), невербальные средства воздействия (фото, графика, видео-и аудиоклипы) и агрессивную частотность употребления лексической единицы.

Ключевые слова: лексикология, заимствования, оценочность, интернет-коммуникация, медиаречь.

### **Цель и задачи исследования**

Цель нашего исследования – доказать возможность появления устойчивой оценочной коннотации нейтральных заимствований в интернет-коммуникации при соответствующей авторской/коллективной установке; выявить способы влияния интернет-контекста на аксиологические составляющие языка и ценностную систему общества.

Для проведения нашего исследования необходимо решить следующие задачи: изучить современные исследования новейших заимствований в русском языке; собрать эмпирическую базу в интернет-СМИ (2016-2021 гг.); построить модели лексических значений заданных единиц в русском языке, сравнить их с коннотациями в ответах участников соцопроса; проанализировать иллюстративный материал с точки зрения появления оценочной коннотации у нейтральных заимствований в интернет-коммуникации; выявить актуальные для интернет-коммуникации лингвистические способы контекстного влияния на оценочность слова.

### **Исследовательские вопросы**

В работе были поставлены следующие исследовательские вопросы: Как интернет-коммуникация влияет на появление/изменение коннотативного компонента значения новейших заимствований? Каким образом коннотация лексической единицы способна повлиять на ценностную ориентацию современного общества?

### **Методы исследования**

Для реализации поставленных задач и достижения цели в работе использованы следующие методы:

#### 1. Метод «точечной выборки» конкретных единиц, определенных исследователем

Один из традиционных лингвистических методов отбора языкового материала (в данном случае заимствований в интернет-СМИ) с целью создания эмпирической базы исследования. Источниками языкового материала послужили интернет-ресурсы, являющиеся СМИ (kommersant.ru; kp.ru; aif.ru; vm.ru; iz.ru; ng.ru; rg.ru; forbes.ru; 1tv.ru; vesti.ru; rbc.ru; ren.tv; yandex.ru /media; rambler.ru/media; 1obl.ru; nur.kz; sm-news.ru; amic.ru и др.), а также комментарии к текстам СМИ, форумы, соцсети (crownet.ru; club443.ru; monocler.ru; forum.kaluga.ru, youtube.com и др.).

#### 2. Метод анализа структуры лексического значения слова и его оценочных коннотаций

В исследовании используется модель лексического значения слова, традиционно включающая ядро, периферию (коннотации и потенции) лексической единицы (Диброва, 2008).

По теории И.А. Стернина, модель лексического значения представлена двумя макроэлементами – денотативным и коннотативным. «Если оценка в слове денотативна, то говорят об оценочном слове, если коннотативна – о слове с оценочным компонентом значения (Стернин, Саломатина, 2011, с. 8).

В рамках данной работы особое внимание будет уделено анализу слов с нейтральным денотатом, но приобретенным/навязанным оценочным компонентом значения в медиаречи и в интернет-коммуникации.

#### 3. Метод социолингвистического опроса (лингвистическое интервьюирование)

Социолингвистические опросы проводятся с целью выяснить мнение людей или их отношение к какой-либо языковой единице и определить особенности функционирования этой единицы в речи носителей языка. Такой аспект опроса носит название оценочной дифференциации значения.

Критерии для участников: возраст 15–23 года; носитель русского языка.

Количество участников: 209.

Анкетный лист:

- Что обозначает слово \*\*\*?
- \*\*\* – это хорошо, плохо или нейтрально?
- Употребляете ли вы это слово в своей речи?
- Составьте предложение с данным словом.

Пример ответа: Муж., 34 года.

*Даунифтинг*

*а) уволиться с работы и уехать из мегаполиса в деревню или в Таиланд*

*б) кому как*

*в) практически нет, но знаю его значение*

*г) Даунифтинг – это путь убежать от проблем.*

«Любой компонент значения – отдельная сема, макрокомпонент, лексический мегакомпонент в целом – могут быть системными, то есть общеизвестными, общепризнанными всем языковым коллективом, а могут быть групповыми и личностными, индивидуальными для отдельного носителя языка» (Стернин, Саломатина, 2011, с. 12).

В результате анализа полученных данных выявлены индивидуальные и коллективные оценочные компоненты значений слов в ответах информантов. Наличие коллективных оценочных компонентов, имеющих высокий процент употребления носителями языка, дают право говорить о возможности формирования той или иной коннотации у нейтральных слов с целью влияния на ценностные ориентиры общества.

## **Основные результаты и выводы**

### **1. Оценочно нейтральные новейшие заимствования стимулируют носителей языка к проявлению креативности и созданию коннотативно окрашенных производных.**

Многие заимствования, попадая в русский язык, сохраняют оценочную нейтральность. Это относится в первую очередь к профильной терминологии, которая поддерживает тенденцию к интеллектуализации и глобализации современного общества. Такие сферы, как бьюти, IT-технологии, экономика и финансы, экология, торговля, активно пополняют современную речь новыми словами.

В интернет-коммуникации существует два активных способа создания производных от новейших заимствований: искусственный, продуманный (от журналистов, блогеров) и естественный, стихийный (реакция аудитории).

Например: *Даунишфтинг* (англ. downshifting – снижение, замедление, ослабление) – смена образа жизни на спокойный, размеренный, минимально зависимый от установок современного социума.

Явление само по себе противоречивое и оценивается конкретными людьми по-разному. Это способность резко поменять привычный для человека большого города образ жизни, переехать в спокойное место и вести жизнь так, как решишь сам. В России это явление тоже приобрело популярность в XXI веке. Многие молодые люди вдохновились этой идеей.

В следующих заголовочных комплексах явление получает одобрительную оценку в результате влияния контекста: *Даунишфтинг: внутренняя гармония вместо карьеры*; *Даунишфтинг – удел избранных*; *Как сбежать с галеры или даунишфтинг*; *Даунишфтинг по-деревенски. Как дачники спасают вымирающие деревни* (gazeta.ru).

Но другие авторы могут ориентировать современное общество в сторону отрицательной оценки этого явления: *Даунишфтинг в России: шифтинг или даун?* (zen.yandex.ru/media).

*Потерянный рай: как даунишфтеры возвращаются в Россию и строят карьеру с нуля* (yandex.ru). *Жуткая правда: как живут пары-даунишфтеры* (rambler.ru).

Большинство же контекстов российских СМИ всегда представляли данное явление как двойственное: *Даунишфтеры: беглецы от реальности или люди нового времени?* (7dach.ru); *Философия и психология даунишфтинга: сбавить скорость или сжечь двигатель?* (monocler.ru).

В период пандемии несколько увеличилось число контекстов с этим словом не только в лайфстайл-журналах, но и в других СМИ, соцсетях. *«Понаехавшие». Внутрироссийский даунишфтинг: из города в деревню* (youtube.com) *Коронавирус спровоцировал волну даунишфтинга* (prizyv.ru). Но обозначает оно чаще не отъезд в теплые страны, а жизнь на даче или в деревне. Прежний *даунишфтинг* по объективным причинам стал практически невозможен: *Даунишфтинга больше нет* (vm.ru).

Само слово не является частотным в речи носителей языка, но от заимствованной основы *даунишфт-* именно в неформальной интернет-коммуникации появились коннотативно окрашенные слова *даунишфтик*, *даунишфнутый*, *даунишфнуться*, *сдаунишфтиться*: *Ты вроде и так даунишфтик. Карьеры не делаешь, всё лето живёшь на даче* (<http://crownet.ru/index.php?showtopic=76604>). *Даунишфнется родитель, сменив работу или уйдя в серо-черную зарплату. Тогда возможен пересмотр размера, причем, не всегда в пользу даунишфнутого* (<https://club443.ru/arc/index.php?s=0&showtopic=168918&st=100>); *Сдаунишфтиться можно из Мск, может из Питера, может даже из Новосиба* (<http://forum.kaluga.ru/index.php?showtopic=33700>).

**2. Современная интернет-коммуникация в сравнении с традиционными СМИ обладает самыми широкими возможностями создания устойчивой оценочной коннотации как способом манипуляции аудиторией и изменения ценностных ориентиров общества.**

Как известно, любое слово, обладающее потенциями, может получить авторскую коннотацию в индивидуальном контексте. Интернет-коммуникация, обладая возможностью транслировать информацию на многомиллионную аудиторию, постоянно дублировать информацию посредством перепостов, гиперссылок и повторять ключевые слова в текстах, способна навязать аудитории положительную или отрицательную коннотацию и тем самым повлиять на восприятие аудиторией, в особенности молодежной, какого-либо явления.

Лексические значения заимствованных слов *перформанс – флешмоб – челлендж* изначально существенно отличались.

*Перформанс* (англ. Performance; нач. XX века) – форма искусства, где художник /автор режиссирует действия актера (в роли актера может выступать сам автор) или группы для демонстрации публике в заранее определенном месте.



Луиза Ушакова «Миссия» (2018) [https://vk.com/wall-79032974\\_1033](https://vk.com/wall-79032974_1033)

*Флешмоб* (англ. flash – вспышка, mob – толпа; 2003 г.) – собрание определенного количества людей по предварительной договоренности о времени и месте для общего одновременного выполнения действия по задуманному плану.



21.07.2021 г. <https://www.culture.ru/events/1246664/tancevalnyi-fleshmob>

*Челлендж* (англ. Challenge; XXI в, в русском языке активно с 2015 г.) – интернет-ролик от блогера с предложением пользователям повторить его действия и разместить свой ролик в Сети.



28.05.2020 г. Curly Nicky. Yoga challenge, йога вызов / челлендж

<https://www.youtube.com/watch?v=bg5VanEyrXM>

Лексическую ассимиляцию заимствований *перформанс-флешмоб-челлендж* в русском языке на данном этапе нельзя считать завершённой, т. к. во многих текстах, в том числе

профессиональных, они могут употребляться как взаимозаменяемые. Носители русского языка, в том числе молодые люди, хорошо знающие английский язык, тоже употребляют слова *флешмоб*, *челлендж* и *перформанс* как полные синонимы и не могут точно сформулировать значение конкретного заимствования в русском языке и/или объяснить разницу в их значениях. *Тюменцы устроят творческий перформанс и флешмоб.*

*Участники челлендж-батла будут выполнять творческие задания (tmn.aif.ru).*

В последние годы слово *флешмоб* расширило свое значение, особенно в эпоху пандемии, когда собираться очно стало невозможно. На данном этапе *челлендж* может восприниматься как вариант *флешмоба* в Сети. *Флешмоб* же имеет много разновидностей: *арт-моб (моб-арт)*, *экстрим-моб*, *танцевальный флешмоб*, *фан-моб*, *моб-игра* и др.

Определяют *арт-моб* как подготовку и проведение акции, представляющей художественную и эстетическую ценность, с реквизитом, режиссурой и репетициями.

Такое определение дублирует *перформанс*. Возможно разграничить *перформанс* как выражение художника, *флешмоб* как массовую акцию, *челлендж* как вызов повторить что-то. Но в речи такое разделение очень условно. Например, акция *#ИзоИзоляция* соединила в себе все три понятия.

22 апреля 2020 г. · ForbesLife



## Шедевры «ИзоИзоляции»: лучшие работы главного флешмоба на карантине

Редакция Forbes Life  
Forbes Staff

[Копировать ссылку](#)



Forbes Life выбрал лучшие реплики художественных произведений из сообщества «ИзоИзоляция» в Facebook и публикует фотографии с разрешения их создателей



<https://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/398721-shedevry-izoizolyacii-luchshie-raboty-glavnogo-fleshmoba-na-karantine>

С точки зрения структуры лексического значения все данные слова коннотативно нейтральны. Неизвестно, какое конкретно действие подразумевается, какую цель преследует автор данного сценария. Действие может быть или позитивным, или негативным, как и последствия этого действия.

Обратим внимание на употребление этих слов в журналистских материалах:

**Все без ума от флешмобов: как работает модный инструмент** (pro.rbc.ru). *Кто во что горазд: 7 классных флешмобов и челленджей в Instagram. Если заскучали в изоляции, а на лекции и спектакли нет сил, есть другое (тоже вполне творческое) решение. Можно попробовать себя в одном из этих популярных челленджей* (thecity.m24.ru). *Комитет по образованию города Барнаула организовал флешмоб "Мам, я дома", в котором принимают участие учителя и ученики городских школ. Так они пытаются найти плюсы в сложившейся ситуации* (amic.ru/news). *Как развлечься, сидя на карантине уже третью неделю? Три классных флешмоба в соцсетях, которые вы можете повторить, не выходя из дома* (sm-news.ru).

Приобретение устойчивой коннотации подобных заимствований может способствовать изменению ценностных ориентиров общества. Рассмотрим на конкретном примере, как слово, получившее оценочную коннотацию, повлияло на дезориентацию молодых людей в системе общественных ценностей и норм.

**Информационный повод:** май 2019 года, г. Владивосток. На территории школы старшекласники устроили флешмоб в откровенных костюмах из магазина для взрослых, отметив таким образом окончание школы.

**Итог мероприятия:** отрицательный, выражающийся в административных наказаниях родителей, нравственных страданиях учителей и самих детей и т. п.

**Сопутствующие факты:** Накануне события учащиеся этой школы победили в конкурсе мэра города «Самый креативный флешмоб».

К особенностям освещения данного инфоповода в материалах СМИ можно отнести однообразие заголовков, в которых употреблены исследуемые заимствования: **Флешмоб в стиле БДСМ устроили выпускники** (nur.kz); **Педагоги и стилисты оценили БДСМ-перформанс выпускников во Владивостоке** (ren.tv); **В интернете появилась петиция в поддержку выпускников, устроивших БДСМ-перформанс в школе во Владивостоке** (kr.ru).

Влияние на аудиторию осуществляется частотным повторением в текстах модных слов, которые в молодежной среде воспринимаются как положительно окрашенные (челлендж,

*флешмоб, перформанс* – это креативно, творчески, необычно), а содержание действия оказывается на втором плане. Участники флешмобов воспринимают любое действие как проявление креативности. Административно наказуемое деяние может восприниматься молодыми людьми как проявление творчества. «... в условиях все нарастающей виртуализации общества формируется личность с принципиально новыми социальными чертами и поведенческими проявлениями» (Бондаренко, 2006, с.11). Общество тоже разделилось в оценке этого события: кто-то выражал негодование и недоумение, а кто-то поддержал школьников – это свидетельствует об изменении/противоречивости ценностных ориентиров в современном обществе. «Оборот» ценностей сейчас происходит быстрее, чем когда-либо в истории. В прежние времена человек, выросший в каком-либо обществе, мог ожидать, что общественная система ценностей останется в основном неизменной в течение его жизни; гарантировать такое утверждение сейчас нельзя, разве что в самых изолированных дотехнологических сообществах <...> Это объясняет фантастически разноречивую пропаганду, которая обрушивается на людей, живущих в высокотехнологических обществах. Дом, школа, корпорация, церковь, сословные группы, средства массовой информации и мириады субкультур – все рекламируют различные наборы ценностей» (Тоффлер, 2011). Медиа постиндустриального общества формируют новые образы стиля и поведения. Иногда человек теряет ориентацию и не может сделать выбор. Достаточно часто именно реклама, в том числе социальная, и PR берут на себя роль главных ориентиров.

Результаты лингвистического эксперимента подтверждают этот вывод:

Слово *флешмоб*: 16 % сформулировали лексическое значение с денотативной положительной оценкой; 37% – с положительными оценочными коннотациями; 64% привели примеры с положительным оценочным контекстом.

Например, Жен. 19 лет.

*Флешмоб. Это совместное представление, когда участники в отличном настроении. Они получают удовольствие от действий, а возможно, и славу. «Замутим завтра суперский флешмоб!»*

Муж. 23 года.

*Флешмоб. Это жизнь творческих современных парней и девушек, которые умеют сделать жизнь яркой и насыщенной. «Я участник крутого флешмоба! Присоединяйся и ты – Не будь серой мышью».*

Актуальными лексико-морфологическими средствами создания оценочного контекста данных слов в интернет-СМИ оказались:

- качественные оценочные прилагательные (47%) (*креативный, суперский, незаурядный, отличный, богатый* и пр.);
- качественные оценочные наречия (43,5%) (*круто, весело, солидарно, дружно, креативно, нескучно, лайфово* и др.);
- существительные с прямым или косвенным оценочным компонентом значения (24%) (*радость, драйв, творчество, друзья, слава, лайки* и др.);
- императивы (32,5%) (*присоединяйся, не хандри, вливайся, не спи* и др.);
- акциональные глаголы (41%) (*прыгать, зажечь, ловить, поймать* и др.).

К активным лексическо-фразеологическим средствам можно отнести метафоры (*поймать волну*), фразеологизмы (*на седьмом небе*) и прецедентные тексты (*Я, ты, он, она! - команда флешмоба*), а также нужно отметить возможность лексического повтора однокоренных оценочных слов (*Три флешмоба, которые скрасят время в самоизоляции. Самоизоляция флешмобу не помеха. Вот сразу три отличных флешмоба, в которых можно участвовать и отлично провести время* (rg.ru)).

Таким образом, получая в интернет-коммуникации устойчивое коннотативное значение, слово способно повлиять на изменение/корректировку ценностных приоритетов общества. Основными способами создания коннотативного значения у нейтрального слова в интернет-коммуникации являются:

- принадлежность к модным словам, среди которых частотны именно заимствования;
- контекстное окружение оценочного (воздействующего) характера (слова с денотативной или коннотативной позитивной/негативной оценкой, слова с косвенной оценкой; императивы; акциональные глаголы; включение в прецедентные тексты; метафорические контексты и пр.);
- невербальные средства воздействия (фотографии, аудио- и видеоролики), вызывающие положительный эмоциональный отклик аудитории;
- агрессивная частотность употребления лексической единицы в СМИ, рекламе, PR в определенном оценочном окружении.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-012-00077 А «Креативная функция языка в интернет-коммуникации».*

## **ЛИТЕРАТУРА**

БОНДАРЕНКО, Т. А. Трансформация личности в условиях виртуальной реальности. Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2006.

ДИБРОВА, Е.И., КАСАТКИН, Л.Л., НИКОЛИНА, Н.А., ЩЕБОЛЕВА, И.И. Современный русский язык. Теория. Анализ языковых единиц. Москва: Academia, 2008.

СТЕРНИН, И.А., САЛОМАТИНА, М.С. Семантический анализ слова в контексте. Воронеж: Истоки, 2011.

TOFFLER, Alvin. A Future Shock, 1970. Тоффлер, Элвин. Шок будущего. Перевод на русский язык: А. Мирер, И. Москвина-Тарханова, В. Кулагина-Ярцева, Л. Бурмистрова, К. Бурмистров, Е. Комарова, А. Микиша, Е. Руднева, Н. Хмелик. — Москва: Центр гуманитарных технологий, 2001. Доступ на: <https://gtmarket.ru/library/basis/4797/4812>

**Контакт:**

Кандидат филологических наук, доцент

Касперова Л.Т.

МГУ имени М.В. Ломоносова

Факультет журналистики

Кафедра стилистики русского языка

e-mail: [latael@mail.ru](mailto:latael@mail.ru)