картину реальности, в которой есть увлекательный процесс расшифровки кодов, обдумывания, размышления и принятия решений.

Итак, в целом игра – это многогранное явление, значимость которого проявляется едва ли не во всех аспектах человеческой жизни. Но при этом игра ценна сама по себе. Она в высшей степени функциональна – составляет один из способов постижения мира и всей совокупности форм деятельности человека. Языковая игра и игра со словами как разновидности игры в широком смысле, являются видами лингвокреативной деятельности человека, связанной с намеренным нарушением языковых и речевых норм, направленной на достижение определенного эффекта – полезного развлечения, связанного с обращением к важнейшему коммуникативному средству, каковым является язык.

1. Бутакова А. Д. Семантические парадоксы в условиях языковой игры : на материале периодики : автореферат дис. ... кандидата филологических наук:10.02.01; [Место защиты: Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т] - Волгоград, 2015.
2. Витгенштейн Л. Философские исследования // Л. Витгенштейн. Фило-софские работы (Часть 1). – М., 1994
3. Грицанов А. А., Можейко М. А. Постмодернизм. Энциклопедия. URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/PostModern/_Index.php (дата обращения 22.01.2019)
4. Гузик, М. А. Игра как феномен культуры : учеб. пособие URL: https://lib.rin.ru/book/igra-kak-fenomen-kultury_m-a-guzik/text/ (дата обращения 22.01.2019)
5. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. М., 1983.
6. Ковыляева Н.Е. Языковая игра как средство формирования семантики и прагматики дискурса (на материале текстов различных функциональных стилей). Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Нальчик, 2015.
7. Лебедева Е.Б. Уточнение понятия «Языковая игра» в лингвистике. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/utocnchenie-ponyatiya-yazykovaya-igra-v-lingvistike> (дата обращения 22.01.2019)
8. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры – М. : Языки славянской культуры, 2002.
9. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002.
10. Хёйзинга Й. «Homo Ludens». Статьи по истории культуры. / Пер. с гол. Д. В. Сильвестрова — М. : Прогресс — Траздиция, 1997.

Малярчук-Прошина У.О., Бурлаченко К.А.

**Особенности реализации экспрессивно-оценочной лексики в печатных изданиях
«Первая Крымская» и «Комсомольская правда»**

*Таврическая академия (структурное подразделение) Крымский федеральный
университет имени В. И. Вернадского
(Россия, Симферополь)*

doi: 10.18411/lj-10-2019-218

idsp: ljjournal-10-2019-218

Аннотация

Основными функциями журналистики являются просветительская и воздействующая. За последние годы средства массовой информации стремительно развивались, в том числе и благодаря техническому прогрессу. На фоне развития воздействующая функция в большей мере вытеснила просветительскую. Современная медиасреда обеспечена достаточным количеством манипуляторных методов влияния на общество и успешно ими пользуется. Одним из методов влияние на сознание аудитории является речевое воздействие. Речевое воздействие осуществляется с помощью особых языковых единиц. Исследования социологов и наблюдение журналистов-практиков говорят о том, что главенствующая воздействующая роль

принадлежит именно способам речевой формы подачи информации, к которым и относится экспрессивная лексика.

Ключевые слова: экспрессия, оценочность, речевое воздействие, язык СМИ, публицистика.

Abstract

The main functions of journalism are educational and influencing. In recent years, the media has developed rapidly, thanks in part to technological progress. Against the background of development, the influencing function has largely superseded the educational one. The modern media environment is provided with a sufficient number of manipulative methods of influence on society and successfully uses them. One of the methods of influence on the consciousness of the audience is speech influence. Speech influence is carried out with the help of special language units. Researches of sociologists and observation of journalists-practitioners say that the dominant influencing role belongs to the ways of speech form of information presentation, to which expressive vocabulary belongs.

Keywords: expression, evaluation, speech impact, media language, journalism.

Экспрессивно-оценочная лексика может быть использована в любой части текста, ее внимание сосредоточено на коннотативном значении слов, поэтому ограничений в положении в тексте, либо четких правил использования экспрессивно-оценочной лексики не предусмотрено. Чаще всего эти условия диктует сам автор, в зависимости от цели, которую он преследует. Рассмотрим использование экспрессивно-оценочной лексики в разных жанрах, частях текста и обоснованность ее применения в таких печатных изданиях как «Первая Крымская» и «Комсомольская правда».

«Первая Крымская» – еженедельная информационно-аналитическая газета Крыма, издавалась с 2003 по 2015 год. Сейчас существует в виде новостного портала.

По своему содержанию еженедельник ориентирован на самый широкий круг читателей, среди которых зарождающийся в Крыму средний класс – наиболее активная часть общества, гости и жители полуострова.

На 24 страницах газеты размещены следующие рубрики: политика, международная жизнь, инфраструктура, социальная защита, криминал, ТВ программа. Кроме того, мы намерены заинтересовать читателей и рекламодателей постоянными страницами: среда обитания, дачный участок, здоровье, телемир, звездопад.

Тираж издания составлял 20000 экземпляров и распространялся по всему Крыму. Выходила с 21 ноября 2003 года.

В свободном доступе в сети Интернет есть официальный сайт газеты «Первая Крымская» – информационно-аналитической газета издаваемой с 2003 по 2015 год. С 2018 свободный новостной портал.

Тексты журналистов олицетворяют и мысли, и чувства. У них самый широкий охват лексики: от научных работ и терминологии до жаргонизмов, разговорной речи и выхода за рамки литературного языка. Благодаря такой универсальности публицистики экспрессивно оценочная лексика живет и развивается в такой благоприятной среде и является самой привлекательной для изучения формой речевого воздействия.

Как было отмечено выше, экспрессивно-оценочная лексика выступает элементом речевого воздействия и помогает выполнять журналистике ее основные функции. Рассмотрим варианты применения экспрессивной лексики, как средства речевого воздействия, а также стилистику применения и цель, преследуемую автором.

Рассмотрим статью с названием «*Мэрский отходняк, или Не дурной пример паразителен*». В заголовке фигурирует экспрессивно-оценочные конструкции и сниженная лексика. Однако в данном тексте слову «отходняк» придали значение слова «отставка». Безусловно, прием использован для привлечения аудитории, а также нотки

юмора, которую автор вложил в свою статью. В статье идет речь о том, что: «Заразителен бывает и не дурной пример, что подтверждает недавняя отставка мэров Красноперекоска и Джанкоя, которые последовали примеру градоначальников Керчи, Евпатории и Алушты, добровольно оставивших свои *«престолы»*». Автор также называет должность и кресло мэра своеобразным *«престолом»* и также использует это слово в кавычках [6]. Таким же приемом воспользовался автор другой статьи: «Мобильные операторы Украины *«уходят»* из Крыма» [6].

Митингующие всегда привлекают внимание журналистов и интервью, попадающие в СМИ, со слов устраивающих пикеты чаще всего пестрят лексическим разнообразием. Собственно, цель митинга – привлечь внимание, не только высокопоставленных людей, но и больше средств массовой информации. В этом случае журналистика используется в качестве средства пиара для какой-либо кампании, а экспрессивно-оценочные выражения создают необходимую атмосферу. Часто участники различных видов забастовок специально не церемонятся в выражениях и оскорблениях, для большего эмоционального посыла, чтобы люди видели степень возмущения и даже присоединялись к бунту. Даже одиночный пикет заметен, если привлечь журналиста.

Чаще всего экспрессивно-оценочную лексику можно встретить в художественной публицистике. Для названия своих произведений авторы часто используют различные метафоры, фразеологизмы, известные фразы из кинофильмов. Примером такого текста может служить эссе: *«Хватит ныть! Зануды болтают, победители решают»*. Автор рассуждает о жизни *«нытиков»* и *«победителей»*. В данном тексте словом *«нытик»* автор не только называет тех, людей, кто постоянно жалуется и недоволен, но и объединяет их в одну категорию людей. А слово *«победители»* характеризует противоположную категорию людей, которые стремятся к своей цели. В этом тексте автор использует экспрессивно-оценочную лексику, создавая новые ассоциации и категории, а также придавая своему тексту особенный колорит [6]. Данный текст является примером того, как экспрессия обогащает художественный потенциал публицистического текста.

Формирование образа благодаря средствам речевого воздействия один из самых применяемых приемов в журналистике. Политики, спортсмены и другие влиятельные личности, либо формируют свой положительный образ в СМИ, либо попадают в негативные статьи-разоблачения об их деятельности. Часто такие статьи-разоблачения могут быть *«заказаны»* оппонентами либо ненавистниками популярной личности, для снижения их популярности. Особенно актуальны такие способы борьбы с конкурентами во время предвыборных кампаний, либо, когда знаменитость находится на пике своей популярности.

Очень удобно выбирать формы подачи. Например, размер заметки располагает к быстрому и легкому чтению. Многие читатели пропускают объемные статьи, потому что нет много времени для чтения или желания углубляться и анализировать материал. Благодаря небольшому размеру, читатель быстро ознакомится с текстом и на уровне подсознания также быстро формирует положительные впечатления о его героях.

К сожалению, благодаря речевому воздействию, в СМИ часто нарушают все существующие правила морали и разжигают конфликты на почве национальности, религии и т. д. Известно, что при ведении информационной войны стран такие методы только поощряются лидерами государств, некоторые даже ссылаются на СМИ в своих выступлениях.

Было сказано выше о том, что экспрессивно-оценочная лексика в композиции и построении текста может занимать любую позицию. Часто экспрессивная лексика занимает важное место в заголовке текста. Как известно, заголовки обязаны привлечь внимание и заинтересовать так, чтобы читатель обязательно углубился в материал.

Исходя из этого, в этой заметке журналистика не выступает в образе социального института, а выполняет свою информационную функцию, рассказать о факте и причинах его происхождения, хотя лексические приемы, использованные в каждом материале, идентичные.

В издании представлена статья с названием: «Туристические «таксопленники», или «Наши люди на такси не ездят», также в статье есть подзаголовки *«укатил в Сочи, рыбные места»*. Автор использует экспрессивно-оценочную лексику исключительно в заголовках и подзаголовках, что помогает соблюдать баланс между представляемой информацией и приближению к читателю за счет экспрессивно-оценочной лексики. То есть, можно утверждать, что в данном примере экспрессивно-оценочная лексика служит лишь средством привлечения внимания за счет заголовка к основному тексту [6].

Такой подход к использованию экспрессивно-оценочной лексики встречается чаще всего в разделах о социальной жизни людей, как и в еще одной анализируемой статье, в которой автор использует в заголовках и подзаголовках такие конструкции: *«детский сад заплати и иди; деньги вперед!»* [6]. Также в статье с похожей тематикой автор использует фразы *«цены кусаются»*, а также разговорное *«базар»* [6].

Из примеров, приведенных выше, можно сделать вывод о широте применяемости и разнообразия возможностей, которые дает журналисту экспрессивная лексика. Благодаря эмоциональной напряженности текста выполняется манипуляторное воздействие на читателей, затрагиваются чувства жалости, несправедливости, откровенно вызывается агрессия и злоба. Как мы видим, авторы современности не стесняются в выражениях и оценках, особенно в материалах, где они точно уверены в поддержке со стороны общества. Что касается политических статей, то в них журналисты более аккуратны к используемым лексическим единицам и предпочитают выбирать уже устоявшиеся выражения и штампы, которые несут в себе не меньший, а иногда и больший эмоционально-напряженный контент. Исходя из этого, можно говорить, что экспрессивная лексика входит в особенности словообразовательного творчества каждого журналиста. Язык СМИ богат на эмоционально-оценочную лексику, а она в свою очередь, играет одну из главных ролей в публицистике.

Как мы видим, экспрессивно-оценочная лексика имеет огромное влияние на успех коммуникации и на читательскую позицию, способы применения обширны, а роль их уникальна. Также нельзя не заметить, что вопреки суждениям о том, что экспрессивно-оценочная лексика чаще используется и достигает целей в рубрике о политике, на примерах выше видно, что эмоционально-оценочные языковые единицы также имеют власть и используются в рубриках о здоровье, туризме, повседневной жизни, образовании и других сферах. Это говорит о повсеместности применения экспрессии журналистами и ее успешном достижении поставленных автором задач.

Теперь перейдем к рассмотрению экспрессивно-оценочной лексики на страницах газеты «Комсомольская правда». Название издания известно почти каждому, ведь газета популярна уже больше десяти лет. Шагая в ногу со временем, издание «Комсомольская правда» развивается и учитывает тенденции современных СМИ. Охват аудитории по всей России. Газета «Комсомольская Правда» имеет возрастное ограничение 18+. Учредителем и редакцией является АО ИД «Комсомольская правда». В Крыму издательство представлено в городе Симферополе, с ним можно связаться по телефону, электронной почте, также указан адрес и индекс издательства. «Комсомольская правда» ежедневная общественно-политическая газета, имеет свое интернет-издание с 1997 года, также радиостанцию с 2009 года. Уважаемое, имеющее многолетнюю историю издание.

Разберем примеры использования экспрессивно-оценочной лексики издании «Комсомольская Правда». Экспрессивно окрашенные слова позволяют выразить свое

отношение к другому человеку, как например, в статье «Комсомольской Правды» *«Дневник учителя: Половину учеников я бы отправила в коррекционные классы»* мы видим фразу: *«Современный ученик – ленивое, наглое, ничем не замотивированное создание, которое регулярно качает права... Большинство хулиганов у нас «хронические» ...»*. Неприкрытая неприязнь и осуждение учеников.

Характеристики, которые дает учитель своим ученикам, вызывают к детям неуважение и призывают полностью разочароваться в молодом поколении. Тема «Отцы и дети» актуальна всегда, каждый ребенок слышит фразу: «А в наше время было лучше!», однако мир продолжает жить и эволюционировать. Поэтому негативные отклики о детях скорее подогревают интерес их защитников или же наоборот тех, кто поддержит сторону преподавателя, чтобы читатели отреагировали комментарием и заработали высокий рейтинг публикации [4].

Как было описано выше, эмоциональную окраску словам может придавать контекст. Например, в названии интервью *«Не хотим выступать для России как чемодан без ручки»*: Советник главы ЛНР прокомментировал итоги выборов на Донбассе». Слово «чемодан» нейтрально по эмоциональному окрасу в своем прямом значении, в контексте фразы «чемодан без ручки» приобретает значение обузы, лишнего груза, пустой, ненужной, сломанной вещи. Как много формулировок, но ни одна из них не дает такого эффекта, как эта фраза, она вызывает жалость, понимание ущербности и тяжелого положения Донбасса сейчас [4]. Еще одним плюсом метафор и фразеологизмов в их легком запоминании и распространенности в народе, такие выражения незаменимы в своем эмоциональном эффекте.

Когда происходят в мире ужасные трагедии – это сотрясает сознание каждого, ни одна газета не упустит возможности выпустить десятки и даже сотни материалов, касающиеся животрепещущей темы. А люди ищут все больше информации и пытаются найти ответы на свои вопросы.

Но что делать журналисту, чтобы выпустить эксклюзивный материал, ведь все СМИ заинтересованы той же темой. Тогда появляются работы на грани моральных и этических норм.

Например, автор одной из статей, касающихся взрыва в Керчи был довольно резок в высказываниях: *«Подростки школу ненавидят. Давайте признаемся в этом без ханжества. Учиться не модно, не престижно и бесперспективно. «Армия – зашвар, политика – зашвар, учеба – зашвар, Рашка – зашвар». Из хорошей семьи мальчик, не на вокзале подобрали. Все хотят читать корявый рэп. Офисной плесенью и сантехниками быть никто не хочет. Если нет никаких задатков вообще, можно с детства примерить на себя маску мизантропа»*.

Эмоциональная насыщенность текста так сильна, что при его прочтении возникает чувство неприязни и зарождающейся агрессии. Сила экспрессивно-оценочной лексики в ее открытости и прямой направленности к читателю. Человек озвучивает слова «бесперспективно», «ненавидят», «офисная плесень» и ассоциации вырабатывают негативное отношение еще на уровне подсознания [4].

Следующий пример будет о формировании приятного образа, благодаря эмоционально-оценочной лексике. В своем репортаже о скандально известной Волочковой, автор употребляет в адрес балерины слова: *«отзывчивая, теплая»*, что дает положительную характеристику героине. Далее в тексте фраза *«Анастасию буквально засыпали цветами»* говорит о принятии публикой балерины. Слово «благотворительность» повторяется несколько раз, такой прием использован для усиления образа, чтобы у читателя возникло чувство уважения и приятного впечатления о личности [4].

Известно, что заголовок это одна из наиболее важных составляющих журналистского текста, именно заголовок привлекает внимание, создает первое впечатление, интригу, желание прочитать текст. Поэтому, нередко можно встретить

экспрессивно-оценочную лексику именно в начале текста. *«Варфоломей вручил Украине томос об автокефалии под бандеровские приветствия, а Порошенко заплатил ему шоколадом»* так звучит заголовок статьи. Слово «бандеровские» в российских СМИ закрепилось в последние годы на фоне сложной ситуации в отношениях России и Украины, поэтому журналисты не церемонятся в выражениях по поводу властей и политических деятелей обеих сторон и внедряют такие слова как «бандеровские», «ватники» и т.д. Такие слова помогают поддерживать общую ненависть и разжигать еще больше агрессии в сторону оппонентов, а также использовать такую лексику на уровне всей страны [4].

Следует рассмотреть применение экспрессивно-оценочной лексики для создания общей картины текста и построение общего образа героя картины. Например, в статье о военнослужащем, который получил ранение и не потерял интерес к жизни использовано множество оборотов и приемов, создающих особую атмосферу, а также делают своего героя положительным. *«Характер у парня донецкий – упрямый, такие – что растения сквозь асфальт пробиваются»* говорит нам автор, *«сырой декабрь 2014 года, мело так противно и мокро» «насквозь продрогший прилег в землянке у буржуйки»*. Текст наполнен пугающей атмосферой войны и оптимистичными взглядами главного героя. Эмоциональная насыщенность текста преобладает над оценочной, но имеет не менее сильное влияние [4].

«Эксперты: «банальная» аритмия может провоцировать инсульт» еще один заголовок, в котором сразу выделено слово «банальная», оно означает что-то несущественное, обыденное, не имеющее особенностей. Однако, как было отмечено в работе, огромное значение имеет контекст, в котором слово использовано. В данном заголовке мы видим параллель банальная аритмия – инсульт. Противопоставление обычного недомогания и серьезной болезни. Такой прием также хорошо привлекает внимание, запоминается человеком и дает толчок задуматься о своем самочувствии, а также углубится и дочитать материал, на что он собственно, и нацелен [4].

В одном из материалов о сотрудниках ГИБДД, которые помогли добраться беременной женщине до роддома, встречается фраза *«Сопровождали как VIP-персону – со звуковыми и световыми сигналами»* далее следует небольшой видеорепортаж об этом событии. VIP-персона – слово известное даже людям преклонного возраста, оно так давно и быстро вошло в русский язык, что не требует расшифровки. Журналисты используют его без замены и перевода на русский язык, чтобы добавить экспрессии и оценки в материал всего двумя короткими словами. Видя это словосочетание в данном контексте, сразу становится понятно, что героиню материала сопровождали должным образом и она довольна оказанной ей помощью. Здесь фраза сама по себе играет роль эмоциональной наполняющей, а в контексте еще и формирует визуальную картину и положительный образ для сотрудников ГИБДД [4].

Экспрессивно-оценочная лексика может создавать не только положительный образ, но и одной фразой характеризовать категорию людей в негативном свете, как например, в статье *«Пьющие и падкие на селфи русские туристы»* названы худшими гостями немецких курортов». Сама статья довольно противоречива, если в заголовке мы читаем уверенность в том, что это действительно так и есть, то в статье автор использует фразы *«сие исследование»*, *«дескать, ...Германию раздражают»*, *«клюквенных стереотипов»* и т.д. Автор, стараясь не опуститься до оправданий, развеивает факт, указанный в заголовке, а сам текст переполнен экспрессивно-оценочной лексикой и задетыми чувствами автора текста, как и тех читателей, которых задевает эта тема, таким образом, автор находится на стороне своего читателя и разделяет его взгляды, поддерживает его и дает аргументы к своей защите [4].

Политика – это та сфера, в которой всегда используются всевозможные приемы для манипуляторного воздействия. В газете «Комсомольская правда» в статье с названием *«...Украинские националисты готовили покушение на президента»*

Результата» далее говорится о «бандеровцах», «нацистах» и других известных политике и истории ярлыков. Статья объемная и ее содержание наполнено историческими сводками и аналогии с нынешним временем «сталинщины», «гитлеровщины», «бандеровщины». Вы также встретите слова «нацизм» и «фашизм».

Об эффекте, который производит статья на читателей, лучше всего говорит отклик на нее. Читатель рассуждает о терроризме и о разнице в политическом строю России и Америки, стран, которые всегда участвуют в гонке за власть. Такие статьи имеют агитационную и провокационную функции, а тема политики всегда задевает людей больше, чем любая другая [4].

Мы уже выяснили, что экспрессивно-оценочная лексика встречается в любой части текста. Также и в делении на рубрики. Экспрессивно-оценочная лексика встречается как в новостях, так и в криминалистике, политике и любой другой рубрике. В новостях спортивного раздела также встречается экспрессивная лексика.

В одной из статей о скандально известном футболисте Кокорине в газете «Комсомольская правда» автор пишет: *«Кокорин ничего не понял. Он всех вас считает «стадом баранов», и тюрьмой, похоже, это не лечится»*. Помимо этого, автор называет тюрьму – «*Бутыркой*», людей, которые поддерживают футболиста – «*свитой*» и переходит к откровенной неприязни: *«И уж точно, у Александра Кокорина за время, проведенное в Бутырке, не прибавилось мозгов»*. Сам автор, по его словам, причисляет себя к «*баранам*» и говорит от лица возмущенным таким поведением футболиста людей. Заканчивается статья риторическим вопросом: *«Но как тогда вообще лечить глупость и высокомерие?»*.

Эмоциональное напряжение в статье очень высоко, а степень осуждения автором самого героя статьи граничит с ненавистью. Также, как и в случае выше, автора в большей степени поддерживают читатели так как, не смотря на способ высказываний, он несет моральные устои общества и пропагандирует общепринятое поведение, осуждая преступные похождения футболиста [4].

Разнообразие приемов использования экспрессивно-оценочной лексики говорит о ее действенности и широкой направленности. На конкретных примерах мы можем видеть особенности стилистического применения экспрессии в языковом творчестве журналиста, функции, которые она выполняет. Также, четко визуализирована картина демократизации русского языка в целом.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что экспрессивно-оценочная лексика широко и часто используется журналистами. Происходит это по нескольким причинам:

- Общее снижение культуры речи.
- Журналисты стараются привлечь внимание к своим работам и изданиям.
- Экспрессивно-оценочная лексика подспорье для успешного воздействия.
- Огромное количество новых слов, которые отображают изменения в жизни общества.
- Конкуренция между средствами массовой информации.
- Стремление идти в ногу со временем, не отставать от моды, что влечет за собой и употребление «модных» слов.

Анализ собранного материала указывает на то, что в газетах «Комсомольская правда» и «Первая Крымская» преобладают такие разновидности экспрессивно-оценочной лексики:

- Общеизвестные, широко употребляемые жаргонные единицы (молодежные, армейские, криминальные).
- Разговорно-сниженная лексика.
- Шуточные, наддиалектные простонародные единицы.
- Заимствованные, иноязычные слова.

- Грубые, просторечные, бранные экспрессивы.
- Сниженная деловая лексика.
- Нецензурные обцензизмы и связанные с ними дисфемизмы и эвфемизмы.
- Просторечия с экспрессивно-оценочной окраской.

Закономерность такова, что некоторые единицы в живом и массовом употреблении постепенно пополняют языковой стандарт и весьма часто используются в средствах массовой информации, в нашем случае в газетах «Комсомольская правда» и «Первая Крымская».

Популярность использования экспрессивно-оценочной лексики не угасает, а только растет. Поэтому, остро стоит вопрос о более подробном изучении этой темы, а также необходимость ее классификации и деления на категории.

Изучение различных подходов ученых к теме применения экспрессивно-оценочной лексики в языке средств массовой информации позволяет расширить знания в этой области. Необходимость углубленного изучения данной темы продиктована тем, что на данный момент не многие журналисты считают важным более тщательно изучать лексические особенности своего языкового творчества. Однако многие лингвисты и социологи все чаще обращаются именно к теме экспрессивно-оценочной лексики в языке средств массовой информации.

Помимо этого, из приведенных выше примеров, мы видим, что очень выделяется проблема использования жаргонизмов, молодежного сленга и криминального сленга, обще-сниженной лексики в целом. Снижение культуры русского языка в целом, также является фактором, который диктует важность систематизации и углублений знаний в области применения журналистами экспрессивно-оценочной лексики.

Следовательно, экспрессивно-оценочная лексика имеет огромное влияние на успех коммуникации и на читательскую позицию, способы применения обширны, а роль их уникальна. Также нельзя не заметить, что вопреки суждениям о том, что экспрессивно-оценочная лексика чаще используется и достигает целей в рубрике о политике, на примерах выше видно, что эмоционально-оценочные языковые единицы также имеют власть и используются в рубриках о здоровье, туризме, повседневной жизни, образовании и других сферах. Это говорит о повсеместности применения экспрессии журналистами и ее успешном достижении поставленных автором задач.

Из примеров, приведенных выше, можно сделать вывод о широте применяемости и разнообразия возможностей, которые дает журналисту экспрессивная лексика. Благодаря эмоциональной напряженности текста выполняется манипуляторное воздействие на читателей, затрагиваются чувства жалости, несправедливости, откровенно вызывается агрессия и злоба.

Как мы успели заметить, авторы современности не стесняются в выражениях и оценках, особенно в материалах, где они точно уверены в поддержке со стороны общества. Что касается политических статей, то в них журналисты более аккуратны к используемым лексическим единицам и предпочитают выбирать уже устоявшиеся выражения и штампы, которые несут в себе не меньший, а иногда и больший эмоционально-напряженный контент.

Исходя из этого, можно говорить, что экспрессивная лексика входит в особенности словообразовательного творчества каждого журналиста. Язык СМИ богат на эмоционально-оценочную лексику, а она в свою очередь, играет одну из главных ролей в публицистике. Какими именно приемами пользуются журналисты современных изданий можно увидеть из приведенных выше примеров. Однако каждый для себя также делает вывод о корректности использования этих приемов. Насколько размыты рамки не только грамотности современных СМИ, но и моральных устоев. Нами было замечено, что независимо от политического настроения издания, от его

основной направленности и рубрик, от тиража, охвата аудитории и других основополагающих факторов, экспрессивно-оценочная лексика занимает весомую нишу в области языкового творчества журналиста и требует тщательного изучения. Особое внимание требуется уделить стилистике и правилам корректного использования в средствах массовой информации, а также условия, критерии и факторы, регулирующие употребление экспрессивно-оценочной лексики в языке средств массовой информации.

1. Винокур, Г. О. Культура языка / Г. О. Винокур. – Москва : Лабиринт, 2006. – 352 с.
2. Данилова, А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. Данилова. – Москва : Добросвет, КДУ, 2009. – 234 с.
3. Земская, Е. А. Русский язык конца XX столетия / Е. А. Земская. – Изд. 2-е. – Москва : МГУ, 2000. – 236 с.
4. Комсомольская правда : советская и российская ежедневная общественно-политическая газета / [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – АО ИД «Комсомольская правда», 2018. – Режим доступа : <https://www.crimea.kp.ru/daily/>. – Загл. с экрана.
5. Негрышев, А. А. Стандарт и экспрессия в новостном медиатексте: к прагматике композиционной структуры / А. А. Негрышев. – Москва : Медиальманах, 2013. – 44 с.
6. Первая Крымская : еженедельная информационно-аналитическая газета Крыма / [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – ИД 1К, 2014. – Режим доступа : <https://1k.com.ru/infrastruktura/>. – Загл. с экрана.
7. Сковородников, А. П., Копнина, Г. А. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе // Политическая лингвистика. Научно-теоретический и прикладной журнал / А. П. Сковородников, Г. А. Копнина. – Москва, 2012. – № 3. – С. 193–201.
8. Солганик, Г. Я. Язык СМИ и политика / Г. Я. Солганик. – Москва : Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
9. Чернявская, В. Е., Молодыхенко, Е. Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе : Учебник для магистратуры / В. Е. Чернявская, Е. Н. Молодыхенко. – Москва : ЛЕНАНД, 2017. – 169 с.
10. Янко, Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т. Е. Янко. – Москва : Языки славянской культуры, 2001. – 384 с.

Мурзаканова М.Ю.

Круг и квадрат как способ структурирования пространства в различных культурах

*КБГУ «Кабардино-Балкарский государственный университет им.Х.М. Бербекова»
(Россия, Нальчик)*

doi: 10.18411/lj-10-2019-219

idsp: ljjournal-10-2019-219

Аннотация

Данная статья посвящена пространственной семантике, а именно структурирования пространства посредством геометрических символов круга и квадрата в английской и русской языковой картине мира. Окружающее пространство оказывает немалое воздействие на мышление и мировосприятие представителей различных культур, поэтому исследование пространственной семантики является неотъемлемой частью когнитивной лингвистики.

Ключевые слова: круг, квадрат, пространственная семантика, структурирование пространства, геометрическая символика.

Abstract

The present article is devoted to the space semantics, namely to the space structuring by means of geometric symbols: circle and square in English and Russian linguistic worldview. The surrounding space has quite a strong influence on the way of thinking that is