

'Shut up and eat,' said Chris, with a mouthful. Here we were with the best food (even if it was almost cold) since we'd come upstairs to live in this hateful house, and all the twins could do was stare down at their plates, and so far hadn't eaten a single bite! [1, p. 88].

Маленька Кері відмовляється їсти, кажучи, що їжа їй не до вподоби, таким чином дратуючи старшого брата своєю примхливістю. Після емоційної реакції брата та доводів старшої сестри Кейті, дівчинка продовжує стояти на своєму, переходячи до логічних міркувань для доведення своєї точки зору. Речення, які застосує дитина, здебільшого прості розповідні або заперечні та містять численні повтори головних членів речення (*Birds don't eat; They eat; We saw them, we did; Birds ate; We can't eat*). У ході розмови ситуація поступово набуває ознак авторитарного спілкування, що підтверджує логічна аргументація, до якої звертається дитина, реагуючи на вмовляння дорослого.

З огляду на проведений аналіз доходимо висновку, що примха та авторитарність подібні і перетинаються у тому, що вони є формами волевиявлення, завжди спрямованими на співрозмовника та розрахованими на відповідну реакцію зі сторони останнього на користь мовця; характерними є прості неповні розповідні та спонукальні речення, порушення конвенційних граматичних норм, зумовлені недостатньою мовною компетенцією; обидва поняття є проявом сконцентрованості на своїй особі, що відображається у мовленні використанням особового займенника 1-ї особи однини та множини, разом із поєднанням дієслів *want, wanna* та *wish*.

Відмінності полягають у вищій спонтанності та незапланованості примхи, яку, на відміну від авторитарності, складно пояснити та проаналізувати через відсутність адекватної аргументації (характерної для авторитарних маленьких мовців) та ситуативну алогічність мовлення дитини. Високий рівень ролі невербальних компонентів комунікації, в особливості експресивних (зведені брови, надуті губи, тупотіння ногами, плач, крик, завивання) також розрізніе окреслені поняття. Наявність дієслів, що вказують на особисті вподобання чи несподобання, так само характеризують дитячу примху.

Перспективним вважаємо подальше дослідження лінгвістичних особливостей вираження дитячої авторитарності на різних етапах формування мовної компетенції дитини, а також комунікативне втілення дитячої авторитарності у ситуації «дитина – дорослий».

Література:

1. Адорно Т. Исследование авторитарной личности / Т. Адорно // Под общей ред. В. П. Култыгина. – М. : Серебряные нити, 2001. – 416 с.
2. Барташева А. И. Взаимодействие невербальных и вербальных компонентов ситуации коммуникативного доминирования в англоязычном дискурсе : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04 / Барташева Анна Игоревна. – Харьков, 2004. – 199 с.
3. Богданов В. В. Предложение и текст в содержательном аспекте / В. В. Богданов. – СПб. : Изд. Филол. фак. СПбГУ, 2007. – 279 с.
4. Волюйко Т. В. Авторитарный стиль коммуникации в институциональном академическом дискурсе / Т. В. Волюйко // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярска. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т., 2013. [Электронный ресурс]. – Режим дребжим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/section052.html>
5. Даскалюк О. Л. Мовні засоби волевиявлення у творах Лесі Українки / О. Л. Даскалюк // Лінгвистичні студії. – 2014. – Вип. 1. – С. 80–87.
6. Девкин В. Д. Немецкая разговорная речь. Синтаксис и лексика / В. Д. Девкин. – М. : Междунар. отношения, 1984. – 257 с.
7. Крючкова П. Г. Авторитарный дискурс (на матеріалі сучасної англійської мови). Дис. ... на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук : 10.02.04 / Крючкова Поліна Георгіївна. – К., 2003. – 193 с.
8. Пахаренко А. В. Вербалізація авторитарної поведінки дитини в англomовному побутовому діалогічному дискурсі / А. В. Пахаренко // Наукові записки. – Випуск 138. – Серія : Філологічні науки (мовознавство) Кіровоград: Видавець Лисенко В. Ф., 2015. – С. 227–231.
9. Седов К. Ф. Языковая личность в аспекте психолінгвістической конфликтологии [WWW-документ] URL www.vspru.ru/~axiology/libr/akd/autoref4.htm.
10. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі / Л. В. Солощук. – Харків : Константа, 2006. – 300 с.
11. Тлумачний словник української мови E-Slovník [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eslovník.com/примха>
12. Adler W. A. The Science of Living / W. A. Adler. – Eastford : Martino Fine Books, 2011. – 266 p.
13. Fromm E. Escape from Freedom / E. Fromm. – New York : Holt Paperbacks; Owl Book ed., 1994. – 301 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Andrews V. C. Flowers in the attic / V. C. Andrews. – Pocket Books (Simon & Schuster), 1979. – 389 p.
2. Burnett F. H. The secret garden / F. H. Burnett. – London: Penguin Books. – 290 p.
3. Konigsburg E. L. From the mixed-up files of Mrs. Basil E. Grankweiler / E. L. Konigsburg. – Walker Boks Ltd., 2003. – 125 p.
4. McEwan I. The Cement garden / I. McEwan. – Anchor, 1st Vintage International edition, 1997. – 160 p.
5. Mitchell D. Black Swan Green / D. Mitchell. – Sceptre, 2006. – 371 p.

УДК 811.111'373.26:481

О. В. Попова, О. С. Стовпак,
Сумський державний університет, м. Суми

БІБЛЕЇЗМИ VS ВУЛЬГАРИЗМИ – БАРОМЕТР СОЦІАЛЬНОЇ ОСВІЧЕНОСТІ

Стаття має на меті дослідити конотативно-забарвлені лексичні одиниці – біблеїзми та вульгаризми – у передвборчому дискурсі США. Біблеїзми та вульгаризми представляють собою семантичну опозицію та взаємовиключність сфер вживання. Разом з тим, саме передвборчий дискурс США здатен продемонструвати стирання такого чіткого розділу сфер уживання даних лексичних одиниць.

Ключові слова: біблеїзм, вульгаризм, конотація, мовна норма, передвборчий дискурс США.

BIBLICAL EXPRESSIONS VS VULGARISMS – BAROMETER OF SOCIAL ACCOMPLISHMENT

The article deals with the research of connotatively charged lexical units in pre-election discourse of the USA. The connotatively charged lexical units to be considered are biblical expressions and vulgarisms. They present semantic opposition and have exclusive spheres of usage. This means that the sphere characterized by the usage of biblical expressions, for example, will never approve the usage of vulgarisms. Still the very pre-election discourse of the USA is capable to absorb both

categories that is dictated by the very features of the discourse, its characteristics and modern tendencies to simplification and approaching to colloquial features.

The aim of the article is to prove and to approve usage of the both connotatively charged lexical units (biblical expressions and vulgarisms) in the pre-election discourse of the USA. On the one hand, the first category (biblical expressions) shows addressant's exclusive ability to control his speech and to present himself in the best light, to follow old traditions of the rhetoric speech which are badly needed for a theatrical strategy. And the second category (vulgarisms), vice versa, is to show lack of experience and self control. Still, the popularity of the pre-election discourse of the USA and contextual sense of the used lexical units may change such a rigid division and definition.

Key words: biblical expressions, connotation, language norms, pre-election discourse of the USA, vulgarisms.

БИБЛЕИЗМЫ VS ВУЛЬГАРИЗМЫ – БАРОМЕТР СОЦИАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАННОСТИ

Статья направлена на исследование коннотативно-окрашенных лексических единиц – библеизмов и вульгаризмов – в предвыборном дискурсе США. Библеизмы и вульгаризмы представляют собой семантическую оппозицию и взаимосключаемость сфер использования. Вместе с тем, именно предвыборный дискурс США способен продемонстрировать стирание четкого разделения между сферами использования данных лексических единиц.

Ключевые слова: библеизм, вульгаризм, коннотация, предвыборный дискурс США, языковая норма.

Передвиборчий дискурс становить значний інтерес для науковців з різних галузей науки, зокрема теорії мовної комунікації, психолінгвістики, аналітики та інших. У силу своєї сьогоденної значущості та поширеності у демократичному суспільстві, він дає змогу максимально широко як у лексичному, так і граматичному та стилістичному аспектах охопити мовний матеріал, що активно вживається у процесі комунікації. Відтак, привертає увагу значної когорти вчених, які спрямовують свою увагу на вивчення як лексичного наповнення цього дискурсу, так і принципів добору тих чи інших вербальних форм, лінгвальних та екстралінгвальних чинників: В. М. Базилев, А. М. Баранов, В. І. Карасик, Ю. М. Караулов, О. М. Паршина, О. О. Попова, Г. Г. Почепцов, О. І. Шейгал та іншими.

Останнім часом спостерігається пошквлення досліджень, зорієнтованих на визначення та інтерпретацію змістовних параметрів скриптів передвиборчого дискурсу. Ідентифікація ключових лексичних одиниць, які несуть на собі основне комунікативне навантаження є відправною точкою для реалізації низки наукових теоретичних та практичних проблем.

Об'єктом дослідження виступають конотативно-забарвлені лексичні одиниці передвиборчого дискурсу США: біблеїзми та вульгаризми.

Предмет дослідження – смислове наповнення біблеїзмів та вульгаризмів у передвиборчому дискурсі США як барометр соціальної освіченості.

Актуальність даного дослідження зумовлена підвищеною увагою сучасних лінгвістичних студій до передвиборчого дискурсу, і безпосередньо передвиборчого дискурсу США, як візрія просування демократичних ідей та цінностей. Аналіз лексичної складової у агітаційних виступах американських політиків сучасності має на меті вивчення смислового наповнення біблеїзмів та вульгаризмів у передвиборчому дискурсі США, що дає змогу виконати наступні завдання:

- охарактеризувати виявлені біблеїзми та вульгаризми у відповідності з їх лексичними словниковими значеннями;
- з'ясувати доцільність вживання біблеїзмів та вульгаризмів у передвиборчому дискурсі США;
- дослідити питання прийнятності / неприйнятності біблеїзмів та вульгаризмів у передвиборчому дискурсі США.

Передвиборчий дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні та пропаганді певних ідей, позицій та поглядів учасників політичного життя, задля досягнення політичних цілей, які переважно пов'язані з питаннями влади [1; 2]. Відтак, у невинному процесі боротьби за владу у сучасному демократичному суспільстві на перший план виходять механізми, важелі здійснення такої боротьби, які втілюються у слові. Людина реагує на зовнішній світ у міру своєї освіченості, психологічного, емоційного стану, тобто суб'єктивно. Саме тому політик, який прагне завоювати той чи інший електорат, має у своїх передвиборчих агітаційних виступах відповідати потребам електорату, рівню його освіченості та запитам. Всі ці особливості відбиваються не лише в денотативному значенні використаних лексичних одиниць, а й їх конотативному компоненті, смислі.

Почуття та емоції політичного суб'єкта суттєво впливають на створення ефективного передвиборчого дискурсу, адже саме вони визначають специфічні суспільні ролі та функції. Саме тому, мовець в першу чергу намагається маніпулювати почуттями широкого загалу.

Free trade can be a wonderful thing, if you have smart people, but we have people that are... stupid! [8].

Дональд Трамп у своєму агітаційному виступі вживає вульгаризм *stupid*, за допомогою якого вдається до нищівної критики спеціалістів у галузі вільної торгівлі. Подібно до більшості політиків у період передвиборчої кампанії, він використовує прийом гіперболізації у змалюванні некомпетентності попередньої влади у вирішенні різноманітних питань.

Разом з тим, запропонований приклад демонструє опозицію, залучення антонімів (*smart – stupid*), що у свою чергу, спрямовано не стільки на «знищення» іміджу опонента, скільки на самопрезентацію, адже «в країні ще є ті молодці, які впораються з безладом». І зрозуміла річ, що серед таких фахівців-рятівників Д. Трамп бачить саме себе.

У такий спосіб здійснюється вдала маніпуляція, підміна фактів, презентація необхідної вигідної для адресанта інформації. Більше того, для такого кроку адресанту зовсім не потрібно залучати вузько спеціалізовану термінологію, демонструвати власні глибинні знання – лише протиставлення вульгаризму та лексеми з виключно, підкреслено позитивною конотацією (за рахунок все того ж поєднання з вульгаризмом в одному реченні).

Передвиборчому дискурсу США властиве лексичне різнобарв'я, адже за короткий проміжок часу кандидат має максимально проявити себе та здобути прихильність широкої публіки. Очевидно, що превалюючою є професійна лексика (економічні і політичні терміни), але політичні кандидати все більше і більше звертаються до експресивно-забарвленої лексики, яка більш зрозуміла глядачеві і тому привертає значну увагу з боку потенційних виборців.

Поєднання біблеїзмів та вульгаризмів в рамках сьогоденних передвиборчих агітаційних виступів політиків демонструє протистояння освіченості та неуктва, старої школи ораторського мистецтва та сучасного прагнення до простоти, до елементів розмовності.

Зазвичай кандидати вживають біблеїзми, якщо хочуть наголосити на своєму володінні вишуканим ораторським мистецтвом, підкреслити аргументованість виступу, відповідно, компетентність та ерудованість щодо теми виступу.

I was blessed to be born in the society, where anybody can aspire to be anything [8].

Марко Рубіо, під час дискусії стосовно надання громадянства кожній особі, яка була народжена у Сполучених Штатах Америки, вживає біблеїзм *blessed*, щоб засвідчити, з одного боку, власну обраність. З іншого боку, така заява слугує індикатором особистих переконань цього політичного діяча стосовно ролі США як захисника інтересів суспільства в цілому.

У такому світлі з упевненістю можемо стверджувати, що використання у мовленні політичних кандидатів біблеїзмів засвідчує доброзичливе ставлення до адресата, що включає постійну акцентуацію бажання добра реципієнту, адже так прописано в самій Біблії, покликаний сіяти добро. Мета біблеїзмів – формування в уяві глядачів своїх найкращих загальнолюдських якостей: порядності, доброзичливості, ширості. Адже біблеїзми – це «слова, фразеологічні одиниці чи власні імена, які вживаються у тексті Біблії, отже, в їх семантичну структуру під впливом контексту входять семи: зв'язок з Богом, величність, урочистість» [4, с. 78]. А для американців Біблія носить особливий характер, адже населення США – це представники різних національностей, які принесли з собою і свої звичаї, традиції. Саме Біблія є тим універсальним важелем, який здатен поєднати нації. «На зразок того, як на зорі народження нової держави її засновники цитували Святе Письмо з метою донести до своїх громадян те, що вони, вихідці з різних країн, становлять єдину державу, збудовану на засадах рівності та демократії, сьогодні, в час могутності та зрілості Сполучених Штатів, президенти звертаються до Біблії, щоб вселити в своїх громадян переконання, що вони рівні у своєму прагненні брати участь у політичному житті суспільства» [4, с. 78].

Jed Bush will never take us to the promised land [8]!

Promised land – 1. the land of Canaan, which was promised by God to Abraham and his people in the Bible; 2. a situation or place which people have been wanting to be in because they will be safe and happy there [6].

Проаналізувавши лексичне значення біблеїзму *promised land*, можемо дійти висновку, що у продемонстрованому прикладі Дональд Трамп мав на увазі саме друге значення.

Найцікавіше, що апеляція до даного біблеїзму використана для створення у реципієнтів не позитивного, а негативно-го ставлення до зазначеного політичного кандидата – накладання образу лідера народу, який не здатний досягти пункту призначення, на особистість Джеда Буша. Відповідно, біблеїзми не завжди покликані вибудовувати в свідомості адресата виключно райдужні образи. Вони можуть виявитись і потужним лексико-семантичним матеріалом для дискредитації політичного опонента.

Разом з тим, для досягнення такої мети ідеальним є використання експресивної нестандартної лексики – вульгаризмів, що вимальовують негативні, неприйнятні у суспільстві риси політичного діяча, блоку чи партії.

We have some remarkable people, and even we have our own Mr. T. (referring to Donald Trump), who doesn't mind saying about others – you're fool [8]!

Майк Хаккебі під час вступної частини дебатів, яка передбачає власне представлення кандидатів, скористався можливістю і зазначив схильність свого опонента, Дональда Трампа, постійно все критикувати та часто вживати експресивно-забарвлену лексику.

Fool походить від старофранцузької мови «*fol*», з латини «*folis*» «*bellows, windbag*», «*empty-headed person*» та має таке значення:

1. a person who acts unwisely or imprudently; a silly person «*I felt a bit of a fool*», (archaic) a person who is duped or imposed on «*he is the fool of circumstances*»;

2. (historical) a jester or clown, especially one retained in a royal or noble household [5].

У фразі Майкла Хаккебі використовується вульгаризм *fool* саме у його першому словниковому значенні. І у даному разі цей вульгаризм виконує основне його завдання – знищити імідж політичного опонента, наголосити на його некваліфікованості, невмінні коректно висловлювати свої думки. Більше того, якщо Дональд Трамп *doesn't mind saying about others – you're fool*, то автор даного прикладу (Майкл Хаккебі), напевне що, не має такої хиби, він є просто «бездоганим» оратором, за якого варто проголосувати. Вживання вульгаризму слугує для емоційного підсилення, досягнення максимальної емоційної напруженості під час критики опонентів.

Так само як і біблеїзми, вульгаризми є контекстуально неочікуваними у передвиборчих агітаційних виступах політиків. Політик має позиціонувати себе як максимально виховану, освічену, благородну особу, яка жодним чином не зіпсована соціальними «благами». І раптом в контексті промов, обіцянок, переконань, запитів з'являються вульгаризми. З одного боку, вони маркують рівень освіти мовця, адже у стані емоційного збудження, обмеженості у часі політики, як і будь-яка людина, вживають лексичні одиниці із активного арсеналу [3, с. 159]. З іншого боку, залучення вульгаризмів є елементом стратегії театральності. Політики прагнуть бути поміченими, виділитися з поміж конкурентів, а за допомогою вульгаризмів, які вирізняються з поміж нейтральної, книжкової, термінологічної лексики, їм вдається підкорити аудиторію експресивністю свого висловлювання.

Відтак, біблеїзми допомагають політикам продемонструвати володіння вишуканим ораторським мистецтвом, підкреслити аргументованість виступу, власну компетентність та ерудованість щодо теми виступу. Натомість, вульгаризми слугують таким собі барометром соціальної освіченості, адже переводять розмову у площину «вуличної суперечки», та демонструють можливості активного словникового запасу мовця.

Та чи можна розглядати все так односторонньо? Наприклад, якщо повернутись до вульгаризму *fool*, то його цілком впевнено можна назвати і біблеїзмом (нагадуємо, біблеїзми – це слова, фразеологічні одиниці чи власні імена, які вживаються у тексті Біблії [4, с. 78]), адже він зустрічається у Біблії:

Matthew 5:22: But I say to you that everyone who is angry with his brother shall be guilty before the court; and whoever says to his brother, 'You good-for-nothing,' shall be guilty before the supreme court; and whoever says, 'You fool,' shall be guilty enough to go into the fiery hell [7].

З іншого боку, мовні норми на сьогоднішній день все більше тяжіють до розмовності, набуваючи її рис та характеристик, в тому числі і елементів вульгарності, просторіччя. І тут не варто забувати про прагнення політиків бути зрозумілими, здобути підтримку електорату – а тому, їм потрібно використовувати ті лексичні, граматичні елементи, які є прийнятними, вживаними у колі їх виборців. Тільки чи можна догодити всім, якщо населення країни представляє різні прошарки суспільства? Які категорії виборців віддати пріоритет? Як уникнути розголосу, якщо ЗМІ фіксують все і повсякчас?

Приходимо до висновку, що і вульгаризми і біблеїзми залишаються об'єктом подальших численних лінгвістичних досліджень, відкриваючи невідомі грані як у сфері прагматичної лінгвістики, так і у царині когнітивної лінгвістики. Більше того, дане дослідження наочно показує доцільність залучення міждисциплінарного підходу. Виключно лінгвістичні знання не в змозі дати відповіді на усі питання, пов'язані з доцільністю, нагальністю вживання біблеїзмів та вульгаризмів. При вивченні передвиборчого дискурсу США та застосуванні тих чи інших лексичних одиниць не варто нехтувати конструктивними складовими соціолінгвістики, психології, політології, культурології, історії США. Саме таке поєднання наук є перспективною подальших досліджень.

Література:

1. Кузьмин П. В. Дискурс как способ политической деятельности / П. В. Кузьмин // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: философия. – Том 19(58). – Симферополь, 2006. – № 2. – С. 223.
2. Переверзев Е. В., Кожемякин Е. А. Политический дискурс: многопараметральная модель / Е. В. Переверзев, Е. А. Кожемякин // Вестник ВГУ, Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – Белгород, 2008. – № 2. – С. 76.
3. Попова О. В. Передвыборный дискурс США в динаміці англійської мови середини ХХ – початку ХХІ століть: дис. ... кандидата філол. наук: 10.02.04 / Попова Олена Володимирівна. – Суми, 2014. – 252 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/36099>
4. Четаїкіна В. Функції біблеїзмів у промовах Джорджа Буша-молодшого / В. Четаїкіна // Іноземна філологія. – 2013. – Вип. 125. – С. 77–84.
5. Definition of fool null in Oxford Learner's Dictionary [Electronic resource]. – Access: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/learner/fool>
6. Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic resource]. – Access: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/Promised-Land>

Ілюстративний матеріал

7. Read the New American Standard Bible Online for Free [Electronic resource]. – Access: <http://www.biblestudytools.com/nas/matthew/5.html>
8. Second 2016 GOP Presidential Debate (FULL) by CNN – 09-16-2015 [Electronic resource]. – Access: <https://www.youtube.com/watch?v=ehRCd7f5RJc>

УДК 81/37.49:81/42=161.1

А. М. Приймак, З. М. Барановська,*Житомирський державний університет ім. І. Я. Франка, м. Житомир***ПЕРИФРАЗЫ И ЭВФЕМИЗМЫ КАК СРЕДСТВО ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНОЙ И КОРРЕКТНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ**

В статье предпринята попытка рассмотреть функции перифразы и эвфемизмов, являющихся средством экспрессивной, оценочной и корректной коммуникации в современном русскоязычном публицистическом тексте.

Ключевые слова: публицистический стиль, перифразы, эвфемизмы, эмоциональность, оценочность, корректная коммуникация.

PARAPHRASE AND EUPHEMISMS AS EXPRESSIVE MEANS, CORRECT EVALUATION AND COMMUNICATION OF JOURNALISTIC TEXT

Journalistic style as the most common and popular considerably stands out among the other styles to its versatility, the broadest theme, using a variety of linguistic resources. The severity of the statements, polemical, open, direct evaluative – traits of not only the journalistic genre, but here they are trailblazing, without them there can be journalistic work. Journalistic style serves the sphere of mass communication – journalistic text serves as a communication tool. So, before the author is an important communicative task – to find the means to the reader. Periphrasis and euphemisms are widely used in modern journalistic texts. They allow author to speak tactfully express thoughts properly, avoiding the rough, obscene words and expressions in various spheres of human activity – political, economic, social and domestic, cultural and others. The presence of periphrasis and euphemisms reveals the author's personality, creative thinking, and sends it to assess the attitude to the represented, makes the text expressive, emotional, helps avoid standardness. The article considers with periphrasis of two types – original and traditional. Euphemisms are analyzed as a kind of periphrase. Highlighted and commented three groups of euphemisms: the common, class and professional, family and household.

Keywords: journalistic style, periphrasis, euphemisms, emotionality, expressiveness, evaluative, correct communication.

ПЕРИФРАЗЫ ТА ЕВФЕМИЗМИ, ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСИВНОЇ, ОЦІННОЇ Й КОРРЕКТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

У статті зроблено спробу розглянути функції перифраз та евфемізмів, що виступають засобом експресивної, оцінної й коректної комунікації у сучасному російськомовному публіцистичному тексті.

Ключові слова: публіцистичний стиль, перифрази, евфемізми, емоційність, експресивність, оцінність, коректна комунікація.

Современные исследователи определяют публицистический стиль как самый распространенный и востребованный. Он существенно выделяется среди других стилей своей многофункциональностью, широчайшей тематикой, использованием разнообразных языковых средств. Публицистику называют летописью современности, так как она во всей полноте отражает текущую историю, обращена к злободневным проблемам общества – политическим, социальным, культурным, бытовым, философским и т. д. [2]. Как справедливо утверждает Н. С. Валгина, «публицистичность – это оценочность, страстность, особая эмоциональность. Острота высказывания, полемичность, открытая, прямая оценочность – черты, присущие не только публицистическим жанрам, но здесь они являются стилиобразующими, без них не может быть публицистического произведения» [6, с. 139].

Публицистический стиль обслуживает сферу массовой коммуникации. Публицистический текст, в котором отчетливо проявляется личность автора, его идейная позиция, эмоции, оценки, профессиональное умение доказывать, аргументировать и убеждать, – выступает как инструмент коммуникации. Поэтому перед автором стоит важная коммуникативная задача – поиск средств воздействия на читателя. Причем читателя очень разного.

Газета, пожалуй, одно из наиболее массовых информационных средств. Она оперативно знакомит с произошедшими событиями, помогает познать окружающий мир, предлагает различные точки зрения на одну и ту же проблему, представляет авторскую позицию. Сила воздействия публицистического текста во многом зависит от доверия читателя к автору; их коммуникация происходит напрямую, непосредственно, без дополнительных инстанций.

Эмоциональность, экспрессивность, оценочность – неотъемлемые свойства публицистического текста, помогающие привлечь внимание читателя, избежать стандартной, сухой, тривиальной подачи материала, облегчить его восприятие. Оценочность проявляется в позиции автора. Она определяет выбор лексических средств – правильного, точного, корректного слова, подтверждающего и отображающего видение автора, способствующего более живой, интересной, «цепляющей» подаче материала. Публицист, стремясь повлиять на аудиторию, активно использует образный строй речи. Раскрыть