

3. Малуга Е.Н. Основные характеристики профессионального языка//Вестник Самарского государственного университета - Гуманитарная серия – 2011- № 1/2 (82) – С. 23-32.
4. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. – Москва: Р Валент, 2010 –216 с.
5. Тимофеев М.И. Деловое общение. – Москва, 2004. – 125 с.
6. Чигирева М.А. Деловой французский. – Москва, 2001. – 172 с.

REFERENCES

1. Ivanova G.S. Business French. – Moscow, 2007. – 272 p.
2. Malyuga E.N. (2004). Peculiarities of language and culture in business communication. Moscow, МАКС Press, 173 p.
3. Malyuga E.N. (2011). Basic characteristics of professional language // Vestnik SamGU, Gumanitarnaya seriya. № 1/2 (82), pp. 23-32.
4. Samokhina T.S. Efficient Business communication in different cultural contexts and circumstances. – Moscow, 2010. – 216 p.
5. Timopheev M. I. Business communication. – Moscow, 2004. – 125 p.
6. Chigireva M.A. Business French. – Moscow, 2001. – 172 p.

УДК 81'373.47

У.А. Савельева, А.В. Козлова

Астраханский государственный университет

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ МАСС-МЕДИАЛЬНОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ПОРТРЕТИРОВАНИЯ СМИ КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ НА УКРАИНЕ В 2013-2014 ГГ)

EMOTIONAL-EVALUATIVE WORDS IN MASS MEDIA DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF MASS MEDIA PORTRAYAL OF CONFLICT IN UKRAINE (2013 – 2014))

В представленной статье анализируются примеры эмоционально-оценочной, идеологически окрашенной и пейоративной лексики, употребляемой в сфере масс-медиального дискурса в контексте конфликтной ситуации на Украине. На примерах текстов российских, украинских и мировых СМИ, а также материалов всемирной сети Интернет рассматривается этимология понятий, их значение и частота

употребления. Авторы приходят к выводу о том, что события на Украине повлекли за собой возникновение новых эмоционально-оценочных слов, раскрывающих различное отношение разных СМИ к одним и тем же явлениям.

Ключевые слова: масс-медиаальный дискурс, политический дискурс, неологизм, эмоционально-оценочная лексика, интернет-мем.

The article deals with emotional-evaluative vocabulary used by modern mass media to portray the conflict in Ukraine. Emotional-evaluative words bear in their meaning emotional attitude of those who use them towards different phenomena. The authors analyze etymology and frequency of use of the above words. The authors conclude that the events in Ukraine gave birth to new emotional-evaluative vocabulary that reveal different attitude towards the same phenomena in mass media discourse.

Key words: mass media discourse, political discourse, emotional-evaluative vocabulary, Internet meme.

Целью данного исследования является выявление и сравнение эмоционально-окрашенных лексических единиц, появившихся в результате конфликтной ситуации на Украине в 2013-2014 годах и вошедших в речевой обиход масс-медиаального и политического дискурса, а также в речевую сферу употребления пользователей сети Интернет.

Рассматриваемый в рамках лингвистики вопрос восприятия, осмысления и последующей интерпретации полученной информации, является актуальной проблемой современного общества, а заметная интенсификация самих информационных процессов превратилась в неотъемлемую черту его развития: возрастает скорость распространения и обработки информации, а наряду с этим увеличивается объем передаваемого содержания. В данных условиях одним из распространенных типов общения становится масс-медиаальный дискурс – вид институционального дискурса и результат сложного взаимодействия отобранных речевых единиц в текстах массовой информации [1]. Представляя собой многоаспектную быстроизменяющуюся систему, масс-медиаальный дискурс способен отражать актуальные социальные идеи,

оказывать широкое влияние на каждую сферу жизни человека, на его сознание и поведение.

Отдельно стоит отметить наличие неразрывной связи между масс-медиальным дискурсом и политическим дискурсом, где СМИ выполняют функцию главного «*посредника*» [3] между политиками и населением из-за существующих ограничений прямого контакта с аудиторией. Политика и масс-медиа тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Сегодня функция СМИ не ограничивается лишь освещением происходящих в мире политических событий; они способны формировать определенные убеждения у аудитории, подрывая или поддерживая существующие в обществе политические структуры, и манипулировать общественным мнением.

При анализе текстов масс-медиального и политического дискурса особый интерес представляет эмоционально-оценочная и идеологически окрашенная лексика. Под эмоционально-оценочной лексикой понимается лексические единицы, которые отражают эмоционально выраженную прагматику языка, отождествляют положительное или отрицательное отношения говорящего к окружающей его действительности. Политические события, происходящие на Украине с ноября 2013-го года, влекут за собой появление эмоционально-оценочных неологизмов, отражающих разное отношение к конфликтной ситуации и активно используемых в политических выступлениях, СМИ и Интернете.

Проанализировав ряд российских и русскоязычных украинских СМИ («Экономические Известия», «РИА Новости», «РИА Новости Украина», «Известия», «Русская служба Би-би-си», «Лента.ру» и др.), мы условно выделили 3 этапа развития событий на Украине, непосредственно оказавшие влияние на возникновение ряда эмоционально-оценочных слов и, в частности, негативно окрашенных лексических ярлыков, которые используются в масс-медиальном дискурсе для обозначения

представителей стороны оппонентов конфликта: 1) Массовые акции протестов «Евромайдана» (ноябрь 2013 – февраль 2014); 2) Процесс формирования нового правительства Украины (февраль 2014 – март 2014); 3) Крымский кризис и вооруженный конфликт на востоке Украины (март 2014 – по настоящее время).

Одним из основных появившихся на первом этапе конфликта неологизмов стал термин «Евромайдан», который, по версии словаря современного украинского языка и сленга «Мислово», был признан словом 2013 года. Его возникновению предшествовала начавшаяся в ноябре прошлого года продолжительная акция протеста в центре Киева. Анализ этимологии слова «майдан» свидетельствует о его персидском и арабском происхождении (majdan), что в переводе означает «рынок» или «рыночная площадь».

Мы предполагаем, что выбор корневого слова напрямую связан с названием Площади Независимости, на украинском именуемой как Майдан Незалежності, (в обиходной речи – Майдан), где и происходило столкновения митингующих и полиции. Выбор приставки «евро» логично объясняется главной причиной массовых акций – приостановлением украинским правительством процесса подписания Соглашения об ассоциации с Евросоюзом. Стоит отметить, что термин «Евромайдан» получили своё именование по аналогии с событиями «Оранжевой революции» в 2004 году и получил широкую популярность в мировых СМИ, блогах, а также в информационной интернет сети «Твиттер». Неологизм быстро приобрел ряд производных от него слов, к примеру, «автомайдан» – ряд самостоятельных автомобилистов, выражающих протест в адрес правительства; «антимайдан» – эмоционально-оценочное слово, открыто демонстрирующее негативную оценку в адрес сторонников процесса евроинтеграции Украины.

Процесс формирования нового правительства в начале 2014 года также заложил основу для возникновения новых эмоционально-оценочных терминов. В современном русском языке слово «хунта» используется для обозначения военной или «террористической диктатуры», установившейся в результате государственного переворота. К моменту смены власти в Киеве, русскоязычные СМИ активно начинают использовать слово «хунта» и словосочетания «фашистская хунта», «Украинская хунта» по отношению к новому правительству, которые представляют собой примеры пейоративной лексики – слова с отрицательной экспрессивно-оценочной коннотацией. Одним из первых случаев употребления данного эмоционально-окрашенного понятия в контексте кризиса на Украине стала речь в апреле 2014 года президента Российской Федерации В. Путина на Медиафоруме в Санкт-Петербурге. Представляя собой политическую фигуру, В. Путин обладает высокой популярностью в СМИ, а его прецедентные высказывания получили отдельное обозначение и стали именоваться «путинизмами».

В новостных текстах российского интернет-издания «Lenta.ru» и текстах общественно-политической ежедневной газеты «Известия» также встречаются вышеупомянутые пейоративные неологизмы. Однако стоит отметить, что устоявшийся в СМИ и Интернете термин «Украинская хунта» в полной мере не отражает своего первоначального этимологического значения власти, захваченной незаконным образом. Тем не менее, пророссийски настроенные люди продолжают использовать термин в данном контексте.

Во время сепаратистских настроений на Украине в начале марта 2014 года, с появлением в Крыму неизвестных людей в камуфляже распространяется выражение «вежливые люди» («зеленые человечки», «little green men»). Вооруженные люди не имели опознавательных знаков

на военной форме, отказывались общаться с представителями масс-медиа, но вели себя очень вежливо.

Украина и мировые СМИ считали, что «вежливыми людьми» являлись военнослужащие из России. Сам термин «вежливые люди» быстро распространился в сети и получил статус популярного «интернет-мема», а также стал главным вариантом именовании военных людей на территории Крыма. По аналогии с мировыми и украинскими СМИ, в России для описания вооруженных формирований, действующих на стороне украинской армии, появляется выражение «черные человечки».

С момента возникновения вооруженных конфликтов на Юго-востоке Украины и дальнейшего формирования самопровозглашенных Луганской и Донецкой республик, сторонники отделения получили несколько именовании в СМИ. Относительно нейтральную окраску носят варианты «сторонники федерализации», «активисты», чаще всего используемые в российских СМИ. Позитивным эмоциональным значением обладают термины «повстанцы» и «ополченцы», а негативно-оценочный оттенок присущ термину «сепаратисты», который часто встречается в украинских и газетах западных СМИ.

Крайне негативную характеристику несет в себе вариант «террористы». Все вышеперечисленные варианты именовании сторонников отделения встречаются в разных СМИ. Они выполняют функцию некоторых индикаторов, которые напрямую свидетельствуют об отношении СМИ к данному конфликту за счет преобладания в текстах нейтральной, позитивно или негативно окрашенной лексики.

В разговорной речи появилось несколько слов-пейоративов, которые быстро приобрели популярность в сетевой среде. Один из самых ярких и популярных социальных шаблонов стал образ «Ватника», впервые появившийся в Интернете в 2011 году за несколько лет до политического кризиса на Украине, но основное распространение получивший в

результате данного конфликта. В общих чертах, он представляет собой злоупотребляющего ненормативной лексикой агрессивного патриота России с очень низким уровнем культуры и образования. Сам образ основывается на определенных ценностных ориентирах и взглядах, изображая «ватника» как политического субъекта, и в конечном результате становится общепринятым в антироссийской среде.

Другой термин, активно применяющийся в СМИ по отношению к сторонникам Луганской и Донецкой республик и российским интернет-пользователям, открыто выражающим свои патриотические взгляды, – слово «колорады». Впервые термин «колорадская ленточка» был употреблен в июле 2013 года российским публицистом Александром Невзоровым. Дальнейшее его распространение объясняется выбором георгиевской ленты в качестве символики сторонников отделения и последующего присоединения к России, которая была воспринята сторонниками целостной Украины и противниками федерализации крайне негативно. Это привело к созданию устойчивой ассоциации символа с окраской колорадского жука, полевого насекомого-вредителя и, впоследствии, закреплению эмоционально-окрашенного ярлыка. В итоге, за «ватниками» и «сепаратистами» стало постепенно закрепляться именование «колорадские жуки» или сокращенно – «колорады».

В это же время в российском медиа пространстве происходит аналогичный процесс создания новых терминов для обозначения оппонентов. В российской фразеологии понятие «пятая колонна» часто используется в СМИ по отношению к различным типам «внутреннего противника» или врага [2]. Президент В. Путин 18 марта в своем обращении к Федеральному собранию по вопросу присоединения Крыма к России впервые публично упомянул «национал-предателей» и «пятую колонну», употребив данные термины по отношению к проукраинской оппозиции в России. Учитывая высокую популярность и частую

цитируемость речей и высказываний В. Путина, словосочетания «национал-предатели» и «пятая колонна» сразу вошли в речевой обиход и язык СМИ в контексте конфликтной ситуации на Украине.

Ультраправые украинские националисты, принимавшие непосредственное участие в развитии событий на Майдане в ноябре 2013, получают название «бандеровцы», по аналогии с по именем Степана Бандеры, возглавлявшего Организацию украинских националистов в период Второй мировой войны.

Для обозначения жителей Украины появляются и закрепляются в Интернете и СМИ два неологизма: относительно нейтральное «укры», по одной из версий произошедшее от мифического славянского племени, и эмоционально-оценочное «укропы», появившееся через сложение слов "украинский" и "патриот" и обладающее иронической окраской.

Таким образом, проанализированный материал позволяет заключить, что события на Майдане в ноябре 2013 года на Украине и следующий за ними кризис в Крыму и Донбассе повлекли за собой появление особых неологизмов для именования обеих сторон конфликта и впоследствии ввели их в речевой обиход СМИ. Нам был проанализирован ряд новых, эмоционально-окрашенных единиц, активно использующихся в масс-медиальном и политическом дискурсе. Обладая оценочной составляющей, данные единицы напрямую свидетельствуют о позиции СМИ к данному конфликту за счет преобладания в текстах позитивно или негативно окрашенной лексики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / В. И. Карасик. - Волгоград: Перемена, 2004 – С.36-39.
2. Шабалина Е.В. Числительные в русской политической фразеологии: пятая колонна и пятая графа [Электронный ресурс] // Политическая лингвистика, №1, 2011. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/chislitelnye-v-russkoy->

[politicheskoy-frazeologii-pyataya-kolonna-i-pyataya-grafa](#) (дата обращения: 03.10.2014).

3. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. / Е.И. Шейгал. - Волгоград: Перемена, 2000. – С.27.

REFERNECES

1. Karasik V.I. Language circle: Personality, Concepts, Discourse: monograph / V.I. Karasik. - Volgograd: Peremena, 2004 – pp. 36-39.
2. Shabalina E.V. Numerals in the Russian political phraseology: the fifth column and the fifth section [electronic resource] // Political Linguistics: scientific journal, 2011, Issue №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/chislitelnye-v-russkoy-politicheskoy-frazeologii-pyataya-kolonna-i-pyataya-grafa> (date: 3 October 2014).
3. 3. Sheigal E.I. Semiotics of political discourse [Text] // E.I. Sheigal. – Volgograd: Peremena, 2000 - p.27.

УДК 81'33

А.Ю. Хачумян, Н.Е. Демидова
Российский университет дружбы народов

НЕКОТОРЫЕ ИЗ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

SOME OF LINGUISTICS ASPECTS IN ECONOMIC DISCOURSE

В данной статье рассматриваются лингвистические определения дискурса, и в частности экономического. Автор изучает несколько определений исследуемого термина и проводит наблюдение: где и как экономический дискурс зарождается.

Ключевые слова: дискурс, текст, речь, коммуникация, язык.

This article considers the notion of discourse in detail, particularly economic discourse. The author considers several definitions of the researched term and conducts a mini-survey: where and how economic discourse arises.

Key words: discourse, text, speech, communication, language

Считается, что понятие «дискурс», будучи одним из самых сложных понятий для толкования, неразрывно связано с понятием «текста», в первую очередь вследствие того, что при формировании определения