

ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Рыбальченко Ольга Ивановна¹

к. филол. н., доцент

ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ

г. Мичуринск, Россия

Аннотация: в статье анализируются особенности номинации в публицистическом тексте, выявляется экспрессивно-оценочное содержание номинации.

Ключевые слова: публицистический текст, номинация, оценка, экспрессивность.

¹ Рыбальченко О.И. rybalchenkoo@rambler.ru

Данная статья посвящена проблемам номинации в публицистическом тексте. Номинация в данной работе рассматривается в двух аспектах: семасиологическом и ономасиологическом. Данный подход обусловлен тем, что нас интересует восприятие публицистического текста читателем и выбор номинации автором в качестве компонента определенного текста, т.е. особая коммуникация, где важнейшим элементом выступает текст, обладающий своеобразными признаками и функциями. На наш взгляд, публицистический стиль обладает индивидуальными отличительными свойствами. Прежде всего, он имеет особый словарь, соотносимый с базовыми темами в средствах массовой информации; в нем формируются основные идеологемы, которые затем тиражируются и закрепляются в массовом сознании. Публицистической речи свойственна скрытая или открытая оценочность, зависящая от шкалы ценностей автора или издания; в ней наиболее ярко проявляется современная установка средств массовой информации на творчество, а не стереотип, что достигается средствами языковой игры, созданием вертикального контекста с помощью особых средств языка и различных приемов.

Следует отметить, что важной чертой публицистического стиля является оценочность. Своеобразная «шкала ценностей подвижна и зависит от экстралингвистических факторов» [1, с. 46]. Авторы-журналисты дают оценки различным явлениям действительности: политикам, нововведениям, новым технологиям, обращая внимание читателей на значимые события. Важность тем, освещаемых средствами массовой информации, требует основательных размышлений и соответствующих средств логического изложения мысли, а выражение авторского отношения к событиям невозможно без использования эмоциональных средств языка.

Языковыми средствами выражения оценочного смысла в публицистическом тексте выступают слова-универбаты, лексемы, построенные на базе составных наименований (ролевая игра – *ролевуха*, автогражданское страхование – *автогражданка*, безлимитный тариф при пользовании мобильным телефоном – *безлимитка*); просторечная лексика и жаргонизмы

(разборка, беспредел, тусовка, круто); метафоры (*гидра организованной преступности, политическая пена, предвыборная гонка*); фразеологические единицы (*Правительственный кризис позволяет убить двух зайцев*) и т. д.

Довольно часто экспрессия создается семантическими приращениями в слове и появлением эмоционально-оценочных значений. Эти наслоения выражаются с помощью словообразовательных элементов, в первую очередь суффиксов субъективной оценки. Например: *междусобойчик правосудия, быстренько отправили на нары, антисанитарная ночлежка, своими ручонками*.

Важнейшая функция публицистического стиля – это функция воздействия, обуславливающая потребность публицистики в оценочных средствах выражения. Активно используются в публицистике оценочные метафоры для создания у читателей яркого образа. Для формирования эмоционально-оценочных характеристик событий, объектов действительности, политиков употребляются метафоры игры: *«На социал-демократическую поляну ринулись сразу несколько игроков...»* («Литературная газета»). Метафора позволяет автору выразить свою личностную оценку описываемых событий, причем наиболее часто такая метафора способствует изображению негативных сторон жизни.

Для публицистического стиля характерно использование оценочной лексики, «оценок-прагмем, обладающих эмоционально-экспрессивной окраской» [2, с. 46], например: *медиазвезда, светская львица, художник, красавчик*, употребляющимися с ироническим подтекстом.

Довольно часто как эмоционально-оценочное средство образности в публицистическом тексте используются развернутые сравнения: *«На фоне подорожания картошки, гречки и квашеной капусты брызги шампанского выглядят, как плевок в сермяжную душу»* («Аргументы и факты»).

В публицистическом стиле активно используются фразеологические номинации, подвергающиеся различной трансформации для усиления их

функционально-стилистической значимости: *и в тесноте, и в обиде; что имеем, то храним; договор дешевле денег.*

Неотъемлемой чертой публицистического текста является использование политических аффективов – лозунговых фраз: *«Доживем до воскресенья»* («Аргументы и факты»).

Язык публицистики представлен не только речью журналистов, важной составляющей речевой культуры публицистического текста является и нежурналистская речь, к которой относятся и интервью политиков, предпринимателей, артистов, письма читателей. Довольно часто в интервью встречаются политические аффективы, трансформированные фразеологические обороты, метафоры: *«По-прежнему актуальны слова К. Маркса о том, что нет такого преступления, на которое не пошел бы капитал ради сверхприбыли, Это даже не камешек в огород, а граната в окоп коллег-министров, Вот бы ещё научиться забивать без мяча – цены бы не было тогда российскому футболу»* («Аргументы и факты»).

Номинация в публицистическом стиле разнообразна: использование идеологем, слов-универбатов, просторечной лексики и жаргонизмов, метафор, фразеологических единиц, оценочной лексики, оценок-прагмем и т.д. Публицистический стиль является сегодня одним из важнейших общественных институтов, которые оказывают важное влияние на формирование не только взглядов, представлений общества, но и норм поведения его членов, в том числе и речевого поведения.

Список литературы

1. Ивин, А.А. Логика / А.А. Ивин. – М.: Знание, 1998. – 260 с.
2. Рыбальченко, О.И. Особенности функционирования оценок-прагмем в идиостиле Саши Черного / О.И. Рыбальченко // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2015. – № 3 (17). – С. 91 – 98.

3. Сидорова И.В., Татринова Е.А. Становление отечественного книгопечатания. Научный электронный журнал Мичуринского государственного аграрного университета «Наука и Образование». <http://opusmgau.ru/index.php/see/article/view/153> Опубликовано 2018-05-07
Выпуск № 1 (2018)

SPECIAL FEATURES OF NOMINATION IN THE PUBLICISTIC TEXT

Rybalchenko O.I.,
candidate of philological
sciences, associate professor
Michurinsk State Agrarian University
Michurinsk, Russia

Annotation: in the article the special features of nomination in the publicistic text are analyzed, the expressive- estimated content of nomination is revealed.

Keywords: publicistic text, nomination, estimation, expressiveness.