

слова, как в отношении журналистской профессии [12. С. 171], так и в отношении политических персоналий. Однако можно с уверенностью сказать, что это не относится к такому виду прессы как партийная, которая ради достижения своей цели берет за основу работы перевес однозначных мнений, позволяющий скорректировать массовое сознание в нужном для нее направлении.

Таким образом, партийная газета, по-прежнему выполняя роль пропагандиста, является эффективным каналом политической кампании, который может полностью контролироваться субъектом политического управления. И хотя сейчас партийная газета уступает свои позиции другим субъектам медиасистемы, она все же является эффективным средством сохранения и развития идеологий и концепций партий.

Литература

1. Большая психологическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 544 с.
2. Кирдякин С. Отдам свой голос за партию «Единая Россия» / С. Кирдякин // За «Единую Россию». – 25.11.2011.
3. Бурнайкин И. Политики, называющие себя коммунистами, меня предали / И. Бурнайкин // Столица С. –

29.11.2011.

4. Ветеран обратился к Зюганову. Но услышан не был // За «Единую Россию». – 22.02.2012.

5. За стабильность и созидание // За «Единую Россию». – 15.02.2012.

6. Бакеева Д.А. Современная рекламная коммуникация и теория цвета: точки соприкосновения / Д.А. Бакеева // Наука и современность. – Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2010. – С. 94-98.

7. Кто не желает добра Мордовии? // За «Единую Россию». – 22.02.2012.

8. Оксфордский толковый словарь по психологии. – М.: АСТ, 2003. – 592 с.

9. Мордовия – республика с большим будущим / За «Единую Россию». – 08.10.2011.

10. Спасибо – за ваш выбор! / За «Единую Россию». – 06.12.2011.

11. Дементьева К.В. Роль региональной прессы в трансформирующемся социуме / К.В. Дементьева, П.Ф. Потапов // Регионология. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – С. 225-229.

12. Жиликова Н.В. Общественно-политическое направление издания и журналистская репутация: проблемы взаимодействия и взаимовлияния // Век информации. – 2016. – № 2. – С. 168-171.

УДК 070, 808.53

О.В. Демидов

Филиал Военного учебно-научного центра Военно-воздушных сил

«Военно-воздушная академия имени профессора Н.Е.Жуковского и Ю.А.Гагарина»

ИНТОЛЕРАНТНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассмотрены проблемы разграничения понятий речевая агрессия, толерантность, интолерантность и их проявления в средствах массовой коммуникации. Отмечены и классифицированы внетекстовые и внутритекстовые способы реализации инвективы в современном публичном дискурсе на основе результатов лингвистических экспертиз.

Ключевые слова: интолерантность, толерантность, публичный дискурс, инвектива.

The article deals with the problem of delimitation of the concepts of verbal aggression, tolerance, intolerance, and their manifestations in the media. Noted and classified as extra-textual and ways to implement inline invective in contemporary public discourse on the basis of linguistic expertise.

Keywords: modern mass media, intolerance, tolerance, public discourse, invective.

Современные средства массовой коммуникации (СМК) отражают процессы, происходящие в обществе, и преломляют их в своеобразные тексты, призванные стать свидетельством эпохи, их порождающей. Наиболее остро встает проблема формирования негативного фона публичного пространства и воплощения в нём черт

интолерантности и агрессии (в противовес терпимости), созданию инвектив, направленных против человека, групп людей, сообществ. Такая тенденция не может восприниматься позитивно, поскольку не является допустимой ни с точки зрения морали, нравственности, ни с позиции закона, противостоящего общественному умалению облика личности, формирования превратного представления о нём в глазах окружающих, особенно посредством СМК.

Так, представление об интолерантности как особой черте современных публичных текстов складывается из того, что данный феномен формируется на соотношении с речевой агрессией, и противостояние ей становится ключевым моментом различных речевых контекстов, где не всегда чётко проявляется некая «срединность», соотносимая с толерантностью (терпимостью) к тем или иным проявлениям жизни, приводя к её противоположности, во многом проявляющей черты агрессивности и враждебности [1. С. 179-180]. Такое «взаимодействие» присуще современным СМК, оно отражает негативные процессы общественной жизни в России, соотносится с публичным дискурсом. Так, по мнению И.А. Стернина, различия интолерантности и агрессии (при всей их близости – желании оскорбить другого, стремлении

подчеркнуть своё доминантное положение) касаются сферы использования и адресата [2. С. 24-25]. Исходя из этого агрессия используется в межличностном общении, а интолерантность – преимущественно в общественно-политическом дискурсе; агрессия является способом воздействия на адресата с целью изменить его поведение, а интолерантность связана с выражением негативных эмоций, которые вызывает у говорящего (пишущего) «инаковость» объекта высказывания (те социальные характеристики, которые изменить практически невозможно). Кроме того, интолерантность предполагает бинарное разделение общества на «свой – чужой», «наш – не наш», в отличие от агрессивности, которая может быть направлена и против соответственно «своего», «нашего». Такое поведение не отражает суть журналистского текста, призванного быть объективным и не выражать однозначно чью-либо сторону, высказывать отношение к описываемому. Однако на практике часто (в рамках рассматриваемого контекста) реализуются обратные тенденции: частое использование речевой агрессии, включение в публикации бранной лексики, инвектив, унижающих человеческое достоинство.

1. В бытовом сознании инвектива определяется как некое оскорбительное действие или текст. Однако дефиниция данного термина различна. Так, по отношению к анализу художественного текста под инвективой можно понимать «... разновидность сатиры, гневное письменное или устное обвинение, памфлет; диатриба» [3. С. 445]. Традиционное широкое понимание содержит следующее толкование: «гневное выступление против кого-нибудь, оскорбительное выражение, брань, выпад» [4. С. 315]. Этимологический комментарий позволяет установить исходное значение слова (происходит от позднелатинского «*invectiva (oratio)*» – «бранная (речь)», которое, в свою очередь, связано с латинским «*invehor*» – «бросаюсь, нападаю»). Определение, близкое к журналистскому тексту, представляющему публичный дискурс, содержит такую дефиницию: «Инвектива – резкое обличение (в частности, сатирическое осмеяние) реального лица или группы лиц; противостоит панегирику (в широком значении)» [5. С. 296]. В общем виде наиболее полное определение «инвективы» включает понимание её как «культурного феномена социальной дискредитации субъекта посредством адресованного ему текста, а также устойчивого языкового оборота, воспринимающегося в той иной культурной традиции в качестве оскорбительного для своего адресата» [6. С. 476]. С позиции юрислингвистики, инвективная лексика воспринимается как «слова и выражения, заключающие в своей семантике, экспрессивной окраске и оценочном компоненте содержания интенцию (намерение) говорящего или пишущего унижить, оскорбить, обесчестить, опозорить адресата речи или третье лицо, обычно сопровождаемое намерением сделать это в как можно более резкой и циничной форме» [7. С. 203].

Исходя из различных представлений о современном публичном дискурсе в средствах массовой коммуникации, наиболее точно сущность инвективы отражается как «резкое, оскорбительное публичное выступление против кого-либо, чего-либо, оскорбительная речь, выпад, направленные на понижение социального статуса адресата и оформленные языковыми конструкциями с открытой негативной оценкой» [1. С. 181].

Для выражения прямой негативной оценки могут быть использованы следующие языковые средства:

1) лексика, обозначающая антиобщественную, социально осуждаемую деятельность, а также обозначающая насильственные, незаконные, осуждаемые действия, не принимаемые обществом поступки, которые приписываются лицу: «РВИ ЖГИ УБИВАЙ ХОДЯЧИЙ КАВКАЗ!»; «Мы должны использовать нашу власть для шельмования белых мужчин и белых женщин, тех, кто ещё собирается сохранить свою расовую чистоту. Они будут в Новом обществе подвергнуты остракизму»;

2) слова, содержащие в своём значении резко негативную эмоционально-экспрессивную оценку лица: «пархатые», «нацмены»; «банда жуликов», «моральные уроды», «бандиты»; «Шолом, Семён Аркадьевич. Вас вместе с Вашим семейством ждёт земля обетованная. Воруйте там!»;

3) окказионализмы, создаваемые с целью оскорбить, унижить адресата (особенно в глазах окружающих): «Смерть захватчикам-убийцам жидомасонам!»;

4) многозначные слова с актуализацией периферийного оценочного значения в определённых словосочетаниях (например, какой-то и некий, имеющих одно значение, но разные трактовки в тех или иных контекстах): «тоже люди», «кто-то может устоять, а кто-то нет»;

5) слова и словосочетания, содержащие в своём значении оценку свойств личности человека, которые в действительности ему не присущи или об этом в данное время неизвестно: «Наши дети, благодаря секретарю партии «Единая Россия» и депутату Дмитрию Ерёмину, становятся алкоголиками и наркоманами»;

6) конструкции с положительной оценкой лиц, но исключающие упоминаемый субъект из этого числа (например, «Наша элита не так плоха, она действительно сочувствует и помогает бедным – бедным проституткам, бедным преступникам, бедным наркоманам... Но никак не бедным слесарям и бедным учёным»;

7) сравнительные и фразеологические обороты, метафоры, содержащие негативную оценку (хищники, свинья, осёл, баран и т.д.): «Орды губастых похотливых негров и наглых кавказцев, назойливых монголоидов и алчных жидов», «словно стада диких животных», «расовая зараза, многотысячные орды полоумных ублюдков, человекообразные дикари, остервеневшие недочеловеки, генетический мусор»; «Чурки - Это сорняки Российской Федерации!!! Лучше быть националистом, чем терпилой и трусом!!!».

Кроме того, инвектива может проявляться в косвенной оценке (что чаще всего реализуется в СМИ) и выражается с помощью иных форм подачи информации. 1. Внутритекстовые формы – такие, в которых оценка выражена словесно, но непрямо, не непосредственно, она подразумевается пишущим (говорящим), логически легко выявляется читателем (слушателем) на основе содержащейся в тексте информации. Это такие средства выражения косвенной оценки, как атрибуция, сверхобобщение, расширение («в дело должна вмешаться прокуратура, вряд ли городской голова так уж мечтает о суровом магаданском климате»), парафраза, эвфемизмы, гипербола, создание контекстов дискредитации объектов описываемой ситуации. Это могут быть цитирования (часто искажённые), например: «Слуга народа» Наталья Лощина уже неоднократно оспаривала в суде предельный размер своего дополнительного денежного вознаграждения. Пока проигрывала. Последний отказ, датированный февралем 2008 года, пришел из Верховного суда РФ. Выходит, и этот отказ – не указ?», прямо соотнесён

ный с заголовком посредством повторного использования ключевого словосочетания «слуга народа», заключённого в кавычки и имеющего значение «как бы, якобы». Такой стилистический приём объясняется стремлением автора разрушить позитивное значение устойчивого речевого оборота слуга народа (от слуга. 2. перен.. Человек, посвятивший себя полностью служению кому-н. (Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азбуковник, 2001, С. 732)) на противоположное эвфемистическое, напрямую (путём указания на конкретное лицо) соотнесённое с Н. Лощиной, облик которой в указанном контексте становится негативным, умаляющим её человеческое достоинство), а также риторический вопрос («По ком плачет тюрьма?») и другие средства.

Таким образом, практически все перечисленные формы интолерантности находят «воплощение» в средствах массовой коммуникации, что приводит к формированию отрицательного представления о том или ином лице, народе, нации. Степень востребованности данного способа «выражения мнения» в современном публичном пространстве определяется во многом способностью автора публикации оставаться объективным и не нарушать принятые в общественной практике (на основании законодательства в сфере защиты чести и

достоинства, деловой репутации, противодействия терроризма и экстремизма) установки на отказ от создания негативного облика адресата любыми методами.

Литература

1. Демидов О.В. Толерантность и интолерантность в публичном дискурсе // Военно-научный вестник. – Челябинск, 2015. – С. 179-182.
2. Стернин И.А., Щилихина К.М. Толерантность, интолерантность и агрессия // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности: Коллективная монография / Отв. ред. И.Т. Вепрева, Н.А. Купина, О.А. Михайлова. – Труды Уральского МИОНа. Вып. 20. – Екатеринбург, 2006.
3. Большой энциклопедический словарь / Под ред. А.М. Прохорова. – СПб., 2002.
4. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М., 2000. Литературный энциклопедический словарь / Под ред. В.М. Кожевникова. – М., 1987.
5. Новейший словарь иностранных слов и выражений / Под ред. Ю.Г. Хацкевич. – Минск, 2001.
6. Жельвис В.И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия // Юрислингвистика-2. Русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, 2000.

УДК 070

Г.И. Шостак

Томский государственный университет

ОТРАЖЕНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ БРИТАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ЗАГОЛОВКАХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ГАЗЕТ БРИТАНИИ

В статье рассматриваются проблемы отражения традиционных ценностей британского общества в заголовках на материалах ежедневных национальных газет. Анализируется содержание заголовков, их коммуникативное направление и языковой спектр их существования в прессе.

Ключевые слова: тексты британских национальных газет, заголовки, традиционные ценности британского общества.

The article is aimed at defining some ways to reflect traditional values of the British society in national newspapers, to analyze the content of some articles and their headlines language.

Keywords: texts of British newspapers, headlines, traditional values of the British society.

Авторы заголовков (headliners) в британских ежедневных газетах дают читателям ряд изображений повседневной жизни, культуры, политики, учитывая традиционные ценности читателей, их интересы и ожидания, создавая заголовки, они обращаются к языковому богатству языка, его особенностям, апеллируя к привычкам читателей воспринимать лексику заголовочных текстов, игру слова,

движение смыслов внутри заголовка и особый национальный юмор британцев.

Проблему традиционных ценностей в массовой коммуникации рассматривает в своих исследованиях целый ряд российских и британских исследователей: Н.В. Костенко («Ценности и символы в массовой коммуникации», Киев, 1993), В.И. Карасик («Языковые ключи», Волгоград, Парадигма. 2007), О.В. Лисоченко («Риторика для журналистов: прецедентность в языке и речи». Ростов-на-Дону, «Феникс», 2007), К.В. Прохорова («Газетный заголовок: проблемы и функциональные возможности». СПб, 2005). Bromley Michael (Journalism. Teach yourself series Hodder and Stoughton. – 2004), Winford H. (Writing news. Writing for Journalists. Routledge Taylor and Francis group, London) и др.

Цель данной статьи – рассмотреть отражение традиционных ценностей британского общества в заголовках в контексте национальной прессы, предназначение которой остается неизменным: информировать, образовывать, развлекать и выполнять коммуникативные функции.

Читатель британских ежедневных газет получает новую информацию о недавних событиях, и эта информация подается в привычной для него новостной структуре: