

- 7.Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический аспект, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – Москва, 1996. – 284 с.
8. Ткаченко О. Б. Українська мова і мовне життя світу. – Киев, 2004. – 272 с.

SUMMARY

The article is devoted to the reflection of the world picture and linguistic picture of the world in phraseology of language, which brightly expresses national perception of the world, national culture, mentality of nation, way of life, consuetudes and traditions

Keywords: world picture, linguistic picture of the world, phraseology , national culture.

Марина Нетреба

ЯЗЫКОВАЯ АГРЕССИЯ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Свобода слова змінила не тільки роль ЗМІ в суспільстві, але й призвела до якісної зміни мови й стилю публікації, манери повідомлення. У цій статті характеризуються випадки виявів мовної агресії в публіцистичних текстах, встановлюються причини її виникнення. Подається визначення терміну «мовна агресія».

Социально значимая коммуникация в современном обществе напрямую связана с обменом информацией, поскольку без нее человек «информационной эры» не мыслит своего существования. Один из основных каналов, по которому общество получает информацию, - это средства массовой информации (СМИ). Сегодня признана актуальной проблема эскалации насилия в СМИ (исследуемая лингвистами как языковая агрессия), которая заключается в характере, способе «подачи материала».

В данной статье интересным представляется рассмотрение языковой агрессии в публицистических текстах (на материале газет «2000», «Факты», «Комсомольская правда», «Комментарии» за период с 2005 по 2008 гг.).

Речевая агрессия как явление контактного плана проявляется через отношение знака к другим знакам (синтактика) и к участникам самого речевого акта (прагматика). По мнению Л. Ениной, «речевая агрессия – это сфера речевого поведения, которая мотивирована агрессивным состоянием говорящего» [4, с. 105]. Н. Муравьева считает, что речевая агрессивность проявляется в «навязывании со стороны говорящего своего речевого (а шире – коммуникативного) поведения, в отказе от диалогичности, в неумении слушать собеседника» [6, с. 111].

Таким образом, языковая агрессия может быть рассмотрена как намеренное речевое выражение негативных эмоций, обладающее инвективным прагматическим значением, произносимое с намерением причинить моральный вред адресату или вызвать его ответную реакцию.

Словесное выражение негативных эмоций, чувств или намерений в оскорбительной, грубой, неприемлемой в данной речевой ситуации форме на страницах газет может быть обусловлено следующими причинами:

1) социальные причины. Современное общество характеризуется общей нестабильностью (политической, экономической, культурной), которая определяет снижение уровня жизни при росте уровня преступности, случаи асоциального поведения, и, как следствие, тенденцию негласного поощрения общественным сознанием вербальной агрессии как неотъемлемой части кодекса речевого поведения «современной», «сильной», «уверенной в себе» личности. Кроме того, утратились механизмы, традиционно сдерживавшие проявления речевой

агрессии (религиозные представления, народные верования, цензурный контроль, строгое соблюдение норм речевого этикета, категория чести);

2) социокультурные и собственно коммуникативные причины. Социокультурными факторами, определяющими большую или меньшую степень проявления языковой агрессии, являются:

а) отношение к форме агрессии, степень ее порицаемости в данной логосфере, речемыслительной культуре. Например, значительная степень социальной лояльности к речевой агрессии в современном обществе, очевидно, позволяет согласиться с тем, что «данное явление встречается в нашем обществе значительно чаще и представлено многообразнее, чем, скажем, в японской культуре, где вербальная агрессия встречает активное общественное осуждение» [5, с. 20];

б) традиционная для современного общества форма подавления. Например, в административном законодательстве «нецензурная брань в общественных местах, оскорбительное приставание к гражданам» квалифицируется как «мелкое хулиганство» и влечет наложение штрафа или административный арест. Однако в действительности привлечение к ответственности оказывается достаточно затруднительным, прежде всего потому, что многие предпочитают не замечать речевой агрессии в свой адрес, не реагировать на словесные нападки или решать эту проблему самостоятельно - чаще всего с помощью ответной агрессии.

Среди собственно коммуникативных причин распространения речевой агрессии необходимо выделить следующие:

а) употребление стереотипных коммуникативных установок. Примерами данных установок, зачастую используемых родителями по отношению к собственным детям, могут быть словесные шаблоны «всегда

давать сдачи», «быть лучше всех», «оправдать надежды любой ценой» и т.п.;

б) недостаточное внимание к речевой культуре и отсутствие целенаправленного обучения коммуникативным умениям;

в) патогенная коммуникативная среда в современном обществе, в котором формируется отрицательный личный опыт речевого общения конкретного индивида;

3) психологические причины.

Языковая агрессия в публицистических текстах – это, прежде всего, средство манипулирования массовым сознанием. Тот или иной предмет речи можно представить так, чтобы вызвать или поддержать в адресате агрессивное состояние и сформировать у него к предмету речи негативное отношение. Добиться подобного эффекта позволяют следующие факторы:

- немотивированное использование новых иноязычных слов;
- экспансия лексики малых социумов;
- языковая демагогия;
- метафоризация, создание специфической метафорической картины мира.

Немотивированное использование новых иноязычных слов. Существует особая группа иноязычных лексических единиц, которые используются в качестве маркеров элитарности, избранности, принадлежности к определенному социальному кругу. Так, в рекламных текстах можно встретить транслитерацию терминологических и нетерминологических иноязычных слов: «Дистрибьютер» предлагает ксероксы фирмы Canon, тонер для ксерокса, Pal-декодер» [КП. - 2006. - № 4] или «Салон-парикмахерская «Татьяна». Дизайн, наращивание ногтей, мейк-ап, косметический татуаж выполнит профессиональный татумейкер»

[Ф. - 2005. - № 16]. Если в первом тексте можно говорить о целесообразности употребления заимствований, так как они представляют собой семантически самостоятельные слова, не имеют синонимов в русском языке и являются номинациями новых реалий, то во втором тексте использование транслитерированных иноязычных элементов вряд ли можно считать оправданным. Поскольку СМИ рассчитаны на широкую аудиторию, а не на узкий круг специалистов, у читателя может возникнуть чувство собственной неполноценности, приводящее к агрессивному отношению к предоставляемой информации.

Экспансия лексики малых социумов. В современном обществе «наблюдается тенденция стирания границ между функциональными разновидностями русского языка» [1, с. 96]. Газеты заговорили «языком улицы». Иногда кажется, что журналисты ставят перед собой цель пропагандировать просторечье, жаргоны и даже бранные выражения. Если до недавнего времени можно было говорить об эмоциональном самоконтроле говорящего и соблюдении этикета, то сейчас журналисты практически не заботятся об адресате, постоянно нарушая его языковые права: «Нужно называть вещи своими именами. То, что произошло и происходит в стране, называется воровством. И воровство это подкреплено воровскими законами, принятыми Госдумой... И пусть остальные деятели «перестройки и реформ» дружно роют канал. Параллельно Беломоро-Балтийскому. Причем весело роют, с песнями. А если петь не будут - не давать им пайки. На их век этой работы хватит. А то, что не дорожат, будет ждать новых воругов и хапуг» [2000. - 2008. - № 24].

Жаргонизация языка СМИ, в том числе прессы, замечена многими исследователями и, как правило, оценивается негативно. Так, С.И.Виноградов, обращая внимание на массовое вхождение жаргонизмов в

литературный язык, замечает, что «резко понизился порог приемлемости в использовании маргинальной и нелитературной лексики (вульгаризмов, жаргонизмов, бранных слов)» [3, с. 315]. Некоторые авторы вообще считают употребление жаргонизмов неприемлемыми в литературной речи. Так, Е.Н. Ширяев, отмечая, что «противопоставление литературного языка диалектам не может и не должно ущемлять престиж диалекта как части национальной культуры», утверждает: «Что же касается жаргонов и аргю, то есть все основания думать, что они отражают некоторый примитивный (не в лучшем смысле этого слова) тип мышления в отличие от того высокого интеллектуального потенциала, который несет в себе литературный язык» [8, с. 12]. О.Б. Сиротинина объясняет происходящее в наше время снижение речевой культуры общества тем, что широкое распространение в СМИ получили фамильярно-разговорный и средне-литературный типы речевой культуры, для которых характерно, наряду с системными нарушениями языковой нормы, использование просторечий и жаргонизмов. На этом основании она делает вывод о том, что «именно речь журналистов и писателей дает основание говорить о катастрофическом состоянии русского языка» [7, с. 246].

Языковая демагогия. «Под языковой демагогией понимаются приемы непрямого воздействия на слушающего или читателя, когда идеи, которые необходимо ему внушить, не высказываются прямо, а навязываются исподволь путем использования возможностей, предоставляемых языковыми механизмами» [2, с. 461]. Одним из приемов языковой демагогии является использование логичной формы для подачи нелогичного содержания: «Если учителя выходят на забастовку, значит, местная власть снова повысила себе зарплату. Когда учителя пойдут на выборы, вряд ли они выберут ту же местную власть» [Коммент. - 2006. - №

32]. Соединение в условной конструкции двух событий, взаимно не обусловленных, позволяет автору сформулировать в виде тезиса мысль, которую он хотел бы внушить адресату: учителя не должны голосовать за эту местную власть.

Агрессивность языковой демагогии проявляется и в том, что СМИ, используя определенные языковые средства, могут манипулировать сознанием адресата, формировать его оценочное отношение к фактам, событиям, другим субъектам и т.д.: «Очень не любит платить за свет и тепло армия. А попробуй-ка отключи хоть один военный объект в наказание за неуплату - сразу подрыв обороноспособности страны припаяют!» [КП. - 2007. - № 20]. В данном контексте армия представлена активно действующим субъектом, способным решать, платить или не платить за тепло и свет. Реальная ситуация невозможности оплаты из-за отсутствия средств подаётся как ситуация нежелания совершать действие за счет использования глагола «любить», который содержит сему 'отдавать предпочтение чему-либо'. Тем самым автор противопоставляет адресатов, которые платят за электроэнергию, армии, которая не платит, и формирует негативное к ней отношение.

Метафоризация, создание специфической метафорической картины мира. Для описания и характеристики социальных, политических, экономических процессов, происходящих в обществе, все чаще используются слова и выражения военной тематики: «Со временем врагов прибавлялось... Сначала на него обрушился шквал публикаций...» [Ф. - 2005. - № 16].

События, о которых идет речь в статье «Теледуэль: целятся друг в друга, попадают в зрителя» [КП. - 2006 - № 40], далеки от военных действий. Автор ставит своей задачей проанализировать ситуацию,

сложившуюся на телевидении, и осудить языковую агрессию ведущего, который пытается противопоставить мир телезрителей и мир телевидения, тем самым вовлекая первых в информационную войну. Метафора войны в этом случае создается за счет использования не только военной лексики, но и лексики, которая актуализирует сему 'война, боевые действия': «наскоки», «зловещий скрежет», «махание дубинками» и т.д.

Характеристика случаев проявления языковой агрессии в публицистических текстах позволяет сделать следующие выводы:

1. Языковая агрессия основана на манипуляции сознанием получателя информации, базируется на некритичном восприятии текстов. Усилению воздействия способствует ее имплицитный характер, обходящий порог сознания и воздействующий на бессознательную сферу потребителя информации.

2. Использование различных способов языковой агрессии в СМИ влечет за собой трансформацию картины мира адресата, воздействует негативно на языковой вкус и стратегии речевого поведения языковой личности, провоцирует ответную языковую агрессию.

3. Если повышение уровня экспрессивности и, следовательно, выразительности современных газетных текстов можно рассматривать как безусловно положительное явление, то обратной стороной этого процесса является ставшее приметой времени нарушение этических норм, проявляющееся в манипулятивном использовании языковых средств, повышенной инвективности, агрессивности и циничности газетного текста.

ЛІТЕРАТУРА

1. Буданова Т.А. Современные тенденции в системе функциональных стилей русского языка //Социолингвистические проблемы в разных регионах мира. - М., 1996. – 210 с.
2. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира. - М., 1996. – 502 с.
3. Виноградов С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи //Культура русской речи и эффективность общения. – М., 1996. – С.281-317.
4. Енина Л. Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации //Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. - М., 2002. - С.104-110.
5. Жельвис В.И. Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. – М.: Ладомир, 1997. – 164 с.
6. Муравьева Н. Речевая агрессия как форма проявления конфликтного сознания журналиста //Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. - М., 2002. - С. 110-114.
7. Сиротинина О.Б. Русский язык в разных типах речевых культур //Русский язык сегодня. Вып. 1.: Сборник статей /Отв. ред. Л.П. Крысин. – М., 2000. – С. 180-284.
8. Ширяев Е.Н. Культура речи как особая теоретическая дисциплина //Культура русской речи и эффективность общения. – М., 1996. – С. 281-317.

SUMMARY

The freedom of speech has changed not only the role of Mass Media but it has led to the certain qualitative changes in public style language and to the manner of giving information. The article deals with a phenomenon of language aggression in this style. The author tries to find the causes of these changes. The definition of a term «language aggression» is also given in this article.

Лариса Хохрякова

ЮРИДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ВИВЧЕННЯ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ) У ВНЗ

У статті йдеться про юридичну термінологію як найдавніший пласт термінологічної лексики української мови. Проаналізовані основні особливості сучасної юридичної термінології, власне науковий та прикладний рівні її вивчення.

Юридична термінологія як сукупність номінацій правових явищ і понять функціонує у мовно-правових сферах законодавства, ділової документації та правничих наук. Вона являє собою великий і надзвичайно важливий фрагмент літературного словника будь-якої мови насамперед з точки зору його соціально-комунікативної та інформаційної значущості. Увага до юридичної термінології та її розбудови на власній національній основі, ступінь розробленості й упорядкування, стан і глибина її наукового вивчення – це показники рівня розвитку держави, суспільства, нації, національної свідомості і правосвідомості, національної духовної культури у різних її проявах – культури правової і політичної, мовної та інтелектуальної тощо.

Юридична термінологія є найдавнішим пластом термінологічної лексики української мови, який своїми коренями сягає глибокої дописемної старовини, коли право існувало у своїй первинній формі –