

## Экспрессивно-оценочная лексика в названиях телевизионных сюжетов

Научный руководитель – Николаева Анастасия Владимировна

*Силачева Анастасия Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

*E-mail: anastasiyasilacheva@yandex.ru*

1. Языковое представление трансформирует эмоциональность как психическое явление в эмотивность. Эмотивность, в свою очередь, является одной из основополагающих функций языка. Таким образом, эмотивные языковые элементы являются элементами выражения идей человеческого сознания. Экспрессивная лексика является «маяком» для привлечения зрителей, названия визуально и семантически побуждают человека к просмотру [5].

2. Большинство примеров употребления экспрессивно-оценочной лексики вызывают у зрителей внутреннее противоречие в понимании отдельных лексем [4]. Подобный контраст провоцирует бессознательный мотив и интерес к просмотру («*Идеальная семья шесть лет растила ребёнка взаперти?*», «*Когда хлеб становится ядом. Целиакия*», «*Принципиал, а конь остался!*»).

3. Экспрессивная лексика в названиях телевизионных сюжетов становится основой не только для языковой, но и эмоциональной игры [6]. Подобная эмоциональная игра образует речевую манипуляцию. Особую роль в этой манипуляции играют авторские метафоры, применение эрративов (допустимо применение олбанского языка [2]), градация семантических и контекстных синонимов и антонимов («*Когда хлеб становится ядом. Целиакия*», «*Вернём деньги!*» - правда, что ли?!», «*Аффтар жжот*»).

4. Социолингвистический опрос позволил убедиться в том, что аудиторию способна привлечь положительная экспрессия, интерес зрителей вызывает терминология, а негатив становится причиной отторжения от просмотра большей доли респондентов. Положительная экспрессивно-эмоциональная лексика - это важнейший инструмент привлечения внимания при просмотре телевизионных сюжетов [3]. Однако начинает действовать этот инструмент уже на начальном этапе - этапе заголовка [7].

5. Респондентами были отмечены следующие категории, которые должны сохранять этическую целостность и не допускать экспрессии вовсе: религия и культура, серьёзная повестка и проблемы других людей (войны, насилие, смерть, физические и психологические болезни, нищета и так далее), семейные отношения и тема несовершеннолетних, национальные вопросы, медицина, особенности внешнего вида людей (по мнению молодёжи); темы детства, здоровья, благотворительности и судьбы честных людей, работающих на государство (по мнению старшего поколения).

6. Аудитория старшего поколения более устойчива к негативной экспрессивной лексике, молодёжь же, наоборот, акцентирует на ней внимание. Однако в рамках новостной повестки, общественно-политических и экономических вопросов аудитория этой группы стремится к объективности и не рассматривает возможность применения экспрессивной лексики в этих сферах.

7. Заголовок максимально отражает визуальный и смысловой контент. Анализ названий сюжетов популярных телевизионных программ стал основой следующего результата: почти каждый заголовок содержит в себе разновидность эмоционально-экспрессивной

лексики (стилистической, лексической, грамматической, фонетической и даже пунктуационной) [1].

### Источники и литература

- 1) 1. Касаткин Л.Л. Межстилевая лексика. Официально-деловая лексика. Публицистическая лексика. Разговорная лексика. Научная лексика // Краткий справочник по современному русскому языку. М.: Высшая школа, 1995.
- 2) 2. Липатов А.Т. Абшчение бис правел: изъясняемся на "олбанском языке" взгляд на современный сетевой новояз // Социальные варианты языка. 2014, № 8. С. 67-71.
- 3) 3. Малярчук-Прошина У.О. Использование экспрессивно-оценочной лексики в текстах СМИ // Евразийский союз учёных. 2018, № 4-4 (49). С. 56-59.
- 4) 4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-ozhegov/index.htm>
- 5) 5. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Просвещение, 1976.
- 6) 6. Шмелёв Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях (к постановке проблемы). М.: Наука, 1977.
- 7) 7. Щур В.В. Тропы и стилистически окрашенные слова как средства создания экспрессивности газетных заголовков // Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014, №12.