

2. Назарян, А. Г. Фразеология современного французского языка / А. Г. Назарян. – Москва, 1976. – 316 с.

3. Кунин, А. В. Пути образования фразеологических единиц / А. В. Кунин // Иностранные языки в высшей школе. – М.: Высшая школа. – 1971. – № 1. – С. 8–21.

УДК 811.111'373.49'42:811.161.1'373.49'42

В. Г. Гуд, О. С. Мохорева

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ АСПЕКТ ЭПИТЕТОВ И ЭВФЕМИЗМОВ В КИНООБОЗРЕНИЯХ

Настоящая статья посвящена проблеме использования языковых средств воздействия в медийном дискурсе и, в частности, в кинообзорах. В контексте медийного дискурса кинообзор занимает отдельное место. В работе приводятся основные способы воздействия на личность, сознание и мышление реципиента и исследуются языковые средства, эпитеты и эвфемизмы, с помощью которых достигается манипулятивный эффект. Особое внимание уделено анализу кинообзоров с точки зрения указанных средств воздействия.

В настоящее время информация играет ключевую роль в жизни людей. Теперь от человека требуется не только владеть информацией, но и правильно ее использовать. Со стремительным развитием компьютерных технологий информация стала более доступной как для получения, так и для распространения, чем и пользуются все участники медийного дискурса.

По одной из теорий, возникновение человеческой речи объясняется необходимостью воздействия на другого участника коммуникации. В наши дни с помощью речи (в частности – письменной) не только воздействуют, но и манипулируют сознанием и мышлением реципиентов.

В данной статье рассматривается проблема использования языковых средств воздействия в кинообзорах.

По мнению А. А. Леонтьева, цель любого воздействия – это целенаправленная и определенная организация деятельности людей или отдельного реципиента. При воздействии на аудиторию или конкретного адресата мы стремимся выделить факторы, влияющие на эту деятельность, и избирательно оказываем на них давление. Такое влияние служит для облегчения осознания положения дел в современном

мире и в новой политической системе, предоставляя получателю более точную информацию и осуществляя сдвиг в его системе ценностей, убеждений и социальных установок [1, с. 69].

В контексте медиадискурса отзывы на любые новинки в мире искусства (кино, музыка или книги) занимают достаточно большую нишу на обширном рынке медиаконтента, поскольку авторы кинообзоров имеют возможность навязать свою точку зрения потребителю информации и в конечном итоге манипулировать мнением адресата.

На письме такое воздействие осуществляется посредством языковых средств. В контексте медийного дискурса кинообзоров занимают отдельное место. Большую роль в тексте кинорецензий играют такие средства воздействия, как эпитеты и эвфемизмы.

Диапазон определений с коннотативным значением – эпитетов – в кинорецензиях достаточно широк и многогранен. Эпитет является не только средством «украшения» речи, но и в первую очередь средством воздействия. Выбор определения, по сути, является когнитивной операцией, в результате которой происходит воздействие на модель мира адресата.

Употребление слов с положительными и отрицательными коннотациями позволяет автору кинообзора открыто выразить свою позицию и тем самым воздействовать на мнение читателя. Подбирая слова с определенной эмоциональной окраской, автор кинообзора создает соответствующий образ описываемого им фильма. Но только читатель в конечном итоге решает, насколько созданный образ соответствует его мироощущениям.

Очень часто для создания воздействующего эффекта, в частности в кинообзорах, авторы используют нестандартные и выразительные определения:

Время от времени оператор Владимир Башта изумляет космическими пейзажами [3].

Использование прилагательного «космический» привлекает читателя и будоражит его сознание неизведанными мирами и неизвестными формами жизни.

It has no ideas at all, just second hand and half-baked concepts [4].

В данном случае определение “*second hand and half-baked*” напрямую сообщает читателю о заурядности и безыдейности представляемого фильма.

Как слово, определяющее предмет или действие и подчеркивающее в них какое-либо характерное свойство, эпитет является средством создания художественной выразительности – в этом заключается его стилистический эффект. Эпитеты могут носить метафорический,

метонимический, контрастный характер. В рекламе фильмов они употребляются как средства, помогающие создавать образ рекламируемого фильма и характеризующие этот объект [5, с. 174].

Еще в 1932 году американский кинорежиссер Тод Браунинг, специализирующийся на ужасах, снял киноленту «Уродцы», которая позже обрела культовый статус и на долгие годы определила одно из важных направлений в мировом кино [6].

*Partly because its **manner is unassuming and its story none too original** – a young man's coming-of-age amid the chaos of home, the rigidity of school and the riot of stirring hormones and budding ambition – it's easy to overlook Mr. Carney's ingenuity and sensitivity [7].*

В приведенных выше примерах эпитеты помогают авторам кинообзоров создать образы фильмов: яркий, используя эпитет *культовый*, и ничем не выделяющийся, выбирая эпитеты *unassuming* и *none too original*.

В рекламе фильмов эпитеты обычно сопровождаются гиперболизацией, что способствует появлению так называемых гиперболизированных эпитетов, которые подчеркивают преимущества продукта, заостряя на них внимание целевой аудитории и определяя отношение автора:

Ну а с 1 января в прокате – сказочный блокбастер Сергея Бодрова-старшего о парне-ведьмаке «Седьмой сын», снятый им в Голливуде [6].

*As a 21st-century moviegoer, I was touched by this pop fable of RR but as a grizzled survivor of the age of Duran Duran, I found myself occasionally resisting its **winsome, cheeky, post-punk spirit** [7].*

Эпитет выполняет и экспрессивную функцию и используется для психологического воздействия на читателей. В кинообзорах нередко встречаются метафорические эпитеты, которые помогают авторам кинообзоров представить достоинства или недостатки фильма.

И [фильм] стал для зрителей всего мира интеллектуальным и психологическим взрывом [8].

*“Sing Street,” in contrast, **embraces the high artifice and self-conscious irony** of early and mid-80s mostly British pop, a music replete with cheesy keyboard effects, cotton-candy harmonies and pouty posing [7].*

Лингвистический анализ экспериментального корпуса, состоящего из 60 статей англо- и русскоязычных кинообзоров, показал, что количество такого лингвистического явления как эвфемизм – значительно.

Анализ выявленных примеров эвфемистической лексики кинообзоров дает возможность сделать вывод о разностороннем характере эвфемии. Использование эвфемизмов в тексте позволяет уйти от

жесткого и прямолинейного отображения действительности [9, с. 139]. Однако, с другой стороны, эвфемизмы являются способом воздействия на аудиторию и получения желаемого результата. Как удобные и эффективные средства воздействия в результате активного использования они способствуют искажению фактов объективной действительности, формируя в сознании людей порой неточные и размытые обозначения:

*Nie Yinniang (Shu Qi) is the title character, trained in her **deadly vocation** by a fierce, soft-spoken mentor and dispatched, at the start of the film, on a fateful and complicated mission* [10].

Эвфемизмы часто скрывают истинную сущность явления за счёт создания нейтральной или положительной коннотации:

There is a fine line between delving into the mysteries of life and engaging in mystification, and Mr. Gomes lands on the wrong side of it [10].

Герой Козловского – **анфан террибль**, отовсюду выгоняемый нарушитель дисциплины, – по протекции отца поступает в гражданскую авиацию вторым пилотом [6].

Еще одной чертой эвфемистических выражений является способность завуалировывать табуированную лексику.

Уличать режиссера в боязни общих планов, а также в том, что у него плохо с темпоритмом, неуместно и даже бестактно по отношению к аудитории, которая – это уже ясно – будет фанатеть от **крепкого слова** и рока в исполнении модной группы «Манго-манго» [11].

*This is especially dispiriting because “Snow White and the Huntsman” – in relation to which this “Huntsman” is both sequel and prequel – was far from a **terrible piece of entertainment*** [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что для манипулирования общественным мнением в медиадискурсе, и в частности в кинообзорах, используются различные средства, но именно эпитеты и эвфемистическая лексика, как было выявлено, являются наиболее продуктивными в процессе воздействия. Благодаря эпитетам и эвфемизмам, авторы кинообзоров не только выражают свое мнение и субъективное восприятие мира, но и убеждают читателя в объективности и истинности своих взглядов. Нужно отметить, что язык современных кинообзоров характеризуется большой свободой в употреблении эпитетов и богат эвфемизмами, манипулятивный потенциал которых довольно широк.

Список использованной литературы

1. Леонтьев, А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ / А. А. Леонтьев // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 66–88.

2. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику [Электронный ресурс] / А. Н. Баранов. – Режим доступа: <http://refdb.ru/look/3926610.html>. – Дата доступа: 03.03.2016.

3. Аутсайдер в контексте. «Географ глобус пропил», режиссер Александр Велединский [Электронный ресурс]. – KinoArt.– Режим доступа: <http://kinoart.ru/archive/2013/08/autsajder-v-kontekste>. – Дата доступа: 28.02.2016.

4. Review: “The Huntsman,” a Study in Hollywood’s Overstuffed Playbook [Electronic resource] / The New York Times. – Mode of access: <http://qps.ru/UzRMZ>. – Date of access: 13.03.2016.

5. Иссерс, О. С. Речевое воздействие: учеб.пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 224 с.

6. Зимний путь. Куда-нибудь [Электронный ресурс] – Газета «Выбор». – Режим доступа: <http://qps.ru/1LUgA>. – Дата доступа: 03.03.2016.

7. Review: “Sing Street” Is an ’80s Love Affair, Hair Gel Required [Electronic resource] / The New York Times. – Mode of access: <http://qps.ru/NywYa>. – Date of access: 14.03.2016

8. Если ты не выбираешь свет, твоих детей выберет тьма [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.myjane.ru/articles/text/?id=16998>. – Дата доступа: 04.05.2016.

9. Арнольд, И. В. Стилистика современного англ. языка (стилистика декодирования) / И. В. Арнольд. – Л.: Просвещение, 1981. – 388 с.

10. Review: “The Assassin” Finds Delight in a Deadly Vocation [Electronic resource] / The New York Times. – Mode of access: <http://qps.ru/XkNWr>. – Date of access: 13.03.2016.

11. Особенности национального дембелизма [Электронный ресурс]. – Независимая газета. – Режим доступа: http://www.ng.ru/culture/2000-03-18/7_national.html. – Дата доступа: 01.03.2016.

УДК 811.111’42’373.46

Г. Н. Игнатюк

**ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЕ ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКОВ
АНГЛИЙСКИХ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

Настоящее исследование посвящено структурно-композиционным и логико-семантическим особенностям английских научно-технических