

26. *Haken, Hermann*. Principles of Brain Functioning. A Synergetic Approach to Brain Activity, Behavior and Cognition. (Springer Series in Synergetics) /H.Haken. – Berlin: Springer-Verlag, 1996.
27. *Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G., Svartvik, J.* A Comprehensive Grammar of the English Language. – Lnd. and N.Y.: Longman Group Ltd., 1993. – 1779 p.
28. *Radford, A.* Transformational Grammar: A First Course / A. Radford. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1995. – 625 p.
29. *Sgall, P.* Revisiting the classification of the dependents (Interesting results and tempting topics for further research) // Issues of Valency and Meaning. Studies in Honour of Jarmila Panevová. – Prague: Charles Univ. Press, 1998. – P.15-26.

### **ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

30. *Steel D.* The Ring. – Ldn: Sphere; Brown Book Group, 2009. – 345 p.
31. *Macmillan* English Dictionary for Advanced Learners. – L.: Macmillan Publ. Ltd., 2006. – 1693 p.

### **Summary**

The article focuses on the problem of inter-level coherence within language system. The investigation of semantic and syntactic relations between sentence components, between phrase constituents, as well as between components of a compound word, has shown that it is a fractal principle, based on dynamic recursion, that contributes to inter-level integration and consolidation.

## **СОВРЕМЕННАЯ ГАЗЕТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

**Дорофеева Е.Н.**

*Хмельницкий национальный университет*

Язык СМИ представляет собой динамичный объект исследования. Он наглядно отражает движение языковой материи, а также новые тенденции в развитии языковой ситуации, чутко реагирует на изменение социальных и поколенческих пропорций в обществе, на процесс в научно-техническом оснащении информационно-коммуникативных контактов.

Вместе с тем, нельзя не отметить внутренней противоречивости языка СМИ, одновременно сочетающего в себе такие противоположные качества как динамичность и консерватизм, эталонность и зависимость от речевых приоритетов своего времени, в том числе и от различного рода модных пристрастий. Столкновение противоположных тенденций обуславливает, с одной

стороны, некоторую лабильность узуса СМИ; с другой, является мощным импульсом в развитии языкового обеспечения данного вида общения.

Анализируя современную вербальную коммуникацию, нельзя не заметить очевидного снижения стандарта, сопровождаемого активным вторжением элементов разговорного языка. Проблема усиления влияния на литературный язык не выпадает из поля зрения исследователей [6]. Общественное сознание, языковой вкус времени проявляются больше всего в речевой деятельности говорящего либо пишущего лица. Она всегда индивидуальна, но обусловлена обществом: общественными преобразованиями, социальной средой, окружением говорящего лица, уровнем культурного развития языковой личности.

К концу прошлого столетия язык медиальных средств перенимает нормотворческую значимость у языка художественной литературы. В отличие от художественного творчества медиальные средства ориентированы на массовую аудиторию, на создание единого общеэтнического коммуникативного и культурного пространства.

По мнению Г.П.Немищенко [5], к концу XX века язык СМИ со всеми своими достоинствами и недостатками, становится эталонным фактором, влияющим на уровень этнической языковой культуры в целом.

Наши исследования публичной вербальной коммуникации, и особенно языка СМИ, позволяет отметить активность сленговой манифестации разговорного языка. С каждым годом возрастает экспрессивность и усиление личностного начала. Активность авторской позиции, открытая субъективность в отборе и оценке фактов составляют основу эмоциональной напряженности текстов массовой коммуникации, способствует выполнению воздействующей функции убеждения.

Ограниченность газетной площади (если речь идет о письменных СМИ) делает особенно актуальной проблему языковой экономии. Журналисты решают её, используя более экономные номинационные способы, такие как универбация и деривация.

Язык СМИ наглядно демонстрирует замену громоздких описательных конструкций компактными универбами, за многими из них легко угадывается разговорный стиль: «От редакции до "Табакерки" (театр Табакова) пять минут ходьбы»; «Вечен ли двигатель "злокачки"» (злокачественная опухоль); «Российско-голивудская дива страшила народ "страшилками" да пугала "пугалками"» (фильмы ужасов); «эфемка» (радиостанция FM); «охраняйка» (система охраны); «отрицаловка» (отрицание вины); «вольвовочка» (машина марки "Вольво"); «мириловка» (заклучение мира); «еврочка» (евро валюта); «CD-шка» (CD диск); «машина-"труповозка"» (машина, перевозящая трупы).

Характерно, что универбы достаточно часто встречаются в заголовках газетных статей: «За такую "тормозуху" (тормозная жидкость) не грешно заехать в ухо»; «Слуховыжсималька».

Не возникает сомнения, что возрастает продуктивность словопроизводства феминативов, включающих и окказионализмы. Приведем примеры новых лексических пополнений феминативов в узусе СМИ: «В конце концов *погодница* (ведущая прогноза погоды) остановила свой выбор на экстравагантном костюме,

изюминка которого – атласные турецкие шаровары...»; «Она вылеплена из другого теста, нежели многие наши *шоувуменши*»; «Зато *гинекологиня* в шоке...»; «Все "зечки" мотают срок не впервой»; «"Строгачки" (заключенные строгого режима) и другие»; «Московская пресса утверждает, что по темпам роста украинская *"вице-премьерша"* может сравниться только с Владимиром Путиным»; «*вице-президентша*»; «*тинейджерка*»; «*Суперагентша* (женщина в роли суперагента) приделалась на "халяву"»; «Раз в год она собирает в России русских "ампуташек"» (женщин с ампутированными конечностями).

Можно привести многочисленные примеры активизации словопроизводства абстрактных существительных: «*Всехность* оппозиции»; «Матч по "никаковости" очень напоминал тот, что проходил в Бордо»; «*европейскость*»; «Все мастерство кинематографа пытаются свести именно к "триллерности" и "боевикости"»; «... кандидатов на "звездность" сдают в качестве сырья специалистов КП»; «Четвертому каналу, несмотря на ночную "похоронность" можно было спасти лицо»; «"ямочность" дорожного покрытия».

Более компактными являются и глаголы типа "сникерсни". В нашей выборке присутствуют также созданные по аналогии "марснуть", "баунтнуть": «Интересно, что из знаменитостей мало кто рискнул выйти на лед – все в основном "фуриштелились" (стояли как на фушетте) вокруг катка»; «Жил себе Джигурда, *камасутрил* (любил женщин) налево-направо женщин, пил водку...»; «...сын Паоло *капитанит* (является капитаном) "красно-черными"...»; «Мы же живем, пока "эфирим"» (работать в эфире); «"Стриптизили" (занимались стриптизом) они с Дедом Морозом по бориспольским дошкольным учреждениям».

Следует подчеркнуть, что повышенная частотность использования разговорных и окказиональных включений так или иначе способствует повышению их социолингвистического статуса.

По наблюдениям современных исследователей СМИ [5, 1, 2, 3] развитие вербальной коммуникации имеет существенные особенности. Возрастает количество и разнообразие газетных и журнальных изданий. Их дифференциация является ответом на изменения в социально-ролевой, социально-статусной дифференциации общества. Дискурс СМИ, выполняя функцию манипуляции общественным сознанием как основную, приобретает структуру манипулирующего дискурса [4]. В конце XX ст. наметилась тенденция к стилистическому риску. Современные тексты демонстрируют широкое инновационное пространство нормы. «Сниженные» средства языка получили возможность входить практически во все типы коммуникации [7]. Стремление максимально приблизиться к адресату в условиях массовой коммуникации является одной из причин демократизации нормы. Смещение интереса в сторону адресата характерно для большинства публицистических дискурсов. В этом одно из объяснений экспансии «сниженных» языковых средств практически во все типы коммуникации. Приведем примеры: «Отдадим должное немцам, безопасность они блюдут, как *блюдуны* какие-то»; «У красных *скоммуниздили* (украли) портфели»; «Экранное *мочилово* (сцена убийства) закончилось хэппи-эндом».

Негативная информация оказывается востребованной в свободной прессе всех стран, но в России и Украине эта тенденция усиливается. Появление ярких, оценочных, иногда грубых слов считается признаком свободной коммуникации и смелости автора. Нашим журналистам необходимо умело пользоваться свободой слова. То есть, не только образно выражать свои мысли и реакции, но и предлагать реципиентам объективное описание ситуации.

Справедливо отмечает А.Д. Юдина [8], что наш язык, наша речь живут такой же интенсивной жизнью, как и наше общество. В последние годы новообразования в языке прессы стали острее, злободневнее. Теперь они отражают наиболее социально значимые события, явления, тенденции. Например: *выбориада* (процесс выборов), *спикериада* (выборы спикера парламента), *премьериада* (выборы премьера), *гонгадзегейт* (скандал, связанный с убийством журналиста Г. Гонгадзе), *евроизация* (распространение валюты евро), *интернетизация* (распространение Интернета), *революционизация* страны (стремление к революционным действиям), *европеизация* парламента (приобретение европейских черт), *олигархофренд* (друг олигарха), *чеченофобия* (боязнь службы в Чечне).

Одной из характерных особенностей языка СМИ является образование новых слов по аналогии для выражения определенной прагматической установки. Для журналистов – творцов окказиональных слов важно, что аналогия обеспечивает реализацию важного фактора "знакомости" слова или модели его строения. Конкретный образец может быть как производным словом, так и непроизводным, но вычленяющим какие-то сегменты. Создавая окказионализм, автор может отчетливо осознавать связь с прообразом и эксплицировать её. Для понимания стилистического эффекта окказионализмов, образованных по конкретному образцу, необходимо сравнение, сопоставление образца с новым словом. При этом, чем более контрастны лексические, стилевые и эмоциональные значения окказионализма и образца, по которому построен этот окказионализм, тем большее речевое воздействие он оказывает. Естественно, при сопоставлении читатель должен сам воссоздать этот образец, так как он отсутствует в тексте. Это не сложно, поскольку образец и новое слово похожи по строению и звучанию. Так, окказионализм "собственноножно" воспринимается на фоне узуального образца "собственноручно". Окказионализм "МЭРОВОРОТ" напоминает свой прототип "водоворот".

Современные средства массовой информации неизмеримо расширили диапазон своих речевых ресурсов. Можно, таким образом, резюмировать, что преобладающей тенденцией в развитии СМИ в настоящее время является тенденция к максимальной экспрессивизации текстов газетной публицистики. Сегодня речевое поведение говорящего становится раскованным, непринужденным. Наблюдение за современным языком газетной публицистики позволяет нам утверждать, что на смену бесцветному публичному стандарту приходит речь с яркими красками: лексическими, стилистическими, словесной игры, шутки.

## Литература

1. *Какорина Е.В.* Стилистический облик оппозиционной прессы // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – М., Языки русской культуры, 1996. – С. 409-426.
2. *Какорина Е.В.* Отражение социальной дифференциации русского языка в современной прессе // Публицистика и информация в современном обществе.– М.: Факултет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.– 2000.– С.24-37.
3. *Мельник Г.С.* Mass Media: Психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1996.
4. *Михальская А.К.* Язык российских СМИ как манипулирующая система // Тезисы докладов Междунар. научн. конф. "Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования".– М.: Изд-во МГУ.– 2001.– С23-25.
5. *Немищенко Г.П.* Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития // Вопросы языкознания.– 2001.– №1.– С.98-132.
6. Русский язык конца XX столетия (1985-1995) / РАН, Ин-т рус. яз.– М.: Языки русской культуры, 1996.
7. *Синельникова Л.Н.* Научные исследования по социальной лингвистике, проводимые кафедрой русского языкознания Луганского педагогического университета // Динамизм социальных процессов в постсоветском обществе.– Луганск: Луганский государственный педагогический университет имени Тараса Шевченко.– 2000.– С.29-36.
8. *Юдина А.Д.* Окказионализмы на страницах периодики // Русская речь. – 1999.–№5.–С.56-59.

## Summary

The article deals with newspaper communication, its peculiarities and tendencies of development.

## EXPRESSING GENDER IN ENGLISH AND ITS CULTURAL MEANING

**Duruttyová M.**

*University of Pavol Jozef Šafárik, Košice, Slovakia*

In grammar, gender is one of two or more classes inflected on the basis of such distinction as masculine, feminine and neuter, or animate and inanimate, and reflected in the behavior of associated words. The assignment of words, chiefly nouns and pronouns, to such classes is largely arbitrary but partly a reflection of observable characteristics.