

прилагательных в сравнительной степени значительно больше, чем в американских и российских.

Качественные имена прилагательные, действительно, играют важную роль в формировании образа рекламируемого товара. Давая оценочную характеристику, описывая свойства, качественные имена прилагательные способны определять установку потенциальных клиентов на приобретение товара. Д. Майерс считает: «Наши установки определяют наши поступки. Установка подразумевает оценку. Установка – это связь, создаваемая нами между объектом и его оценкой. Когда эта связь прочна, установка воспринимается – столкновение с объектом вызывает соответствующую установку. Чем чаще твердят об установке, тем более прочной становится нить между объектом и оценкой» [Майерс: 57]. Соответственно есть основание утверждать, что чем четче человек будет представлять себе рекламируемый товар, чем лучше он будет знать его оценочную характеристику, тем более вероятно, что он выберет именно тот товар, который имеет более подробное описание свойств, причем рекламистам важно учитывать принадлежность имен прилагательных к определенным лексико-семантическим группам. Можно утверждать, что полученные данные расширяют лингвокультурологический аспект функционирования качественных имен прилагательных в рекламных текстах, которые, в свою очередь, способствуют формированию более емкого образа рекламируемого товара и установки покупателей на его приобретение.

Литература

1. Майерс Д. Социальная психология / Перев. с англ. – СПб.: ЗАО Издательство «Питер», 1999. – 688 с.
2. www.americantravel.com
3. www.travel-list.ru
4. www.uk-websitesdirectory.co.uk

С.А. Кравченко (г. Белгород, Россия)

КРАСНОРЕЧИЕ В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ

В публикации речь идет о стилистических особенностях журналистского текста.

Ключевые слова: *культура речи, красноречие, стилистические особенности.*

ELOQUENCE IN THE NEWSPAPER TEXT

Paper deals with the stylistic peculiarities of journalistic texts.

Key words: *speech standards, eloquence, stylistic peculiarities.*

«О, друг мой, Аркадий Николаевич! – воскликнул Базаров, – об одном прошу тебя: не говори красиво», – вспомнилась цитата из повести И.С.Тургенева «Отцы и дети» [Тургенев 1972: 524]. В данном случае уместно сказать: «Журналист, говори красиво!» – ибо красота делает человека выше и чище духовно. Журналист должен уметь говорить красиво – чтобы его было «вкусно» читать. Чтобы от знакомства с материалом читатель получал не только информацию, но и эстетическое удовольствие, журналист должен соблюдать требования культуры речи – требования красноречия: его речь должна быть содержательной, точной, ясной, логичной, важно помнить и о богатстве речи. Эти требования журналисту позволяют выполнить огромные ресурсы языка, его выразительные средства. Всё идет от красоты мысли, за которой следует красота слога...

Анализ публикаций Белгородской областной молодежной газеты «Смена» позволяет выявить их стилистическую особенность: это тексты, богатые различными языковыми средствами выразительности и образности. Слог, которым написаны журналистские материалы, можно назвать изящным. К примеру, в материале «Осенний вернисаж» («Смена» №88, 8 ноября 2008 г.) И. Доронкиной читаем: *«Художники щедро возвращают зрителям то милое, что было утрачено в безостановочном круговороте времен года. Ведь осень – пора неизбывной ностальгии по броским краскам лета, по предчувствию приглушенно-нежной палитры зимы»*. И далее столь же лиричное: *«В. Дроскин тоску по буйству цвета компенсирует вояжем по Венеции, позволяя себе хитрую игру с образностью восприятия. Обычно сдержанную гамму этого города он насыщает оттенками смелыми, даже дерзкими, будто превращая строгую череду каналов и домов в непредсказуемых персонажей итальянской комедии масок»*. Автор пишет, словно вывязывая изящные замысловатые узоры кружев.

Красотой и поэтичностью слога отличаются материалы обозревателя «Смены» по культуре Н. Почерниной. Мелодичен, проникнут образностью язык текста «Джаз с цыганским акцентом»: *«Высочайшая техника владения инструментом, фейерверк импровизаций, каскад разнообразных пассажей и вариаций ладов, красота романтического гитарного звучания, присущая исполнителям джаз-*

мануш, были продемонстрированы Федериком Белинским в сольных номерах» («Смена» № 96, 6 декабря 2008 г.).

А вот как Н. Почернина пишет о белгородских художницах: *«Галина Аксёнова... так искусно и органично соединяет в своём творчестве народные и христианские образы и мотивы, что Божий свет в её лоскутных панно предстает таким же прекрасным, как изысканная вязь славянской азбуки, как многоцветная и веселая радуга – древний символ мира, как сияющая в ночи и обращающая всё в свет Вифлеемская звезда»* («Искусством мир преображая», «Смена» №85, 29 октября 2008 г.). Такое повествование журналиста об искусстве само заслуживает внимания искусствоведа.

Изыщество речи способно творить удивительные вещи: не только заставлять «взахлёб» читать материал от начала до конца, но и... К примеру, когда читаешь театральные рецензии Н. Почерниной, хочется самому побывать в «храме богини Мельпомены». Тем более что журналист не раскрывает все карты спектакля, оставляя некую завесу тайны, интригу. Например: *«Рассказать, как играют диалог в четырёх сценах Владимир Андреев и Мария Бортник, трудно. Потому что возникает ощущение словно и не играют вовсе, а проживают некий отрезок жизни на глазах у зрителей. Настолько органичны, достоверны, искренни ироничная мудрость В.Андреева и запальчивый азарт, молодая импульсивность М.Бортник. Сценическая правда здесь абсолютно тождественна жизненной правде, потому так веришь, сопереживаешь актёрам, потому уходил со спектакля с ощущением, что тебе доверили самое сокровенное, раскрыли все тайники – и твоей тоже! – души»* («В поисках щепкинской правды», «Смена» №84, 25 октября 2008 г.). Разве можно не проникнуться той бурей чувств, эмоций, которой так щедро делится с читателями журналист?! И читатель без труда поверит автору в том, что *«...есть, есть ещё в русском театре подлинно трагические актёры, способные мощно, страстно, глубоко личностно играть бурю шекспировских страстей даже в не слишком горячем по эмоциональному градусу спектакле»*. И обязательно захочет лично убедиться в этом, побывав в театре.

Заинтересовать и удержать читателя – это главная задача, которой подчинена работа над стилистическим обликом текста: употребление в журналистском материале выразительных средств языка, придающих слогу образность и красоту.

Анализ материалов областной молодёжной газеты «Смена» пока-

зал, что газетные тексты, помимо информационной, выполняют и эстетическую функцию – если они написаны высокопрофессиональным, грамотным журналистом, знающим не только нормы стилистики и культуры речи, но и умеющим «играть со словом». Для настоящего мастера своего дела важно не только ЧТО сказать, но и КАК сказать. Донести до аудитории как можно больше информации – не только фактической, но и эмпирической, основу которой составляют чувства и эмоции – вот задача журналиста. Поэтому авторы должны в полной мере использовать широчайшие возможности русского языка. Говорить не только правдиво, но и образно. Удивлять не только фактами, но и самой подачей материала и, в первую очередь, эстетически выверенным слогом.

Литература

1. Тургенев И.С. Романы. Переиздание. Под ред. Л. Кузнецовой. – М.: 1972. – С. 524.

С.В. Крюкова (г. Белгород, Россия)

ОЦЕНКА В ЖУРНАЛИСТСКОМ ТЕКСТЕ

Доклад посвящен анализу средств выражения оценки в журналистском тексте.

Ключевые слова: *оценка, оценочная семантика, языковые средства.*

Article deals with the analysis of assessment means in the journalistic text.

Key words: *assessment, valuation semantics, linguistic means*

Оценка, или аксиологический компонент – неотъемлемая принадлежность журналистского текста. Оценочность также называют универсальной чертой публицистического стиля, она пронизывает все ярусы публицистических текстов и обусловлена одной из функций публицистического стиля – функцией воздействия. Оценка, то есть приписывание отрицательных или положительных черт предмету речи, – мощный фактор воздействия, и зачастую публицистические тексты создаются именно для того, чтобы с помощью оценки сформировать определенное общественное мнение. Оценочность как основной стилеобразующий фактор публицистических материалов проявляется на всех этапах создания текста, начиная с его замысла, с отбора фактов, кото-