

Лексические способы выражения оценки в печатных арт-СМИ

Гладкова Марина Александровна

Студент (бакалавр)

Российский государственный гуманитарный университет, Институт массмедиа, Москва,
Россия

E-mail: gl4dkova.marina@yandex.ru

Оценочность - важная часть арт-текстов, с помощью которой авторы формируют представление аудитории об актуальных явлениях и проблемах мира искусства. Цель данного исследования состоит в изучении языковых средств выражения оценки в печатных арт-СМИ.

Актуальность исследования определяется изменениями речевой формы освещения искусства в медиатекстах. Чтобы увеличивать и удерживать аудиторию, арт-СМИ реализуют не только просветительскую, но и развлекательную и рекламную функции. Трансформируется подача материала: он должен быть интересен не только узкому кругу профессионалов, но и массовому читателю.

В качестве эмпирической базы были выбраны публикации «Петербургского театрального журнала» за 2021-2022 годы. Петербургский театральный журнал - профессиональное издание, тематику которого составляют театральная повестка и события в мире культуры. Был рассмотрен жанр рецензий, как наиболее востребованный и популярный в арт-медиадискурсе. Исследование проводилось с опорой на труды Н.Д. Арутюновой [1], Е.П. Прохорова [2], А.П. Сквородникова [3], Т.Е. Сорокиной [4], Н.С. Цветовой [5,6].

Были изучены такие понятия, как арт-журналистика, оценочность, а также виды оценки, представленные в арт-дискурсе: психологический, утилитарный, нормативный, идеологический и эстетический [6]. Последний, по мнению Н.С. Цветовой, является безусловной доминантой в арт-текстах [6]. Более того, эстетическая оценка может быть выражена лексическими единицами, изначально лишенными эстетической ценности. Все перечисленные выше виды используются авторами для реализации ключевых функций оценочности - контактоустанавливающей и функции привлечения внимания [5].

В ходе исследования была выявлена главная роль оценочной лексики в арт-текстах: создание у читателя положительного или отрицательного образа рецензируемого произведения. Оценочная лексика применяется с целью эмоционального воздействия на адресата, побуждения его к воспроизведению старых и формированию новых ассоциаций.

Также были определены следующие способы выражения оценки в арт-медиадискурсе: каламбур, интертекст, окказионализмы, качественные прилагательными с эстетической оценочностью. Использование таких речевых приемов позволяет авторам привлекать и удерживать внимание читателя. Это особенно важно для СМИ, освещающих культуру и искусство, поскольку им труднее бороться за высокие позиции на медиарынке, чем другим изданиям - например, общественно-политическим или деловым.

Источники и литература

- 1) Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М., 1988.
- 2) Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов. М., 2011.
- 3) Речевое общение: Специализированный вестник / Под ред. А.П. Сквородникова. Красноярск, 2006.

- 4) Сорокина. Т.Е. Арт-журналистика в современных массмедиа: событие и дискурсивные практики // Мир науки. Социология, филология, культурология. М., 2020. Т. 11. № 4.
- 5) Цветова Н. С. Журналистский арт-текст: специфика выражения оценки // Материалы II Международного научного colloquium «Масс-медиа и массовые коммуникации: опыт, проблемы, перспективы». 01–02 октября 2014 г. Белгород, 2015.
- 6) Цветова Н. С. Искусство в массмедиа // Н. С. Цветова ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций. СПб, 2019.