

- 2005 г. / Московск. гос. уни-т. им. М.В. Ломоносова, Фак-т жур-ки, Союз жур-ов России; в 2 ч. Ч. 2. – Москва, 2005. – С. 27–29.
4. Монастырёва, О.В. Методы продвижения образа страны в практике «Международного радио Китая»: функциональные и творческие характеристики вещания на русском языке: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / защищена 16.12.2011 / О.В. Монастырёва. – Благовещенск, 2011. – 202 л.
  5. Панфилов, А.Ф. Теория и практика радиожурналистики. Международное радиовещание: учебн.-метод. пособие / А.Ф. Панфилов. – М., 1981. – 75 с.
  6. Радиожурналистика [Электронный ресурс] / А.А. Шерель [и др.]; под ред. А.А. Шереля. – М., 2000. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/44.html>. – Дата доступа: 23.04.2016.
  7. Фрольцов, В.В. СМИ Республики Беларусь для зарубежной аудитории / В.В. Фрольцов // Вестник БГУ. Серия 4. – 2007. – № 3. – С. 116–123.
  8. Geniets, A. The global news challenge. Assessing changes in international broadcasts news consumption in Africa and South Asia: working paper / A. Geniets. – University of Oxford, 2010. – 115 p.
  9. Geniets, A. Trust in international news media in partially free media environments. A case study of five markets in Africa and South Asia: working paper / A. Geniets. – University of Oxford, 2011. – 92 p.
  10. Price, M. Public Diplomacy and the Transformation of International Broadcasting / M. Price // Cardozo Arts and Entertainment Law. – 2003. – № 1. – P. 51–85.
  11. Radio Evolution: Conference Proceedings / University of Minho: Communication and Society Research Centre. – Braga, 2011. – 551 p.
  12. Rotheray, B. Good News from a Far Country? Changes in international broadcast news supply in Africa and South Asia: working paper / B. Rotheray. – University of Oxford, 2010. – 134 p.

**Мария Ратько**

*Белорусский государственный педагогический университет  
им. Максима Танка*

## **ПЕРИФРАЗА КАК СПОСОБ ВЫРАЖЕНИЯ КОННОТАТИВНЫХ ЗНАЧЕНИЙ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ**

Тексты публицистического стиля служат двум основным целям: передача информации массовым реципиентам, а также воздействие на их убеждения, мнения и эмоции. Зачастую недостаточно просто рассказать или напечатать о каком-либо событии, описав его таким, какое оно есть. Чтобы более эффективно донести информацию до зрителей / читателей, авторы публицистических текстов используют специальные средства и механизмы воздействия. Если в устной речи оратора такими механизма-

ми могут служить жесты, мимика, темп и тембр голоса, интонация, то в написанном или напечатанном тексте эта роль принадлежит языковым, в основном лексическим, средствам. Чаще всего в публицистических текстах встречаются такие средства, как тропы, фразеологизмы, лексика с эмоционально-экспрессивной окраской. Они являются стилистически маркированными единицами, которые придают тексту эмоциональную насыщенность, экспрессивность и выражают оценку того или иного факта; иными словами, они являются носителями коннотаций, или коннотативных значений. Большой энциклопедический словарь «Языкознание» даёт следующее определение данному термину: «Коннотация (ср. лат. *connotatio*, от *connoto* – имею дополнительное значение) – эмоциональная, оценочная или стилистическая окраска языковой единицы узуального (закреплённого в системе языка) или окказионального характера. В широком смысле это любой компонент, который дополняет предметно-понятийное (или денотативное), а также грамматическое содержание языковой единицы и придаёт ей экспрессивную функцию на основе сведений, соотносимых с эмпирическим, культурно-историческим, мировоззренческим знанием говорящих на данном языке, с эмоциональным или ценностным отношением говорящего к обозначаемому или со стилистическими регистрами, характеризующими условия речи, сферу языковой деятельности, социальные отношения участников речи, её форму и т. п. В узком смысле это компонент значения, смысла языковой единицы, выступающей во вторичной для неё функции наименования, который дополняет при употреблении в речи её объективное значение ассоциативно-образным представлением об обозначаемой реалии на основе осознания внутренней формы наименования, т.е. признаков, соотносимых с буквальным смыслом тропа или фигуры речи, мотивировавших переосмысление данного выражения» [10, с. 236]. То есть, именно коннотации и являются теми средствами и механизмами воздействия на реципиента, которые позволяют авторам публицистических текстов достичь этой цели.

Как уже было сказано выше, в качестве носителей коннотаций выступают многочисленные лексические единицы языка. В данной статье мы остановимся на таком образном средстве, как перифраза, и выявим её функционирование в публицистических текстах. В качестве материала исследования взяты тексты из англо- и белорусско-русскоязычных газет.

Итак, перифраза, или перифраз (от греч. *Periphrasis* – описательное выражение, иносказание) – стилистический приём, заключающийся в непрямом, описательном обозначении предметов и явлений действи-

тельности (преимущественно эмоционально-экспрессивного, оценочного характера), например, «зелёный друг» (лес), «второй хлеб» (картошка) [7, с. 371]. Следует отметить, что термин «перифраза» часто отождествляется с термином «парафраза», однако эти понятия различаются между собой. Парафраза является способностью языковой формы изменяться при сохранении содержания, она трактуется как повторение, при котором высказывание полностью не копируется, а в содержание привносятся некоторые изменения дополняющего или уточняющего характера [8]. Парафраза широко используется при переводе текстов с одного языка на другой во избежание перевода «слово в слово». Перифраза же является описательным, непрямым обозначением предмета, которое основано на выделении какого-либо качества, признака, особенности объекта, актуальных в данном контексте [9]. Таким образом, можно сказать, что перифраза отличается от парафразы наличием эмоционально-экспрессивного характера.

Согласно Е.В. Евдокимовой, перифраза в газетном тексте может служить важным носителем лингвокультурологической информации. Отмечается, однако, что лишь одна третья часть перифраз интересна с точки зрения пересечения лингвистики и культуры [3]. Э.С. Геллер, рассматривая языковую игру носителей элитарной речевой культуры, отмечает, что «... в результате языковой игры возникают перифразы, выполняющие двойную функцию: итог ментальной игровой деятельности и стремление к экспрессии». Подчёркивается также, что использование перифраз является признаком высшего уровня коммуникативной, языковой компетенции [1]. Таким образом, перифразы не только делают текст эмоциональным, но и украшают его, показывая высокий уровень владения языком и его средствами.

При анализе лексических средств было обнаружено, что английские журналисты практически не используют перифразы. Тем не менее, многочисленные примеры показывают, насколько перифраза может изменить текст и сделать его более привлекательным для читателя. Так, в предложении “...if the mission is successful, India will become only the fourth space programe to visit **the red planet** after the Soviet Union, the United States and Europe” выражение *the red planet* ‘красная планета’ способствует некоторой поэтизации текста, в результате чего текст утрачивает типичную для новостей «сухость» и звучит более эстетично. Следующий пример показывает другой эффект: “In China, where smoking accounts for 1.2 m deaths a year, it is **the number one killer**”. Периф-

раз *the number one killer* ‘убийца номер один’ создаёт эффект устрашения и наглядно показывает масштаб проблемы. В белорусскоязычных текстах мы наблюдаем гораздо большую распространённость этого образного средства. Существует несколько классификаций перифраз. Основная, традиционная классификация, принятая лингвистами, подразделяет перифразы на образные (основываются на фразах-метафорах или фразах-метонимиях) и логические (выражения, являющиеся синонимами слов) [2]. Чаще всего логические перифразы не несут особой стилистической нагрузки, так как являются типичными и используются часто, например, *пайшоў з малатка, чырвоны дзень календара* и т. д. Случаи употребления образных перифраз способствуют появлению различных стилистических эффектов, например, эффекта возвышенности и гордости (*“Днямі адбылося ўшанаванне нашых “граціў” і тых людзей, якія прывялі дзяўчат да верхняй прыступкі п’едэстала”*; *“...апошні раз наша каманда святкавала “вікторыю” 15 гадоў таму...”*).

Кроме того, И.Р. Гальперин и В.А. Кухаренко выделяют ещё один вид перифраз – эвфемистические, так как эвфемизм относится к частным случаям перифразы [2]. Эвфемизмы (от греч. *euphemismos* – хорошо говорю) – эмоционально-нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными [БЭС, с. 590]. Например: *“Пры прыбыцці ўсхваляваны мужчына патлумачыў: падчас “высвятлення адносін” са знаёмым дайшло да таго, што апошні прыставіў да яго галавы абрэз”*. В данном случае перифраза *высвятленне адносін* несколько смягчает ситуацию, которая, судя по описанию, была очень напряжённая и опасная для жизни.

А.И. Снина в своём исследовании предлагает похожую классификацию, в которую входят метонимическая, эвфемистическая, а также аллюзивная перифраза. Последний вид перифразы связан с подменой прямого наименования предмета с указанием на известные факты истории или культурные явления [5]. Примером аллюзивной перифразы может служить название Китая – *Паднябесная*, что отсылает читателя к временам династии Шан, когда этот термин впервые был употреблён в качестве названия всего мира, а затем преобразился в название территории, на которую распространялась власть китайского императора [4].

Что касается функций перифразы в газетном тексте, М.А. Сирипля выделяет следующие: 1) формирование позитивного впечатления; 2) формирование неприятного впечатления; 3) отражение эмоционального состояния (негативного или позитивного); 4) сообщение информации о

предмете речи [6]. Например, в качестве сформированного позитивного впечатления может выступить перифраза *вітаміны*, подразумевающая под собой яблоки, содержащие в себе большое количество этих полезных для здоровья веществ: “*Гэтымі днямі першыя тоны “вітамінаў” ужо вывезены з Саўдзеневіцкага саду на харчовыя камбінаты*”. Примером формирования негативного впечатления является вышеупомянутая перифраза *the number one killer*. Таким образом, мы видим, что в основном перифразы выполняют функцию создания эмоционально-экспрессивного контекста в газетном тексте.

Итак, из вышеописанных примеров видно, что перифраза является одним из тех лексических средств, которые придают публицистическому тексту эмоциональность, экспрессивность и оценочность. Благодаря дополнительным оттенкам значений слов и выражений, перифраза не только делает публицистический текст более интересным для читателя, способствует привлечению внимания, но и зачастую выражает личное мнение автора текста об описываемом факте, а содержащиеся в перифразе коннотации позволяют поделиться этим мнением с читателем, заставить его мыслить по-другому и, возможно, поменять свою точку зрения. Таким образом, именно такие языковые средства способствуют выполнению одной из важнейших задач публицистического текста – воздействие на реципиента.

#### *Литература*

1. Геллер, Э.С. Перифразы – высший уровень языковой компетенции / Э.С. Геллер // *Известия Дагестанского государственного педагогического университета*. Общественные и гуманитарные науки. – Дагестанский государственный педагогический университет. – Махачкала, 2013. – №1 (22). – С. 38–43.
2. Гонзина, Н.М. К вопросу о классификации перифраз / Н.М. Гонзина, Ю.Е. Мязина // *Гуманитарные исследования*. – Астраханский государственный университет. – Астрахань, 2013. – №1(45). – С. 12–15.
3. Евдокимова, Е.В. Лингвокультурологический аспект перифраз в газетно-журнальном дискурсе (на материале англоязычной прессы) / Е.В. Евдокимова // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. – Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. – СПб, 2007. – Т. 22. – № 53. – С. 95–100.
4. Поднебесная [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Поднебесная>. – Дата доступа: 28.04.2014.
5. Синина, А.И. Разновидности перифрастической номинации в современной англоязычной публицистике / А.И. Синина // *Вестник Волгоградского государственного университета*. Серия 2: Языкознание. – Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2013. – № 2 (18). – С. 94–98.

6. Сирипля, М.А. Приёмы создания прагматической экспрессивности газетного текста (на материале перифрастических оборотов) / М.А. Сирипля // Современные проблемы науки и образования. – Издательский дом «Академия естествознания». – Пенза, 2007. – № 3. – С. 27.
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 696 с.
8. Теучеж, З.Г. Основные подходы к исследованию лингвистической парафразы / З.Г. Теучеж // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – Адыгейский государственный университет. – Майкоп, 2008. – № 3. – С. 24–27.
9. Теучеж, З.Г. Парафраза и перифраза: понятийное и терминологическое разграничение / З.Г. Теучеж // Кубанский научный медицинский вестник. – Краснодар, 2006. – № 11. – С. 79–81.
10. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Науч. изд-во «Большая Российская энциклопедия», 1998. – 685 с.

**Людмила Саенкова-Мельницкая**

*Белорусский государственный университет*

## **КИНОКРИТИЧЕСКИЙ МЕДИАТЕКСТ В ПАРАДИГМЕ КУЛЬТУРЫ**

В современном социокультурном пространстве в большинстве случаев акцентируются две равно важные и перманентно проблемные темы – политика и экономика. Именно эти темы, как правило, наиболее приоритетны в журналистике. Сфера культуры была и остается на периферии. А между тем, художественные, духовные ценности, как утверждает философ В.В. Миронов, «нельзя потрогать руками, но они вполне реальны и значимы для человека и общества. В каком-то смысле это ... музейные экспонаты, которые мы признаём в качестве системы общечеловеческих ценностей, таких как Добро, Истина, Красота, Справедливость» [3, с. 102]. В середине XX века известный британский историк и культуролог Арнольд Тойнби с абсолютной верой и настойчивостью констатировал, что именно «культурный элемент представляет собой душу, кровь, лимфу, сущность цивилизации; в сравнении с ним экономический и тем более политический планы кажутся искусственными, несущественными, заурядными созданиями природы и движущих сил цивилизации» [5, с. 154].

Несмотря на свое периферийное местоположение на полосах мас-совых, или как раньше определяли общественно-политических, газет тема культуры освещалась почти ежедневно. Сегодня этот тематиче-