

ПЕЙОРАТИВНАЯ КОННОТАЦИЯ В ЗАГОЛОВКАХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НОВОСТЕЙ: АНАЛИЗ РИТОРИЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ

Д.С. Строк, 3 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.фил.н., доцент

Полесский государственный университет

Заголовки новостных статей – важный элемент медиатекста, поскольку служат инструментом привлечения внимания, а также формируют первое впечатление о содержании статьи.

Важным элементом в изучении языковых средств медиадискурса является анализ коннотации – дополнительного значения, выражающего эмоционально-оценочный компонент слова или выражения, который может варьироваться в зависимости от контекста. Пейоратив или же пейоративная коннотация – это слова и словосочетания, которые выражают отрицательную (негативную) оценку человека (предмета, явления), неодобрение, порицание, иронию или презрение. [1] Стоит отметить, что ненормативная лексика в них обычно не используется. Путём драматизации событий, усиления эмоционального воздействия, а также создания определённого настроения у читателя, пейоративная коннотация является мощным инструментом привлечения внимания к материалу.

Цель настоящего исследования – проанализировать риторические функции пейоративной коннотации в заголовках экономических новостей.

При изучении экономических новостей на основе англоязычного еженедельного журнала “*The Economist*” мы выделили несколько механизмов, способствующих достижению пейоративов. Рассмотрим каждый из них:

1. **Гиперболизация:** заключается в намеренном преувеличении масштабов, значимости или последствий событий для усиления их восприятия и привлечения внимания аудитории. Гипербола создаёт у читателя ощущение драматизма и критичности ситуации, часто усиливая эмоциональную нагрузку и вызывая тревогу или обеспокоенность. Рассмотрим пример №1: “*President Trump’s mindless tariffs will cause economic havoc*” [2] – Бессмысленные тарифы, вводимые Трампом, приведут к экономическому хаосу. Так, использование термина “*economic havoc*” (экономи-

ческий хаос) гиперболизирует потенциальные последствия тарифной политики. Реальная ситуация может быть менее драматичной, но слово “хаос” усиливает у читателя чувство кризиса, нестабильности и опасности.

2. **Использование эпитетов с отрицательной оценочностью.** Так, в рассмотренном ранее примере №1 прослеживается ещё один механизм – эпитет “*mindless*” (бессмысленные), который добавляет ещё большей эмоциональной окраски, подчёркивая якобы иррациональность принятых решений.

3. **Применение метафор с пейоративной оценочностью.** Негативные метафоры – очередной способ выделить материал среди множества других новостей. Однако помимо эмоционального воздействия, применение таких механизмов может оказывать положительный эффект, представляя сложные экономические процессы через призму простых образов, доступных и понятных для широкой аудитории. Рассмотрим пример №2: “*Prabowo Subianto takes a chainsaw to Indonesia’s budget*” [2]. Использование метафоры “*takes a chainsaw*” (берёт бензопилу) передаёт образ резких, агрессивных и разрушительных действий. Бензопила как символ ассоциируется с беспощадным уничтожением, что усиливает эмоциональную окраску и драматизм описанного процесса. Однако в данном случае нельзя переводить метафору дословно. Благодаря смысловому развитию, можно прийти к выводу, что в результате “использования бензопилы” произошёл процесс сокращения бюджета. Так, одним из вариантов перевода примера №2 можно предложить следующее: “Прабово Субианто урезает бюджет Индонезии”. Однако при таком варианте теряется метафоричность заголовка, что делает его менее эмоционально заряженным и более нейтральным. Сравним с другим вариантом перевода: “Прабово Субианто наносит серьёзный удар по бюджету Индонезии”. В таком случае образность не передаётся в полной мере, однако сохраняется эмоциональная окраска оригинала, передавая агрессивный характер действий, что, в свою очередь, существенно влияет на восприятие.

4. **Противопоставление контрастов:** заключается в одновременном представлении противоположных характеристик или событий. Такой подход позволяет акцентировать внимание на дисбалансе или несправедливости, добавляя глубину и напряжение. Рассмотрим пример №3: “*The Trump administration is playing a dangerous stockmarket game*” [2] – Администрация Трампа играет в опасную игру с фондовым рынком. В данном заголовке контраст возникает между концепцией “игра” (что подразумевает лёгкость и отсутствие серьёзности) и “опасная” (подчеркивает риск и угрозу). Такое противопоставление, безусловно, усиливает напряжение читателя.

Таким образом, рассмотрение пейоративов среди заголовков экономических новостей подтверждает, что наличие негативных метафор, гипербол, эпитетов и драматических контрастов эффективно привлекает внимание аудитории, вызывает эмоциональный отклик и формирует определённое отношение к событиям. Подчёркивая негативные аспекты событий, пейоративная коннотация способна манипулировать мнением аудитории, поэтому необходимо учесть, что чрезмерное использование пейоративной коннотации может привести к искажению реальных фактов и неадекватной драматизации. Это требует от авторов заголовков осознанного подхода, чтобы сохранить баланс между эмоциональной выразительностью и объективным освещением событий.

Список использованных источников

1. Горбачёва Е.Ю., Безрукова О.Э. Пейоративная коннотация интернет-дискурса в современной разговорной речи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/115/30690/>. – Дата доступа: 06.04.2025.

2. The Economist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economist.com/>. – Дата доступа: 07.04.2025.