

50 % респондентов. В группах со стажем от 5 до 10 лет, от 10 до 15 лет и от 15 до 20 лет негативный личный опыт общения с окружающими проявляется у 83 % респондентов. В группе респондентов со стажем от 20 лет и более негативный опыт общения выражен у 100 % респондентов.

Проанализировав полученные данные можно сделать вывод, что, несмотря на различный стаж работы у медицинских работников, доминирующими являются такие типы деструктивных установок в межличностных отношениях, как брюзжание и негативный личный опыт общения. Это связано, прежде всего, с тем, что медицинским работникам приходится часто сталкиваться с негативно настроенными собеседниками; у них имеется склонность делать необоснованные обобщения негативных фактов в области взаимоотношения с партнерами и в наблюдении за социальной действительностью, что, несомненно, и влияет на развитие данных деструктивных установок в межличностных отношениях.

Литература

1. Мясичев, В. Н. Личность и отношения человека. Психология личности в трудах отечественных психологов / В. Н. Мясичев, Л. В. Куликов. – СПб. : Питер, 2000. – 464 с.

2. Психологический словарь / под ред. В. П. Зинченко, Б. Г. Мещерякова. – М. : Просвещение, 2003. – 672 с.

3. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М. : Изд-во Института психотерапии, 2005. – 496 с.

Использование экзотизмов как стилеобразующего фактора в языке современных СМИ

*Гуценко Т. С., студ. Вк. БарГУ,
науч. рук. Манкевич Ж. Б., канд. психол. наук*

Газетно-публицистический стиль любого языка является индикатором изменений, происходящих в обществе. Данные изменения фиксируются в языке, тем самым обогащая его неологизмами, аббревиатурами, экзотизмами и т. п. Поэтому проблема функционирования языковых явлений в СМИ вызывает научный интерес у многих отечественных и зарубежных лингвистов. Ей посвящены труды Д. Н. Шмелева, И. Р. Гальперина, В. Г. Костомарова, Р. Хогарта и др.

В нашем исследовании мы проводим комплексный анализ экзотизмов как неотъемлемой части газетно-публицистической лексики. Избранная

тема видится достаточно актуальной, т. к. изучение лексико-стилистических особенностей газетно-публицистического стиля, относительно недавно признанного самостоятельным, является одним из перспективных направлений современной функциональной стилистики [1].

Исследование базируется на материалах серьезной и качественной прессы, поскольку именно в ней встречается наибольшее количество заимствованных лексических единиц. Данные единицы подвергаются нами анализу на графическом, словообразовательном и синтаксическом уровнях; рассматриваются в качестве стилеобразующего фактора газетно-публицистического стиля.

Стилеобразующая функция экзотизмов признается не всеми лингвистами, но мы считаем, что она имеет право на существование. Использование данного вида лексики позволяет создать эффект достоверности, местного присутствия при описании культуры какой-либо страны; содержание статьи становится более выразительным, интригующим и привлекательным для читателя.

Безусловно, заимствованные слова являются семантически емкими и при этом компактными. Они успешно реализуют информационную функцию. В то же время рассматриваемые лексические единицы эмоционально окрашены и поэтому стилистически маркированы по отношению к исконной и ассимилированной заимствованной лексике английского языка.

При преобладании денотативной основы в семантике экзотизма содержится определенная социальная, культурная и историческая информация. Р. Флеш называет ее «*human attraction elements*» и подчеркивает, что ее наличие является важной характеристикой стиля современной англоязычной прессы.

Как показывают результаты нашего исследования, экзотизмы часто употребляются в составе таких стилистических средств, как метафора, метонимия, гиперболы, сарказм и др. Например:

*But for me to praise an artist ... it would be an act of professional **hara-kiri**.*

Здесь *hara-kiri* употребляется метафорически, обозначая профессиональное самоубийство из-за предательства профессиональных убеждений.

Рассмотрим еще один пример.

*Alexander Lebed was sacked as Russia's security **tsar**.*

В данном предложении метафорическое сравнение с царем имеет иронический оттенок.

*He has a whole **harem** of girls* — здесь *harem* является случаем гиперболы и иронического сравнения, поскольку речь идет о немолодом мужчине, который не имел желания создавать семью.

Как показывают наши наблюдения, в составе образных фигур речи употребляется ограниченная группа экзотизмов, значение которых хорошо из-

вестно носителям языка; они зафиксированы в лексикографических источниках и характеризуются устойчивостью написания и произношения. К ним можно отнести такие лексические единицы, как *angel*, *behemoth*, *guru*, *tach*, *mafia* и др. Степень их ассимилированности достаточно велика в сравнении с другими экзотизмами нашего материала.

Таким образом, будучи широко представленной в языке печатных средств, экзотическая лексика является важной стилиевой чертой газетно-публицистического стиля современного английского языка.

Литература

1. Тер-Минасова, С. Т. Синтагматика функциональных стилей и оптимизация преподавания иностранных языков / С. Т. Тер-Минасова. – М., 2006. – 132 с.

Лингвостилистические особенности политического дискурса

*Зданевич К. В., студ. V к. БрГУ им. А. С. Пушкина,
науч. рук. Ильичева И. Л., канд. филол. наук, доц.*

В последнее время в мире отмечается стремительный рост интереса к изучению языка СМИ со стороны представителей разных научных дисциплин — лингвистов, социологов, психологов, исследователей массовой коммуникации. Многие термины, используемые в лингвистике речи, прагмалингвистике, психолингвистике, социолингвистике и лингвокультурологии, трактуются неоднозначно. К их числу относится такое понятие, как «дискурс». Понятия «политическая коммуникация» и «политический дискурс» неразрывно связаны друг с другом.

Политическая коммуникация выступает как особый вид политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей своего времени [3]. Политическая коммуникация имеет свой собственный, особый язык — так называемый язык власти, или политический дискурс.

Прежде чем перейти к анализу понятия «политический дискурс», необходимо рассмотреть понятие «дискурс». Т. Б. Рябова приводит различные определения дискурса. В широком смысле, по ее мнению, дискурсом называют язык, который используется в рамках определенной области. Выделяют разные дискурсы, каждый из которых является специфическим способом интерпретации социального и имеет свои ключевые понятия. В узком смысле дискурсом обозначают связный текст, содержащий относительно ограни-