

## АННОТАЦИЯ

**Актуальность темы исследования.** В настоящее время, в результате стремительного развития информационных технологий, информация стала мощной силой. В результате этого информационные ресурсы оказывают влияние как на научно-техническое, так и на социальное развитие общества. Массовое привлечение общественности к информационному миру, который ранее был прерогативой журналистов, создает значительные социальные, философские и культурные проблемы в процессе социально-экономического развития современной цивилизации. В связи с этим происходит бурное развитие медиасферы, которая оказывает значительное влияние на социальное развитие, и массовая коммуникация переживает подъем.

Исследование соответствует государственной программе по реализации языковой политики Республики Казахстан на 2020-2025 годы [1]. В соответствии с пунктами 2.1 и 2.2 программы, оно вносит вклад в расширение функций казахского языка в сфере образования и повышение культуры его использования, а также в повышение уровня владения казахским языком в государственных и негосударственных организациях. Особое внимание уделяется совершенствованию применения казахского языка в сфере информатизации и коммуникации (пункты 2.3 и 2.4), регулированию его использования в культуре, сфере обслуживания, СМИ и бизнесе, а также повышению его социального престижа.

Возникла необходимость рассмотреть эмотивно-оценочную лексику в текстах средств массовой информации (далее – СМИ) с антропоцентрической точки зрения, чтобы определить её когнитивно-прагматические характеристики. В исследовании, опираясь на человеческий фактор в языке, уточняются когнитивная и коммуникативная функции языка СМИ, анализируются функции эмотивно-оценочной лексики в передаче информации, воздействии и убеждении. В работе рассматриваются использование эмотивно-оценочной лексики в СМИ, природа коннотаций и способы выражения экспрессивности.

Эмотивно-оценочная лексика играет важную роль в выражении чувств, взглядов и социальной оценки, оказывая влияние на других людей. Эмоции – неотъемлемая часть человеческой сущности, без них невозможно представить человека. Социализация человека также проявляется в его эмоциях. Проявление положительных (мажорных) или отрицательных (минорных) эмоций в языке может свидетельствовать о культурном развитии, менталитете, мировоззрении и коллективной психологии нации. Система ценностей каждого народа уникальна. Оценочные и эмоционально-экспрессивные слова в СМИ влияют на адресата, формируя общественное сознание и общественное мнение. Поэтому этот вопрос актуален и с точки зрения межкультурной коммуникации и создания толерантного общества.

В исследовании рассматривается эмотивно-оценочная лексика в текстах казахстанских и зарубежных СМИ как феномен, сочетающий денотативные и коннотативные значения и являющийся признаком лексической системы языка. В основе коннотации лежат элементы, такие как «эмоция», «оценка»,

«особенность», «влияние». Лексические единицы, часто обозначаемые в словарях как положительные или отрицательные, отражают картину мира и систему ценностей в языке. Эмотивно-оценочная лексика в языке СМИ удовлетворяет потребности коммуникантов и отражает интенции языковой личности. Антропоцентрический подход в исследовании эмотивно-оценочной лексики основывается на когнитивно-прагматических принципах. Этот подход позволяет выявить языковую картину мира, концептуальную картину мира и систему ценностей, а также проанализировать функции эмотивно-оценочной лексики в СМИ, интенции и цели автора (языковой личности), ее роль в структуре текста и в передаче мыслей. Исследование эмотивно-оценочной лексики в текстах казахстанских и зарубежных СМИ с антропоцентрической точки зрения позволяет выявить когнитивно-прагматические характеристики этой лексики, а также прояснить процессы познания мира, восприятия системы ценностей, влияние эмотивно-оценочной лексики на адресата и ее функции в СМИ. В результате этого субъект, представленный в текстах СМИ, описывается как психологическая, социальная, ментальная и языковая личность. Актуальность исследования подтверждается этим.

**Объект исследования** – эмотивно-оценочная лексика, представленная в явной или скрытой форме в казахоязычных, русскоязычных и англоязычных СМИ.

**Предмет исследования** – антропоцентрические характеристики эмотивно-оценочной лексики в казахоязычных, русскоязычных и англоязычных СМИ.

**Цель и задачи исследования.** Целью исследования является выявление когнитивно-прагматических характеристик эмотивно-оценочной лексики в текстах казахстанских и зарубежных СМИ.

Для достижения – этой цели были поставлены и решены следующие **задачи:**

- Охарактеризовать категорию эмотивности как отражение эмоций в языке.
- Показать особенности эмотивно-оценочной лексики в языке СМИ.
- Определить роль эмотивно-оценочной лексики в передаче интенции языковой личности;
- Показать влияние эмотивно-оценочной лексики в материалах СМИ;
- Выявить особенности эмотивно-оценочной лексики в текстах казахстанских и зарубежных СМИ.

**Методы и подходы, использованные в исследовании.** Для исследования эмотивно-оценочной лексики недостаточно только лингвистического подхода. В связи с этим в данной работе использовались различные методы для выявления когнитивно-прагматических особенностей эмотивно-оценочной лексики. Использовались методы идентификации основных и вспомогательных элементов эмотивно-оценочной лексики в текстах казахстанских и зарубежных СМИ (метод Ш. Балли), компонентного анализа для более глубокого понимания структуры эмотивно-оценочной лексики, контекстуальный анализ для изучения использования эмотивно-оценочной лексики в контексте, сравнительные методы для выявления особенностей эмотивно-оценочной лексики в казахском, русском

и английском языках, а также общенаучные методы классификации и систематизации.

**Теоретическая основа исследования** включает работы отечественных исследователей, таких как А. Байтұрсынұлы, Р. Сыздық, Б. Әбілқасымов, С. Исаев, О. Бүркітов, Н. Уәли, Э. Сүлейменова, М. Мұсатаева, Ж. Манкеева, Г. Смағұлова, А. Салқынбай, Б. Момынова, З. Ерназарова, Қ. Есенова;

а также труды российских ученых, таких как Е.М. Галкина-Федорук, Е.М. Вольф, В.Н. Телия, И.А. Стернин, Н.А. Лукьянова, В.И. Шаховский, Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, В.В. Воробьева, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, Д.С. Лихачев, В.А. Маслов, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, В.Н. Телия, В.И. Шаховский;

а также исследования зарубежных ученых, таких как Ш. Балли, М. Джонсон, Дж. Лакофф, Р. Плутчик, Ф. Риман, С.Л. Рубинштейн, касающиеся языковой личности и средств массовой информации.

**Теоретическое значение исследования.** Исследование представляет собой важный вклад в изучение когнитивно-прагматических аспектов эмотивно-оценочной лексики на основе текстов казахстанских и зарубежных СМИ. Результаты исследования способствуют развитию и совершенствованию теоретической базы в таких областях, как текстовая лингвистика, прагмалингвистика, когнитивная лингвистика, коммуникативная грамматика и функциональная стилистика.

**Практическое значение исследования.** Результаты исследования могут быть использованы в специальных курсах по истории казахского литературного языка, культуре речи, развитию казахской публицистики, а также в лекционных курсах по текстовой лингвистике, прагмалингвистике, когнитивной лингвистике, коммуникативной грамматике и функциональной стилистике. Исследование может также быть полезным для журналистов при организации языковых лекций и создании словарей и справочников.

**Научная новизна исследования:**

– Исследованы антропоцентрические характеристики эмотивно-оценочной лексики в текстах казахстанских и зарубежных СМИ с когнитивно-прагматической точки зрения, выявлены языковая картина мира, система ценностей и интенция языковой личности.

– Уточнено место эмотивно-оценочной лексики в представлении мира средствами языка в СМИ.

– Выявлены и проанализированы языковые механизмы эмотивно-оценочной лексики в языке СМИ.

– Показана воздействующая функция эмотивно-оценочной лексики в языке СМИ.

– Определены особенности восприятия ценностной системы языковой личности, представленной в казахстанских и зарубежных СМИ.

– Впервые определены интенция, стратегия и тактика языковой личности, выраженной через эмотивно-оценочную лексику.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

– Эмотивность – функционально-семантическая категория, отражающая эмоциональное состояние языковой личности, её интеллектуальные характеристики. Эмотивность проявляется на всех уровнях языка через эмотивные языковые средства, выражая эмоции и установки языковой личности. Это сознательно уточнённый инструмент для выражения эмоций в языке.

– Эмотивно-оценочные выражения в языке СМИ – это единицы речи, отражающие аксиологическое и эмоциональное состояние говорящего, выражаемое через эмотивно-оценочную лексику.

– Роль эмоционально-оценочной лексики в передаче интенции языковой личности – интенция (намерение) языковой личности ярко проявляется в материалах СМИ через эмоционально-оценочную лексику. Эта интенция имеет особое значение в выражении конкретной точки зрения автора или эмоциональной оценки общественных явлений;

– Влияние эмоционально-оценочной лексики в материалах СМИ на казахском языке – эмоциональные и оценочные слова, используемые в материалах казахоязычных СМИ, занимают важное место в формировании национального сознания. Через эмоционально-оценочную лексику, используемую в материалах СМИ, медиа могут влиять на изменение или укрепление общественного сознания. Эмоционально-оценочная лексика рассматривается как эффективный инструмент формирования общественного мнения по социальным и политическим явлениям;

– Доля эмоционально-оценочной лексики, возникающей из национального и культурного контекста, в казахстанских текстах составляет 45%. В то время как в зарубежных СМИ универсальная оценочная лексика и глобализированные языковые элементы составляют 40%, что увеличивает универсальность информации в этих текстах.

**Источники исследования.** Для выявления особенностей использования эмотивно-оценочной лексики в средствах массовой информации, её роли в передаче культурной информации и влияния на аудиторию были использованы труды отечественных и зарубежных ученых, а также медиатексты. В исследовании проанализированы материалы казахстанских СМИ за период 2014-2024 годов, такие как «Егемен Қазақстан», «Ана тілі», «Айқын», «Жас Алаш», «Түркістан», «Алматы ақшамы» и другие республиканские издания на казахском языке, а также материалы зарубежных СМИ, включая сайты «Иносми» ([www.inosmi.ru](http://www.inosmi.ru)), «Взгляд» (<http://vz.ru>), «Lenta.ru» ([www.lenta.ru](http://www.lenta.ru)), «РИА Новости» ([www.ria.ru](http://www.ria.ru)), «Политнавигатор» ([www.politnavigator.net](http://www.politnavigator.net)), «Росбалт» ([www.rosbalt.ru](http://www.rosbalt.ru)), «American press» ([www.americanpress.com](http://www.americanpress.com)), «The Guardian» ([www.theguardian.com](http://www.theguardian.com)), «BBC» ([www.bbc.com](http://www.bbc.com)), «The Spectator» ([www.spectator.co.uk](http://www.spectator.co.uk)), «Independent» ([www.independent.co.uk](http://www.independent.co.uk)), «The Washington Post» ([www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com)), «The New Yorker» ([www.newyorker.com](http://www.newyorker.com)), «The Telegraph» ([www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)), «The Russian American Media» ([www.RussianAmericanMedia.com](http://www.RussianAmericanMedia.com)) и другие.

В исследовании проанализировано более 2500 эмотивно-оценочных единиц, из которых более 1300 на казахском языке и более 1100 на иностранных языках.

**Публикации и одобрение исследования.** Содержание диссертации, её основные положения и результаты были представлены на следующих конференциях и опубликованы в различных изданиях:

1. The potential of emotive language to influence the understanding of textual information in media coverage // Humanities and social sciences communications. 9:222. 2022

2. Цифрлық технологияның телевизияға ықпалы /Қазақ білім академиясының баяндамалары. 2020. – №2. – Б. 363-370.

3. Телевизияның қоғамда әлеуметтік ахуал қалыптастырудағы қызметі // Материалы международной научной конференции молодых ученых, студентов XII Сатпаевские чтения. Сәтбаев оқулары. 2020. – Б. 656-660.

4. Қазақ әдеби тілінің нормалары және Ахмет Байтұрсынұлы ұстанымдары // Сәтбаев оқулары. 2020. – Алматы, 2020. – 2-том. – Б. 678-682.

5. The reflection of the national mentality in the language (Ұлттық ділдің тілдегі көрінісі) //International Independent Scientific Journal. – 2020. – №14. – С. 33-40

6. Телевизия дискурсын антропоэзектік тұрғыдан талдау мәселесі // Наука и жизнь Казахстана. 2020. – №6. – Б. 351-355.

7. БАҚ дискурсындағы эмотивті-бағалауыштық лексиканың қызметі // Ақымет Байтұрсынұлы – ұлттың рухани көсемі» атты халықаралық ғылыми-теориялық конференцияның материалы. – Алматы, 2022. – Б. 301-306.

8. Терминдерді лингвокогнитивті тұрғыдан зерттеудегі ұстанымдар //Ұлы дала тұлғалары: академик Шора Сарыбаев және ұлттық тілтаным тағылымы. Халықаралық ғылыми-теориялық конференция материалдары. – Алматы: Қазақ кітабы, 2020. – Б. 210-217.

9. БАҚ дискурсындағы эмотивті-бағалауыштық лексиканың экспрессивті қызметі // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Языки коренных народов России в междисциплинарном дискурсе». – Якутск, 2023.

10. БАҚ дискурсындағы эмотивті-бағалауыштық лексиканың ықпал етуші қызметі // World Scientific Reports. Proceedings of the 5th International Scientific Conference. Paris (France), 2024 – P. 17-24.

11. БАҚ дискурсындағы эмотивті-бағалауыштық лексиканың тілдік механизмдері // «В. Томсен және қазіргі түркітану ғылымы» атты халықаралық ғылыми-теориялық конференция материалдары. – Алматы: Қазақ университеті, 2024. – Б. 207-216.

12. Коннотация – эмотивті-бағалауыштық лексиканың негізгі семантикалық белгісі // «Ұлттық ғылым тілін қалыптастырудың теориясы мен тәжірибесі» атты халықаралық ғылыми-теориялық конференция материалдары. – Алматы, 2024. – Б. 183-192.

13. БАҚ тіліндегі эмотивті-бағалауыштық лексика // ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. – 2024. – №1 (193) – Б. 25-41.

**Структура диссертации.** Научная работа состоит из Введения, Основной части, состоящей из трех разделов, Заключения и Списка использованной литературы.