
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 81

М.С. Волковицкая

бакалавр

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н.Г. Чернышевского,
г. Саратов, Россия

КРИЗИСНЫЕ СИТУАЦИИ, КРИЗИС И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В РАЗЛИЧНОМ КОНТЕКСТЕ СМИ

Всю свою жизнь люди встречаются с различными трудностями, по-разному их преодолевая. Такие переломные, затруднительные или непонятные человеку моменты принято называть кризисными. Кризис может быть совершенно разного характера. Как известно, кризис человека это - отражение глобальных изменений и вызванных ими общечеловеческих проблем, которые являются результатом длительных количественных и качественных трансформаций в развитии общества, и в такой системе, как "общество - природа". Причины их появления базируются на сущностных признаках современной цивилизации, которая стала источником обширного кризиса индустриального общества.

Согласно определению большинства англоязычных словарей [7-13], можно сделать следующий вывод: кризис - это какой-то перелом или переворот, пора какого-то переходного состояния. Также, это нарушение привычного течения жизни, которое может быть вызвано той или иной причиной, в разных сферах нашей жизни. Стоит отметить, что несмотря на то, что это слово несет в себе негативное значение, чаще всего им именуют ситуации, которые сказываются на жизни людей не лучшим образом, но человек всегда способен изменить ситуацию, потому что это не конечная точка какого-то процесса, а промежуточная. Большинство словарей обращает внимание на то, что данное слово часто применимо в области медицины, обозначая переломный момент в болезни пациента, когда неизвестно, чего ожидать в дальнейшем. Один из словарей связывает это слово с искусством и историей, обозначая "кризис" как высшую точку конфликта, которая предполагает немедленное решение.

Во всей базе СМИ существует огромное количество текстов, посвященных именно кризисным ситуациям. Как кризис может быть разного характера, так и авторы преследуют разные задачи. Так как аудитория в нашем мире неоднородна, то и заголовки, которые призваны привлечь внимание читателя, авторы создают по-разному.

Стоит отметить, что вместе с тем, что понятие "кризис" встречается в наше время все чаще и чаще, существуют области, в которых оно возникает чаще всего.

Проанализировав выбранные нами заголовки, мы разделили их по тематике статей, для которых они были написаны.

В области СМИ существует ряд тем, которые встречаются наиболее часто, что обусловлено различными факторами, которые производит человек. Исходя из этого, можно выделить несколько тем, с которыми мы столкнулись: экономика, медицина, менеджмент, политика, бизнес, общество, образование, экология. Данные темы были отобраны согласно рубрикам, к которым относились статьи. Так как заголовок является неотъемлемой частью произведения СМИ, выполняющей такие функции как привлечение внимания и краткое информирование читателя о дальнейшем тексте, то все эти темы могут находить непосредственное влияние на содержание заголовка [1-6].

В ходе исследования было проанализировано 138 англоязычных заголовков статей. Было выявлено, что из них 54 заголовка принадлежат к теме экономики, к теме политики относятся 33 заголовка, к теме менеджмента - 25 заголовков, к теме общества - 11 заголовков, к теме бизнеса - 10 заголовков, к теме экологии - 9 заголовков, к теме медицины - 5 заголовков, а к теме образования - 1 заголовок.

Соотношение тем заголовков статей в процентах представлено в таблице.

Тематика статей и их заголовков, посвященных понятию "кризис"

Тема	Соотношение в %
Экономика	39,13
Политика	23,91
Менеджмент	10,86
Общество	7,97
Бизнес	7,24
Экология	6,52
Медицина	3,62
Образование	0,72

Таким образом, исходя из полученных данных, мы можем утверждать, что самыми частыми темами являются экономика, политика и менеджмент. Если сопоставить это с датой выпуска статей, то можно сделать вывод о том, что это понятие является лишь временной характеристикой различных событий в жизни человека, которое обуславливается возникновением определенных трудностей в разных сферах жизни человека. Так наибольшее количество заголовков в 2016 году посвящено темам экономики и политики.

Список литературы

1. Гальперин, А.И. Очерки по стилистике английского языка/А.И. Гальперин. М.: Просвещение, 1997. 265 с.9.
2. Скребнев, Ю. М. Основы стилистики английского языка/Ю.М. Скребнев. М., "Астрель", 2003. 221 с.
3. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык/И.В.Арнольд. М., 2002. 384 с.
4. Сизов, М.М. Развитие английского газетного заголовка/М.М. Сизов. М.: Наука, 1984. 131 с.
5. Суворов, С.П. Особенности стиля английских газетных заголовков/С.П. Суворов М., 1965. 193 с.

6. Солганик, Г.Я. Язык газеты // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. М., 1980. 315 с.

7. The Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/crisis> (дата обращения: 15.12.2016)

8. The Longman Dictionary of Contemporary English Online [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/crisis> (дата обращения: 15.12.2016)

9. The Business Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/crisis.html> (дата обращения: 15.12.2016)

10. The Dictionary.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dictionary.com/browse/crisis> (дата обращения: 15.12.2016)

11. The Merriam-webster dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crisis> (дата обращения: 15.12.2016)

12. The Free Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thefreedictionary.com/crisis> (дата обращения: 15.12.2016)

13. The English Oxford Dictionaries [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/crisis> (дата обращения: 15.12.2016)

© М.С. Волковицкая, 2017