

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Кирпичева Анастасия Борисовна

студентка

ГБОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

г. Москва

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Аннотация: данная статья посвящена проблемным вопросам функционирования языковых средств выразительности в печатном медиатексте. Раскрывается понятие «медиатекст» и специфика публицистического жанра. На материале анализируемой современной британской публицистики выявляются и иллюстрируются примерами ключевые средства выразительности, свойственные жанру.

Ключевые слова: медиатекст, публицистика, features, язык массовой коммуникации, языковые средства выразительности.

Средства массовой информации, выступающие посредником в передаче информации, существенным образом преобразуют ее. Функционирование языка в сфере массовой коммуникации изучает медиалингвистика. Ее объектом, а также основной единицей медиапотока является медиатекст, объединяющий разноплановые понятия, такие как газетная статья, телевизионная новость, радиопередача, интернет-реклама и иные продукты средств массовой информации. Термин «медиатекст» появился в англоязычной научной литературе 90-х годов XX века, быстро распространился и закрепился в научном сознании международных академических кругов, что обусловлено ростом интереса к изучению особенностей медиаречи и функционирования языка массовой коммуникации.

В англоязычной журналистике медиатексты публицистического жанра объединяются в группу features. Само слово features в переводе на русский подразумевает под собой такие значения как очерк, статья или сенсационный материал.

Эта группа включает в себя достаточно вариативный по тематике спектр текстов о культуре, образовании, спорте, путешествиях.

Как правило, язык публицистических текстов более экспрессивен, чем язык новостных и информационно-аналитических текстов, в силу употребления в них обширного спектра стилистических средств выразительности. Так, наиболее распространенными стилистическими приемами являются метафоры. Метафора – это способ образования переносного значения на основании сходства обозначаемых явлений [3]. В медийном пространстве, метафора выступает как наиболее действенный прием выразительности и оценочности, служит средством убеждения и привлечения внимания читающего [2].

It's an enjoyable tennis match, chatting with her. [Harper's Bazaar UK, Октябрь 2014].

Одним из распространенных стилистических приемов в англоязычных печатных текстах можно назвать сравнение.

Or up towards Fiesole, whose villas are strung like a loose necklace across the hills. [Harper's Bazaar UK, Октябрь 2014].

Наличие идиоматических соединений также широко распространено в текстах группы features, они позволяют создать яркий и оригинальный образ описываемых событий. Идиома – это неразделимое словосочетание, значение которого не является совокупностью значений составляющих его слов, взятых по отдельности [3].

But besides that little stroke of luck in winning the genetic lottery, you can't help but sense that Kerr has worked hard for it all [Harper's Bazaar UK, Июнь 2014].

Культуроспецифичные выражения это синтагматические единицы, которые свойственны данной культуре и их понимание достаточно затруднительно без наличия фоновых знаний. Подобные сочетания в публицистике употребляются как компоненты различных стилистических средств выражения, как олицетворения или метафоры.

The pair clearly shares a very British sense of humour [Harper's Bazaar UK, Июль 2014]

Тексты массовой информации, принадлежащие определенному жанру, обладают специфичным набором характеристик, в частности определенными средствами выразительности. В ходе анализа публицистических медиатекстов было выявлено, что текстам группы features свойственно употребление таких стилистических приемов, как сравнения, метафоры, идиомы и культуроспецифичные сочетания. Употребление данных средств выразительности может быть охарактеризовано высокой степенью направленности публицистических текстов на воздействие на аудиторию, в частности посредством достижения художественно-эстетического эффекта.

Список литературы

1. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская – М.: URSS: Красканд, 2010. – 288 с.
2. Дускаева Л.Р. Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / отв. ред. Л.Р. Дускаева, Н.С. Цветова. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2012. – 250 с.
3. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов/ Т.В. Жеребило. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 488 с.
4. Зоидзе Э.А. Аналитический газетный текст. Синтактико-стилистическая характеристика // На материале русского и английского языков: монография / Э.А. Зоидзе – М.: Экон-информ, 2014. – 178 с.
5. Watson J., Hill A. Dictionary of Media and Communication Studies./ J. Watson, A. Hill – London: Bloomsbury Academic, 2012. – 346 p.