

**Шевченко Алла Николаевна**

канд. пед. наук, доцент

**Балагура Неонила Владимировна**

магистрант

Евпаторийский институт социальных наук (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный

университет им. В.И. Вернадского»

г. Евпатория, Республика Крым

## **РОЛЬ ЭКСПРЕССИВНЫХ СРЕДСТВ В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ**

***Аннотация:** в работе осуществлен анализ средств выражения экспрессии в современном газетном дискурсе на материале газеты «Крымская правда» за 2000, 2014, 2015, 2016 гг. Выявлены преобладающие экспрессивные средства газетного дискурса и их основные функции.*

***Ключевые слова:** средства выражения экспрессии, газетный дискурс, основные функции.*

Одной из ведущих коммуникативных стратегий средств массовой информации является не только фактуализация происходящего, но и вовлечение индивида в процесс коммуникации. Представление событий в газетном дискурсе осуществляется посредством языка, в котором сегодня преобладает экспрессия над стандартом.

Проблема экспрессивности газетного дискурса была предметом исследования таких ученых как В.Г. Костомаров, И.А. Земская, Г.Г. Почепцов, М.В. Шкондин и др. Актуальность исследования обусловлена современными антропоцентрическими тенденциями лингвистики, а также динамичностью основных средств выражения экспрессии газетного текста.

*Цель статьи – анализ средств выражения экспрессии на языковом и неязыковом уровне в современном газетном дискурсе на материале газеты «Крымская правда» за 2000, 2014, 2015, 2016 гг.*

По мнению Н.Ф. Алефиренко, дискурс в широком понимании – это субъективное речемыслительное отражение в нашем сознании картины мира [1, с. 5]. Газетный же дискурс – это процесс создания речевого произведения в рамках газетной коммуникации. И учитываются здесь в первую очередь обстоятельства, в которых происходит коммуникация, а также функция, которую выполняет газетный дискурс. Отсюда и особенность использования языковых средств, в том числе и заимствований элементов чужого языка. В газетном дискурсе активно отражается наш сегодняшний мир, в том числе процессы глобализации и коммерциализации. Зачастую использование заимствований в газетном дискурсе связано с коммерческими интересами газеты, поскольку употребление новой лексики усиливает интерес читателя к подаваемому материалу. Очень часто авторы употребляют иноязычную лексику для того, чтобы подчеркнуть образ, добавить иронию или создать оригинальную манеру изложения материала.

Большая часть заимствований используется для номинации предметов и понятий, отсутствующих в родном языке. Но если в газетной статье используется много заимствований, то такой текст становится слишком сложным для восприятия. Лексические заимствования в текстах массовой информации выполняют определенные функции: информативную, номинативную. Очень важной является функция эмоционального влияния на читателя с использованием иноязычной лексики. Это происходит в том случае, когда заимствования являются актуальными, называют события, которые волнуют, поэтому и воспринимаются эмоционально, как что-то новое.

Газетный дискурс является наглядным проявлением демократизации общества, в том числе и языка. В таких условиях менее обязательной становится и языковая норма. Происходит противопоставление эмоционального и интеллектуального. Журналисты часто используют прием манипуляции, основанный на стереотипных представлениях. Чтобы управлять мнением читателя, часто используют оппозицию «свое / чужое». Эта коммуникативная стратегия включает следующие средства:

1) выбор заимствований, сложных для понимания массового читателя, например: *Ассоциация развития отрасли связи и телерадиовещания Крыма (АРОСТК) готова перечислить крымчанам стоимость услуг в период так называемого «блэкаута»* [3];

2) непонимание заимствований вызывает реакцию удивления, а потом и доверие, например: *Знаменитый Евпаторийский «Золотой ключик» собирает зрителей на очередную премьеру, поставленную при свечах вражеского энергетического «блэкаута» любимого детьми и взрослыми «Ежика в тумане»* [4];

3) использование уже знакомых заимствований, которые вносят оттенок элитарности, например: *Обязательно ли становиться на воинский учет? Как получить военный билет, чтобы устроиться на работу?.. На эти и другие вопросы читателей во время «прямой линии» в «Крымской правде» ответил руководитель Крымского филиала юридического холдинга* [3];

4) иногда такая оппозиция построена на несоответствии стилистической окраски, например: *Погоревшим на взятке бьет по собственному имиджу и отстранение от должностей представителей крымского истеблишмента* [5];

5) как средство коммуникации, газета реагирует на потребности читателя, являясь своего рода посредником, например: *Теперь здесь впервые представлен спектакль без привычного vis-a-vis актера и зрителя* [6].

Заголовок – первый и неотъемлемый структурный элемент газетной публикации, занимающий самую сильную подтекстную позицию, например: *Нокаут – система – коварная штука. Чемпионат Европы по шахматам среди женщин в*

*Батуми проводился по так называемой нокаут – системе. Тай-брейк принес успех венгерке 2:0, а Татьяна Василевич оказалась в «нокауте» [7].*

Важной является экспрессивная функция, которая выражается чаще всего на уровне заголовка, который должен привлечь внимание читателя, вызвать у него желание прочесть этот текст. Здесь важна нацеленность на перспективу, например: *Неужели опять бойкот? Санкции науке не помеха. Крымские виноделы обратились к Владимиру Путину с просьбой применить санкции к европейским виноделам [8].*

Как экспрессивное средство, в газетном дискурсе используются термины в их переносном значении. В таком случае они теряют свою однозначность, стилистическую нейтральность. Возникает новое слово, которое иногда требует толкования. В процессе экспрессивизации текста участвуют единицы всех языковых уровней. Среди основных черт газетного дискурса – сочетание экспрессии и стандарта. Стандартизация обусловлена стремлением к документальности изложения, оперативностью. Экспрессивность призвана воздействовать на читателя с целью формирования общественного мнения и, как правило, сочетается с эмоциональностью.

Употребление тех или иных пословиц на страницах газет не случайно; они могут выступать и как средство отражения жизненной позиции, эстетической нормы, и как средство аргументации автором своей точки зрения. Иногда они трансформируются, чтобы создать свежую по экспрессии языковую единицу. При таком преобразовании связь с первичным значением ослабевает за счет следующих используемых приемов: замена отдельных слов в пословице, сокращение и др., например: *«Карлик Нос» не остался с носом. Спектакль Крымского академического театра кукол отмечен на II Международном фестивале «Шомбай-fest-2016» в Казани специальным дипломом [9].*

Одним из способов выражения отношения к заимствованным словам является ирония. Ироническая окраска метавыражения создается путем утрирования языкового факта, использования неудачных аббревиатур, так называемый «аб-

бrevиатурный взрыв» [2, с. 40]. Абсолютным лидером среди «поставщиков» сокращений слов является английский язык. Одним из факторов является потребность в наименовании нового явления, например: SMS «Sport». Большую степень освоенности в русском языке демонстрируют аббревиатуры, которые пишутся и латинскими, и русскими буквами. Они более прозрачны: УЕФА и UEFA; СПА и SPA; НАТО и NATO; Би-би-си и BBC. Эти лексемы проявляют также большую словообразовательную активность (IT-технология, IT-кампания; DVD-привод, DVD-проигрыватель). Однако перенасыщенность газетного текста заимствованиями приводит к затруднению его понимания.

Таким образом, анализ газетных текстов показывает, что основными средствами выражения экспрессии в газетном дискурсе являются заимствованные слова, термины, сочетание экспрессии и стандарта, употребление пословиц, ирония, аббревиатуры, заголовки как элемент подтекстной позиции, выполняющие функции привлечения внимания, выражения авторской оценки, эмоционального воздействия на читателя.

### *Список литературы*

1. Алефиренко Н.Ф. Текст и дискурс: Учеб. пособ. для магистрантов / Н.Ф. Алефиренко, М.А. Голованева, Е.Г. Озерова, И.И. Чумак-Жунь. – М.: Флинта; Наука, 2012. – 232 с.
2. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – М.: Педагогика-Пресс, 1997. – 219 с.
3. Крымская правда. – 2015. – №236.
4. Крымская правда. – 2015. – №146.
5. Крымская правда. – 2015. – №190.
6. Крымская правда. – 2015. – №224.
7. Крымская правда. – 2000. – №102.
8. Крымская правда. – 2014. – №96.
9. Крымская правда. – 2016. – №185.