

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

Экспрессивы в публицистическом тексте (на материале газеты «Суть»)

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 412 группы

направления 45.03.01 Отечественная филология

Института филологии и журналистики

Каплевой Полины Олеговны

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

Н.В. Свешникова

Зав. кафедрой

д.ф.н., профессор

О.Ю. Крючкова

Введение. В эпоху активного развития интернет-СМИ печатная пресса постепенно становится менее популярной. Ускорение темпа жизни, прогресс компьютерных технологий и распространение интернета привело к тому, что люди больше предпочитают получать информацию из соцсетей, алгоритмы которых уже в ленте предлагают пользователю потенциально интересные ему материалы, или из электронных версий газет. Тем не менее, остаются пожилые люди, которые не могут пользоваться интернетом или боятся быть обманутыми и доверяют исключительно печатным источникам, поэтому газеты остаются популярным источником новостей. Особенно это касается региональных газет, обслуживающих один город и прилегающую к нему территорию, поскольку там проживает большое количество пожилых людей.

Самое важное в газетном тексте — его заголовок. В условиях огромного информационного потока одной из задач журналиста является помочь читателю понять, какой текст окажется для него интересным, и сэкономить его время. Все это требует от заголовка яркости и привлекательности, так как каждый журналист стремится к тому, чтобы его материал был прочитан. Средства экспрессии становятся инструментом создания броского и запоминающегося заголовка. До настоящего времени анализа функционирования экспрессивных средств в газетных заголовках на местном материале не проводилось. Этим определяется **актуальность** работы.

Материалом для исследования является корпус заголовков балаковской газеты «Суть», содержащих экспрессивные средства.

Объем исследуемого материала составляет 274 заголовка, около 400 экспрессивных единиц в составе материала.

Объект исследования — тексты заголовков газеты «Суть».

Предмет исследования — лексические и синтаксические экспрессивные единицы, используемые в заголовках региональной газеты.

Цель работы — проанализировать средства экспрессии в заголовках региональной газеты.

Для достижения данной цели необходимо решить несколько **задач**:

- 1) Рассмотреть понятие «газетный заголовок», изучить его виды, типы, функции и особенности;
- 2) Изучить, какие средства экспрессии используются в газетных заголовках;
- 3) Составить корпус заголовков региональной газеты, содержащих экспрессивные средства;
- 4) Выявить состав экспрессивных средств, используемых в газетных заголовках;
- 5) Описать основные особенности функционирования экспрессивных средств в заголовках.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, список использованных источников и приложения. Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, сформулированы объект и предмет, указан материал и его объем, определены цель и задачи исследования.

В первой главе раскрывается понятие публицистики и публицистического стиля и определяется их специфика, рассматривается язык газет как разновидность публицистического стиля, исследуется газетный заголовок, а также используемые в нем экспрессивные средства.

Во второй главе проведен анализ экспрессивных средств, используемых в балаковской газете «Суть», выявлены наиболее частотные средства.

В заключении представлены выводы по проведенному исследованию.

Основное содержание. В главе 1 «Экспрессивность как характерная черта современных СМИ» раскрывается понятие публицистики.

Публицистика — это направление журналистики, которое занимается анализом и комментированием событий, происходящих в обществе.

Средства массовой информации являются важным источником информации о мире: рассказывают о событиях внутренней политики, экономики, науки и технологий. Публицистика призвана не только отражать реальность, сообщая достоверные и актуальные сведения, но и формировать определенное мнение,

взгляды и предпочтения у аудитории. Таким образом, публицистика опирается на реальные факты и дает им оценку, позволяет выразить авторское отношение к сообщаемому.

Выделяют следующие задачи публицистики:

1) Информирование общественности — сообщает о происходящих в мире событиях, помогает людям понимать, что происходит вокруг них прямо сейчас;

2) Анализ событий и явлений — публицистика анализирует события и явления, выявляет их причины и последствия, помогает людям понять их значение;

3) Критика общественной жизни — публицистика может говорить о проблемах в обществе, недостатках в работе государственных и общественных институтов и оказывать давление на них, чтобы решить эти проблемы;

4) Развитие культуры мышления и общения — публицистика позволяет развивать у людей культуру мышления, умение анализировать и критически оценивать информацию, формулировать свои мысли и излагать их.

Публицистический стиль является одним из самых «открытых» функциональных стилей русского языка. Он обслуживает все сферы общества, поэтому должен меняться в зависимости от ситуации его употребления, от темы текста: язык статьи о политических событиях или научных открытиях будет заметно отличаться от языка заметки о премьере фильма. Публицистический стиль основывается на сочетании экспрессии и стандарта. Под стандартом понимается тенденция к информативности, точной передаче фактов действительности, а под экспрессией — тенденция к выражению личного отношения автора к теме материала.

Публицистика обязана соответствовать требованиям и интересам читателей, поэтому она продолжает развиваться. В настоящее время активно развиваются интернет-СМИ, но печатные газеты не теряют актуальности, так как в них могут освещаться проблемы небольших городов, которые игнорируются крупными СМИ. Для многих людей старшего поколения использование смарт-

фона и интернета представляет сложности, поэтому им проще и привычнее узнавать новости с помощью физических носителей информации.

Язык газет отличается от языка других СМИ большей формальностью и научностью, в нем используется более глубокий лексический запас и сложный синтаксический строй, он более точен и информативен.

Наиболее важной частью публицистического материала является заголовок, поскольку именно он информирует читателя о содержании текста и благодаря которому читатель понимает, заинтересует ли его предложенный материал. Заголовок должен быть ясным, корректным высказыванием, заключающим в себе основную идею текста, привлекающим читателя своей провокационностью и неожиданностью. Яркость заголовка обеспечивается с помощью экспрессивных средств.

С целью экспрессивизации текста используются различные средства экспрессии.

Интертекстуальность — это упоминание и использование фрагментов другого текста. Это может быть как непосредственное цитирование, так и косвенное использование фраз, образов, ассоциаций, но они должны быть хорошо известны большинству читателей.

Тропы — это слова и выражения, используемые в переносном смысле с целью достичь художественной выразительности речи. Тропы представлены следующими приемами: ирония, метафора, сравнение, олицетворение, эпитет, метонимия.

Ирония — это прием, основанный на полярности семантики, на контрасте, при котором исключается возможность буквального понимания сказанного. Метафора позволяет передать сложную информацию в упрощенной форме, подчеркнуть характеристики объекта, события или явления. Сравнение связывает два различных объекта, явления или понятия между собой, находит у них общие черты. Олицетворение приписывает неодушевленному предмету качества или действия, присущие человеку, как бы оживляя его, что делает заголовок эмоциональнее. Эпитет выделяет самый важный признак предмета, выра-

жает авторское отношение к нему. Метонимия переносит название с одного предмета на другой на основании их смежности, тем самым косвенно характеризует этот предмет.

Лексические средства представлены разговорной, жаргонной, устаревшей и высокой лексикой.

Разговорная лексика помогает создать непринужденный стиль повествования, передает положительное или отрицательное отношение автора к сообщаемому.

Жаргонная лексика используется с целью создания колорита времени и определенных социальных групп, речевой характеристики персонажа публицистики, а также становится средством выражения авторской оценки от легкой иронии до прямого осуждения. Жаргонизмы редко используются в материалах, адресованных более взрослой аудитории, так как могут быть не всем понятны или не всем приятны.

Устаревшая лексика представлена словами досоветского периода (*боярин, холоп, глава, длань*), словами советского периода (*городовой, исправник, сенат*), а также словами современного периода (*октябренок, пионер, комсомолец*). В заголовке она выполняет номинативную, стилистическую и ироническую функции.

Высокая лексика придает заголовку торжественность, но также может являться средством выражения насмешки, иронии.

Языковая игра — это использование языка для достижения художественного (чаще комического) эффекта. Могут использоваться разные приемы: каламбур, рифма, графическая игра и окказионализмы.

Синтаксические средства экспрессии представлены использованием вопросительных и восклицательных конструкций, поскольку они обращаются непосредственно к читателю, позволяют завести с ним диалог, заставить порассуждать (в случае вопросительных заголовков) или воспринять текст сквозь призму выраженной в заголовке яркой эмоции (в случае восклицательных заголовков). Важным средством является пунктуация, в особенности многоточия —

с их помощью создается эффект недосказанности, интриги, что заставляет читателя прочитать материал и найти в нем то, что скрыли в заголовке.

В главе 2 «Экспрессивные средства в заголовках газеты «Суть» проведен анализ экспрессивных средств, используемых в балаковской газете «Суть».

Выявлено, что в 27% случаев в заголовках газеты используются **прецедентные тексты**, причем в оригинальном виде они употребляются достаточно редко, что указывает на творческий подход журналистов. Чаще всего трансформации происходят на синтаксическом уровне посредством замены одного или нескольких компонентов («*Доброе слово и дорожнику приятно*»), трансформации на смысловом уровне («*По ком звонит колокол? Новые районы привькают к новому храму*»), изменения синтаксической структуры с сохранением некоторых компонентов цитаты («*А был ли **приступ** у мэра?*»), а также преднамеренного обрыва цитаты и ее изменения («*Мир не без добрых... **строительных фирм***»).

Источниками прецедентных текстов могут быть литературные произведения, фразеологизмы, песенные тексты, пословицы и поговорки, крылатые цитаты, публицистические статьи. Практически все они используются и в оригинальном, и в трансформированном виде. Исключение составляют только цитаты из статей, так как они сами по себе являются экспрессивными. Довольно часто без изменений встречаются песенные тексты, так как именно в знакомом большинству виде они могут вызывать приятные ассоциации. Активнее всего подвергаются изменениям литературные заимствования и крылатые фразы.

Наиболее активным тропом является **ирония** (25%), так как она используется для выражения критики в адрес действительности, причем позволяет высказаться аккуратно, избегая прямой критики («*Исполнительный директор исполнил уход от больших налогов*»). Ироничный заголовок может создать контраст между ожидаемым и реальным содержанием статьи («*Ямочно-капитальное ноу-хау*»).

Среди лексических средств чаще всего употребляется **разговорная лексика** (81%). Разговорные лексемы со сниженной окраской позволяют выразить

ироничную или неодобрительную авторскую оценку явлению или индивиду («*Дама с Лобачей задолжала за тепло 600 тысяч*»).

Главным приемом языковой игры является **каламбур** (35%), так как он позволяет создать комический эффект. Каламбур может создаваться с помощью аллюзии (отсылки к прецедентному тексту, например, названиям литературных произведений, цитатам из фильмов, телесериалов, песен, а также произведениям устного народного творчества). В собранном материале был обнаружен пример, в котором журналист, преследуя цель создать яркий заголовок, нарушил этические нормы — «*В Горелом Гае сгорел погорелец*». Комический эффект здесь недопустим, так как это новость о трагедии, повлекшей за собой смерть человека.

В области синтаксиса наиболее актуальны вопросительные конструкции (28%), а именно риторические вопросы. Они позволяют создать эффект вовлеченности, побудить читателя к размышлениям, после чего прочесть статью и узнать мнение автора.

Заключение. Публицистика занимает очень важное место в жизни общества, поскольку она оперативно реагирует на события, происходящие в мире, анализирует события, представляет различные точки зрения и дает пространство для обсуждения актуальных проблем. Однако информирующую функцию СМИ сложно представить без функции воздействующей, поэтому единство экспрессии и стандарта — это основной принцип публицистического стиля.

Средства экспрессии в газетных заголовках призваны заинтересовать читателя, сделать текст привлекательным и не дать ему затеряться среди других материалов.

Анализ газетных заголовков балаковской газеты «Суть», содержащих экспрессивные средства, позволил сделать следующие выводы:

- 1) Журналисты балаковской газеты «Суть» используют широкий арсенал экспрессивных средств. В собранном нами материале встречаются следующие средства экспрессии: прецедентные тексты, тропы (ирония, эпитет, олице-

творение, метафора, сравнение, метонимия), различные виды языковой игры, лексические и синтаксические средства, а также пунктуация.

2) Одним из самых частотных средств экспрессии в заголовках местной газеты «Суть» являются прецедентные тексты, так как они известны всей или, по крайней мере, большей части аудитории (27%). Прецедентные тексты в заголовках могут использоваться в оригинальном виде (22%) или трансформироваться, приобретать новое значение (78%). В оригинальном виде чаще всего используются строки из популярных советских и современных песен (20%), а также цитаты очевидцев какого-либо происшествия, описанного в материале (20%), поскольку они сами по себе являются экспрессивными. В трансформированном виде наиболее часто встречаются прецедентные тексты из литературных произведений (30%), что связано с ориентацией журналистов на адресата, а именно на его способность понять отсылку.

3) На втором месте по частотности употребления находятся лексические средства (21%), представленные разговорной (81%) и жаргонной (19%) лексикой. Разговорная лексика употребляется активнее всего, поскольку журналисты стремятся снизить официальный тон, создать ощущение доверительной беседы. Разговорная лексика позволяет журналисту передать отношение к описываемым явлениям и событиям, а также их героям. Как правило, это отношение негативное, может высказываться насмешка. Нечастое использование жаргонной лексики говорит об уровне культуры журналистов и аудитории, а также о желании газеты обратиться к максимально широкой группе, поскольку жаргонизмы могут отталкивать читателей.

4) На выбор того или иного средства экспрессии оказывает влияние тема публицистического текста. Например, в криминальных сводках встречаются слова, относящиеся к криминальному жаргону, которые описывают способы совершения преступлений (*крышевать* — прикрывать незаконную деятельность, *липа* — фальшивка, *опер* — оперативный сотрудник). В заголовках материалов, посвященных экономическим и политическим проблемам жаргонизмы встречаются редко, поскольку эти темы являются наиболее актуальными и вол-

нующими аудиторию. Активное использование жаргонизмов при освещении подобных вопросов может негативно сказаться на доверии читателей к газете.

5) На третьем месте по популярности находятся тропы (20%), представленные иронией (25%), эпитетом (22%), олицетворением (22%), метафорой (20%), сравнением (11%) и метонимией (3%). Ирония является самым часто используемым тропом, так как с ее помощью журналист может аккуратно указать на недостатки в работе государственных и общественных институтов, привлечь внимание читателя на самые значимые социальные проблемы. Кроме того, ирония создает комический эффект, делает заголовок интересным и запоминающимся, поэтому читатель охотнее обратится к такому материалу, а также еще на этапе прочтения заголовка будет лояльнее относиться к тексту статьи.

6) Еще одним важным средством создания экспрессии являются синтаксические средства (18% от числа всех экспрессивных средств), представленные вопросительными конструкциями (28%), конструкциями с обращением (24%), восклицательными конструкциями (20%), а также инверсией (6%). Их роль заключается не только в организации высказывания, но и в передаче авторских мыслей и чувств. Как правило, газетный заголовок строится как монологическое высказывание, но в некоторых случаях синтаксические средства могут создавать иллюзию диалога, что тоже помогает автору вступить в контакт с читателем и вызвать его доверие. Для этого наиболее часто используются вопросительные конструкции, так как они предлагают читателю вместе с автором поразмышлять над поднятой в статье проблемой и тем самым превратить его в соавтора.

Пунктуационные средства, представленные многоточиями, встречаются достаточно часто (22%), но однообразно: они употребляются с целью заинтриговать читателя.

7) Реже всего в проанализированном материале употребляется языковая игра (14%), представленная следующими приемами: каламбуром (35%), графической игрой (24%), а также использованием латиницы и слов из английского языка, окказионализмами (23%) и рифмой (18%). Каламбур употребляет-

ся чаще всего, поскольку с его помощью создается комический эффект, привлекающий читательское внимание. От иронии его отличает возможность двойного прочтения, так как он содержит в себе дополнительное значение, которое можно понять только при ознакомлении с материалом. Такой заголовок, на наш взгляд, увеличивает шанс, что текст будет прочитан.