

УДК 811.161.1:070:93

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА В МЕДИАТЕКСТАХ: ФУНКЦИИ И ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ

Ю.В. Шакович

*Донецкий государственный медицинский университет имени М. Горького
Министерства здравоохранения Российской Федерации
Российская Федерация, eskalive25@gmail.com*

В статье рассматриваются эмоционально-экспрессивные средства как важнейший компонент современной медиакommunikации. Анализируется специфика функционирования экспрессивной лексики, синтаксических конструкций, оценочных единиц, метафоризации, прецедентных феноменов и графических средств в медиатекстах. Особое внимание уделяется тому, каким образом эмоционально окрашенные языковые элементы участвуют в формировании авторской интенции, воздействии на массовую аудиторию и конструировании медиареальности. Показано, что в условиях высокой конкуренции за внимание адресата медиатекст всё чаще строится не только как сообщение о фактах, но и как инструмент эмоционального вовлечения, интерпретации и оценки. Делается вывод о том, что эмоционально-экспрессивные средства в медиатекстах выполняют одновременно информативную, воздействующую, оценочную, интерпретационную и прагматическую функции, а особенности их употребления определяются жанром, каналом коммуникации, целевой аудиторией и коммуникативной стратегией автора.

Ключевые слова: медиатекст, экспрессивность, эмоциональность, оценочность, массовая коммуникация, публицистический стиль, языковое воздействие, метафора, экспрессивный синтаксис, медиадискурс.

Введение. Современное медиапространство представляет собой динамичную коммуникативную среду, в которой язык выполняет не только функцию передачи информации, но и функцию активного воздействия на адресата. Медиатексты, включающие материалы печатных и сетевых изданий, телевизионных новостей, авторских колонок, интервью, репортажей, блогов и публикаций в социальных сетях, ориентированы на массовую аудиторию и потому неизбежно сочетают информативность с выразительностью. В этих условиях особое значение приобретают эмоционально-экспрессивные средства языка, позволяющие не просто сообщать события, но и задавать его интерпретацию, вызывать определённую реак-

цию, акцентировать нужные смысловые узлы и формировать отношение аудитории к описываемому [1, с. 123].

Актуальность исследования определяется возрастанием роли медиатекстов в повседневной жизни общества и усилением их влияния на речевое сознание носителей языка. В современной медиакommunikации борьба за внимание читателя, зрителя или пользователя цифровой платформы приводит к повышению степени выразительности текста. Заголовки становятся более яркими и эмоционально насыщенными, авторские оценки часто маскируются под фактуальную подачу, а различные средства экспрессии используются как инструмент смыслового и психологического воздействия. В связи с этим изучение эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах имеет не только теоретическую, но и практическую значимость, поскольку позволяет выявить механизмы речевого влияния в публичной коммуникации [2, с. 69].

Цель настоящей статьи заключается в анализе функций эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах и выявлении особенностей их употребления в современных медиа. Для достижения поставленной цели необходимо решить несколько задач: уточнить содержание понятий «эмоциональность» и «экспрессивность» в лингвистическом аспекте; охарактеризовать основные языковые средства, обеспечивающие выразительность медиатекста; определить их функциональную нагрузку; показать зависимость выбора экспрессивных средств от жанрово-стилистических характеристик медиатекста [3, с. 31].

Теоретические основания исследования. Понятия эмоциональности и экспрессивности в лингвистике тесно связаны, однако не являются тождественными. Эмоциональность обычно понимается как языковое выражение чувств, переживаний, субъективных состояний говорящего или пишущего. Экспрессивность трактуется шире: она включает совокупность средств усиления выразительности, образности, оценочности и прагматического воздействия речи. Эмоциональный компонент может входить в структуру экспрессивности, но экспрессия не всегда сводится только к эмоции. Так, синтаксическая расчленённость, необычный порядок слов, контраст, повтор или метафоризация могут повышать выразительность текста даже при относительно нейтральной эмоциональной окраске [4, с. 17].

Для медиатекста данное различие особенно важно, поскольку медийная коммуникация ориентирована не столько на непосредственное самовыражение автора, сколько на управляемое воздействие на аудиторию. Следовательно, эмоционально-экспрессивные средства здесь часто выступают как инструменты коммуникативной стратегии. Они могут выполнять функцию привлечения внимания, акцентирования, драматизации, интерпретации, оценки и моделирования читательского восприятия [1, с. 124].

Медиатекст как объект лингвистического анализа обладает рядом признаков, которые определяют активное использование средств выразительности. Во-первых, он адресован массовой аудитории, неоднородной по уровню подготовки, возрасту и коммуникативным ожиданиям. Во-вторых, медиатекст часто существует в условиях ограниченного времени восприятия: читатель быстро просматривает ленту новостей, зритель воспринимает сообщение в потоке других сообщений, пользователь социальных сетей реагирует на короткие и яркие формулировки. В-третьих, медиа конкурируют друг с другом за внимание аудитории, а потому стремятся сделать текст максимально заметным, запоминающимся и эмоционально вовлекающим [2, с. 70].

Основные эмоционально-экспрессивные средства в медиатекстах. На лексическом уровне особую роль играют слова с ярко выраженной оценочной и эмоциональной семантикой. Это могут быть единицы, содержащие положительную или отрицательную коннотацию, разговорно-сниженные элементы, усилительные наречия, экспрессивные эпитеты, а также слова, актуализирующие образность. Например, в медиатексте нейтральное сообщение о росте интереса к какому-либо явлению может быть преобразовано с помощью лексической экспрессии в формулировку, создающую эффект стремительности, сенсационности или напряжения. Именно поэтому в новостных заголовках и аналитических материалах часто встречаются слова типа «громкий», «резонансный», «шокирующий», «острый», «болезненный», «яркий», «скандальный». Их функция состоит не только в характеристике события, но и в предварительной настройке восприятия [3, с. 32].

Значительное место в медиатекстах занимает метафоризация. Метафора является одним из наиболее продуктивных средств экспрессии, поскольку она одновременно уплотняет смысл, создаёт образ и формирует оценочное поле текста. В медиадискурсе метафорические модели позволяют представить абстрактные или сложные процессы в наглядной форме, доступной массовому адресату. При этом метафора может выполнять как собственно изобразительную, так и интерпретационную функцию. Она не просто украшает текст, а задаёт определённую схему понимания события. Через метафорические обозначения автор фактически предлагает аудитории готовую модель осмысления описываемого явления [4, с. 18].

На фразеологическом уровне выразительность создаётся за счёт устойчивых оборотов, крылатых выражений, трансформированных цитат и прецедентных феноменов. Их употребление повышает культурную узнаваемость текста, способствует сближению автора с аудиторией и делает сообщение более ёмким. Трансформация известных выражений особенно характерна для заголовков, где важны краткость, выразительность и эффект узнавания. В таких случаях медиатекст приобретает интертекстуальную глубину, а сама экспрессивность строится не только на значении слов, но и на активации фоновых знаний адресата [1, с. 125].

Существенную роль играют морфологические средства, в частности формы субъективной оценки, степени сравнения, словообразовательные элементы с оценочной семантикой. Уменьшительно-ласкательные или, напротив, увеличительные суффиксы, разговорные и окказиональные образования, авторские неологизмы способны усиливать эмоциональную окраску текста и создавать эффект приближённости к живой речи. Для медиатекста это особенно значимо в жанрах, ориентированных на персонализированное общение с аудиторией, например в блогах, колонках, развлекательных публикациях [2, с. 71].

На синтаксическом уровне экспрессивность достигается с помощью риторических вопросов, восклицательных конструкций, парцелляции, неполных предложений, анафоры, повтора, инверсии, градации. Эти средства позволяют передавать динамику, напряжение, субъективную вовлечённость автора, а также акцентировать ключевые смысловые фрагменты. Парцелляция, например, создаёт эффект фрагментарной, эмоционально насыщенной речи, усиливает значимость выделенного компонента и имитирует интонацию устного высказывания. Риторический вопрос вовлекает адресата в скрытый диалог, побуждая его к соучастию в интерпретации текста. Повтор усиливает внушающее воздействие и обеспечивает ритмическую организацию сообщения [3, с. 33].

Особую группу составляют графические и композиционные средства выразительности, особенно актуальные для цифровых медиа. К ним относятся шрифто-

вое выделение, использование прописных букв, пунктуационная экспрессия, расчленение текста на короткие абзацы, эмодзи, хештеги и другие элементы визуализации. Хотя не все подобные средства относятся к традиционно языковым, в медиатексте они становятся частью общей системы воздействия. В сетевой среде графическая экспрессия часто компенсирует отсутствие интонации и живой мимики, а потому приобретает самостоятельную коммуникативную ценность [4, с. 19].

Функции эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах. Одной из важнейших функций эмоционально-экспрессивных средств является аттрактивная, то есть функция привлечения внимания. В медиaprостранстве адресат сталкивается с огромным количеством сообщений, и текст должен выделиться уже на этапе первичного контакта. Особенно ярко эта функция проявляется в заголовках, подзаголовках и анонсах. Экспрессивно окрашенное слово, необычная метафора, парадоксальная формулировка или синтаксическая резкость повышают вероятность того, что сообщение будет замечено и прочитано [1, с. 126].

Не менее значимой является оценочная функция. В медиатексте автор редко ограничивается сухой фиксацией фактов; чаще он так или иначе задаёт рамку их восприятия. Даже при внешне нейтральной подаче выбор определённых слов, эпитетов, метафор и синтаксических конструкций может маркировать отношение к описываемому. Эмоционально-экспрессивные средства позволяют имплицитно или эксплицитно выражать одобрение, критику, тревогу, восхищение, иронию или недоверие. Благодаря этому медиатекст воздействует не только на рациональную, но и на ценностно-эмоциональную сферу аудитории [2, с. 72].

Следующая функция – интерпретационная. Медиа не просто сообщают о событиях, но и структурируют хаотичную действительность, предлагая обществу определённые способы её осмысления. Эмоционально-экспрессивные средства играют в этом процессе важную роль, поскольку они способны усиливать значимость одних аспектов сообщения и ослаблять другие. Через выбор языковых средств автор формирует перспективу восприятия и направляет внимание адресата в нужную сторону [4, с. 20].

Важна также контактоустанавливающая функция. В современной медиакommunikации наблюдается тенденция к разговорности, персонализации и стиранию жёстких границ между публичной и частной речью. Экспрессивные средства помогают создать эффект доверительного общения, приблизить текст к аудитории, сделать его более «человечным» и интонационно живым. Особенно это характерно для авторских колонок, блогговых публикаций, интервью, рецензий и текстов в социальных сетях [1, с. 127].

Наконец, эмоционально-экспрессивные средства выполняют прагматическую функцию воздействия. Они побуждают адресата не только воспринять информацию, но и определённым образом отреагировать на неё: заинтересоваться, возмутиться, поддержать, запомнить, перейти по ссылке, обсудить материал, распространить его. В этом проявляется тесная связь экспрессивности с коммуникативной эффективностью медиатекста [2, с. 73].

Особенности употребления экспрессивных средств в различных типах медиатекстов. Характер использования эмоционально-экспрессивных средств существенно зависит от жанра и формата медиатекста. В новостных сообщениях традиционно декларируется стремление к нейтральности и объективности, однако даже здесь экспрессивные элементы нередко присутствуют, прежде всего в заголовочном комплексе. Заголовок может быть заметно более выразительным, чем

основной текст, поскольку его задача состоит в быстром привлечении внимания. При этом в самом тексте экспрессия часто смягчается или распределяется более дозированно [1, с. 128].

В аналитических статьях и авторских колонках степень экспрессивности обычно выше, поскольку здесь допустимо открытое присутствие авторской позиции. В таких текстах активно используются оценочная лексика, метафоры, ирония, сопоставления, риторические конструкции. Экспрессия становится средством аргументации и способом усиления авторской интерпретации [2, с. 74].

В интервью специфика экспрессивности определяется диалогической природой жанра. Здесь важны передача индивидуальной речевой манеры, интонационной живости, эмоциональных реакций. Экспрессивные средства могут принадлежать как интервьюируемому, так и журналисту, формируя общее эмоциональное пространство текста [2, с. 69].

В цифровых и сетевых медиа наблюдается наиболее высокая плотность экспрессивных элементов. Это связано с ускоренным ритмом коммуникации, ориентацией на кликабельность, визуальную заметность и мгновенную реакцию аудитории. В интернет-публикациях чаще встречаются разговорные элементы, графическая экспрессия, краткие парцеллированные фразы, меметические конструкции, языковая игра. Однако усиление выразительности в цифровой среде нередко приводит к стилистической размытости и к смещению акцента с содержания на эффект подачи [3, с. 32].

Следует отметить, что чрезмерное насыщение медиатекста эмоционально-экспрессивными средствами может снижать доверие к сообщению. Если текст воспринимается как избыточно драматизированный, навязчиво оценочный или стилистически перегруженный, адресат начинает критичнее относиться к источнику информации. Поэтому эффективное употребление экспрессивных средств требует жанровой уместности, коммуникативной меры и учёта ожиданий аудитории [4, с. 18].

Заключение. Эмоционально-экспрессивные средства являются органичной и функционально значимой частью современного медиатекста. Они обеспечивают не только выразительность речи, но и реализацию важнейших коммуникативных задач: привлечение внимания, формирование оценки, интерпретацию событий, установление контакта с аудиторией и прагматическое воздействие. На разных языковых уровнях – лексическом, фразеологическом, словообразовательном, синтаксическом и графическом – создаётся сложная система средств, с помощью которой медиа конструируют особую речевую реальность.

Анализ показывает, что специфика употребления эмоционально-экспрессивных средств определяется жанром, типом платформы, характером аудитории и авторской интенцией. В традиционных журналистских форматах экспрессия чаще подчинена требованиям стилистической уместности и фактуальной достоверности, тогда как в цифровой медиасреде она становится одним из ведущих механизмов конкурентного воздействия. Вместе с тем чрезмерная экспрессивность способна ослаблять информативность текста и вызывать недоверие у адресата, что делает особенно важным вопрос о балансе между выразительностью и коммуникативной ответственностью.

Таким образом, исследование эмоционально-экспрессивных средств в медиатекстах позволяет глубже понять природу современной массовой коммуникации и механизмы речевого влияния в медиадискурсе. Перспективы дальнейшего изучения данной темы связаны с сопоставительным анализом экспрессивности в раз-

ных типах медиа, исследованием мультимодальных средств воздействия и выявлением изменений в языковой норме под влиянием цифровой коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дмитриева, Ю. Л. Основные подходы к изучению текста в практике его анализа / Ю. Л. Дмитриева // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2023. – № 27-2. – С. 123-128.
2. Карпий, С. В. Отождествление и противопоставление понятий "трансляция" и "репортаж" в тележурналистике / С. В. Карпий // Верхневолжский филологический вестник. – 2019. – № 3(18). – С. 69-74.
3. Карпий, С. В. Вещание как сфера функционирования медиалингвистики / С. В. Карпий, Г. А. Игнатенко // Мировые исследования в области естественных и технических наук : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 30 апреля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Ставропольское издательство "Параграф", 2023. – С. 31-33.
4. Свойства функций прямого включения / Л. Е. Шокотько, О. В. Подолина, Е. А. Кононова [и др.] // Психология. Педагогика. Филология: актуальные проблемы теории и практики : материалы XV Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 12 июля 2023 года. – Ростов-на-Дону: Профлист, 2023. – С. 17-20.

EMOTIONAL EXPRESSIVE MEANS IN MEDIA TEXTS: FUNCTIONS AND FEATURES OF USE

Y.V. Shakovich

*Donetsk State Medical University named after M. Gorky
Ministry of Health of the Russian Federation
Russian Federation, eskalive25@gmail.com*

The article considers emotional and expressive means as the most important component of modern media communication. The article analyzes the specifics of the functioning of expressive vocabulary, syntactic constructions, evaluative units, metaphorization, precedent phenomena and graphic means in media texts. Special attention is paid to how emotionally colored linguistic elements participate in the formation of the author's intention, the impact on the mass audience and the construction of media reality. It is shown that in conditions of high competition for the addressee's attention, the media text is increasingly being constructed not only as a message about facts, but also as a tool for emotional involvement, interpretation and evaluation. It is concluded that emotional expressive means in media texts simultaneously perform informative, influencing, evaluative, interpretative and pragmatic functions, and the specifics of their use are determined by the genre, communication channel, target audience and communicative strategy of the author.

Keywords: media text, expressivity, emotionality, evaluativeness, mass communication, journalistic style, linguistic impact, metaphor, expressive syntax, media discourse.