

## СЕМАНТИКО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ АВТОРСКОГО «Я» В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ

*И. В. Романенко*

*Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина» (Брест)  
Науч. рук. – С. С. Клундук, канд. филол. наук, доцент*

**Аннотация.** В статье анализируются семантико-стилистические составляющие авторского самовыражения в газетном тексте. Выявлено, что посредством использования местоимений «мы», «наши» корреспондент отождествляет себя с читателем; через разговорную лексику воздействует на формирование мнения читателя по какому-то событию, вопросу, явлению; использование тропов придает медиатексту эмоционально-образный характер и т.п. Формы выражения авторского «я» исследуются на материале информационных и аналитических жанров брестской областной газеты «Заря».

**Ключевые слова:** текст; газетный текст; материал; автор; мнение; образность; воздействие.

Под публикацией в газете всегда стоит имя и фамилия автора, но для читателя это кто-то неизвестный. Образ автора складывается тогда, когда тот обращает на себя внимание своим присутствием в тексте.

Различные приёмы авторского самовыражения помогают углубленному осмыслению объективных сторон описываемой темы. Корреспондент в своём тексте может войти в контакт с читателем через использование местоимений или выразить свою точку зрения, эмоции, поделиться личным воспоминанием. Считается, что так корреспондент предстаёт перед читателем как герой действующий (автор-очевидец, автор-участник события и т.п.) и как герой размышляющий (совместная постановка, исследование и выводы проблематики материала, то есть сближение авторского «Я» и читательского «ты» в «мы»). Автор-очевидец, к примеру, выражается в: «Я сейчас нахожусь...» или «Передо мной стоит...», или «Я чувствую...». «Я» журналиста говорит об его личном отношении к теме обсуждения, о доверии к читателю и словно подталкивает к тому же – делиться своим и доверять. Если мы говорим, например, о репортаже, то мы говорим о динамичности, а значит о многочисленном использовании глаголов действия в тексте, а также об использовании тропов с целью придания эмоциональной окраски тексту, обогащения его образами.

Образность в широком смысле этого слова, как живость, красочность, наглядность изображения, неотъемлемый признак всякого вида искусства, форма осознания действительности с позиции какого-то эстетического идеала, а образность речи – частное её проявление, то есть использование слов в переносном значении, с измененной семантикой, в результате чего слова

теряют свою номинативную функцию и приобретают экспрессивную окраску [5].

Исследование авторского «Я» в газетных текстах представляет теоретический и практический интерес. В печатном СМИ, как правило, работают несколько корреспондентов с различным подходом к работе, специализацией, и т. д. У каждого есть свой уникальный стиль изложения.

В брестской областной газете «Заря» есть рубрика «Акценты», в которой корреспонденты выражают мнение по конкретному событию, социальной ситуации. Так, в выпуске «Зари» от 05.03.2022 № 18 опубликован материал Евгения Литвиновича «Мы, белорусы, – мирные люди» [3]. Следует отметить, что сам заголовок – узнаваемая фраза из гимна Республики Беларусь; его функция явно рассчитана на патриотично-эмоциональный отклик – ведь читатель-белорус легко узнает строчку из гимна. Сам автор в дальнейшем тексте даёт ей характеристику: «...фраза-констатация «Мы, белорусы, – мирные люди» отражает лучшие национальные качества – радушие, гостеприимство, толерантность». Данный материал Е. Литвиновича – о распространении мифов «о Беларуси как об источнике угрозы для Украины». Автор рассуждает о напряженных отношениях между странами-соседками, используя элементы разговорного стиля речи: синонимичные «оторванные от реалий» (т. е. нереалистичные, не соответствующие действительности), «засидевшиеся на чужбине» (выражение имеет негативную окраску), частицу «якобы осуществляют» (употреблённую автором для обозначения мнимости), наречие и молодежный сленг «...записать себя на камеру смартфона где-нибудь в чистом поле с закадровым текстом типа «я белорус, воюю в Украине» и – цепная реакция пошла», «подобная деза» (сокращение от полного «дезинформация»), метафору «десантирование фейков», фразеологизм «отделять зёрна от плевел» экспрессивный эпитет «вспыхнувшего вооруженного конфликта», метонимию «...Киеву необходимо учесть и принять во внимание ряд факторов...» (тут присутствует и прямое указание автором). В таких выражениях, как «Объективности ради отметим», Е. Литвинович входит в контакт с читателем через отождествления себя с ним. Благодаря использованию корреспондентом разговорной лексики, которая достаточно разнообразна тематически и стилистически, у читателя складывается «картинка текста» – формируется собственное мнение по описываемому вопросу.

Семантико-стилистическая составляющая авторского «Я» в печатных СМИ заключается в особой экспрессивности и выразительности речи. Газетный текст по своей воздействующей силе становится всё более наступательным, активным, иногда даже агрессивным.

Так, в материале Игоря Гетмана «Информационная пандемия. Первая волна. Как выработать коллективный иммунитет?» в выпуске «Зари» от 05.03.2022 № 18 (об информационной войне и санкциях, о фейках, попытках

извне настроить белорусов и украинцев друг против друга), автором используются такие языковые средства для усиления эффекта воздействия как: глаголы «творится», «мысль постоянно вдалбливается»; выражения в переносном смысле: «поражает мозг» (удивляет), «организм ослаблен излишней доверчивостью» (морально измотан), «Посевная кампания на информационном поле зёрнами ненависти в самом разгаре» (информационная агрессия), «виртуальные бои»; единение с читателем через местоимения «Мы не имеем проверенных рецептов борьбы с происходящим», «Нас, понятно, интересует...», «Они не желают тебе зла»; диалог с читателем в форме согласия «Да, Беларусь поддерживает...»; рекомендации с использованием однородных членов предложения «не читайте, не смотрите, не слушайте»; глаголы действия «помните», «доверяйте своим», «потребляй информационный продукт». После прочтения данной колонки редактора понимаешь, что текст полон экспрессии – как сам автор полон эмоций возмущения, а также желания сконцентрировать внимание читателей на внешних признаках описываемой проблемы, то есть небезразличный к происходящим событиям в стране [1].

«Не верьте вбросам!» – пример публикации в том же выпуске «Зари» от 05.03.2022 № 18 (о том, призывают ли в армию белорусских военнообязанных для участия в спецоперации, проводимой Россией), где автор, Олег Гребенников, корреспондент «Зари», предстаёт как герой действующий, выступая от первого лица: «Подхожу к зданию областного военного комиссариата», и далее во множественном числе: «Принимаем предложение военкомата и решаем посетить...», «садимся... и едем...», «технику застали мы». Кроме того, Олег Гребенников использует в своём репортаже и вводные слова «В общем, картинка мирная», и наречия с интонацией «Пусто!». А также просторечные выражения, как, например: «на ступеньках ни толп гражданских с рюкзаками, ни одиночек», «идёт поток вранья», «А тем временем Брест живёт своей обычной жизнью – дети идут в школу, у магазина разгружают продукты, работают краны в новостройках» для непринужденной подачи материала и диалога с читателем [2].

Автор газетного текста стремится вовлечь читателя в совместное исследование вопроса, поэтому выдвигает различные тезисы, аргументы и суждения [4]. В вышеуказанных примерах, как правило, в последнем абзаце публикации звучит уверенность в выдвигаемых положениях. В своём материале Евгений Литвинович рассуждает: «...становится все более очевидным: сохранение мира требуют взвешенности, вдумчивости, мудрости, умения просчитывать на поколения вперед, отделять зерна от плевел, внутренние побудительные мотивы и личный почин от официальной государственной внешней политики, а фейки – от фактов». В материале Игоря Гетмана он звучит так: «Доверяй своим! Они не желают тебе зла. Они тоже профессионалы, как

и их противники. Потребляй информационный продукт, проверенный нашими профессионалами». В материале Олега Гребенникова звучит догадка о возможной истинности описываемой темы: «Наша страна и её Вооруженные силы находятся под интенсивным и полномасштабным воздействием извне, имя которому – информационная война. Её цель – разрушить единство белорусского народа. Значит, мы с вами уже на передовой этой войны».

### Литература

1. Гетман, И. Информационная пандемия. Первая волна. Как выработать коллективный иммунитет? / И. Гетман // Заря. – 2022. – 5 марта. – С. 4.

2. Гребенников, О. Не верьте вбросам! / О. Гребенников // Заря. – 2022. – 5 марта. – С. 5.

3. Литвинович, Е. Мы, белорусы, – мирные люди / Е. Литвинович // Заря. – 2022. – 5 марта. – С. 5.

4. Образ автора в журналистском произведении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/730434/zhurnalistika/obraz\\_avtora\\_zhurnalistskom\\_proizvedeni\\_i](https://studbooks.net/730434/zhurnalistika/obraz_avtora_zhurnalistskom_proizvedeni_i). – Дата доступа: 05.03.2022.

5. Образность произведении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stuza.ucoz.ru/publ/1-1-0-9#:~:text=Образность%20в%20широком%20смысле%20этого,выражение%20в%20языке%20художественной%20литературы.> – Дата доступа: 05.03.2022.

## ПРИМЕНЕНИЕ ЭМОДЗИ И ЭМОТИКОНОВ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ И КУЛЬТУРЕ

*И. В. Сущик*

*Российский государственный аграрный университет –  
МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва)  
Науч. рук. – Т. Н. Фомина, ст. преподаватель*

**Аннотация.** Эмодзи и эмодзики используются в интернете как средство создания эмоционального окраса информации во время коммуникации. В статье рассматриваются примеры их использования и допустимость их применения в литературе, деловой коммуникации, СМИ и науке, социальных сетях.

**Ключевые слова:** эмодзи; эмодзики; коммуникация; культура; Интернет.

Интернет стал неотъемлемой частью нашего общества, его развитие повлияло на современную коммуникацию и культуру стран СНГ. Используемые в социальных сетях слова: *твитить, чекать, кликбейт, байтить* и другие выражения могут служить примером этого влияния, как и появление в Рунете