

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра отечественной филологии и русского языка как иностранного

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: Функционирование тропов в газетной публицистике

Исполнитель _____ Анисько Виктория Александровна
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель _____ кандидат филологических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)
_____ Орехова Наталья Николаевна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой _____ 
(подпись)

_____ кандидат педагогических наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)
_____ Кипинес Людмила Владимировна
(фамилия, имя, отчество)

«15 января 2025 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. Газетно-публицистический стиль: общая характеристика	
1.1 Определение понятия газетной публицистики в русском языке	6
1.2 Жанровое своеобразие публицистики.....	9
1.3 Языковые особенности публицистики.....	12
ГЛАВА 2. Функционирование тропов в различных жанрах публицистики	
2.1 Особенности наиболее частотных тропов, использующихся в газетной публицистике.....	20
2.2 Функции метафоры, эпитета и гиперболы в информационных и аналитических жанрах газетной публицистики	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	44
Список литературы	47

ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на то, что мы живем в век информационных технологий, публицистика не потеряла свою актуальность, но подход к ее созданию и потреблению изменился, адаптировавшись под веяния современности. По мнению Я.Н. Засурского: «контент во все времена был важнейшей, фундаментальной категорией литературного и журналистского творчества и останется таковым, пока существуют данные сферы деятельности» [29; с. 130].

Интерес исследователей к газетной публицистике не перестает расти, благодаря ее неоднородной структуре и жанровому своеобразие. Именно из-за «запутанного» многообразия языковых средств, стилистических, особенностей, так называемом «конфликте экспрессии и стандарта». Также в современном русском языке наблюдается интерес к вопросу контекстуального взаимодействия изобразительных и выразительных средств языка и речи. Рассматривая контекстуальное взаимодействие тропов в художественном тексте, можно выделить «тропеическое единство» — гипертроп, определив его как «совокупность взаимосвязанных тропов» (однотипных или разнотипных по составу), которые группируются вокруг одного или нескольких стержней (доминанта)». В зависимости от специфики того или иного функционального стиля, взаимодействующие тропы имеют различное назначение и выполняют разнообразные функции.

Исследование газеты обращено на поиск нового, новизна привлекает внимание, вызывает интерес, создает определенное настроение у читателя. Процесс повторения (повторяющиеся темы в газете) неизбежно сопровождается и процессом обновления. Журналисты стремятся к тому, чтобы читатель всегда ощущал свежесть формы и оригинальность мысли.

Газетные публикации не только средство, с помощью которого передается информация, но и инструмент, способный оказывать влияние на общественное сознание, оказывая воздействие на восприятие, эмоции и убеждения читателей. В этом контексте тропы — метафоры, эпитеты,

гиперболы и другие стилистические средства — становятся ключевыми инструментами, которые помогают авторам передать смысл и воззвать к эмоциональной оценке в отношении прочитанного, также способствуют привлечению внимания к важным социальным и политическим вопросам.

Именно подобная вариативность функционирования тропов в газетной публицистике с целью влияния на общественное сознание и послужила причиной выбора темы исследования.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью подробного исследования функционирования тропов в газетной публицистике. Изучение тропов в различных жанрах газетной публицистики (статья и интервью) позволяет выявить их специфические функции и роль, что важно для развития теории журналистики, также для того, чтобы проследить языковую динамику в газетной публицистике.

Научная новизна данной исследовательской работы состоит в проведении детального анализа и классификации тропов, используемых в различных типах газетных материалов за последнее время, также выявлении их жанровых закономерностей. Небольшое количество работ, посвященных теме «Функционирование тропов в газетной публицистике» определяет научную новизну нашего исследования.

Объектом исследования является газетная публицистика в таких жанрах, как репортаж и статья.

Предмет исследования: функционирование тропов в репортаже и статье.

Материал исследования – газетный корпус НКРЯ, в который включены тексты печатных газет «Ведомости», «Коммерсант», «Vesti.ru», «Вести Ярославль» и «Парламентская газета».

Целью данной работы является анализ функционирования тропов в газетной публицистике. Мы исследуем, как различные тропы используются для усиления выразительности текста, создания образных ассоциаций и манипуляции мнением аудитории. Особое внимание будет уделено

специфике использования тропов в различных жанрах газетной журналистики, таких как репортаж и статья.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих **задач:**

- рассмотреть жанровое разнообразие газетной публицистики;
- рассмотреть языковые особенности газетной публицистики;
- рассмотреть типы тропов используемых в газетной публицистике;
- провести сравнительный анализ функционирования тропов в публицистических текстах различных жанров;
- выявить практические аспекты использования тропов в публицистических текстах.

Методологическая основа исследования. В данной работе используются следующие методы: сравнительно-сопоставительный, лингвистический, стилистический, контекстуальный.

Основой исследования послужили теоретические труды: Жирмунского В.И., Виноградова С.И., Гака В.Г., Костомаров В.Г., Кройчик Л.Е., Ляпун С.В., Попова Д.В. Воронцовой Т.А. и других исследователей газетной публицистики.

Теоретическая значимость работы заключается в выявлении специфики развития стилистической теории, поскольку это позволит рассмотреть способы использования языковых средств для достижения определенных коммуникативных целей.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов в практике изучения функционирования тропов в газетной публицистике и в процессе подготовки курсов лекций по дисциплинам «Стилистика» и «Лексикология», а также в процессе создания рекомендаций по использованию тропов в журналистских текстах.

Структура работы: работа состоит из введения, основной части, состоящей из двух глав, заключения и списка используемой литературы.

ГЛАВА 1. ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1 Определение понятия газетной публицистики в русском языке

Мнения исследователей о публицистике объединяются в несколько групп. Юрий Лотман подчеркивал, что тексты публицистики – элемент культурной коммуникации, диалог между автором и обществом, что делает ее значимой частью литературной практики. Наряду с этим, публицистика вхожа в журналистику, считаясь одним из ее направлений, здесь выделяется даже особая группа художественно-публицистических жанров: зарисовка, очерк, фельетон, памфлет, басня, пародия, эпиграмма. По мнению Е.П. Прохорова, публицистику можно считать особым типом творчества.

Другая группа специалистов считает, что публицистика — это тексты произведений, подготовленные в определенном языковом и стилевом исполнении, обладающие мобилизующей спецификой и предназначенные для массовой аудитории. В.В. Ученова пишет об этом: «Под публицистикой следует понимать массовые популярные политические тексты, воздействующие на актуальные общественно-политические процессы оперативным документальным отображением, основанным на их идейно-политическом осмыслении и эмоционально выраженной оценке».

Для данной работы актуально понимание публицистики как функционального стиля русского языка. По мнению Г.Я. Солганика, «Публицистический стиль – один из функциональных стилей русского языка, особый род литературы, своеобразный по форме, методу подхода к действительности, средствам воздействия».

В составе публицистики особенно важен газетно-публицистический стиль, он является опорной разновидностью публицистики [57; с. 3]. Многочисленные исследователи подчеркивают, что несмотря на традиционную связь языка газет с публицистическим стилем, их нельзя отождествлять. Тем не менее, в ряде лингвистических работ зачастую происходит смешение понятий «публицистический стиль» и «газетный

стиль», эти стили либо дополняют друг друга, либо рассматриваются как почти равнозначные, что вызывает вопрос о существовании различий между понятиями «публицистический стиль (текст)» и «газетный стиль».

С одной стороны, публицистический стиль охватывает более широкий спектр текстов, включая статьи, эссе, комментарии и другие формы, направленные на формирование общественного мнения и привлечение внимания к определённой теме. Он может использоваться не только в газетах, но и в других медиаплатформах (журналах, телевидении, радио). С другой стороны, реальные газетные статьи, телерепортажи, ораторские выступления всегда гораздо шире «чистого» публицистического стиля, они выходят за его рамки, успешно ассимилируют и трансформируют другие различные стили. Каждый функциональный стиль имеет конкретную характеристику (например, экспрессивность и эмоциональность публицистического стиля, точность и объективность научного), но его характеристика на уровне языковой абстракции. Переход же на уровень речи, т.е. к исследованию конкретных газетных материалов, автоматически переводит нас к исследованию композиционно-стилевых особенностей определенных типов текстов (жанров), которые не являются «чистыми», а представляют собой в той или иной степени пересечение нескольких стилей.

Таким образом, целесообразно рассматривать понятие «публицистический стиль» как языковую абстракцию, то есть на уровне системы языка. Это достаточно ограниченная система языковых и выразительных средств, обладающая особыми признаками, которые отличают ее от других функциональных стилей. В то же время понятие «язык газеты» следует считать практической реализацией языковых и выразительных возможностей публицистического стиля в контексте газетных и журнальных публикаций. [20; с. 81].

Публицистические тексты направлены на освещение текущих событий, общественных проблем, в основном на культурные или политические темы как формы общественного сознания. Главная их цель – передача

информации, влияние на читателя, ее анализ, выявление различных мнений и призыв к обсуждению, если говорить в общем. Если художественный стиль – вымысел, направленный на создание художественного образа, публицистика, в свою очередь, имеет документальный характер, она ориентирована на передачу фактов, которые эстетически преобразуются. В.Г. Костомаров сделал немаловажное наблюдение касательно языка газеты, он пишет, что «сутью процесса газетной коммуникации выступает многообразное чередование сегментов, находящихся в каждом отдельном случае в отношениях стандартно-экспрессивного контраста или конфликта и обеспечивающих «двоичность выхода» [21. с. 61].

Для достижения экспрессивности авторы используют определённые средства, специфические для данного стиля. Публицистический жанр газетного стиля активно взаимодействует с другими функциональными стилями, используя их прагматичные средства и приёмы. В нем, по словам Б. Вуайена, наблюдается «смешение разговорного языка, чтобы быть понятным, научного стиля, чтобы быть точным, художественного, чтобы произвести впечатление» [27; 67].

Влияние на читателя (убеждение, полемика, агитация, пропаганда) требует широкого использования экспрессивных языковых средств. Если в художественной литературе экспрессивность носит индивидуально-образный характер и имеет целью эмоциональное и эстетическое воздействие на читателя, то экспрессивность в газетной публицистике служит задаче влиять на массы, формировать мнения и побуждать общественность к активным действиям. В языке прессы проявляется тенденция к сближению норм устной и письменной речи: с одной стороны варианты письменного языка начинают действовать и в устной речи, с другой стороны – даже в деловом стиле происходит процесс постепенного отказа от устаревших, книжных форм и конструкций, что закрепляется языковой практикой газет [27; с. 67].

Так как газета является средством массовой информации и убеждения, она рассчитана на большую и неоднородную аудиторию, на которую должна

повлиять, заинтересовать. В основном газету читают в условиях, в которых сложно сконцентрироваться, удерживать внимание: во время рабочего перерыва, в общественном транспорте, после работы, следует необходимость в организации газетного пространства таким образом, чтобы передать ее быстро, емко, конструктивно, сообщив основное и оказать определенное эмоциональное воздействие. Написанное должен понимать любой читатель, вне зависимости от возраста, степени образованности и разности культур, зависимость от контекста должна быть минимальной.

1.2 Жанровое своеобразие публицистики.

Газетно-публицистический стиль может быть представлен разными способами: языком газет, журналов, докладов, дискуссий, языка радио и телепередач, документально-публицистического кино. Это говорит о неоднородности его структуры, а значит и о наличии жанровой системы [46; с. 1519].

Жанровое разделение публицистического стиля обусловлено множеством факторов, связанных с его функциями, объектами и средствами выражения. Рассмотрим основные причины, формирующие разнообразие жанров в публицистике:

Публицистические тексты, как правило, преследуют различные задачи и цели, например, такие как: информирование, обычно на это нацелены новости и репортажи. Эти жанры стремятся донести актуальную информацию до широкой аудитории. Если целью выступают убедительность и формирование мнений, то используются статьи и эссе. Также существуют жанры, которые носят развлекательный характер, но могут сочетать в себе и образовательные элементы, обычно это рецензии, обзоры, блоги.

Основной чертой публицистики является направленность на широкий читательский круг, чтобы привлечь определенную аудиторию могут использоваться соответствующие жанры. Например, аналитические статьи, научные и технические, которые могут быть интересны профессионалам разных областей: политики, экономики, науки. На широкую общественность

ориентированы колонки, рецензии, репортажи, они просты и понятны для каждого и читателя.

Формат и средства выражения тоже различаются, они могут быть в форме текста: статьи, интервью, обзоры или состоять из визуального, графического контента: видеоблоги, инфографика.

Публицистические статьи постоянно рассматривают актуальные социальные проблемы, это могут быть политические события, для которых характерно использование комментариев и статей, также они могут менять жанровую структуру в зависимости от ситуации. Социальные проблемы освещают в основном интервью и репортажи, в них рассматриваются актуальные общественные вопросы и кризисы.

Исторические и культурные события и изменения, при которых создается публицистический текст также оказывают влияние на формирование жанров. Исторический контекст, такой как: военные конфликты, выборы, катастрофы влияют на создание новых жанров и форм, таких как хроники или дневниковые записи. Смена общественных или культурных тенденций предопределяет большую или меньшую востребованность тех или иных жанров.

Интернет и цифровые платформы — блоги, подкасты, видеоформаты существенно расширяют жанровый диапазон публицистики. Социальные сети включают в себя жанровое разнообразие в формате коротких сообщений, мемов или развлекательных видео.

Д.В. Попов выделяет следующие группы жанров публицистического стиля:

1. Информационные жанры: Эти жанры направлены на быстрое, точное, часто беспристрастное донесение актуальной информации до аудитории. В этом случае журналист выступает чисто проводником информации. К ним относятся новости, краткие заметки, интервью репортажи, отчеты и т.д.

2. Аналитические жанры: В основном они включают в себя статьи, комментарии, аналитические отчеты, открытые письма, обзоры и рецензии, в них проводится глубокий анализ событий, явлений или произведений. Основная задача журналистов здесь состоит в оценивании передаваемой информации. Эти жанры помогают читателю лучше понять и сделать выводы в отношении предмета обсуждения.

3. Художественно-публицистические жанры: К ним относятся эссе, колонки и фельетоны, очерки, памфлеты, критические статьи и т.д. Они сочетают элементы анализа и личной позиции автора, часто имея отражение мнений и эмоций. Данному жанру в большей мере, в отличие от других, свойственен пафос: образность, насыщенность средствами художественной выразительности, эмоциональная вовлеченность, что сближает его с художественной литературой [39; 147].

Из данных стилей наиболее открыт для использования тропов художественно-публицистический, так как тропы сами по себе вносят в текст элемент художественности.

Но, несмотря на наиболее устоявшееся жанровое разделение, его можно назвать условным, поскольку элементы аналитического жанра наблюдаются в репортаже, фрагменты репортажа в корреспонденции, черты художественно публицистических жанров используют в аналитических жанрах, что делает их границы размытыми и затрудняет четкое определение. Об этом говорит и то, что понятие «жанр» потеснено понятием «текст», оно объединяет речевые произведения, не учитывая отличительных особенностей разных жанров. В.В. Ученова замечала, что диффузия жанров способствует их взаимообогащению, что она является объективным результатом усложняющихся отношений человека с окружающим миром, поскольку отражает изменения, происходящие в сознании творца, что взаимопроникновение элементов одних жанров в другие способствуют внутренним преобразованиям, происходящим в публицистических текстах [22; 125].

Особый интерес вызывает точка зрения А.А. Тертычного, который, к примеру, выделяет такие виды, как информационный и аналитический репортаж, а также информационное и аналитическое интервью и т.д. Жанровую концепцию этого ученого можно охарактеризовать как гармоничное сочетание традиционных подходов и новаторских идей. «Однако то, к какой группе жанров можно причислить конкретное интервью – информационным или аналитическим, зависит уже от содержания текста, изложенного в форме интервью. Если информационное интервью несет в себе лишь сообщение о факте, отвечая на вопросы: кто? Что? Где? Когда? То аналитическое интервью, кроме того, содержит и анализ факта, отвечая при этом на вопросы: почему? Каким образом? Что это значит? и т.д.» [51; 137].

Выделяя группы так называемых «чистых» информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров, А.А. Тертычный в то же время обращается к текстам, которые имеют двойственный характер: мини-рецензии, мини-обзору, мини-совету, блиц-портрету и др. Эти тексты соотносятся с аналитическими жанрами (или художественно-публицистическими) и в то же время считаются «родственниками» информационных жанров. «Отличие таких «родственников» от «настоящих» аналитических и художественно-публицистических типов текстов – фактографический, лаконичный характер изложения [24; 74].

1.3 Языковые особенности публицистики

Воронцова Т.А. выделяет следующие языковые и лексические особенности публицистического стиля:

1. Принципиальная неоднородность стилистических средств. В публицистических текстах в зависимости от тематики могут присутствовать языковые средства, свойственные научному, официально-деловому, разговорному стилю, изобразительно-выразительные средства. Все разностилевые средства в публицистическом стиле подчинены основному стилеобразующему принципу сочетания экспрессии и

стандарта, поэтому взаимодействие разностилевых единиц является важной чертой публицистического стиля.

2. Актуализация языковых средств. В публицистическом стиле используются наиболее типичные для данного момента общественной жизни способы изложения материала, актуальные лексические единицы, клише, фразеологизмы и метафоры. С другой стороны, публицистический стиль формирует актуальные языковые средства, определяя отношение к ним и их социальную оценку.

3. Публицистика является основной сферой возникновения и наиболее активным каналом распространения языковых неологизмов: лексических, словообразовательных, фразеологических. Поэтому данный стиль оказывает существенное влияние на развитие языковой нормы.

Лексические особенности публицистического стиля:

1) Использование оценочной лексики, обладающей сильной эмоционально-экспрессивной окраской.

2) Употребление слов в переносном значении. Например, употребление нейтрального слова или специального термина в переносном значении: формат переговоров, пакет предложений/законов. Метафоризация лексики используется для создания яркого образа, выражения оценки, эмоционального отношения к предмету речи; она призвана оказать воздействие на адресата речи: локомотив реформ буксует/ползёт/застрял/сходит с рельсов, паралич экономики, болезнь общества.

3) Употребление лексических синонимов, в том числе активное использование контекстуальных синонимов. Синонимы используются: чтобы избежать повтора, уточнить понятие (военнослужащий – военный; обстановка – положение – ситуация; комментатор – обозреватель – эксперт – аналитик); как средство выражения оценки: разведчик – шпион, член преступной группировки – бандит – браток.

4) Формирование новых антонимических пар (антонимически противопоставлены слова, не отмечаемые в словаре как антонимы): силовой – мирный, политический, цивилизованный; фирменный – фальшивый, поддельный; массовый – эксклюзивный, элитарный; народ – власть; общество – государство.

Различные исследователи обращают внимание на частое использование разговорной речи в постсоветской, современной публицистике. Так как разговорный стиль предполагает активность языковых средств субъективной оценки, оценочных и эмоционально-экспрессивных единиц всех уровней, что в большей мере свойственно газетной публицистике. «Разговорный стиль отличается экспрессивностью и эмоциональной оценочностью. «Эмоциональное напряжение» разговорных высказываний создается за счет языковых средств разных уровней, например, повтор лексем (Нам очень-очень понравилось); употребление местоимения такой в роли интенсификатора качества (Там такая очередь). Для выражения высокой степени интенсивности свойства широко используется метафора: море цветов, гора подарков, куча претензий. Что за помойка у тебя на столе!» [9; с. 73].

Также разговорная речь, включенная публицистический материал, помогает сделать его более живым и доступным, что позволяет установить контакт с читателем и облегчить его понимание текста.

Кроме разговорных слов употребляются историзмы и архаизмы, в основном для того, чтобы установить связь с текущими событиями, историческими явлениями и фактами. Иногда их используют для поддержания традиций, так как они могут предать определенный стиль или воссоздать атмосферу, подчеркивая уникальность написанного. Это может быть связано с попыткой сохранить культурное наследие и подчеркнуть важность традиций в современном обществе.

В качестве средства оценки высокая книжная лексика используется не только для передачи позитивной оценки, например, таких слов как «отчизна», «стяг», «стяжать славу» и «ратный подвиг», но также может служить и для передачи негативной оценки, выраженной через иронию. Комический эффект возникает при контрасте между современной и устаревшей лексикой, как в примере: «Кандидаты в депутаты отправились по городам и весям нашей отчизны агитировать электорат...». Также он может проявляться в несоответствии между предметом обсуждения и способом его описания: «Мощная выя Шварценеггера, немногие удостоились чести лицезреть кандидата в президенты».

Употребление заимствованных слов. Среди заимствований, употребляемых в публицистике, можно выделить:

1) книжные слова, прочно вошедшие в русский язык (сервис, комфорт, сейф, туризм, снайпер);

2) слова, отличающиеся новизной, проникающие в общенародную речь благодаря активному использованию в языке массовой информации (маркетинг, брифинг, саммит);

3) слова, описывающие реалии зарубежных стран (названия праздников, органов власти, денежных единиц и т.д.): сиеста, коррида, цент и т.д.

Употребление специфических («газетных») клише книжного происхождения: информированный источник, взять (дать) интервью; культурное достояние, общечеловеческие ценности и т.д.

Употребление имен собственных:

1) имена и фамилии людей;

2) географические названия;

3) название организаций, событий (полное или сокращенное): ООН; ЮНЕСКО; Евросоюз; Красный Крест, Евро (чемпионат Европы по футболу), Берлинале (Берлинский кинофестиваль) и т.п.

Употребление перифраз и фразеологических оборотов: люди в белых халатах, братья наши меньшие, утечка мозгов, желтая пресса. Такие сочетания нередко переходят в штампы (образные словосочетания со стертым значением): корабль пустыни, практические шаги, школа выживания, и т.п.

Морфологические особенности публицистического стиля:

Использование форм единственного числа в значении множественного: русский человек всегда отличался своей понятливостью и выносливостью; это оказалось разорительным для британского налогоплательщика.

Употребление отвлеченных и собирательных существительных в форме множественного числа: настроения, разговоры, свободы, круги, поиски, бизнесы, мафии, элиты, экономики, риски, власти, стратегии, приоритеты, бюджеты, подходы, структуры, эфиры, компроматы, прикидки, подвижки. Такое употребление связано либо с упоминанием ряда однородных объектов (экономики, бюджеты европейских стран), либо в экспрессивных целях (власти не хотят с этим бороться).

Употребление форм множественного числа в значении обобщенной совокупности: наши деды, отцы, ветераны.

Активное использование форм превосходной степени прилагательных и наречий: жесточайший кризис, самые решительные меры, строжайше запрещено.

«Субстантивация» числительных прилагательных и причастий: воплотить задуманное, вывез миллионы за границу,

Активное употребление числительных (даты, количественные данные и т.д.).

Специфическое использование форм настоящего времени глагола:

1) настоящее «репортажа»: акцентирует внимание на особенностях описываемого состояния или процесса и передает действие как бы совершающееся на глазах у адресата («визуализация» действия). Здесь важно

не само действие, а его признак, качество: колесо начинает медленно вращаться; самолет тяжело отрывается от земли и т.д.;

2) настоящее время, обозначающее ближайшее прошедшее или ближайшее будущее. Такая форма позволяет подчеркнуть актуальность предстоящих событий: Завтра начинается визит в Санкт-Петербург федерального канцлера Германии. На следующей неделе открывается книжная ярмарка.

Синтаксические особенности публицистического стиля:

1) Синтаксические конструкции с четким оформлением смысловых отношений при помощи союзной связи.

2) Употребление инверсионного порядка слов, что позволяет поставить на первое место в предложении тему сообщения: «Новые формы хозяйствования предложили архангельские предприниматели. На улице Обручева от пожара в пятиэтажке пострадал человек».

3) Риторические вопросы (для того чтобы усилить эмоциональное воздействие): «Разве заградительные пошлины смогут улучшить качество отечественных автомобилей? Чем же москвичи и гости столицы хуже берлинцев?».

4) Применение вопросительных конструкций в ходе диалогизации включает в себя обращения и вопросы к аудитории — читателю, зрителю или слушателю. К таким приемам относятся также вопросно-ответные комплексы, например: «Что обычно вспоминают ветераны? Они вспоминают о войне».

Современный публицистический стиль выделяется двумя основными тенденциями: увеличением степени персонификации (представление индивидуальной, а не коллективной точки зрения) и интимизацией изложения (стилистика и выбор языковых средств, присущие непринужденным и доверительным беседам). Эти тенденции способствуют расширению элементов разговорного стиля и активному внедрению в

публицистический язык лексических и речевых единиц, выходящих за рамки литературного языка, таких как арготизмы. [9; с. 73].

Также к чертам, свойственным газетной публицистике, можно отнести экономию средств языка и упрощение синтаксиса, предпочтение отдается простым и сложносочиненным предложениям, чтобы текст имел лаконичную, краткую форму, это необходимо, для снижения нагрузки на восприятие, сделать текст информативнее, избежать многозначность. Обилие речевых клише, штампов переосмысление лексики других функциональных стилей, чёткость синтаксических конструкций, тщательно продуманное употребление слов, использование различных выразительных и изобразительных средств. Для всех газетных жанров характерны общие формы реализации краткости: компрессия информации и передача некоторой части сообщений имплицитно. Как результат краткости происходит экономия языковых средств за счёт коммуникативно менее важных фрагментов сообщения.

Выводы:

В первой главе нашего исследования мы дали определение такому литературному жанру, как публицистика. Публицистика чаще всего сосредоточена вокруг актуальных политических или социальных вопросов. Основные цели газетно-публицистических текстов – это информирование и формирование общественного мнения касательно важных тем. Тропы в публицистике являются важным инструментом, который помогает авторам более эффективно воздействовать на читателя, они придают написанному экспрессивность и часто имеют характер оценочности, это говорит о конфликте экспрессии и стандарта, которые присущи публицистике.

У публицистики неоднородная структура, образовавшаяся в результате различия задач и целей, которые были поставлены журналистом. Этот фактор повлиял на ее жанровое разделение.

Д.В. Попов выделяет следующие особенности групп и самих жанров публицистического стиля, среди них: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.

Газетной публицистике присущи такие языковые особенности, как: взаимодействие единиц разных стилей, использование устойчивых, типичных способов изложения, неологизмов, разговорных, заимствованных слов, историзмов и архаизмов. А лексические и морфологические особенности данного стиля включают в себя: использование оценочной лексики, синонимов, слов в переносном значении и антонимических пар, активное использование форм превосходной степени, обилие инверсионного порядка слов, наличие риторических вопросов и т.д.

Помимо этого, ее отличительной особенностью является экономия языковых средств и упрощение синтаксиса, это используется для того, чтобы облегчить восприятие и сделать текст информативнее.

Таким образом становится понятно, что лексические, морфологические, синтаксические и жанровые особенности языка газетной публицистики определяют ее специфическую природу, можно сделать вывод о ее многогранности и неоднородности: от строгого научного и книжного языка до художественных элементов, эмоционально заряженных слов, архаизмов и просторечий, исходя из чего следует большое количество жанровых форм, присущих этому стилю. Публицистика стремится быть понятной, интересной и вызывающей читателя к формированию своего мнения и эмоциональной вовлеченности.

ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТРОПОВ В РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРАХ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

2.1 Особенности наиболее частотных тропов, используемых в газетной публицистике.

Как и говорилось ранее, одна из основных целей газетной публицистики – эмоциональное и эстетическое воздействие на адресата. Авторы газетного текста используют большое количество разных средств выразительности для достижения такого эффекта, органично сочетая экспрессию со стандартом.

Покровская Е.В. в своей диссертации обозначила немаловажную проблему понимания газетного текста, которая выражена в конфликте экспрессии и стандарта. «Стандарт может рассматриваться как используемые для описания фактов точные и общепризнанные наименования объектов и явлений, а экспрессия – как средства воздействия на адресата текста, формирующие его отношение к фактам» [40, с. 2].

То есть пафос позволяет эффективно влиять на психологию читателей, побуждать его к действиям или оценкам. Он характеризуется, как уже говорилось, созданием у публики высокоэмоционального состояния, что помогает убедить ее принять предлагаемые доводы.

Основными средствами для создания нужной эмоции у читателей публицистического текста служат тропы. С одной стороны, их влияние положительное: важная информация быстрее и лучше усваивается, так как поглощать ее становится интереснее, благодаря эмоциональному отклику. С другой стороны, использование различных тропов вредно для читателей и языка, они уводят и запутывают от объективного восприятия действительности, приводят к субъективности и эмоциональному окрашиванию текста, уменьшают информативную ценность, отвлекая читателя от основного сообщения. «Исходя из этой цели, приоритет чаще всего отдается технике убеждения в противовес логическим и смысловым аргументам. Иногда этот приоритет, к сожалению, выливается в красноречие

и так называемую «технику», которые начинают превалировать над четкостью изложения и даже честностью» [18, с. 17].

Тропы чаще всего встречаются в следующих публицистических жанрах: репортажах, статьях, колонках, информационных корреспонденциях и отчетах. Эпитеты, метафоры и сравнения — самые распространенные средства выразительности в различных жанрах газеты. Часто они шаблонные и неоригинальные.

В художественных текстах тропы — различные способы словопреобразований (от слова к образу) и соотношений между ними. Тропы закрепляют в слове особенности индивидуального восприятия реальности и являются важным элементом художественного мышления. Виды тропов: метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, литота, эпитет и др.

В «Литературной энциклопедии» дается следующее определение тропам: «Тропы — термин античной стилистики, обозначающий художественное осмысление и упорядочение семантических изменений слова, разнообразных сдвигов в его семантической структуре. «Троп, — говорит Квинтилиан, — есть изменение собственного значения слова или словесного оборота, при котором получается обогащение значения. Как среди грамматиков, так и среди философов ведется неразрешимый спор о родах, видах, числе тропов и их систематизации» [28; с. 394].

Создателями оригинальных русских риторик стали Феофан Прокопович и М.В. Ломоносов. В пушкинскую эпоху, однако, наибольший авторитет имела книга французского теоретика Пьера Фонтаньера «Фигуры речи» (1821-30). До настоящего времени Тропы иногда относят к «фигурам» — так называемым фигурам переосмысления (В.П. Григорьев). Еще на рубеже 18-19 вв. их разграничивал в своем «Опыте риторики» (1796) И.С. Рижский, писавший, что украшения «суть такие выражения, в которых или одно речение изображает вдруг не только два понятия, но в то же время дает чувствовать читателю и некоторые между ними соотношения; или особливый подбор и расположение в речи не только слов, но и целых предложений,

кроме изображаемых ими вещей представляют еще нечто нашему вниманию». [34; с. 1100].

В.И. Максимов в книге "Стилистика и литературное редактирование" определяет тропы как средства языка, которые основаны на переносном, образном употреблении слов, при их образовании активную роль играет ассоциативное мышление, которое устанавливает аналогию между словами. Он акцентирует внимание на том, что тропы создают дополнительные, неявные значения и помогают выразить сложные идеи и эмоции, делая речь более выразительной и эмоционально насыщенной.

Тропы позволяют одним и тем же словам или выражениям выступать в различных значениях в зависимости от контекста, что обогащает язык и помогает формировать образы. В работе также подчеркивается, что тропы, такие как метафоры, метонимии и олицетворения, играют ключевую роль в литературном языке и обычной речи, они задействуют механизмы ассоциации и переноса значений [33; 415].

Метафора.

Характерной чертой современной публицистики является метафоризация. Такой троп, как метафора, чаще других фигурирует в языке газеты. Метафора употребительна в тех формах практической речи, в которых присутствует экспрессивно-эмоциональный и эстетический аспекты. Она часто используется во фразеологизмах, кличках, крылатых фразах, присказках, афоризмах: Вешать лапшу на уши; Не все то золото, что блестит; У семи нянък дитя без глазу; С волками жить – по волчьи выть; На безрыбье и рак рыба; Слово – не воробей, вылетит – не поймаешь; Путь в тысячу миль начинается с одного шага.

В словаре лингвистических терминов дано следующее определение: «(греч. *metaphora* — перенос). Употребление слова в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений. “Дворянское гнездо” (прямое значение слова гнездо — “жилище птицы”, переносное — “человеческое сообщество”), крыло самолета (ср.: крыло

птицы), золотая осень (ср.: золотая цепь). В отличие от двучленного сравнения, в котором приводится и то, что сравнивается, и то, с чем сравнивается, метафора содержит только второе, что создает компактность и образность употребления слов. Метафора — один из наиболее распространенных тропов, так как сходство между предметами или явлениями может быть основано на самых различных чертах» [47; 117].

Е.В. Ковалевская подчеркивает, что на протяжении долгого времени метафора, т.е. «сжатое сравнение», воспринималась исключительно как эстетическое выразительное средство, «украшение речи». Такое понимание метафоры берет свое начало в трудах античных философов, прежде всего Платона и Аристотеля. А вслед за ними и поколения западноевропейских и русских ученых и философов рассматривают метафору, прежде всего, как необязательное дополнение речи, второстепенное средство, усиливающее ее эмоциональное воздействие на аудиторию. Более того, было распространено мнение, что метафора «вредна» для языка: она запутывает, уводит от истинного восприятия окружающей человека действительности [20; 80].

Но, в противовес этому, А. А. Ричардс пишет, что «То, что метафора - вездесущий принцип языка, подтверждается простым наблюдением. В обычной связной речи мы не встретим и трех предложений подряд, в которых не было бы метафоры. Даже в строгом языке точных наук можно обойтись без метафоры лишь ценой больших усилий. В различных отраслях знания: в эстетике, политике, социологии, этике, психологии, теории языка и. т.д. — наши основные трудности связаны с выяснением того, как мы используем метафору и как наши по видимости устойчивые слова изменяют свои значения. Особенно это касается философии: здесь нам и шага не сделать без постоянной мысли о том, что и мы, и наши слушатели, возможно, употребляем метафоры и, чтобы избежать их, надо сперва их обнаружить. Чем абстрактнее и строже философия, тем вернее это утверждение» [41; с. 44].

Таким образом становится ясно, что метафора – оборот речи, который состоит в употреблении слов в переносном значении, чаще всего использующихся в сравнения двух объектов, основываясь на их общие признаки или качества. Также метафора является вездесущим признаком языка, неотъемлемая часть человеческого мышления, с помощью нее в языке закрепляются различные понятия.

Сравнение

Сравнение, наряду с метафорой, можно назвать основным средством художественной выразительности. Метафора и сравнение, традиционно считающиеся главным средством воздействия в художественной литературе, также широко используются в публицистике. Однако в ней данные приемы часто носят специфический характер «остроты» и «злободневности», являясь таким образом важнейшим инструментом, с помощью которого автор настраивает аудиторию на нужный лад.

Сравнение является одним из самых древних и емких приемов художественной выразительности, дополняющее смысловую структуру слов образными ассоциациями. Сравнение – это определение одного предмета или явления при помощи сходства или различия с другим. Сравнение лежит в основе большинства тропов [7; с. 253].

Эпитет

Эпитет, как и метафора со сравнением, занимает среди художественных приемов, описывающихся традиционной стилистикой почетное место. В газетной публицистике его частотность использования может варьироваться в зависимости от жанра, темы статьи и стиля конкретного издания, но тем не менее, он является одним из самых распространенных тропов в этой сфере.

В. Жирмунский рассматривает эпитет в контексте поэтики и поэтического языка, как стилистический прием, который является не просто украшением текста, а значимым смысловым элементом, которым обозначают типический, идеальный признак понятия, с помощью которого автор

передает свои чувства и мысли, вовлекая читателя в определенную эмоциональную атмосферу [16; с. 357].

Тем не менее, несмотря на большое количество работ, уделенных изучению этого средства художественной выразительности, данное понятие остается неустойчивым. В широком понимании А.Г. Шалыгин дает следующее определение «эпитету»: «Одним из весьма действительных средств, усиливающих картинность и эмоциональность речи, является эпитет. Так называется слово или несколько слов, приданных к обычному названию предмета для того, чтобы усилить его выразительность, подчеркнуть в предмете один из его признаков - тот, который в данном случае важно выдвинуть на первый план, как бы рекомендовать особому вниманию читателя» [53; с. 37].

А.Н. Веселовский говорит об истории эпитета, как об истории поэтического стиля в сокращенном издании, учитывая также поэтическое сознание. «Эпитет – одностороннее определение слова, либо подновляющееся его нарицательное значение, либо усиливающее, подчеркивающее какое-нибудь характерное, выдающееся качество предмета». В узком смысле эпитет не добавляет нового признака, а лишь повторяет то, что уже содержится в определяемом слове, например, «белый снег», «холодный снег» или «широкая степь». В данном случае среди определений выделяется особая группа со специфическими признаками, за пределами которой остаются не только логические определения в точном смысле слова [8; с. 59].

Эта амбивалентность продолжает существовать и в современной стилистике, отражая изменения в словоупотреблении, связанные с развитием поэтического стиля на рубеже веков. Первоначально термин «эпитет» использовался исключительно как поэтическое определение, не вносящее нового признака в определяемое понятие. Таким образом, он стал обыденным термином, который теоретики используют для обозначения соответствующего тропа, известного как «украшающий эпитет». Поэтому

эпитет нередко рассматривался как частный вид плеоназма или амплификации [17; с. 46].

Определение эпитета, данное в «Литературной энциклопедии терминов и понятий», наиболее точно его характеризует, разделяя на два вида, именно на него и будем опираться в дальнейшем ходе работы: «Эпитет — художественно-стилистический прием: образное определение. Различают: 1) «украшающий», обозначающий постоянный признак предмета: «широкая степь», «белый снег», «прозрачные воды». Такого рода Эпитеты типичны для традиционалистской словесности, начиная с гомеровского эпоса и до 18 в. — начала 19 века, являя собой поэтический троп — синекдоху (А.А. Потебня. Из записок по теории словесности. Харьков, 1905. С. 211). «Украшающий» Эпитет характерен для устного народного творчества; 2) подчеркивающий в определяемом понятии какой-либо один, случайный признак, важный для данного конкретного описания. Такой характеризующий, индивидуальный эпитет («простоволосая радость», «бархатная сытость» — у М.И. Цветаевой) — со времен романтизма отличительная черта литературы, не отменяющая, вместе с тем, использование традиционного эпитета» [34; с. 1236].

Гипербола

Обсуждая особенности наиболее частотных тропов в публицистике, невозможно не упомянуть о таком стилистическом приеме, как гипербола, важность которой можно определить потребностью в том, чтобы подчеркивать значимость и важность обсуждаемых тем в газетных текстах. В отечественной лингвистике принято определение гиперболы через категорию интенсивности, как «нарочитое преувеличение». С помощью данного подхода можно сделать вывод о степени экспрессивности этого средства выразительности, наличие в ней эмоционального аспекта отмечается в трудах как античных, так и современных исследователей. Например, А. А. Потебня делает следующее замечание: «Гипербола есть результат как бы некоторого опьянения чувством, мешающим видеть вещи в их настоящих размерах. Поэтому она редко, лишь в исключительных случаях, встречается у людей

трезвой и спокойной наблюдательности. Если упомянутое чувство не может увлечь слушателя, то гипербола становится обыкновенным враньем». Думается, что стремление к преувеличению теснейшим образом связано со стремлением к экспрессивности и образности. Можно сделать вывод, что использование гиперболы без учета ее эмоциональной составляющей разрушает ее действенность. Употребление гиперболы всегда диктуется стремлением эмоционально воздействовать, произвести впечатление на собеседника.

Традиции изучения гиперболы уходят корнями в античную поэтику и риторику. На первый взгляд определение гиперболы кажется простым, однако на сегодняшний день существует множество точек зрения на природу гиперболы. Одни ученые считают ее тропом, другие причисляют ее к фигурам речи, третьи видят в ней стилистический прием. Мы разделяем точку зрения тех лингвистов, которые рассматривают гиперболу как разновидность тропа. [7; с. 249]

В «Литературной энциклопедии терминов и понятий» определяют гиперболу как стилистическую фигуру или художественный прием, основанный на преувеличении изображаемого. Преувеличение может быть количественным (у Евгения Онегина «щетки тридцати родов / И для ногтей и для зубов»), может относиться к характеру персонажа (неумеренные страсти романтических героев, заострение разных отрицательных черт, ярко обрисовывающих сущность персонажей в сатирических произведениях). Гиперболизированы характеры персонажей. Ф.М. Достоевского. Л.Н. Толстой, напротив, считал любое преувеличение ложью и всячески избегал гипербол. В этом отношении к нему близок поздний А.П. Чехов. Гиперболизация не обязательно выходит за рамки правдоподобия: скупость Плюшкина, лень Обломова — в пределах вероятного. Но есть и преувеличения, заведомо рассчитанные на нарушение всякой меры. Гиперболистом-«гигантистом» был В.В. Маяковский («Необычайное приключение, бывшее с Владимиром Маяковским летом на даче», 1920). На

уровне художественного мира произведения буквальная реализация гиперболы порождает фантастику (иногда гротеск) [34; с. 179].

Принимая во внимание обоснованность данного определения, мы исходим из диалектического понимания сущности гиперболы и определяем способ образования гиперболы как прием неправдоподобного преувеличения. Одним из предметов рассмотрения в нашем исследовании выступает гипербола, поскольку прием неправдоподобного преувеличения выделяется в качестве доминантного способа реализации неправдоподобной речи в газетных публицистических текстах. Сферой применения приема реализации метафоры, как правило, выступают художественный литературный и фольклорный дискурсы, а литота используется значительно реже гиперболы в газетном дискурсе, в котором вообще «чаще встречаются приемы, построенные по принципам соединения и увеличения (гиперболизации), реже — по принципу отъятия» [2; с. 62].

2.2 Функции метафоры, эпитета и гиперболы в информационных и аналитических жанрах газетной публицистики

В газетной публицистике тропы служат не только украшением языка, но и важным инструментом для достижения различных целей: от эмоционального воздействия до упрощения сложных понятий. Их успешное использование позволяет достичь более глубокого влияния на читателя и эффективно донести информацию, превращая сухие факты в живые истории. Наша задача заключается в том, чтобы проследить частоту использования каждого тропа в различных жанрах, установить, какие функции они выполняют в контексте этого жанра, исходя из его особенностей и целей.

Функция тропа определяется нами как назначение, роль, особым образом организованных средств языка, в реализации конкретного стилистического и жанрового задания в речи. Тропы в публицистическом тексте могут выполнять следующие функции:

Экспрессивная функция – заключается в способности тропических средств с различной интенсивностью воздействовать на адресата, усиливать прагматический потенциал речи;

Образная функция – функция, с помощью которой создается живой, художественный образ о конкретных предметах или действиях;

Побудительная функция – тропы могут использоваться как призыв, стимул к различным действиям или умозаключениям;

Оценочная функция – заключается в выражении позитивной или негативной оценки к предмету изложения;

Выделительная функция – выделяет, акцентирует внимание на определенном компоненте высказывания;

Характерологическая функция – характеризует ситуацию, автора или персонажа;

Аргументативно-риторическая функция – усиливает убедительность и выразительность текста, предоставляя факты в пользу того или иного действия;

Общие типизированные функции – изобразительная (способность речи создавать конкретное представление) и выразительная (способность речи удерживать внимание собеседника на всем ее протяжении) [1].

Перейдем к рассмотрению различных аспектов функционирования метафоры, эпитета и гиперболы в жанрах газетной публицистики. Методом количественного анализа было определено количество вхождений для каждого тропа в анализируемые жанры: репортаж и статья. Частотность употребления того или тропа на материале газетного корпуса НКРЯ, в который включены тексты печатных газет «Ведомости», «Коммерсант», «Vesti.ru», «Вести Ярославль» и «Парламентская газета». Временной диапазон газетных текстов 2020-2021 г.

Выбор этого источника обусловлен большим количеством закрытого доступа к личным картотекам, его научно-образовательная направленность, что облегчает процесс решения исследовательских задач. Газетный корпус

НКРЯ предоставляет возможность использовать актуализированные тексты печатных и электронных СМИ, которые позволяют проводить изучение динамики различных языковых явлений, также стилистических, лексических особенностей на базе современного публицистического материала.

1. Репортаж

Такой публицистический жанр, как репортаж характеризуется стремлением зафиксировать в тексте событие, происходящее в реальном времени, подробно, живо и точно, создавая «эффект присутствия». Обычно описание ведется в дистантной, опосредованной форме, коммуникативный режим репортажа реализуется в монологе, реже можно увидеть обращение к воображаемой аудитории.

Тропы в этом жанре используются для создания глубокого погружения в атмосферу места и ситуации, позволяют грамотно расставить акценты на детали. Для лексики репортажа не характерно использование выразительных средств, согласно утверждению М. Халлера: «чрезмерная насыщенность репортажа специальной лексикой, а также значительное количество метафор, вероятнее завуалируют конкретные факты, удостоверяют непрофессионализм репортера, его неумение четко изложить информацию» [36; 13]. Репортажу более свойственны фактографические высказывания, которые преподносятся как констатация факта, ссылка на источник информации, время и место события, все, что хоть как-то помогает оценить, объяснить, расширить основное событие.

В репортажах, фокусирующихся на культурных и социальных событиях, явлениях и личностях, которые обычно включают описание выставок, спектаклей, концертов, фильмов и других форм искусства, а также анализируют их значение и влияние на общество, особенно часто встречаются **метафоры**. В качестве примера, в репортаже «Для будущих побед стоит искать вдохновения в искусстве» выделены следующие метафоры:

«Мощные образы, воплощенные на фасаде величественного архитектурного шедевра» [Для будущих побед, стоит искать вдохновения в искусстве // Коммерсант, 2020]. Метафора «мощные образы» передает сильные эмоции и впечатления, создавая образ чего-то величественного и значимого, что способствует глубинному восприятию архитектуры.

«Погрузили зрителей в единое пространство искусства, интеллекта и истории» [Для будущих побед стоит искать вдохновения в искусстве // Коммерсант, 2020]. Метафора «погрузили» создает образ погружения в атмосферу, усиливая чувство вовлеченности и эмоциональной связи зрителей с произведением искусства.

«Актуализирует культурный код человечества» [Для будущих побед стоит искать вдохновения в искусстве // Коммерсант, 2020]. Метафора «культурный код» подразумевает связь с основами человеческой природы и идентичности, подчеркивая важность осознания и понимания культурного наследия.

Можно сделать вывод, что у метафор, выбранных из представленных репортажей, ведущая функция – экспрессивная, которая является самой основной, главенствующей функцией тропов в публицистике. Она используется, чтобы воздействовать на читателя, передать эстетический восторг и акцентировать внимание на пользе от культурного обогащения.

Здесь встречается и функция создания образа, она нужна, чтобы «оживить» художественные элементы архитектуры в сознании читателя, придать художественный образ обычным предметам. В метафорах присутствует элемент персонификации, например, фраза «воплощенные на фасаде» подразумевает, что образы не статичны, а динамичны, способны существовать.

В публицистике часто происходит переплетение различных стилей, слова, слова «актуализирует» и «культурный код» относятся к терминам, которые делают высказывание достаточно специфичным, относящимся к научному стилю. Употребление нейтрального слова или специального

термина в переносном значении позволяет интерпретировать различные аспекты культурного обмена, идентичности и социальной динамики, создавая смысловую многозадачность. Благодаря этому фраза воспринимается как более убедительная, подтвержденная.

Менее часто встречаются метафоры в репортажах, попадающих под тематику «политика и общественная жизнь», это связано с стремлением к фактической точности, избегая субъективности и предвзятости. Примеры использования метафоры в репортаже «Азербайджан попародовался» из газеты «Коммерсант»:

В заголовке *«Азербайджан попародовался»* [Азербайджан попародовался // Коммерсант, 2020]. Метафора "попародовался" подразумевает, что страна проявляет гордость или демонстрирует свои достижения. Эмоциональная функция, направленная на то, чтобы удержать внимание, заинтересовать основной информацией.

Слово «попародовался» можно считать языковым неологизмом, что достаточно часто встречается в публицистике, Глагол «попародовался» образован от существительного «парад» с помощью приставки -по- и суффикса -лся-. Благодаря использованию неологизма создается впечатление, что что-то выставлено на показ, открыто демонстрируется.

«Главное "оружие победы" – беспилотники» [Азербайджан попародовался // Коммерсант, 2020]. Здесь слово «оружие» создает образ победы, развитых технологий государства, которые предстают как ключевой фактор успеха.

В обоих примерах можно проследить оценочную функцию метафор, они формируют позитивный имидж страны, делая акцент на технологической продвинутости, военной мощи и безопасности граждан, что создает позитивный эмоциональный фон, который пробуждает патриотические чувства.

Гиперболы наиболее частотны в репортажах о спорте, событиях, явлениях природы, катаклизмах. Пример функционирования данных

гипербол в репортажах: «Амур в Хабаровске подбирается к жилым домам», «В Ярославле борются с последствиями ледяного дождя» и «Первый чемпионат Лиги боевого самбо: за поединками наблюдал президент»:

«До ближайших многоэтажек – меньше метра» [Амур в Хабаровске подбирается к жилым домам // Vesti.ru, 2020]. В этом предложении выделена актуально-выделительная и побудительная функция гиперболы. Гипербола акцентирует внимание на основной мысли про то, что потенциально опасная ситуация находится достаточно близко, создавая эффект непосредственной доступности и визуализируя расстояние, что может вызвать у читателя чувство тревоги или беспокойства, побуждая к действию.

«Новый циклон. Он добавит воды...» [Амур в Хабаровске подбирается к жилым домам // Vesti.ru, 2020]. Здесь гипербола может быть использована для преувеличения последствий приближающегося циклона. Фраза «добавит воды» подразумевает, что ожидаются значительные осадки, что может вызвать у читателя ощущение угрозы и важности ситуации. Это также может служить для привлечения внимания к серьезности погодных условий и необходимости подготовки к ним, реализуя побудительную функцию.

Аргументативно-риторическая функция гиперболы реализуется в следующем примере: *«Если кто-то из этих ребят еще записан в секции самбо, то теперь запишется наверняка» [Первый чемпионат Лиги боевого самбо: за поединками наблюдал президент // Vesti.ru, 2020].* Здесь употребление гиперболы создаёт эффект предположения, что поддержка и популярность самбо возрастут, что может служить аргументом в пользу вида спорта.

Таким образом, в этих предложениях гипербола в различных формах помогает подчеркивать значимость события, создавать яркие образы и побуждать к действию. В качестве ведущих функций гиперболы можно выделить актуально-выделительную и побудительную.

В русскоязычных текстах, относящихся к информационной группе публицистики, гиперболы довольно продуктивно вступают в отношения синкретизма с такими стилистическими приемами, как эпитет, сравнение, метафора, перифраза и олицетворение и т.д. Ильин О.И. отмечает, что в строгом смысле гипербола не стоит в общем ряду сравнений, эпитетов, метафор, она является скорее «принципом их работы, их внутренней организации, а сравнения, эпитеты и другие тропы являются исполнителями-винтиками гипербол» [19; с. 347]. Например, в приведенных выше фразах можно выделить следующие факты контаминации тропов, где гипербола накладывается на метафору:

«Первый в истории этого вида спорта»: В этом примере гипербола "первый в истории" граничит с метафорой значимости события.

«Это большой праздник самбо»: Здесь гипербола «большой праздник», что усиливает значение грандиозности праздника, накладывается на метафору торжественности.

«С каждым новым боем трибуны все громче»: В этом выражении гипербола "все громче" накладывается на метафору эмоционального отклика зрителей. Это выражение подразумевает не просто увеличение звука, но и саму динамику эмоционального вовлечения.

«Если кто-то из этих ребят еще записан в секции самбо, то теперь запишется наверняка»: Здесь гипербола «запишется наверняка» накладывается на метафору уверенности в привлечении новых участников.

Гиперболы в информационных жанрах публицистики наиболее востребованы, она способна описывать «вещи» в их нарастающем размере, употребление гиперболы всегда диктуется стремлением произвести впечатление на собеседника, показать масштабность, грандиозность, природную силу, усилить переживания, показать последствия нанесенного ущерба. Гиперболы в информационных статьях продуктивно вступают в отношения синкретизма с метафорами и эпитетами, сравнениями,

гиперболическая мера в качестве семантического компонента входит в состав значения слова и реализуется в форме другого тропа.

Гиперболы и метафоры встречаются не часто в политических и криминальных репортажах, но **эпитет** выделяется здесь, как наиболее частотно-встречающийся троп, который, как правило, выполняет характерологическую, оценочную, эмоциональную и изобразительную функции. Например, в репортаже «Под арестом до 8 октября. В Челябинске продолжается суд над экс-мэром Тефтелевым» можно выделить следующие функции эпитетов:

«Бывшему градоначальнику» [Под арестом до 8 октября. В Челябинске продолжается суд над экс-мэром Тефтелевым // Vesti.ru, 2020]. Эпитет «бывшему» указывает на статус человека, выполняя характерологическую функцию, подчеркивая его прошлую роль и создавая ассоциации с утратой власти или влияния. Эмоциональная функция направлена на то, что данный эпитет может вызывать у читателя определенные эмоции, такие как сожаление или ирония.

«Увесистые тома уголовного дела» [Под арестом до 8 октября. В Челябинске продолжается суд над экс-мэром Тефтелевым // Vesti.ru, 2020]. Эпитет «увесистые» реализует характерологическую функцию, придавая физическую характеристику томам, но также реализована и оценочная функция, она создает у читателя ощущение значимости и тяжести рассматриваемого дела, подчеркивая его масштаб и сложность.

Таким образом, эпитеты достаточно частотны в репортажах, их основные функции помогают описать объекты, с помощью выявления их черт, создавать контрасты. Также они эмоционально влияют на читателя и упрощают восприятие, передают атмосферу.

2. Статья

В целях нашего исследования необходимо рассмотреть несколько примеров наиболее популярной организации метафоры, эпитета и гиперболы в статьях местных и центральных изданий НКРЯ, которые относятся к

аналитической группе жанров и отвечают другим задачам, а значит, имеют свои специфические функции тропов.

Аналитические жанры основаны на методе индукции и дедукции, анализе и синтезе. Индукция, или анализ – это когда какая-то проблема рассматривается путем разложения на части от общего к частному. Дедукция и синтез – когда сначала рассматриваются части проблемы, а потом их общий план [37; с. 77]. Статьи более многогранны, чем репортажи, они способны вмещать в себя больше тем и категорий, ориентированы не просто на изложение фактов и описание событий, а на аналитическое исследование, анализ фактов и явлений.

В статье «Чиновникам не понравилось работать на удаленке», **метафоры** играют важную роль в передаче ключевых идей о том, как чиновники воспринимают изменения, связанные с переходом на удаленную работу. Здесь можно выделить две основные функции: экспрессивную и выделительную, которые усиливают основные темы статьи, помогая читателю лучше понять, стимулировать на размышления о том, как глубоко связаны традиционные представления о работе и влияние новых форматов на профессиональную идентичность госслужащих и оценочную, которая высвечивает все минусы «работы на удаленке». Вот несколько аспектов функционирования метафор в контексте текста:

«Отказ от привычного уклада» [Чиновникам не понравилось работать на удаленке // Ведомости, 2021]:

Экспрессивная функция: Эта метафора передает эмоциональную напряженность изменений, создавая образ перехода, который может вызывать как страх, так и надежду.

Выделительная функция: Она выделяет важность традиционных устоев и подчеркивает последствия их утраты для людей и общества.

Оценочная функция: Чиновникам приходится жертвовать стабильностью и комфортом, чем вызвана их отрицательная оценка новых условий труда.

«Размывание границ рабочего времени» [Чиновникам не понравилось работать на удаленке // Ведомости, 2021]:

Экспрессивная функция: передает эмоциональную напряженность изменений, создавая образ перехода, который может вызывать как страх, так и надежду.

Выделительная функция: Данная метафора акцентирует внимание на изменении четких рамок, связанных с рабочим временем. Она выделяет проблему гибкости и неопределенности, подчеркивая, что это может повлиять на баланс между работой и личной жизнью, а также на продуктивность работников.

Оценочная функция: Эта метафора позволяет оценить данный процесс, как негативное явление, указывающее на потерю границ между работой и личной жизнью, что может вызывать стресс и выгорание..

«Потеря ценности документов ДСП» [Чиновникам не понравилось работать на удаленке // Ведомости, 2021]:

Экспрессивная функция: Отражает недовольство отношением к документам и сводит их статус к менее значимому.

Выделительная функция: Эта метафора акцентирует внимание на утрате значимости определенного вида документации (в данном случае, документов, содержащих данные, связанные с защитой информации). Она выделяет важность правильного обращения с документами и последствия их обесценивания для организаций и процессов.

Оценочная функция: Эта метафора может оценивать традиционные формы документации как устаревшие и неэффективные в условиях цифровизации. Она подчеркивает необходимость адаптации к новым реалиям, что может вызывать как ностальгию, так и понимание необходимости изменений.

В отличие от метафоры в информационных жанрах, здесь она помогает не просто рассказать, а погрузиться, осмыслить явления. Цель статьи – объяснить, аргументировать, эмоционально вовлечь читателя в обсуждение

темы. Они помогают создать контекст, вызвать чувства и стимулировать размышления.

Тропы в статье могут быть более развитые и разнообразные, включая сложные метафоры, гиперболы, эпитеты и другие фигуры речи. Это дает возможность писателю более глубоко и многослойно подойти к анализируемой теме.

Гиперболы в статье используются осторожнее, чем в репортаже, чтобы не исказить факты для дальнейшего анализа. В основном они реализуют эмоциональную, выделительную и Примеры гипербол из статьи из парламентской газеты: «Россия готовится к появлению «климатических мигрантов»:

Гипербола позволяет автору передать сильные эмоции и создать яркие образы, которые запоминаются читателю. Например, фраза *«Под грудами этих нечистот в буквальном смысле слова умирают десятки тысяч гектаров земли» [Россия готовится к появлению «климатических мигрантов» // Парламентская газета, 2021]* использует гиперболу для подчеркивания серьезности экологической проблемы. Здесь преувеличение помогает акцентировать внимание на масштабе бедствия и вызывает у читателя чувство тревоги и беспокойства.

Гипербола может служить для привлечения внимания к важным вопросам. В выражении *«можно сорвать «генеральную уборку» [Россия готовится к появлению «климатических мигрантов» // Парламентская газета, 2021]* гипербола создает образ масштабного и важного мероприятия, что подчеркивает необходимость действий и мобилизации ресурсов. Это может побудить читателя задуматься о важности темы и вовлечь его в обсуждение.

Гипербола может использоваться для создания контраста между реальностью и преувеличением, что подчеркивает абсурдность или серьезность ситуации. Например, фраза *«злой вызов для современной России» [Россия готовится к появлению «климатических мигрантов» //*

Парламентская газета, 2021] может восприниматься как гиперболическое преувеличение, которое акцентирует внимание на серьезности проблемы, с которой сталкивается страна. Это создает эффект драматизации и подчеркивает важность обсуждаемой темы.

Упрощение сложных вопросов: Гиперболические предложения могут упростить восприятие сложных тем, избегая сложной экологической терминологии, статья становится понятной для каждого читателя.

В отрывках явно прослеживается использование публицистических клише, фразеологизмов, актуализированных единиц языка. Например, «генеральная уборка» является устойчивым выражением, которое часто используется в различных контекстах, включая политику и общественные движения. Словосочетание «злой вызов» может восприниматься как клише, так как оно часто используется для описания сложных и негативных ситуаций, с которыми сталкивается общество или государство.

Таким образом, гипербола в этих примерах не только усиливает выразительность и создает акценты на основных темах, но и помогает передать важные, сложные идеи и эмоции, связанные с темой вымирания животных и охраной окружающей среды.

В приведенном тексте можно выделить несколько функций эпитетов, которые служат для создания образов, передачи атмосферы и подчеркивания характеристик объектов. Рассмотрим некоторые из них:

Эпитеты в статье менее нейтральны, их основная цель – эмоциональное воздействие на публику, которое передается через состояние автора в отношении событий. Примеры эпитетов и их функции в статье «Тур по посольствам»:

Например, в фразе «*грозная крепость*» эпитет «грозная» создает ощущение силы и внушительности, подчеркивая важность и защитную функцию крепости. Это усиливает эмоциональную реакцию читателя и заставляет его задуматься о значении данного объекта.

Они способствуют созданию ярких и запоминающихся образов. В выражении «*невероятно уютную атмосферу*» эпитет «невероятно» усиливает восприятие уюта, создавая ассоциации с комфортом и теплом. Это помогает читателю визуализировать ситуацию и лучше понять контекст, в котором описывается атмосфера.

Данная разновидность тропов часто используется для уточнения и конкретизации описываемых явлений, делая их более понятными для читателя. Например, в фразе «*богатейшие люди Москвы*» [Тур по посольствам // Ведомости, 2021] эпитет «богатейшие» указывает на конкретную группу людей, что помогает читателю лучше представить социальный контекст и осознать его значимость.

Эпитеты «*роскоши и изысканности*» [Тур по посольствам // Ведомости, 2021], создают положительное эмоциональное восприятие, вызывая у читателя ассоциации с чем-то прекрасным, желанным и высококачественным. Это может способствовать формированию положительного отношения к описываемым объектам или явлениям.

«*Мировым стандартам*» [Тур по посольствам // Ведомости, 2021] Эпитет «мировым» уточняет, что речь идет о стандартах, признанных на международном уровне. Это помогает читателю понять, что описываемые явления или объекты соответствуют высоким требованиям и критериям, принятым в глобальном масштабе. Также эпитет здесь реализует актуально-выделительную функцию, акцентируя внимание на значимости и актуальности обсуждаемой темы.

Активное использование форм превосходной степени прилагательных и наречий в публицистике встречается практически повсеместно во всех жанрах. Возведение в превосходную степень прилагательного «богатейшие» подчеркивает социальное неравенство и выделяет определённую группу людей. Как и многие другие, является инструментом воздействия на общественное сознание, регулирует настроения, формирует мнения в отношении определенных социальных групп.

Таким образом, эпитеты в данном тексте играют важную роль в создании многослойных образов и передаче общей атмосферы, придавая глубину и привлекательность описаниям. В отличие от репортажей, в статье эпитеты имеют более сложную семантику, давать не просто прямые, ясные характеристики, а вызывать ассоциации, передавать настроение и создавать образы.

Выводы:

Выявление функций метафоры, гиперболы и эпитета в информационных и аналитических жанрах газетной публицистики, таких как репортаж и статья, показало, что различие этих функций обусловлено задачами и целями жанров, а именно:

В группе **информационных** жанров, а именно в репортаже, выделены следующие основные функции тропов:

- **Метафора:** осуществляет две функции, которые можно назвать ведущими в газетной публицистике – экспрессивную и образную, они нужны для того, чтобы оживить статичные предметы, создать художественные образы в читательском сознании, это помогает погрузить в суть события как можно быстрее, описать происходящее в реальном времени.
- **Гипербола:** они используются для акцентирования внимания на масштабах событий, создавая эффект срочности, тем самым побуждая к действию.
- **Эпитет:** чаще всего выполняет характерологическую и изобразительную функции. Первая помогает описать объекты, с помощью выявления их черт, создавать контрасты. Также они эмоционально влияют на читателя и упрощают восприятие, передают атмосферу.

В группе **аналитических** жанров, а именно в статье, выделены следующие функции тропов:

- **Метафора:** метафоры в аналитических жанрах имеют более глобальную функцию, они интерпретируют события, а не просто их

описывают. Они могут использоваться для создания концептуальных рамок, которые помогают стимулировать читателя к осмыслению и оценке сложных идей и явлений.

- Гипербола: данный троп в статьях используется осторожнее, основная задача гиперболы здесь – эмоциональное влияние, выделение важного и упрощение содержания.

- Эпитет: используются для более детального анализа и оценки. Они помогают создать атмосферу, образ и задать тон обсуждению. Часто используются для уточнения и конкретизации.

Среди языковых особенностей тропов были выделены следующие:

- Достаточно большое количество примеров контаминации тропов – наложения тропов друг на друга. Этот прием позволяет расширить образ и усилить выразительность. Взаимодействие гиперболы с другими тропами основывается на сопоставлении количественных отношений предметов, действий и признаков. Так, сравнение, метафора, олицетворение могут выполнять функции преувеличения.

- Среди эпитетов активное использование форм превосходной степени прилагательных и наречий, встречается практически повсеместно во всех жанрах.

- В тропах используются неологизмы. Публицистика является активной средой для использования и создания неологизмов, что определено ее спецификой, она должна подстраиваться под процесс постоянного обновления и адаптации языка к быстро меняющимся социальным, культурным и технологическим условиям.

- В тропах используются историзмы для придания архаического оттенка.

- Элементы клише, актуализация языковых средств. Использование таких выражений помогает создать яркие образы и акцентировать внимание на важных проблемах, однако чрезмерное

использование клише может привести к снижению выразительности текста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на большие изменения в газетной публицистике, которые произошли в последние годы, основное назначение публицистического стиля и его подстиля – газетно-публицистического сохранилось – это информировать и оказывать влияние на людей. Средствами достижения ключевых целей газетной публицистики являются тропы, одними из самых частотных можно считать метафору, гиперболу и эпитет.

В настоящей работе было рассмотрено функционирование тропов в газетной публицистике, в частности, в таких ее жанрах, как репортаж и статья. Исследование было выполнено на материале газетного корпуса НКРЯ, в который включены тексты печатных газет: «Ведомости», «Коммерсант», «Vesti.ru», «Вести Ярославль» и «Парламентская газета».

Было установлено, что функции тропов определяются жанровой спецификой и целевой установкой авторов. При анализе были выделены следующие функции: экспрессивная, образная, стимулирующая, оценочная, выделительная, характерологическая и аргументативно-риторическая.

Проанализировав жанровые особенности репортажа и статьи, рассмотрев функционирование метафоры, гиперболы и эпитета, было выявлено следующее:

В репортаже тропы ориентированы на создание атмосферы и непосредственного погружения в ситуацию, позволяя читателю ощутить присутствие на месте события. Главенствующая функция метафор, гипербол и эпитетов здесь – экспрессивная и образная в отличие от статьи, где она используется для раскрытия аргументации и поддержания выводов.

В репортаже метафоры упрощают сложные понятия, стимулируют ассоциации, благодаря чему читатель задумывается о контексте событий, также метафоры могут добавлять к ним дополнительные уровни смысла. Эпитеты помогают посмотреть на ситуацию «своими глазами», создать зрительный образ, а гиперболы подчеркивают интенсивность происходящего и степень эмоциональности.

В отличие от репортажа, в статье метафора может не только упрощать сложные мысли, но и связывать несколько идей воедино, адаптируя их для читателя, облегчать понимание. Также метафора особенно удобна для формирования оценки, ее использование позволяет сделать аргументы убедительнее.

Гипербола здесь в основном выполняет более практическую функцию – выделительную, акцентируя внимание на ключевой мысли, помогает лучше ориентироваться в тексте и структурировать его, также для поддержания какого-либо аргумента, так что ее использование достаточно контекстуально.

Эпитет имеет характерологическую функцию, здесь они более фактоцентричны и аналитические: уточняют, проясняют ситуацию, подчеркивают факты. В статьях они менее эмоциональны и образны.

Таким образом, функционирование тропов в статьях и репортажах имеет свои особенности. В статьях они более структурированы, по большей части выступают в качестве эффективного коммуникативного инструмента, а в репортаже, как правило, определены стремлением к эстетической выразительности и экспрессивности.

Анализ различных жанров газетной публицистики, таких как репортаж и статья, показал, что тропы помогают не только передать информацию, но и используются в качестве инструмента воздействия. Их выбор предопределен в качестве средств экспрессивного воздействия.

Кроме того, было установлено, что тропы могут выполнять различную функцию в зависимости от контекста: они могут как обострять противоречия в передаче и восприятии информации, так и смягчать их.

Мы также отметили, что уровень и стиль использования тропов может варьироваться в зависимости от аудитории, для которой ориентирован материал. Для преодоления книжности газетного языка используются сниженные и нелитературные лексические единицы, а также иронически-агрессивный стиль. Помимо этого, в репортажах с их стремлением к точности в обозначении понятийных категорий, фактоцентричности и

строгости повествования нередко можно встретить терминологическую лексику и неологизмы.

Использование тропов помогает реализовать определенное намерение автора. Авторская интенция может заключаться в придании тексту свежести и новизны, что можно считать реализацией функции модернизации, присущей тропам.

Тропы в газетной публицистике являются средствами выражения оценочности. Средствами имплицитной оценочности в нашей работе являются в первую очередь метафоры, затем – гиперболы и эпитеты.

Исследование функционирования тропов в газетной публицистике имеет значительный потенциал для дальнейшего изучения. Будущие исследования могут сфокусироваться на сравнительном анализе тропов в различных медиатекстах или на их роли в других жанрах журналистики, а также на влиянии тропов на восприятие аудитории различных публицистических текстов.

Таким образом, тропы являются важным средством, обеспечивающим многогранность и глубину газетной публицистики, способствуя не только передаче информации, но и формированию эмоционального отклика читателя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алфаки С.К. О сравнении как средстве образной интерпретации действительности [Электронный ресурс] // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология: Электрон. научн. ж. – 2022. – №1. – С. 102.-110. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-sravnenii-kak-sredstve-obraznoy-interpretatsii-deystvitelnosti/viewer> (Дата обращения: 24.12.2024).
2. Бобровская Г.В. Дискурсивная обусловленность гиперболизации в публицистике и рекламе [Электронный ресурс] // Известия ВГПУ: Электрон. научн. ж. – 2010. – №6 – С. 61-65. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnaya-obuslovlennost-giperbolizatsii-v-publitsistike-i-reklame/viewer> (Дата обращения: 24.12.2024).
3. Богданова Л.И. Стилистика русского языка и культура речи: Лексикология для речевых действий: Учебное пособие. – М.: Наука, 2011. – 80. с.
4. Волобуев И.В. Эпитет в рекламном слогане на основе русского и английского языков [Электронный ресурс] // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение: Электрон. научн. ж. – 2013. – №2(121). – С. 46-49. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/epitet-v-reklamnom-slogane-na-osnove-russkogo-i-angliyskogo-yazykov/viewer> (Дата обращения: 24.12.2024).
5. Валгина Н. С. Теория текста: Учебное пособие / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280 с.
6. Виноградов С. И. Язык газеты в аспекте культуры речи / С. И. Виноградов, Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяева. – М.: Наука, 1996. – 309 с.
7. Волкова В.Н. Зона синкретизма гиперболы в русскоязычных информационных текстах [Электронный ресурс] // Проблемы истории, филологии, культуры: Электрон. научн. ж. – 2013. – №3(41). – С.249-256. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zona-sinkretizma-giperboly-v-russkoyazychnyh-informatsionnyh-tekstah/viewer> (Дата обращения: 31.12.2024)

8. Веселовский А.Н. Историческая поэтика. / А.Н. Веселовский. – М.: Высшая школа, 1989. – 406 с.
9. Воронцова Т. А. Основы стилистики: Учебное пособие. – Ижевск: ЧГУ, 2008. – 116 с.
10. Гак В.Г. Эмоции и оценка в структуре высказывания и текста / В.Г. Гак // Вестник Московского университета. Филология. – 1997. – № 3. – С. 14-17.
11. Гак В.Г. Языкознание и другие науки. Язык, орудие, товар / В.Г. Гак // Языковые преобразования. – М.: Изд-во Школа «Языки русской культуры», 1998. – С. 162-178.
12. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология: Монография / В.Г. Гак. – М.: «Международные отношения», 1977. – 266 с.
13. Гаспаров М.П. Фигуры стилистические. Литературная энциклопедия терминов и понятий 2001. С. 356-357.
14. Дрога М.А., Фуникова С.В. стилистические функции тропов в современном газетном тексте / М.А. Дрога, С.В. Фуникова // Известия высших учебных заведений. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – Т.7, №4. – С. 280-284. – EDN XEGHGX.
15. Евгеньева А.П. Малый академический словарь. – М.: Институт русского языка Академии наук СССР, 1957-1984. – 1596. с. – URL: <https://rus-academic-dict.slovaronline.com/> (Дата обращения: 09.01.2025).
16. Жирмунский В.И. Теория литературы: Поэтика, Стилистика: Учебное пособие. – Л.: Наука, 1977. – 404 с.
17. Зайцева С.В. Эпитеты как элемент игрового стиля [Электронный ресурс] // Advanced Engineering Research (Rostov-on-Don): Электрон. научн. ж. – 2009 – №3 – С. 46-50 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/epitety-kak-element-igrovogo-stilya/viewer> (Дата обращения: 09.01.2025).
18. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: Учебное пособие / Е.Н. Зарецкая. – М.: Изд-во Флинта: Наука, 2003. – 642 с.
19. Ильин О.И. Гиперболы Маяковского [Электронный ресурс] // Известия Саратовского университета. Новая серия: Электрон. научн. ж. – 2021 – №3 –

- С. 347-362 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/giperboly-mayakovskogo/viewer> (Дата обращения: 26.01.2025).
20. Ковалевская Е.В. Метафора и сравнение в публицистическом тексте // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. Серия: «Филология». – 2009. – № 3. – С. 80-85.
21. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики: Учебное пособие. – М.: МГУ, 1999. – 267 с.
22. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров: Учебник для студентов высших учебных заведений / Л.Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста, Санкт-Петербург: Общество "Знание", 2000. – С. 125-167.
23. Клушина Л.И. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Под ред. М.Н. Володиной. Раздел "Общие особенности публицистического стиля". – М.: МГУ, 2003. – 289 с.
24. Культура русской речи: Энциклопедический словарь – справочник / Иванов Л.Ю., Сковородников А.П., Ширяев Е.Н. – М.: Флинта, Наука, 2003. – 840 с.
25. Ляпун С.В. Метафорическая оценочность в аналитическом газетном тексте [Электронный ресурс] // Вестник ТГУ: Электрон. научн. ж. – 2008 – №7 (63) – С. 141-146. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metaforicheskaya-otsenochnost-v-analiticheskom-gazetnom-tekste/viewer> (Дата обращения: 24.12.2024).
26. Ляпун С.В. Новые подходы к классификации газетных жанров в теории и практике журналистики [Электронный ресурс] // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2. Филология и искусствоведение: Электрон. научн. ж. – 2011. – №4 – С. 72-76 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-podhody-k-klassifikatsii-gazetnyh-zhanrov-v-teorii-i-praktike-zhurnalistiki/viewer> (Дата обращения: 03.01.2025).
27. Латул В.А. Стилистические особенности газетного, журнального стилей в английских средствах массовой информации // Проблемы и перспективы

- повышения качества образовательных услуг на основе инноваций: региональный аспект: Материалы и доклады межрегиональной научно-практической конференции / Латул. В.А. – Армянск: Институт педагогического образования и менеджмента (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», 2018. – С. 66-69.
28. Литературная энциклопедия / Лебедев-Полянский П. И., Нусинов И. М.; Гл. ред. В. М. Фриче, А. В. Луначарского. – М.: Изд-во Коммунистической академии, Советская энциклопедия, Художественная литература, 1929-1939. – 824 с.
29. Машарипова Т.Ж. Публицистика и литература: общие и отличительные особенности // Вестн. Моск. ун-та сер. 10, Журналистика. – 2014. – № 2. – С. 130 – 149
30. Маслов Ю.С. Введение языкознание: Учебное пособие / Ю.С. Маслов. – М.: Изд-во Высшая школа, 1987. – 11с.
31. Москвин В.П. Тропы и фигуры: параметры общей и частных классификаций // Филологические науки. – 2002. – №4. – С.75 - 85.
32. Москвин В.П. Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры: Общие и частные классификации: Терминологический словарь. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 376 с.
33. Максимов В.И. Стилистика и литературное редактирование / под ред. проф. Максимова В.И – 3-е изд, перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2007. – 653 с.
34. Николюкин А.Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий / под. ред. М.Л. Гаспаров, С.И. Кормилов, А.Е. Махов, В.М. Толмачев, Е.А. Цурганова, Г.В. Якушева. – М.: НПК: «Интелвак», 2001 – 1596 с. URL: https://biblio.imli.ru/images/abook/teoriya/Literaturnaya_entciklopediya_terminov_i_ponyatij._2001.pdf (Дата обращения: 31.12.2024).
35. Никитина С.Е., Васильева Н.В. Экспериментальный системный толковый словарь стилистических терминов. – М.: Искусство, 1996. – 354 с.

36. Назар Р.Н., Гапонова Т.Н. Статус и структурно-композиционные особенности репортажа в современной публицистике [Электронный ресурс] // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики: Электрон. научн. ж. – 2015 – №4(18) – С. 11-14 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/status-i-strukturno-kompozitsionnye-osobennosti-reportazha-v-sovremennoy-publitsistike/viewer> (Дата обращения: 31.12.2024).
37. Омуралиева А.И. Жанры аналитической публицистики [Электронный ресурс] // Вестник КалмГУ: Электрон. научн. ж. – 2014 – №3(23) – С. 76-80 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-analiticheskoy-publitsistiki/viewer> (Дата обращения: 08.01.2025).
38. Опарина Е.О. Жанры современных СМИ: стилистические особенности и языковые средства [Электронный ресурс] // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература: Электрон. научн. ж. – 2020 – №4 – С. 127-135 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-sovremennyh-smi-stilisticheskie-osobennosti-i-yazykovye-sredstva/viewer> (Дата обращения: 09.01.2025).
39. Попов Д. В. Выразительные средства в публицистическом тексте [Электронный ресурс] // Вестник Курганского государственного университета: Электрон. научн. ж. – 2019 – №1 (52). – С. 146-147. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyrazitelnye-sredstva-v-publitsisticheskom-tekste/viewer> (Дата обращения: 31.12.2024).
40. Покровская Е.В. Понимание современного газетного текста и его языковые характеристики: Специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Покровская Евгения Васильевна; государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. – Москва, 2004 – 43 с. – Текст: непосредственный.
41. Ричардс А.А. Философия риторики [Электронный ресурс] // Русский филологический портал – 1990 – С. 44-67 – URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/richards-90.htm> (Дата обращения: 31.12.2024)

- 42.Реформатский А.А. Введение в языкознание: Учебное пособие / А.А. Реформатский. – М.: Изд-во Аспект Пресс, 1996. – С. 12-14.
- 43.Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка: Учебное пособие – М.: Искусство, 2002. – С. 34-36.
- 44.Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М. Н. Кожина. – М.: Флинта, 2001. – 696 с.
- 45.Сковородников А.П. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе [Электронный ресурс] // Политическая лингвистика: Электрон. научн. ж. – 2012 – №3 – С. 36-41. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-manipulyativnogo-rechevogo-vozdeystviya-v-rossiyskoj-pressе/viewere> (Дата обращения 31.12.2024).
- 46.Сычева В.О. Основные особенности газетно публицистического стиля [Электронный ресурс] // Форум молодых ученых: Электрон. научн. ж. – 2018 – №12-3 (28). – С. 1519-1523. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-osobennosti-gazetno-publitsisticheskogo-stilya/viewer> (Дата обращения: 31.12.2024).
- 47.Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов / Розенталь Д.Э., Теленкова М.А – 2-е. изд. – М.: Просвещение, 1976. – 357 с.
- 48.Сепир Э. Градуирование // «Новое в зарубежной лингвистике». – М.: Наука, 1985. – 19 с.
- 49.Сковородников А.П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литературного языка. – Томск, 1981. – 59 с.
- 50.Супрун А.Е. Лекции по лингвистике / А.Е. Супрун. – Минск, 1980. – С. 5-12.
- 51.Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] // учебное пособие для вузов / А. А. Тертычный. — 6-е изд. — М.: Аспект Пресс, 2017. — 320 с. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/80660.html> (дата обращения: 05.12.2024).

- 52.Тупицына И.Н., Скороходова Е.Ю. Природа метафоры и ее использование в современной российской прессе // Вестник Челябинского государственного университета, 2009 – № 22. – С. 108-114.
- 53.Шалыгин А.Г. Теория словесности и хрестоматия. / А. Шалыгин. – Пятигорск: Изд-во Пятигорского ун-та, 1916. – 283 с.
- 54.Шейгал Е.И. Градация в лексической семантике: Учебное пособие к спецкурсу / Е.И. Шейгал. – Куйбышев: КГПИ, 1990. – 95 с.
- 55.Щербаков А.В. Градация как стилистическая фигура: специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Щербаков Андрей Владимирович; Вестник Российской риторической ассоциации. – Красноярск, 2004 – 24 с. Текст: непосредственный.
- 56.Щур В.В. Тропы и стилистически окрашенные слова как средства создания экспрессивности газетных заголовков [Электронный ресурс] // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики: Электрон. научн. ж. – 2014 – №12. – С. 1-5 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tropy-i-stilisticheski-okrashennye-slova-kak-sredstva-sozdaniya-ekspressivnosti-gazetnyh-zagolovkov/viewer> (Дата обращения: 31.12.2024).
- 57.Ян Цин Функции стилистических фигур в публицистическом тексте // Институт гуманитарных наук и искусств Департамен «Филологический факультет» Кафедра риторики и стилистики русского языка, 2015 – 85 с.