

The article deals with the peculiarities of using intensifiers in oral speech of young people from England, the USA and Russia, examples of the main tendencies in their usage are provided.

Key words: *youth discourse, oral speech, intensifiers, adverbs.*

Об авторе:

ШАНДЕЦКАЯ Юлия Николаевна – магистр гуманитарных наук, старший преподаватель кафедры иностранной филологии Костанайского государственного университета им. А.Байтурсынова, e-mail: utu_3@mail.ru

УДК 81'26

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ГАЗЕТНОГО СТИЛЯ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Р. А. Шашков

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Статья посвящена изучению основных особенностей газетного стиля Великобритании, также рассматриваются лексико-стилистические и грамматико-синтаксические особенности английских заголовков и их функционирование.

Ключевые слова: *публицистический стиль, англоязычная пресса, заголовок, аллитерация, эллипсис, межкультурная коммуникация.*

Зарождение английской газеты датируется XVII веком. Самым первым периодическим изданием в Англии стала газета «The News of the Present Week», которая впервые была издана в мае 1622 г. [Гальперин 1958]. Первые английские газеты служили в первую очередь для передачи информации, и различные виды рубрик появились значительно позже. Тем не менее, уже в середине XVIII в. британская газета была очень похожа на современные газеты: в неё входили иностранные и отечественные новости, рекламные объявления, а также объявления и статьи, содержащие комментарии.

Газетный стиль – это один из подстилей публицистического стиля, который применяется для информирования, просвещения и развлечения читателей. Информация, сообщаемая в газете, предназначена не для узкого круга специалистов, а для широких слоёв общества, причём воздействие направлено не только на разум, но и на чувства адресата. Однако не все печатные материалы, найденные в газетах, подпадают под определение газетного стиля. Только материалы, выполняющие функцию информирования читателя и дающие оценку опубликованной информации можно отнести к газетному стилю. Стиль английской газеты можно определить как систему взаимосвязанных лексических, фразеологических и грамматических средств [Наер

1981], которые воспринимаются сообществом как отдельное лингвистическое единство, которое служит цели информирования и инструктирования читателя. Основной особенностью газетного стиля является совмещение логической аргументации и эмоциональной оценки. Информация в английской газете передаётся с помощью кратких новостей, докладов для прессы, чисто информативных статей, объявлений и рекламы.

Выделяется три вида газет. Первый вид называется широкоформатной газетой. Примерами такого вида газеты могут послужить такие издания, как *the Telegraph, the Independent, the Times* и *the Guardian*.

Второй вид газет называется *middle-range tabloid* и его примерами могут послужить *the Express* и *the Daily Mail*.

Последний вид газет – это жёлтая пресса (малоформатная газета, печатающая в основном сенсационный материал и уделяющая очень мало места текущим политическим событиям), примерами которой могут послужить *the Sun, the Mirror, the Star*.

Следует отметить, что новости также подразделяют на два вида: *hard news* (серьёзные новости) и *soft news* (новости развлекательного содержания). Стил *hard news* предполагает сухое и отстранённое изложение фактов, деталей, цифр, сообщений. Личное отношение автора не допускается, в то время как стил *soft news* апеллирует к эмоциональному, а не фактографическому восприятию информации. С точки зрения подачи фактуры формат *soft news* более свободен в плане композиции. «Художественное» донесение материала выходит на первый план, иногда даже заслоняя (при плохом исполнении) информационную суть [Мирошниченко 2012].

В течение многих лет газеты были одним из основных источников информации, и благодаря их доступности в Интернете они остаются востребованными и в наше время. Язык, который мы видим на страницах газет, довольно своеобразен, и далее мы перечислим некоторые из присущих ему особенностей.

К морфологическим особенностям газетного стиля относят частое использование неличных глагольных форм (*'Bullish Brexitism' taken by the horns*), а также опущение артиклей (*Passengers saying it was like something out of Titanic*), вспомогательных глаголов (*Delight by a Welsh wonder*) и местоимений (*Nothing better than going for a walk on the beach*).

Среди синтаксических особенностей выделяют использование безличных предложений (*Looks like thunder*), эллиптических конструкций (*Delighted!*), вопросительных предложений (*What's keeping you chubby?*), инфинитивных конструкций (*What's the one change that's worked for you to tackle sleep problems?*) и атрибутивных групп (*Catharine's Inquisition*).

К лексическим особенностям относят использование специальных политических и экономических терминов (*apartheid, by-election*), использование газетных клише (*vital issue, well-informed sources*), клише (*captains of industry, pillars of society*), аббревиатур (*PM, NATO*), неологизмов (*glasnost, Gorbyma-*

nia).

Можно также говорить и об определенных языковых особенностях функционирования заголовков. К стилистическим особенностям функционирования газетных заголовков относится использование таких средств, как:

1. Аллитерация – повторение согласных в художественном тексте, имеющее текстообразующее значение [Жеребило 2010].

Welsh Win World.

US Cuts Find Few Friends.

2. Рифма – созвучие в окончании двух или нескольких слов.

Back in the Outback.

Dirty Dealing in Cleaning.

3. Аллюзия – стилистическая фигура, выражение, намёк посредством сходнозвучающего слова или упоминания общеизвестного факта [Розенталь 1976].

From Russia Without Love.

4. Эпитеты – определение при слове, влияющее на его выразительность, красоту произношения. Выражается преимущественно именем прилагательным, но также наречием («горячо любить»), именем существительным («веселья шум»), числительным («вторая жизнь») [Жеребило 2010].

I'm Dead Angry With My Ban.

No More Nagasaki's' Call.

5. Метафоры – перенос названия с одного предмета (явления, действия, признака) на другой на основе их сходства [там же].

Hope Fades with Every Hour.

6. Метонимия – замена слова другим на основе связи их значений по смежности [там же].

Greenham Goes to Moscow (British women peace fighters from Greenham Common have returned from the recent world congress in Moscow with some positive images of Russia).

К грамматическим особенностям функционирования газетных заголовков относят:

1. Использование настоящего времени для передачи событий, произошедших в прошлом;

Columbus Discovers New Route to India.

2. Использование «to» для передачи будущего времени;

Sun to Burn Out In 6 Billion Years.

3. Опускание артиклей;

Cow Jumps over Moon;

Dog Watches, Laughs

4. Использование запятой вместо союза «and»;

Jack, Jill Fall from Hill.

5. Для передачи чьих-либо слов используется двоеточие;

Galileo: - I Confess Earth Stays Still.

6. Числа всегда передаются цифрами.

Virgil Guides Dante Past 9 Levels of Hell.

Далее мы рассмотрим основные лексические особенности функционирования англоязычных газетных заголовков, к которым относят:

1. Использование коротких синонимичных слов, когда это возможно (Axe вместо *cancel*, *dismiss*, *cut*; *ban* вместо *prohibit*, *prevent*; *bid* вместо *attempt*);

Lego to axe 1,400 jobs.

Trump's latest travel ban.

2. Использование сокращений (*Ad* вместо *advertisement*, *Tech* вместо *technology*, *Info* вместо *information*);

Paddington does not get sworn at in Christmas ad for M&S.

The Tech Continent: Africa's digital renaissance.

3. Использование эвфемизмов (*Explicit* вместо *obscene*; *Regional* вместо *provincial*; *Senior citizen* вместо *old-age pensioner*; *Under-achievers* вместо *children who do badly*; *Disadvantaged*, *unwaged* вместо *poor*).

10 years of Skins: the show that revealed the explicit truth about teenage life.

Disadvantaged children face worse outcomes in some rich areas – report.

Таким образом, анализ основных особенностей газетного стиля и функционирования газетных заголовков свидетельствует о том, что газетному стилю присущи экономия языковых средств, лаконичность изложения при информативной насыщенности, использование общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей (в частности, терминологической лексики) для целей публицистики, использование характерных для данного стиля речевых стереотипов, клише, а также использование изобразительно-выразительных средств языка, в частности стилистических (аллитерация, аллюзия, рифмы, эпитеты, метафоры и т.д.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Изд-во литературы на иностр. языках, 1958. – 459 с.
2. Мирошниченко А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей. ООО «ИД МедиаЛайн», Альпина Паблишер, 2012. – 192 с.
3. Наер В.Л. Функциональные стили английского языка: (Анализ) / Сост. В. Л. Наер. – М.: МГПИИЯ, 1981. – 122 с.
- ЭНЦИКЛОПЕДИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ
4. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов / Т.В. Жеребило. Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
5. Розенталь Д.Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1976. – 399 с.

THE NEWSPAPER STYLE PECULIARITIES OF GREAT BRITAIN

R. A. Shashkov

Southern Federal University, Rostov-on-Don

This article is devoted to the study of the British newspaper style; it examines its main features, as well as the lexical, grammatical and syntactical features of English newspaper headings and their functioning.

Key words: *journalistic style, language of the English press, headline, alliteration, ellipsis, interlingual communication.*

Об авторе:

ШАШКОВ Родион Алексеевич – магистрант Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета, *e-mail*: shashkov@sfedu.ru.