

## КАТЕГОРИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ И СРЕДСТВА ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В ПРАВОСЛАВНЫХ МЕДИА

© 2024

*М.В. Беликова*, учитель русского языка и литературы<sup>1</sup>, студент<sup>2</sup>

*МБОУ «Гимназия № 9»<sup>1</sup>, г. Тольятти (Россия)*

*Поволжская академия образования и искусств имени Святителя Алексия,  
митрополита Московского<sup>2</sup>, г. Тольятти (Россия)*

**Ключевые слова:** СМИ в интернете; православные медиа; автор; средства речевой экспрессии; языковая экспрессия; синтаксическая экспрессия; категория экспрессивности.

**Аннотация.** С развитием интернета и усилением конкуренции в сфере СМИ журналисты и авторы текстов всё чаще прибегают к разнообразным приемам речевой выразительности, стремясь сделать свои материалы более яркими, заметными и привлекательными. Переход в интернет-пространство характерен не только для традиционных средств массовой информации, но и для православных медиа, ведь их читатели также пользуются интернетом. В статье анализируются средства языковой экспрессии, используемые в текстах интернет-СМИ православного характера. В ходе исследования были рассмотрены различные стилистические приемы, которые способствуют улучшению понимания и восприятия текстов аудиторией.

В современном мире интернет-СМИ стали играть ключевую роль, которая сопоставима с влиянием печатных изданий прошлого. Более того, развитие технологий позволило им выйти на новый уровень и даже превзойти традиционные медиа. Это стало возможным благодаря переходу информационных ресурсов в интернет-пространство и упрощению доступа к ним. Теперь, чтобы оставаться в курсе актуальных новостей, не нужно покупать газеты или журналы – достаточно лишь иметь доступ в интернет на смартфоне.

Перед аудиторией, представленной множеством интернет-медиа, возникает закономерный вопрос о предпочтениях при выборе. Когда человек имеет большой выбор похожих товаров, он часто теряется и выбирает либо тот, который он уже знает, либо самый доступный (тот, который появляется первым в ленте новостей), как наиболее простой способ получения информации. В связи с этим современные авторы текстов вынуждены использовать различные методы и приемы для привлечения аудитории. Журналисты активно применяют различные способы, чтобы сделать свои тексты интересными и привлекательными для читателей. Это позволяет не только обеспечить информативность и полезность материалов, но и привлечь внимание наибольшего числа читателей.

Все вышеперечисленное относится и к религиозным медиа, поскольку они функционируют в одной системе с традиционными СМИ. Их читатели тоже являются обладателями смартфонов, и им также удобно читать новости или интересующую информацию на православную тематику в сети Интернет.

Одним из способов увеличить читабельность текста, его востребованность у аудитории, а также способность привлекать новых читателей к определенному средству массовой информации служит использование различных средств языковой экспрессии. Явление языковой экспрессии в текстах СМИ является актуальным для изучения по нескольким причинам. Рассмотрим их.

**1. Влияние на общественное мнение.** Экспрессивные выражения в текстах масс-медиа могут оказывать значительное влияние на восприятие аудиторией информации, формируя определенные взгляды и настроения.

**2. Воздействие на культуру и социальные нормы.** Язык, используемый в СМИ, может задавать нормы и

формировать определенные культурные ценности, что делает его важным инструментом воздействия.

**3. Создание имиджа и репутации.** Экспрессия в текстах может помочь создавать положительный имидж бренда или личности, а также вызывать определенную реакцию у аудитории.

**4. Отражение социальных и политических изменений.** Явление экспрессии в языке СМИ может отражать изменения в общественном мнении, настроениях и политической обстановке.

**5. Образование и обучение.** Изучение языковой экспрессии может способствовать развитию навыков критического мышления, анализа и интерпретации текстов, что является важным аспектом современного образования.

**6. Понимание процессов коммуникации.** Исследование экспрессивных средств языка в СМИ помогает понять, как происходит коммуникация между обществом и средствами массовой информации, а также между различными группами внутри общества.

Актуальность изучения темы также подтверждается и тем фактом, что в последнее время развитие православных медиа получило новый виток в связи с переходом религиозного поля в интернет-пространство: телевидение в том числе и онлайн-трансляции церковных праздников, сайты религиозных телеканалов в интернете и православные форумы.

Объектом исследования научной статьи послужили тексты православных медиа. Предметом – категория экспрессивности и средства ее реализации в текстах православных медиа.

Перед изучением православного медиадискурса мы предполагали, что религиозные медиа так же, как и остальные, на регулярной основе используют средства речевой экспрессивности по ряду причин, главная из которых состоит в повышении читабельности текста, его привлекательности для аудитории и способности привлекать новых читателей к конкретному СМИ. Таким методом может послужить использование различных средств языковой выразительности. В контексте внимания аудитории и включения подтекста авторы текста используют различные лингвистические средства и методы. Этот процесс также включает в себя определенную

игру со словами (языковая экспрессия), которая предполагает использование специфических стилистических приёмов, креативных метафор, уникальных сравнений и ярких эпитетов. Более того, использование различных языковых средств, таких как синонимия, антонимия, паронимия и многозначность, способствует улучшению понимания и восприятия текста аудиторией.

#### **Категория экспрессивности. Понятие**

К изучению понятия экспрессивности подходили многие ученые, зачастую связывая явление языковой экспрессии с функциональным аспектом языка. Так, исследователь Е.Н. Воробьева обращает внимание на экспрессивную функцию языка, которая является одной из основных функций языкового знака. Эта функция заключается в способности выражения эмоционального состояния говорящего и его субъективного отношения к предметам и явлениям окружающей действительности. Исследователь подчеркивает, что экспрессивная функция играет важную роль в коммуникации, так как она позволяет участникам общения передавать свои эмоции, чувства и оценки. Это, в свою очередь, способствует более глубокому пониманию и принятию информации, а также установлению более тесных связей между коммуникантами [2, с. 122].

Ряд лингвистов исследуют категорию экспрессивности, анализируя единицы лексико-семантического уровня, включая лексемы и лексико-семантические варианты слов. К примеру, Н.А. Лукьянова выдвигает гипотезу о том, что экспрессивные возможности часто ассоциируются с определенными лексико-семантическими вариациями полисемичных слов при вторичной номинации [4, с. 12].

В.И. Шаховский, автор статьи «О разграничении экспрессивности и эмоциональности как семантических категорий лингвистики», предлагает разграничить понятия экспрессии и эмоций [10, с. 20].

Ряд ученых, в числе которых О.В. Загоровская, О.И. Блинова и З.П. Никулина, акцентируют внимание на значимости эмоциональных и оценочных составляющих в семантической структуре слов для дифференциации изобразительных и экспрессивных компонентов языка [3, с. 18].

Таким образом, экспрессивность в русском языке является не только набором лингвистических инструментов и методов, которые используются для увеличения выразительности и эмоциональной окраски высказывания, но также одной из функций языкового знака, заключающейся в способности выражения эмоционального состояния говорящего и его личного отношения к определенным предметам и явлениям действительности. Языковая экспрессия составляет лексическое и смысловое значение языковой единицы, связана с представлениями говорящего, предполагает наличие референта и обязательно выражает намерения автора, осуществляя воздействующую функцию текста.

#### **Типология экспрессивных средств**

Для более глубокого понимания средств экспрессивности необходимо рассмотреть их типологию, используемую современным научным сообществом. Н.В. Черникова выделяет наиболее распространенные приемы экспрессивного синтаксиса:

- повторы;
- парцелляция;
- вставные конструкции;
- риторические обращения;

- восклицательные предложения;
- вопросительные предложения [9, с. 31].

В.Д. Стариченок предлагает разделять стилистические приемы на:

- 1) фигуры прибавления (анафора, эпитофа, градация и другие);
- 2) фигуры убавления (зевгма, эллипсис, силлепсис и другие);
- 3) фигуры расположения, перемещения (инверсия, параллелизм и другие) [7, с. 579].

Отдельно от этих трех групп автор выделяет и другие средства создания экспрессии, к которым относит знаки препинания (восклицательный знак, вопросительный знак, многоточия, тире), разделение на абзацы, разнообразные графические приемы (курсивное начертание, подчеркивание, выделение разрядкой), эмфаза, риторические восклицания, обращения и вопросы, вставные элементы (уточнения, комментарии, дополнительные сведения), а также парцелляция.

#### **Православные медиа. Характеристика**

Поскольку православные медиа, как и любые другие средства массовой информации, существуют в одной и той же системе, они должны функционировать в соответствии с общепринятыми законами взаимодействия с аудиторией. Это означает, что борьба за внимание читателей и стремление сделать текст более понятным и близким аудитории остаются главной задачей авторов текстов, включая православные медиа, работающие в интернете.

Для нашего анализа категории экспрессивности и средств ее реализации в православном медиа мы решили обратиться к одним из самых популярных ресурсов религиозного содержания: «Азбука веры», «Предание.ру» и «Правмир».

«Правмир» – это авторитетное общественно-социальное интернет-издание федерального значения, работающее с 2004 года и систематически освещающее социальные проблемы, моральные, духовные аспекты жизни, культурные, семейные ценности и сложности жизни человека и общества. Ежемесячная аудитория сайта составляет около 6 миллионов уникальных пользователей [5].

«Азбука веры» – это портал, созданный в 2005 году. Сайт содержит около 40 тысяч статей, 5 тысяч словарных статей и 2,5 тысячи аудио- и видеофайлов. Раздел новостей не является основным разделом портала, поскольку его создателей больше интересуют духовные аспекты жизни, церковные праздники и толкование Библии. Ежемесячная посещаемость составляет более 4,5 млн. уникальных читателей [1].

«Предание.ру» – это интернет-портал, работающий с 2005 года и содержащий информационные и новостные материалы, который является официальным веб-сайтом благотворительного фонда «Предание». В новостной ленте, помимо новостей о фонде, представлены материалы на важные социальные и духовные темы: от осуждения различных святых и их жизненных историй до анализа современных сериалов и музыки и ее влияния на сознание человека. Ежемесячная аудитория составляет более 900 тыс. уникальных читателей [6].

Средства реализации категории экспрессивности в православных медиа

При подробном анализе выяснилось, что все анализируемые медиа прибегают к использованию риторических вопросов в своих материалах. Например: «Что

происходит, когда песню, изначально исполненную мужчиной, поет женщина?» (в материале «Altera pars: женщины поют мужские песни» на портале «Предание.ру») или «Смартфон усиливает нашу склонность к прокрастинации?» (в материале «Три вещи, которые нужно знать каждому взрослому» на портале «Правмир»). В первую очередь, конечно, такое внимание к данному средству экспрессии объясняется наиболее простым способом привлечения внимания аудитории, ведь предполагается, что человек, задававший себе подобный вопрос, увидев его на просторах сети Интернет, с большей вероятностью перейдет к материалу публикации и начнет его изучать.

Еще одно средство выражения экспрессии в текстах, к которому склонны все три анализируемые медиа, – это различные графические обозначения текста – курсив, жирный шрифт, частая смена цвета в одном материале, необычное деление на абзацы, которое подчеркивается либо особенной цветной чертой («Правмир», «Азбука»), либо вообще выносится на фон, отличный от основного фона статьи («Предание.ру»). Использование графических особенностей текста объясняется желанием авторов выделить основную мысль или цитату человека, а также подчеркнуть начало новой темы в тексте, если статья, например, имеет большой объем. Все эти паралингвистические средства (курсив, жирный шрифт, креативное членение) позволяют сориентировать читателя в материале публикации, обозначив для него ключевые в смысловом отношении подтемы, и тем самым сделать текст более понятным для аудитории.

Не стали исключением для православных медиа и тропы. Так, например, издание «Правмир» предпочитает использовать гиперболу и сравнения в своих материалах. Просмотр новостной ленты авторы сравнивают с дофамином и ловушкой для мозга: «Да, можно и так называть. Ловушка для мозга и легкий дофамин от эффекта присутствия – именно это дает скроллинг и зависание в новостях» или «Вы назвали гаджет чем-то доступным, как конфета в вазочке. Руку протянул – съел» (в материале «Три вещи, которые нужно знать каждому взрослому» на портале «Правмир»). Сравнивая использование гаджета с дофамином и конфетами, называя его ловушкой для мозга, журналисты делают информацию материала более понятной и доступной для читателей. С помощью сравнений они могут описать сложные идеи и понятия, а также создать яркие образы, которые помогают лучше запомнить информацию.

Гиперболизируют чаще всего социальные темы, например «ребенок весь в гаджетах» или «доступность 24 на 7». Первый троп позволяет привлечь внимание читателя, а второй – лучше понять идею автора, который высказывает свою озабоченность тотальной вовлеченностью ребенка в социальные сети.

Портал «Азбука» зачастую использует интертекст, даже в новостных материалах. Так, один из заголовков раздела новостей про число верующих в России носит название «верю – не верю», заставляя читателя вспомнить известную игру. В материале («ВЦИОМ провел опрос о верованиях Россиян» на портале «Азбука») представлены подробные результаты опроса в процентном соотношении, журналисты поясняют, сколько россиян верят в сверхъестественные силы, а сколько – нет, при этом уточняя их характеристики (наличие высшего образования, половая принадлежность, материальное положение). «Верю – не верю» после прочтения текста становится понятной отсылкой, игрой слов, потому что в ма-

териале в прямом смысле говорят о количестве людей, которые верят, и их антагонистах. Интертекстуальность позволяет сделать текст более притягательным и понятным аудитории.

Этот же портал в заголовках использует риторические восклицания – «Даю установку!» (в материале «ВЦИОМ провел опрос о верованиях Россиян» на портале «Азбука») и олицетворения – «Звезды говорят...». В последнем заголовке, кстати, отмечается и многоочие, которое можно идентифицировать как прием умолчания – намеренного недоговаривания, позволяющий журналисту усечь предложение для привлечения внимания читателя и активизации его мыслительной деятельности.

Помимо всех вышеперечисленных средств, используемых православными медиа, мы можем отметить сопровождение каждой новости на каждом информационном портале фотографией. Это тоже отличительный признак интернет-пространства, которое заставляет привлекать внимание аудитории не только полезным, информационно насыщенным и интересным текстом, но и визуальными характеристиками.



Рис. 1

Например, на портале «Правмир» в материале «Преступление на Казани» и 30 любовниц Пушкина. Смешные ошибки в сочинениях на ЕГЭ» (рис. 1) журналисты иллюстрируют текст с помощью совмещения усердно работающего над сочинением ребенка и улыбающихся на заднем фоне писателей, подчеркивая абсурдность некоторых высказываний детей в сочинениях, которые плохо знают отечественную литературу.

Такие фотографии и картинки не только привлекают внимание читателя, но и остаются в памяти, а значит, воздействуют на сознание читателя и заставляют его помнить, на каком портале он прочитал новость, что в дальнейшем может позволить ему вернуться к данному portalу за свежей подборкой новостей.

И последнее, что удалось найти – молодежный сленг и просторечия, которые авторы православных медиа используют в своих текстах, чтобы не только привлечь внимание аудитории, но и приблизить их к себе, обеспечить более полное понимание текста, некоторую доверительность или даже интимность разговора между читателем и журналистом. Так, в материалах портала «Правмир» регулярно появляются слова «скроллить», «чатик», «зависат», «лайфхак» и другие. Например, в материале «Правмира» под названием «Надоело это

«ну щас», и я выдернула шнур». Что могут родители, если ребенок завис в смартфоне» или «Постоянно прокрастинирую – то ли работаю, то ли в чатах зависаю, к вечеру ничего не сделано» (в материале «Три вещи, которые нужно знать каждому взрослому» на портале «Правмир»). Такой подход к использованию просторечий и молодежного сленга способствует установлению более тесного контакта с молодой аудиторией, обеспечивая более глубокое понимание ими представленного материала. Кроме того, сниженная лексика может создать атмосферу доверия или даже создать ощущение личной беседы между читателем и автором.

#### ВЫВОДЫ

В заключение необходимо сделать выводы об использовании православными медиа средств языковой выразительности. Проведя подробный анализ информационных ресурсов, представленный выше, мы можем сделать вывод, что православные СМИ, функционирующие в интернет-пространстве наравне с остальными медиа, подобно другим участникам медийного рынка, активно применяют средства языковой экспрессии для привлечения внимания аудитории.

Языковая экспрессивность выражается в текстах православных медиа по-разному: это включает в себя использование метафор, сравнений, олицетворений, риторических вопросов и восклицаний, а также эксперименты с курсивом, разрядкой, шрифтами, и даже современный, молодежный сленг.

Все эти приемы направлены на то, чтобы сделать текст более понятным и приемлемым для аудитории, увеличивая тем самым вероятность ее положительной реакции и охваты текста.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азбука: официальный сайт. М. URL: <https://azbyka.ru/>
2. Воробьева Е.Н. Экспрессивная функция языка: системный обзор // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. №. 1. С. 119–126.
3. Загоровская О.В. Образный компонент в значении слова // Лексические и грамматические компоненты в семантике языкового знака. 1983. С. 16–20.
4. Лукьянова Н.А. О термине экспрессив и о функциях экспрессивов русского языка // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования. 1980. №. 9. С. 3–22.
5. Правмир: официальный сайт. URL: <https://www.pravmir.ru/>
6. Предание : официальный сайт. URL: <https://predanie.ru/>
7. Стариченок В.Д. Приемы экспрессивного синтаксиса // Современный русский литературный язык: учеб. пособие / под ред. В.Д. Стариченка. Минск: Высшая школа, 2012 С. 579–582.
8. Хачецукова З.К. и др. Языковые механизмы экспрессивности: анализ базовых понятий // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 6-1. С. 88–91.
9. Черникова Н.В., Копылова Е.С. Приемы экспрессивного синтаксиса // Наука и образование. 2022. Т. 5. № 2. С. 31.
10. Шаховский В.И. Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантической категории лингвостилистики // Проблемы семасиологии и лингвостилистики. 1975. № 2. С. 3–25.

## CATEGORY OF EXPRESSIVENESS AND MEANS OF ITS IMPLEMENTATION IN ORTHODOX MEDIA

© 2024

*M.V. Belikova*, teacher of Russian language and literature<sup>1</sup>, student<sup>2</sup>

*Gymnasium № 9<sup>1</sup>, Togliatti (Russia)*

*St. Alexis academy of education and arts of Volga region<sup>2</sup>, Togliatti (Russia)*

*Keywords:* Media on the Internet; Orthodox media; author; means of speech expression; language expression; syntactic expression; category of expressiveness.

*Abstract.* With the development of the Internet and increased competition in the media, journalists and text authors are increasingly resorting to a variety of methods of verbal expression, trying to make their materials more vivid, noticeable and attractive. The transition to the Internet space is typical not only for traditional media, but also for Orthodox media, because their readers also use the Internet. The article analyzes the means of linguistic expression used in online media texts. The study examined various stylistic techniques that help improve the understanding and perception of texts by the audience. The authors come to the conclusion about the active and effective use of these means to attract and retain the attention of the audience.