

Д. Чумакова

ВЛИЯНИЕ НА ИМИДЖ ПОЛИТИКА В РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРАХ ГАЗЕТНОГО СТИЛЯ

Английский газетный стиль можно определить, как систему взаимосвязанных лексических, фразеологических и грамматических средств, которые воспринимаются как отдельная лингвистическая единица и служат тому, чтобы информировать и инструктировать читателя. И. Р. Гальперин различает две разновидности газетного стиля: а) стиль газетных сообщений, заголовков и объявлений и б) стиль газетных статей, куда также входят ораторский стиль и эссе.

Англоязычные газеты разделяются на «качественные» и «таблоиды». Качественные газеты ориентированы на аудиторию, имеющую влияние в общественно-политической сфере, в то время как таблоиды ориентированы на каждого, на массовую культуру (Соколова, 2015).

Исследования показывают, что «популярная пресса обладает схожим спектром характеристик, что и качественная, но отличается чрезвычайно насыщенным пластом на морфологическом уровне, где часто встречаются языковые средства выразительности, а также эмоциональная и оценочная лексика с выраженной позицией автора» (Разовенов, 2014).

Проведенный нами анализ газетных сообщений и газетных статей из «качественной» газеты «the Independent» и таблоида «the Mirror» показал, что англоязычные таблоиды в равной степени используют языковые средства создания имиджа (метафоры, эпитеты, анафоры, перечисления, эмоционально окрашенные слова, сравнения) как в газетных сообщениях, так и в газетных статьях. Например.

*«Deputising Dominic Raab boasting his boss is “a fighter” was grotesquely insensitive: thousands of **husbands, wives, fathers, mothers, sons and daughters** didn’t **perish** from lack of **courage** yet some almost **certainly** died who could’ve been saved.»* В данном предложении мы наблюдаем несколько метафор, гиперболу, перечисление, использование формального слова, эмоционально окрашенного с негативной оценкой, слово-усилитель и наконец антитезу – целый арсенал языковых средств для увеличения масштаба фатальных ошибок премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона.

*“Johnson’s **boast** at the beginning on March 3 he was shaking hands with everyone in a hospital, lying it had coronavirus patients, was **the blasé recklessness** of a politician **more worried a lockdown might damage his popularity than doing what was right.**”* Эпитеты, эмоционально окрашенные слова с негативной оценкой, а также антитеза говорят о безответственности Б. Джонсона.

Что касается «качественной» прессы, мы обнаружили, что количество языковых средств создания имиджа в жанре газетных статей в два раза больше, чем в жанре газетных сообщений. Также следует отметить, что вышперечисленные средства преимущественно направлены на создание негативного политического имиджа.