

DOI: 10.18721/JHSS.12104
УДК 81'42

ЭКСПРЕССИВНОСТЬ КАК КРИТЕРИЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЖАНРОВ ПЕРСОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ США

П.П. Глазко

Минский государственный лингвистический университет,
Минск, Республика Беларусь

Рассмотрены особенности актуализации категории экспрессивности в текстовых реализациях жанров блога и колонки в американском медийном пространстве. Категория экспрессивности является одной из наиболее значимых для адекватного понимания и интерпретации современных медиа в контексте технологической конвергенции, ускорения процессов обмена информацией, существенных преобразований жанровой системы, а также возрастающей субъективности. С целью выявления тенденций языковой репрезентации упомянутой выше категории в американском медиадискурсе тексты выборки были подвергнуты лингвостилистическому, контекстуальному и сравнительному анализу. Полученные результаты позволяют утверждать, что жанр блога является более насыщенным экспрессивными языковыми средствами как на лексическом, так и на синтаксическом уровне. Вместе с тем оба рассматриваемых жанра демонстрируют преимущественные сходства с точки зрения прагматических функций используемых в них лексико- и синтактико-стилистических средств. На уровне синтаксиса выявленные приёмы выполняют две основные прагматические функции в дискурсе: функцию акцентуации и функцию диалогизации. Инвентарь лексико-стилистических приёмов реализует объяснительную, обобщающую, композиционную функции, а также функции сокращения дистанции, укрепления доверия и экономии языковых средств. Таким образом, особенности языковой экспликации категории экспрессивности могут служить основанием дифференциации жанров блога и колонки, функционирующих в американском медийном пространстве.

Ключевые слова: экспрессивность, блог, колонка, медиадискурс, стилистический приём, прагматическая функция.

Ссылка при цитировании: Глазко П.П. Экспрессивность как критерий дифференциации жанров персонального дискурса в медийном пространстве США // Общество. Коммуникация. Образование. 2021. Т. 12. № 1. С. 46–55. DOI: 10.18721/JHSS.12104

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

EXPRESSIVENESS AS A CRITERION OF GENRE DIFFERENTIATION IN THE US MEDIA SPACE

P.P. Hlazko

Minsk State Linguistic University,
Minsk, Republic of Belarus

The article deals with the language means of actualization of expressiveness in the genres of blog and column of American media discourse. The category of expressiveness is one of the key categories for adequate understanding and interpretation of modern media and effective cross cultural communication in the context of technological convergence, increased information sharing, significant changes in genre system and accretive subjectivity. To elucidate the trends in representation of the above-mentioned category in the genres of American media space, recently published texts of different authorship were subjected to linguo-stylistic, contextual, and comparative analyses. The study has proved that the genre of blog tends to demonstrate a greater degree of expressiveness at lexical and syntactical levels. Having said that, both the genres are mostly similar from the point of view of the pragmatic functions which

the corresponding stylistic devices perform in American media discourse. Thus, the syntactical devices perform the dialogical function and that of accentuation, whereas lexical devices perform explanatory, distance shortening, compositional, generalizing functions as well as those of enhanced credibility and economy of language. The results of the study indicate that the linguistic peculiarities of expressiveness actualization can be a ground for genre differentiation.

Keywords: expressiveness, blog, column, media discourse, stylistic device, pragmatic function.

Citation: P.P. Hlazko, Expressiveness as a criterion of genre differentiation in the US media space, *Society. Communication. Education*, 12 (1) (2021) 46–55. DOI: 10.18721/JHSS.12104

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

Будучи неотъемлемой характеристикой человеческой коммуникации, языковая экспрессивность уже на протяжении долгого времени привлекает внимание лингвистов. Исследование механизмов и особенностей функционирования экспрессивных средств различных уровней языка, безусловно, оправданно и значимо, поскольку позволяет не только установить закономерности использования выразительного потенциала конкретного языка в зависимости от контекста обмена информацией, но и продвинуться чуть дальше на пути изучения сущности дискурса и таких его свойств, как оценочность, субъектность, модальность и их значения для межличностной и межкультурной коммуникации [1–3]. По этой причине явление экспрессивности рассматривалось с различных ракурсов и в рамках различной исследовательской проблематики: общеметодологических проблем лингвистики [4], выражения субъективности в речевой деятельности [5], лексической семантики [6], стилистического потенциала лексики и синтаксиса [7], лингвистики текста [8].

В контексте «медийного поворота» и дигитализации языка актуальным становится изучение функционирования экспрессивных средств в медийной сфере, с каждым днем приобретающей всё большую популярность в качестве новой коммуникативной платформы и основного источника информации, развлечения и знаний об окружающем мире [9, с. 19–23; 10, 11]. В свою очередь это приводит к глубинным существенным преобразованиям традиционной жанровой системы, модусов и форматов общения, самого характера генерации и потребления информации [11, 12; 13, с. 28–39]. В медиалингвистике считается общепринятым, что «современный этап развития общества характеризуется повышением интенсивности информационных потоков, создаваемых СМИ, и усилением их значения в жизни каждого отдельного индивида и всего общества в целом» [14, с. 159]. Это связано с тесным взаимодействием информационных и коммуникационных технологий при производстве различных медийных продуктов, ставшем причиной того, что «современная культура утратила статус литературоцентричной культуры и демонстрирует все признаки медиациентричности. СМИ выступают в качестве мощного фактора формирования мировоззрения личности и ценностной ориентации общества» [14, с. 6]. Так, рядом исследователей отмечается, что уже сегодня мы стали свидетелями того, как логическая обоснованность и аргументация больше не являются абсолютом и залогом успеха с точки зрения убедительности [15, 16]. На первый план выходит субъективная подача информации сквозь призму личного опыта и мнения [17, 18; 19, с. 63–71; 20]. В этой связи актуальным представляется исследование особенностей языкового выражения авторской субъективности в различных медийных жанрах.

Цель нашего исследования состоит в выявлении инвентаря экспрессивных средств, функционирующих в жанрах колонки и блога, и определении их прагматических функций в американском медийном дискурсе. Выбор жанров для анализа обусловлен рядом причин. С одной стороны, оба жанра являются распространенными в англоязычном медийном пространстве (любое

качественное периодическое издание имеет соответствующие рубрики и перечни колумнистов и блогеров); с другой стороны, оба жанра представляют собой субъективную реакцию автора на какое-либо социально значимое происшествие или явление. Вместе с тем, несмотря на всю кажущуюся схожесть данных жанров, характер вербализации в них категории экспрессивности не является очевидным. Таким образом, новизна исследования состоит в определении и сопоставлении лексического и синтаксического экспрессивного репертуара англоязычных жанров блога и колонки, выявлении его функциональных и прагматических особенностей, а также установлении степени экспрессивной насыщенности исследуемых жанров, которая может использоваться в качестве критерия межжанровой дифференциации.

Методология и методика исследования

Для анализа было отобрано методом сплошной выборки 50 текстов, опубликованных разными авторами на личных сайтах (becomingminimalist.com, gretchenrubin.com, tracysnewyorklife.com) и в периодических изданиях (*The New York Times*, *New York Post*) в 2020-2021 году (по 25 текстов в каждом из жанров). Процедура анализа включала в себя несколько этапов.

На первом этапе отобранные тексты были подвергнуты лингвостилистическому анализу, в результате которого были выявлены используемые в данных текстах лексико- и синтактико-стилистические приёмы. В тех случаях, когда экспрессивная синтаксическая структура содержала стилистический приём лексического уровня (например, синтаксический параллелизм с включенной в него метафорой), данные явления рассматривались и учитывали при подсчете как две разные единицы, поскольку они не определяют экспрессивный потенциал друг друга и выполняют в дискурсе функции разного порядка (создание образа и акцентирование внимания).

На втором этапе проводились подсчеты употребительности выявленных ранее экспрессивных средств: устанавливалось, какой процент от общего числа выявленных лексических или синтаксических средств составляет конкретно взятый стилистический приём.

На третьем этапе с опорой на контекстуальный анализ определялись прагматические функции, выполняемые лексико- и синтактико-стилистическими экспрессивными средствами в анализируемых жанрах.

На завершающем этапе проводился сравнительный анализ, направленный на выявление сходств и различий в актуализации экспрессивного потенциала английского языка в жанрах колонки и блога американского медийного дискурса.

Результаты исследования

Результаты лингвостилистического и количественного анализа лексических средств актуализации экспрессивности отражены в табл. 1.

По результатам проведенного исследования, наиболее употребительными для обоих жанров оказались метафора, эпитет и устойчивые выражения. В обоих исследуемых жанрах популярность метафоры обусловлена её потенциалом косвенного объяснения. Благодаря лежащему в основе метафоры механизму установления ассоциативной связи между одним реальным объектом или явлением и другим, ассоциативно схожим с ним, автору значительно проще донести до читателя свою идею, свое восприятие и отношение, указать на место рассматриваемого явления в авторской системе ценностей. Например, Джошуа Беккер в своем блоге, посвященном философии минимализма, использует следующую метафору: *We are a culture drowning in our possessions* (Available: <https://www.becomingminimalist.com/dont-just-declutter-de-own/comment-page-5/> (Accessed: 23.01.2021)). Глагол *drown* используется в переносном, метафорическом значении по отношению к существительному *possessions*, указывая на неисчисляемый характер имущества, которое превращается в авторской интерпретации в представляющую угрозу для жизни жидкость. Таким образом, автор ёмко, экономя языковые средства, доносит до читателя свою мысль и одновременно выражает отношение к сложившейся ситуации.

Аналогичным образом действует и Дэвид Брукс в своей колонке “How to Love America”, в которой речь идет о том, как меняется понимание патриотизма в США в свете всех последних событий, произошедших в стране: *That kind of patriotism tends to play down shameful truths. It tends to bloat into touchy and overweening pride* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/america-patriotism.html> (Accessed: 09.03.2021)). Глагол *bloat* указывает на намеренно преувеличенный размер патриотизма, который превращается в высокомерное чванство. Так, в одном слове одновременно содержится информация и о характере преобразования понимания американского патриотизма, и авторское отношение к нему.

Таблица 1. Лексико-стилистические приёмы актуализации экспрессивности в американском медийном дискурсе, %
Table 1. Lexical and stylistic techniques of actualization of expressiveness in the American media discourse, %

Лексические средства	Блог	Колонка
Метафора	54,2	47,1
Эпитет	26,2	30,9
Устойчивые выражения	14,2	8,8
Метонимия	5,3	0
Сравнение	0	6,6
Гипербола	0	3,7
Перифраз	0	2,9
Всего	100	100

Эпитет является вторым по популярности лексическим средством вербализации категории экспрессивности в персональных медиажанрах, что, вероятно, объясняется в первую очередь особенностями его дистрибуции, а именно, описательной функции по отношению к практически всем лексически полнзначным частям речи, что позволяет сопроводить авторской субъективной оценкой все семантически значимые компоненты высказывания. Безусловно, наиболее частотным является использование эпитета в качестве атрибута имени существительного (*all-consuming desire*, *awe-inspiring problem*), но встречаются также и другие случаи, например, когда эпитет выступает зависимым словом по отношению к глаголу. В частности, в колонке “California’s Ethnic Studies Follies” Брет Стивенс выражает свою точку зрения по отношению к программе школьного курса по этнокультурологии в штате Калифорния и говорит, что в данной программе стирается грань между образованием и индоктринацией и делается это «кособоко»: *The ethnic studies curriculum conceals the difference. It also does so in a uniquely lopsided way* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/03/09/opinion/californias-ethnic-studies.html> (Accessed: 10.03.2021)). В приведенном примере имя прилагательное *lopsided* в составе оборота *in a lopsided way* выступает в качестве модификатора по отношению к глаголу *does*, отражая авторское видение того, как именно осуществляется действие. В свою очередь наречие *uniquely* является зависимым по отношению к имени прилагательному *lopsided*, интенсифицируя его значение и одновременно указывая на уникальный характер способа осуществления действия. Таким образом, мы имеем дело с двухступенчатым эпитетом.

Устойчивые выражения придают авторскому тексту оттенок разговорности, способствуя сокращению дистанции между автором и читателем и переводя общение в менее официальный регистр (*to hang out*, *to see a light at the end of the tunnel*).

Использование метонимии, сравнения, гиперболы и перифраза в исследуемых жанрах отличается. Метонимия отсутствует в экспрессивном инвентаре жанра колонки, который при этом расширяется за счет сравнений, гипербол и перифраза, не представленных в палитре экспрессивных средств жанра блога. Таким образом, можно сделать вывод, что метафора, эпитет и устойчивые выражения формируют лексически экспрессивное ядро жанров блог и колонка, а метонимия, сравнение, гипербола и перифраз выступают в качестве периферийных средств вербализации экспрессивности в рассматриваемых жанрах.

Обобщив данные количественного анализа способов актуализации экспрессивности в жанрах блога и колонки на синтаксическом уровне (табл. 2), можно отметить, что их использование характеризуется преимущественным единообразием. За исключением парцелляции, не выявленной в проанализированных текстах в жанре колонки, все остальные синтаксические приёмы с разной степенью частотности представлены в обоих жанрах.

Таблица 2. Синтактико-стилистические приёмы актуализации экспрессивности в американском медийном дискурсе, %

Table 2. Syntactic and stylistic techniques of actualization of expressiveness in the American media discourse, %

Синтаксические средства	Блог	Колонка
Перечисления	28	23,2
Вставные конструкции	19,5	15,5
Повторы	11	19,8
Повелительное предложение	9,7	5,2
Вопросно-ответные комплексы	9,3	10,3
Параллелизм	7,2	14,7
Риторический вопрос	5,5	7,8
Парцелляция	5,1	0
Антитеза	4,7	3,5
Всего	100	100

Наиболее частотными для жанра блога оказались перечисления и вставные конструкции, а для жанра колонки – перечисления и повелительные предложения. Как стилистический приём перечисление связывает в рамках одной синтаксической конструкции ряд гетерогенных предметов, понятий или явлений. С точки зрения прагматики приём перечисления выполняет аргументативную функцию. Например, в колонке “Why Your New Year’s Diet is Doomed” Марка Биттмана речь идет о давлении американской пищевой промышленности на общество и навязывании ему определенного образа пищевого поведения. Автором выдвигается тезис о сходстве в методах продвижения пищевой продукции на массовом рынке с методами рекламы табачных изделий, который далее обосновывается в виде перечисления: *The playbook for much of the junk-food marketing is similar to what the tobacco industry used for decades* (тезис): **advertising strategies focused on young people, a shirking of responsibility for poisoning entire populations, and an emphasis on individuals’ responsibility for their own health** (аргумент) (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/01/09/opinion/diet-resolution-new-years.html> (Accessed: 10.01.2021)).

В блогах, помимо аргументативной функции, перечисления также могут выполнять и структурирующую функцию. В этом случае перечисление выступает как форма организации всего текста. Так, запись “Plan to Make This Holiday Memorable and Special, Even If it’s Not Traditional” в блоге Гретчен Рубин посвящена советам о том, как создать особую атмосферу и настроение во

время праздников в уходящем 2020 году. Текст всей записи организован в виде последовательности побудительных предложений, которые сами по себе формируют перечисление: *Figure out the essence of the holiday for you. Decide how you're going to handle gift-giving if you're not there in person to exchange gifts. If you can afford it, splurge a little to make your holidays at home feel special!* (Available: <https://gretchenrubin.com/2020/12/make-this-holiday-memorable-2020> (Accessed: 10.12.2020) и т. д. При этом каждое из таких предложений более детально поясняется автором. Многие из таких пояснений также содержат перечисления. Например, совет осознать, в чем состоит суть праздника лично для вас (*Figure out the essence of the holiday for you*) поясняется следующим образом: *What foods, decorations, traditions are essential? Invoke your favorite smells, tastes, sounds, and sights of the holiday: decorate gingerbread cookies, drink eggnog, open gifts, put out evergreens, play music* (Available: <https://gretchenrubin.com/2020/12/make-this-holiday-memorable-2020> (Accessed: 10.12.2020).

Остальные синтактико-стилистические средства можно разделить на две группы с точки зрения выполняемых ими в дискурсе функций: средства диалогизации и средства акцентуации. Средства диалогизации способствуют вовлечению читателя в процесс обсуждения той или иной актуальной социальной проблемы. Автор излагает свое собственное видение ситуации, но вместе с тем избегает сугубо монологической формы подачи информации, прибегая к использованию риторических вопросов, вопросно-ответных комплексов, побудительных предложений, а также вставных конструкций.

Риторический вопрос характеризуется приблизительно одинаковой частотностью употребления в исследуемых жанрах. Как правило, в риторическом вопросе формулируются наиболее концептуальные, глобальные аспекты рассматриваемой проблемы, ввиду чего суть их ясна даже тогда, когда вопрос вырван из контекста: *What is a monarchy if not the highest veneration of inequality?* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/03/09/opinion/meghan-harry-abolish-monarchy.html> (Accessed: 10.03.2021); *The pandemic offered glimpses of what is possible. But will all this become a blip in history, or will it provide impetus for long-term change?* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/03/11/opinion/covid-eviction-prison-internet-policy.html> (Accessed: 12.03.2021); *Wouldn't it be nice to be able to look around and see a home you love?* (Available: <https://www.becomingminimalist.com/creative-ways-to-declutter/> (Accessed: 10.01.2021).

По этой причине риторические вопросы часто используются в заголовках материалов, а также в финальном предложении в тексте.

Вопросно-ответные комплексы являются более популярными среди авторов блогов, чем среди колумнистов. Это, вероятно, объясняется большей экспрессивной сдержанностью жанра колонки в целом. В текстах, выполненных в жанре колонки, вопросно-ответные комплексы представлены преимущественно одним вопросом и одним ответом на него: *What are all those manga and graphic novels and pricey coffee-table books and online comics we're all staring at — not to mention Instagram stories and TikTok videos — if not, in essence, picture books for grown-ups? Stories with pictures* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/02/20/opinion/sunday/picture-books-reading.html> (Accessed: 21.02.2021); *So is "welfare" back? Not really* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/03/11/opinion/biden-covid-relief-welfare.html> (Accessed: 12.03.2021).

В блогах вопросно-ответные комплексы носят более распространенный характер и, наряду с перечислениями, выполняют организующую функцию. Например, запись "What is Minimalism?" в блоге Джошуа Беккера построена по принципу вопросно-ответных комплексов. Автор формулирует вопросы, которые потенциально могли бы возникнуть у его читателей, и сам же отвечает на них: *Will minimalism automatically make me content? Although it is a great start, it isn't an instant cure [...]. What is a minimalist lifestyle? It means living with things you really need [...]* (Available: <https://www.becomingminimalist.com/what-is-minimalism/> (Accessed: 12.02.2021). Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в блоге Гретчен Рубин: *Is there a "best" time of day to read? No. Figure out what works for you [...]. Can I quit a book before I've finished it? Well, some people do feel strongly that once they start a book,*

they're committed to finishing it [...]. What should I read? Whatever you want! (Available: <https://gretchenrubin.com/2020/12/read-for-21-minutes-read21in21> (Accessed: 23.12.2020).

Повелительные предложения, воплощая в себе обращение автора дискурса к читателю, также выполняют функцию диалогизации в рассматриваемых жанрах: *Think about the explosive popularity of graphic novels* (The New York Times. Available: <https://www.nytimes.com/2021/02/20/opinion/sunday/picture-books-reading.html> (Accessed: 21.02.2021). Примечательно, что, как и в случае с вопросно-ответными комплексами, повелительные предложения являются более употребимыми в жанре блога, чем в жанре колонки, и могут выполнять организующую функцию. Например, запись в блоге Джил Эллиот построена по принципу уточнения и детализации повелительных предложений: **Find a work surface.** *I like a big, flat table surface [...]. Identify your colors.* *For a large-scale painting [...]. Arrange your materials.* *I'm a fan of working neat* (Available: <https://witanddelight.com/2021/02/a-fun-easy-guide-to-creating-art-for-your-home/> (Accessed: 12.02.2021).

Вставные конструкции дают автору возможность в процессе повествования сделать отвлеченную ремарку, обратиться к читателю или к третьему лицу, конкретизировать свои мысли, что создает ощущение непринужденной, естественной личной беседы: *In other words, it can help to lessen the blow with what I'm about to say next (ahem, the bitter truth); She waxed nostalgic about our favorite little bar in the Meatpacking District, where we knew the cute bartenders and got way too many free drinks (Thanks, Jason!)* (Available: <https://witanddelight.com/2021/03/the-primary-markers-of-a-healthy-friendship/> (Accessed: 12.03.2021).

Общей функцией средств акцентуации является привлечение и удержание внимания читателя. Однако, если повтор и парцелляция акцентируют внимание на отдельных компонентах предложения, то антитеза и параллелизм охватывают более объёмные участки текста. В следующем примере анафорический повтор грамматической основы предложения акцентирует внимание на предпочтениях автора: **I love traditions [...]. I love to visit my hometown of Kansas City. I love to look at my mother's gorgeous Christmas decorations. I love to go for long early-morning walks with my father around the grounds of the Nelson Atkins Museum. I love to visit the Plaza – to shop, to eat, and to see the lights** (Available: <https://gretchenrubin.com/2020/12/make-this-holiday-memorable-2020> (Accessed: 04.12.2020). Парцелляция позволяет сделать более значимым какой-либо компонент предложения: *Is that time-honored courtesy dead? Not dead, but dying. Just like good writing* (New York Post. Available: <https://nypost.com/2021/02/21/am-i-wrong-in-expecting-a-thank-you-note-after-an-interview/> (Accessed: 22.02.2021). В данном случае сравнительный оборот получает большую выделенность, чем он бы имел в составе предшествующего ему предложения.

Антитеза способна охватывать всё предложение, связывая в единую синтаксическую структуру две противоположные мысли: *Release the past to create the better tomorrow* (Available: <https://www.becomingminimalist.com/minimalism-benefits/> (Accessed: 22.01.2021). В данном предложении глагол *release* противопоставляется глаголу *create* по принципу «конец – начало», а существительные *past* и *tomorrow* – «старое – новое».

Параллелизм нередко выступает связующим стилистическим приёмом для целых абзацев: *Our world runs at a feverish pace. We are too hurried, too rushed, and too stressed. We work long, passionate hours to pay the bills, but fall deeper into debt every day. We rush from one activity to another – even multitasking along the way – but never seem to get anything done. We remain in constant connection with others through our cell phones, but true life-changing relationships continue to elude us* (Available: <https://www.becomingminimalist.com/what-is-minimalism/> (Accessed: 12.02.2021). В приведенном примере параллелизм основан на повторении предложений с противительным союзом *but*. Предложения, объединенные параллелизмом, раскрывают идею автора о том, что мы живем в мире суеты, спешки и стресса, изложенную в двух первых предложениях абзаца. Предложения с параллельными синтаксическими структурами иллюстрируют эту идею. В первой части всех предложений содержится при-

мер ежедневных действий большинства людей, а во второй части делается акцент на негативных последствиях этих действий.

На основе количественных результатов исследования нами был рассчитан индекс лексической $E(lx)$ и синтаксической $E(sx)$ экспрессивности жанров блога и колонки, функционирующих в американском медийном пространстве (табл. 3). Расчет индекса лексической экспрессивности проводился по формуле $E(lx) = L / T$, где L – общее количество лексических экспрессивных средств по всем текстам выборки, T – количество текстов выборки; расчёт индекса синтаксической экспрессивности – по формуле $E(sx) = S / T$, где S – общее количество синтаксических экспрессивных средств по всем текстам выборки, T – количество текстов выборки. Индекс экспрессивности позволяет более наглядно представить, в какой мере исследуемые жанры являются насыщенными выразительными средствами. Полученные данные планируется использовать в дальнейшем в качестве критерия межжанровой дифференциации, а также для определения границ экспрессивной вариативности жанров персонального дискурса медиасферы.

Таблица 3. Индексы экспрессивности жанров персонального дискурса в медийном пространстве США

Table 3. Indexes of expressiveness of personal discourse genres in the US media space

Жанр	Лексическая экспрессивность	Синтаксическая экспрессивность	Общая экспрессивность
Блог	9	9,44	18,44
Колонка	5,44	4,64	10,08

Очевидно, что в обоих жанрах лексическая и синтаксическая составляющие являются хорошо сбалансированными. При этом как с точки зрения лексической, так и с точки зрения синтаксической экспрессивности жанр блога является более насыщенным соответствующими средствами, по сравнению с жанром колонки. Несмотря на то, что жанрообразующим стержнем для блога и колонки выступает авторское, субъективное видение проблемы или явления, степень его экспрессивной окраски существенно отличается при межжанровом рассмотрении. Это может быть связано с тем, что тексты в жанре блога размещаются преимущественно на личных авторских сайтах, в то время как колонка интегрирована в общую жанровую картину периодических изданий и, следовательно, является более институционализированным жанром.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Несмотря на более широкий спектр средств реализации лексического экспрессивного потенциала жанра колонки, его общая лексическая экспрессивность значительно ниже, чем у жанра блога. Вместе с тем, при относительной однородности инвентаря актуализируемых в исследуемых жанрах синтактико-стилистических приёмов, блог характеризуется в значительной степени большей синтаксической экспрессией по сравнению с колонкой. Однако оба рассматриваемых жанра демонстрируют преимущественные сходства с точки зрения прагматических функций используемых в них лексико- и синтактико-стилистических средств. Таким образом, полученные результаты дают право утверждать, что особенности языковой экспликации категории экспрессивности могут служить основанием дифференциации жанров блога и колонки, функционирующих в американском медийном пространстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Barroso P.M.** Grammar, expressiveness, and inter- subjective meanings: Wittgenstein's philosophy of psychology. Cambridge Scholars Publishing, 2015. 305 p.
2. **Goddard C.** Explicating emotions across languages and cultures: A semantic approach // The Verbal Communication of Emotions: Interdisciplinary Perspectives. London: New York, 2014. Pp. 19–54.
3. **Шаховский В.И.** Голос эмоций в языковом круге homo sentiens. М.: Книжный дом, 2012. 144 с.
4. **Балли Ш.** Язык и жизнь. М.: УРСС, 2003. 230 с.
5. **Шаховский В.И.** Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
6. **Вежбицкая А.** Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. 288 с.
7. **Кострова О.А.** Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка. М.: Флинта, 2004. 240 с.
8. **Маслова В.А.** Параметры экспрессивности текста // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. М.: Наука, 1991. С. 179–205.
9. Человек и его дискурс – 6: дигитализация коммуникативных практик. Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2020. 330 с.
10. **Ивченков В.И.** Новые модели коммуникации и стилистические приоритеты современного медиадискурса // Медиалингвистика. 2019. № 6 (1). С. 135–144. DOI: 10.21638/spbu22.2019.110
11. **Лассан Э.Р.** О некоторых тенденциях в грамматике текста на электронных новостных порталах: «растворение» субъекта // Медиалингвистика. 2020. № 7 (4). С. 396–408. DOI: 10.21638/spbu22.2020.402
12. **Клушина Н.И.** Медиастилистика и эмотивная лингвистика // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 1 (134). С. 158–161.
13. **Elliott D.** Essential shared values and 21st century journalism: The handbook of mass media ethics. New York: Routledge, 2000. 400 p.
14. **Чичерина Н.В.** Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. Т. 9. № 47. С. 159–166.
15. **Анненкова И.В.** Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Московского университета, 2011. 391 с.
16. **Карасик В.И.** Трансформация знания в современную эпоху: лингвокультурный аспект // Известия ВГПУ. Филологические науки. 2017. № 3. С. 88–94.
17. **Волкова Ю.С., Мишланов В.А., Салимовский В.А.** Аргументативная речь в массмедийном интерактивном общении // Медиалингвистика. 2019. № 6 (2). С. 164–179. DOI: 10.21638/spbu22.2019.202
18. **Welbers K., Opgenhaffen M.** Presenting news on social media // Digital Journalism. 2018. No. 7(1). Pp. 45–62. DOI: 10.1080/21670811.2018.1493939
19. Человек и его дискурс – 5: театр – массмедиа – политика – бизнес. Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2017. 248 с.
20. **Клушина Н.И.** Медиастилистика. М.: Флинта, 2018. 184 с.

Статья поступила в редакцию 12.03.2021.

REFERENCES

- [1] **P.M. Barroso**, Grammar, Expressiveness, and Inter- subjective Meanings: Wittgenstein's Philosophy of Psychology. Cambridge Scholars Publishing, 2015. 305 p.
- [2] **C. Goddard**, Explicating Emotions Across Languages and Cultures: A Semantic Approach, The Verbal Communication of Emotions: Interdisciplinary Perspectives, ed. S.R. Fussell. London : New York, 2014. Pp. 19–54.
- [3] **V.I. Shakhovskiy**, Golos emotsiy v yazykovom krugе homo sentiens [The Voice of Emotions in the Language Circle of Homo Sentiens]. M.: Knizhnyy dom, 2012. 144 p.
- [4] **Sh. Balli**, Yazyk i zhizn [Language and Life]. M.: URSS, 2003. 230 p.

- [5] **V.I. Shakhovskiy**, *Lingvisticheskaya teoriya emotsiy* [Linguistic Theory of Emotions]. M.: Gnozis, 2008. 416 p.
- [6] **A. Vezhbitskaya**, *Ponimaniye kultur cherez posredstvo klyuchevykh slov* [Understanding Culture through Keywords]. M.: Yazyki slavyanskoy kultury, 2001. 288 p.
- [7] **O.A. Kostrova**, *Ekspressivnyy sintaksis sovremennogo nemetskogo yazyka* [Expressive Syntax of Modern German]. M.: Flinta, 2004. 240 p.
- [8] **V.A. Maslova**, *Parametry ekspressivnosti teksta* [Parameters of Text Expressiveness, Human Factor in Language], *Chelovecheskiy faktor v yazyke. Yazykovyye mekhanizmy ekspressivnosti*. M.: Nauka, 1991. Pp. 179–205.
- [9] *Chelovek i yego diskurs – 6: digitalizatsiya kommunikativnykh praktik* [Person and his Discourse – 6: Digitalisation of Communicative Practices]. Volgograd: PrinTerra-Dizayn, 2020. 330 p.
- [10] **V.I. Ivchenkov**, *New Models of Communication and Stylistic Priorities of Contemporary Media Discourse*, *Media Linguistics*. 6 (1) (2019) 135–144. DOI: 10.21638/spbu22.2019.110
- [11] **E.R. Lissan**, *On some tendencies in the grammar of news text on electronic news portals: The dissolution of the subject*, *Media Linguistics*. 7 (4) (2020) 396–408. DOI: 10.21638/spbu22.2020.402
- [12] **N.I. Klushina**, *Mediastylistics and Emotive Linguistics*, *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 1 (134) (2019) 158–161.
- [13] **D. Elliott**, *Essential shared values and 21st century journalism: the handbook of mass media ethics*. New York: Routledge, 2000. 400 p.
- [14] **N.V. Chicherina**, *Tipologiya mediatekstov kak osnova formirovaniya mediagramotnosti* [Typology of Mediatexts as a Basis for Media Literacy Formation], *Izvestiya RGPU im. A.I. Gertsena*. 9 (47) (2007) 159–166.
- [15] **I.V. Annenkova**, *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskiy aspekt yazyka SMI* [Mediadiscourse of the 21st Century. Linguo-philosophical Aspect of Mass Media Language]. M.: Izd-vo Moskovskogo universiteta, 2011. 391 p.
- [16] **V.I. Karasik**, *Knowledge transformation in the modern period: linguocultural aspect*, *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 3 (2017) 88–94.
- [17] **Yu.S. Volkova, V.A. Mishlanov, V.A. Salimovskiy**, *Argumentative speech in mass media interactive communication*, *Media Linguistics*. 6 (2) (2019) 164–179. DOI: 10.21638/spbu22.2019.202
- [18] **K. Welbers, M. Opgenhaffen**, *Presenting News on Social Media*, *Digital Journalism*. 7 (1) (2018) 45–62. DOI: 10.1080/21670811.2018.1493939
- [19] *Chelovek i yego diskurs – 5: teatr – massmedia – politika – biznes* [Person and his Discourse – 5: Theatre – Mass Media – Politics – Business]. Volgograd: PrinTerra-Dizayn, 2017. 248 p.
- [20] **N.I. Klushina**, *Mediastilistika* [Mediastylistics]. M.: Flinta, 2018. 184 p.

Received 12.03.2021.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / THE AUTHOR

Глазко Павел Петрович

Glazko Pavel P.

E-mail: pavel.glazko@hotmail.com

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021