

Евразийский гуманитарный журнал. 2025. № 4. С. 56–62.
Eurasian Humanitarian Journal. 2025. No. 4. P. 56-62.

Научная статья
УДК 811.111'38
EDN: SAFFHF
doi:10.17072/2587-6589-2025-4-56-62



<https://elibrary.ru/saffhf>

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ АНГЛИЙСКОЙ РЕЧИ

Людмила Ильинична Власова¹, Анастасия Денисовна Быкова²

^{1,2} Самарский государственный социально-педагогический университет, Самара, Россия

Аннотация. Газетно-публицистический стиль является стилем журналов и газет, доступных широкой аудитории читателей, что определяет требования к языковому наполнению текстов данного жанра. Характеристики этого стиля включают использование эмоционально-окрашенной лексики, образных средств, элементов неофициального диалога и терминологии, связанной с социальными и политическими процессами. Тексты, написанные в газетно-публицистическом стиле, несут в себе множество задач и функций для общества. Они занимаются распространением и объяснением информации, формированием общественного мнения через систему оценок и комментариев, призывают читателей к определенным действиям и расширяют кругозор, обладая образовательной ценностью. Они также способствуют культурному обогащению и развлечению аудитории, придавая материалу художественное качество. В их задачи входит не только передача фактов, но и активное воздействие на восприятие и настроения читателей. Тексты данного стиля содержат различные типы лексики: общеупотребительную, так как повествование ведется с описанием общепринятых понятий, действий людей, и специализированную, под которой подразумеваются термины и терминологические словосочетания определенной сферы деятельности. В данной статье проводится исследование языковых особенностей современного газетно-публицистического стиля на материале онлайн-публикаций издания Forbes в рубрике Lifestyle. Статьи в этой рубрике отражают особенности образа жизни жителей Америки и других стран мира, соответственно используется языковой материал, отражающий национально-культурные особенности носителей английского языка. В ходе исследования было выявлено, что англоязычные тексты рубрики Lifestyle содержат средства выразительности, среди которых можно отметить эпитеты, метафоры, синонимы и антонимы, придающие эмоциональность, выразительность и художественную образность, а также риторические вопросы, выступающие средством аттрактивности.

Ключевые слова: газетно-публицистический стиль, гляцевый журнал, авторский эпитет, лексические особенности, синтаксические особенности.

Для цитирования: Власова Л. И., Быкова А. Д. Языковые особенности газетно-публицистического стиля английской речи // Евразийский гуманитарный журнал. 2025. № 4. С. 56–62. <https://doi.org/10.17072/2587-6589-2025-4-56-62>. EDN: SAFFHF

Original article

LINGUISTIC PECULIARITIES OF THE NEWSPAPER AND JOURNALISTIC STYLE OF ENGLISH SPEECH

Lyudmila I. Vlasova¹, Anastasiya D. Bykova²

^{1,2} Samara State University of Social Sciences and Education, Samara, Russia

Abstract. The newspaper and journalistic style is the style of magazines and newspapers that are accessible to a wide audience of readers, which determines the requirements for the linguistic content of news genres. The characteristics of this style include the use of emotionally colored vocabulary, figurative means, elements of informal dialogue, and terminology related to social and political processes. Texts written in a newspaper-journalistic style carry many tasks and functions for society. They are engaged in the dissemination and explanation of information, the formation of public opinion through a system of ratings and comments, encourage readers to take certain actions, and broaden their horizons, having educational value. They also contribute to the cultural enrichment and entertainment of the audience, giving the material an artistic quality. Their tasks include not only conveying facts, but also actively influencing readers' perceptions and moods. Texts of this style contain various types of vocabulary: common, since the narrative is conducted with a description of generally accepted concepts, actions of people, and specialized, which refers to terms and terminological phrases of a particular field of activity. The study of the linguistic peculiarities of the modern newspaper and journalistic style is carried out in this article based on the material of online publications of the Forbes edition in the Lifestyle section. The articles in this section reflect the peculiarities of the lifestyle of Americans and other countries of the world, respectively, language material is used that reflects the national and cultural characteristics of native English speakers. The study revealed that the English-language texts of the Lifestyle heading contain means of expression, among which are epithets, metaphors, synonyms and antonyms that impart emotionality, expressiveness and artistic imagery and some rhetorical questions as a means of attraction.

Keywords: newspaper and journalistic style, glossy magazine, author's epithet, lexical features, syntactic features.

For citation: Vlasova L. I., Bykova A. D. Linguistic Peculiarities of the Newspaper and Journalistic Style of English Speech. Eurasian Humanitarian Journal. 2025;4:56-62. (In Russ.). <https://doi.org/10.17072/2587-6589-2025-4-56-62>. EDN: SAFFHF

Введение

Одним из распространенных источников получения информации в современном мире являются печатные средства информации, повествующие о событиях, происходящих в мире, текущих проблемах, новостях из различных сфер деятельности. Стиль текстов публикаций этих медиаресурсов является газетно-публицистическим, и он свойственен не только газетам, но и журналам различного формата и жанра. На сегодняшний день достаточно активно изучается публицистика глянцевого журналов как источников получения информации о жизни людей, технологических достижениях и о многом другом, что определяет необходимость изучения лингвистических характеристик глянцевого журналов.

Газетно-публицистический стиль, используемый в текстах публикаций глянцевого журналов, включает в себя статьи и материалы с особой актуальностью в сфере политики, предназначенные для широкой аудитории и направленные на влияние на современные общественно-политические изменения через содержательное размышление и эмоционально окрашенные оценочные суждения.

Согласно исследованиям Г. Я. Солганик, основные функции изучаемого стиля являются информационной и экспрессивной. Информационная функция способствует созданию объективного слоя языка, включая речевые нормативы и лексику строгого стиля, что является фундаментом для вербального изложения информации. Экспрессивная функция же способствует развитию и использованию лексики с выраженной оценочной окраской, особенно той, что несет в себе концептуальные, то есть связанные с идеологией, социально-политические значения [Солганик, Клушина 2014: 499]. Под газетно-публицистическим стилем понимается «функциональный стиль, используемый средствами массовой информации, выполняющий функцию информирования читателя и дающие оценку предоставляемой информации» [Сычева 2018: 1521]. Соответственно, помимо передачи информации читательской аудитории, публикации рассматриваемого стиля передают оценочное суждение.

К основным функциям газетно-публицистического стиля исследователи относят информационную и агитационно-пропагандистскую. Эти функции реализуют политическую информацию для идеологического воздействия на массы с целью формирования

общественного сознания и побуждения их к активным действиям. Газетно-публицистический стиль тесно связан «с истинностью, объективностью, правдивостью и достоверностью содержания» [Моладикова, Чумаков 2019: 158].

В понимании О. В. Кондрашовой, «лексическое наполнение языковых средств газетно-публицистического стиля, в частности текстов общественно-политической тематики, нуждается в специальном изучении, так как эти тексты расширяют представление обучающихся о системе социально-политического мироустройства, об общих законах и национальных особенностях построения государств различных типов, о роли международных организаций в жизни разных стран и др.» [Кондрашова, Шельдешова 2023: 90].

Среди лексических особенностей данного стиля можно отметить употребление узкоспециализированных терминов и распространенных аббревиатур. К синтаксическим особенностям относятся «наличие коротких смысловых единиц (от одного до трех предложений) с длинными и структурно сложными конструкциями, интенсивное разбиение материала на множество абзацев, широкое использование обильных описательных конструкций» [Комиссаров 1990: 135].

Основная часть

Современные тексты газетно-публицистического стиля можно найти в американском популярном глянцево-издании Forbes. Этот журнал имеет высокие рейтинги в масс-медиа, пользуется доверием большого круга читателей в разных странах и предоставляет объективное описание различных тем, событий, происходящих во многих сферах деятельности людей. Согласно зарубежным исследователям Т. Хотар и А. Хади, лексические особенности газетно-публицистического стиля определяются употреблением лексики, характеризующейся социально-политическую направленность текста. Публицистическая речь, в сравнении с иными функциональными стилями, помимо разговорного и художественного, содержит крайне высокую долю инструментов и методов для достижения экспрессивности [Khotar, Hadi 2022: 59].

Рассмотрим языковые особенности статей в данном исследовании. Например, в статье, посвященной выгоде приобретения одежды в секонд-хенде, встречается специализированная лексика, относящаяся к коммерческой деятельности.

*From New York to California, **specialty stores** all across the country are catering to a younger demographic and the eco-conscious parents who dress them.*

*Offering a curated **selection** of moderately used or pre-loved clothing, mission-driven **retailers** are popping up nationwide in an attempt to change the **consumer landscape** and offer style-driven secondhand **clothing options** for parents looking to shop sustainably, **purchase items** more affordably and inspire their children to practice better buying habits.*

Термины *specialty stores*, *selection*, *consumer landscape*, *clothing options*, *purchase items* добавляют конкретики и точности в описание деятельности американских специализированных магазинов. Авторский эпитет *eco-conscious*, который является неологизмом, служит средством создания экспрессии. За счет эпитетов *pre-loved clothing*, *mission-driven retailers*, *style-driven clothing options* предложение приобретает художественную выразительность.

В редких случаях в издании Forbes можно встретить употребление приема олицетворения.

*When approaching the subject of second-hand children's clothing, an essential question quickly **presents** itself.*

Глагол *present*, который свойственен человеку, относится здесь к неодушевленному предмету (question).

Еще одним стилистическим приемом является метафора.

*The answer, while unique to the individual retailer, generally **manifests** with the specificity of children's clothing, the curation of high-quality garments and a **mission-oriented** approach to retail.*

*Because of the nature of children's clothing, which often requires rapid replacement as children grow, the secondhand retail market **lends** itself to a parental consumer demographic.*

Глагол *manifests* имеет переносное значение в данном контексте, что позволяет отнести его к метафоре. Прилагательное *mission-oriented* выступает эпитетом к существительному *approach*, что позволяет конкретизировать его характеристику и подчеркнуть ее в экспрессивной форме. Глагол *lends*, имеющий финансовую специфику, в данном примере указывает на переносное значение, в связи с чем выступает метафоричным описанием вида деятельности рынка подержанных товаров.

Довольно часто в исследуемом материале встречаются авторские эпитеты.

*Additionally, many of these **children-specific** secondhand retailers offer a unique selection of **hand-curated** items that appeal to a wide range of parental consumers and their varying needs, from vintage finds to practical purchases.*

Авторские эпитеты *children-specific* и *hand-curated* вносят индивидуальность в повествование и привлекают внимание читателей. В глянцевого издания может употребляться прием опущения лексической единицы.

*I think many customers **enjoy the thrill of the hunt** and are looking for unique **vintage pieces** or their favorite brands for example.*

Благодаря словосочетанию *enjoy the thrill of the hunt* автор создает метафорический эффект, так как под лексемой *hunt* подразумевается поиск наиболее выгодной одежды в магазинах. В словосочетании *vintage pieces* используется эффект умолчания, или опущения лексической единицы, так как один предмет одежды называется *a piece of clothing*, а в тексте используется только первое слово *a piece*. Прием антитезы позволяет добавлять контрастность тексту газетно-публицистического стиля.

*In the same interview, Kau argued this point, saying, "Parents, I mean, you've got **online role models** like influencers, and then we are their **offline role models**."*

За счет употребления антонимов – *online* и *offline* – создается антитеза, благодаря которой автор публикации противопоставляет два распространенных формата ролевых моделей. Также можно отметить лексический повтор словосочетания *role models*, что усиливает антитезу и акцентирует внимание на видах ролевых моделей. Помимо антонимов, иногда употребляются синонимы, вносящие определенный художественный эффект.

*So I think if kids are **seeing** their parents buying secondhand clothing, they're more likely to **view** it as normal and acceptable and do it themselves.*

В данном примере в рамках одного предложения используются синонимы *see*, *view*, которые совместно усиливают высказывание, избегается повторение, что делает предложение более привлекательным и выразительным. Приведенные синонимы адаптированы под контекст и представляют примеры слов общеупотребительной лексики. В ходе анализа статьи о туристических возможностях Тайланда отмечается использование как лексических, так и синтаксических средств создания выразительности.

*Thailand is one of the world's most popular **expat havens** and for good reason... but just how easy is it for an American to retire there and how will it impact their finances...?*

В первом предложении статьи используется словосочетание *expat havens*, которое является авторским (не закреплено в словарях) и имеет значение «рай для соотечественников за рубежом», при этом оно является средством выразительности, так как существительное *havens* используется в метафорическом смысле.

Таким образом автор публикации подчеркивает положительную характеристику Таиланда. Первое предложение имеет форму риторического вопроса, который сопровождается многоточием и направлен на привлечение интереса читателей к теме публикации. Задаются два вопроса, ответы на которые даны далее в тексте публикации. Можно выделить факт обязательного употребления имен собственных в публикациях в *Forbes*:

*Thailand also offers a wide range of living options from the **buzzing** capital Bangkok to the **relaxed** royal resort town of Hua Hin, the art and culture of Chiang Mai, and the **beachside bliss of islands** Koh Samui, Krabi, and beyond...*

В данном предложении используются имена собственные, которые обозначают населенные пункты в Тайланде (Bangkok, Hua Hin, Chiang Mai, острова Koh Samui, Krabi). Использование имен собственных выделяет живописные места в стране и дает первичную информацию о населенных пунктах, которую при желании читатель может далее исследовать сам. Средствами выразительности в данном предложении выступают эпитеты *buzzing, relaxed*, являющиеся контекстуальными антонимами.

По степени эмоциональной оценки эпитет *buzzing* является индивидуально-авторским эпитетом, несущим субъективную негативную оценку. Эпитет *relaxed* выражает нейтральную оценку. Метафора *beachside bliss of islands* обозначает «блаженство островов», то есть несет высокую степень эмоциональной оценки. Эпитеты и метафора позволяют создать яркие образы и придать тексту глубину, эмоциональное воздействие на читателя. Согласно К. А. Степановой, основная цель «текстов газет и журналов заключается в передаче новых сведений, возбуждении интереса и оказании воздействия на читателя» [Степанова 2018: 54]. Соответственно, обе функции – информационная и воздействующая – сопутствуют друг другу и свойственны многим публикациям в печатных СМИ. Усиление информационной функции в газете способствовало распространению жанров журналистского расследования, версии, связанных со специфическими способами получения информации» [Дускаева 2012: 79].

Помимо перечисленных функций, в некоторых текстах актуализируется также экспрессивная функция газетно-публицистического стиля, которая заключается, согласно И. В. Переверзевой, в «передаче отношения автора к излагаемым фактам и стремлении побудить получателя разделить точку зрения отправителя» [Переверзева 2014: 630].

В исследованиях лексического строя публикаций в англоязычных газетах А. Смагулова подчеркивает частотное использование аббревиатур [Smagulova, Zhumalieva, Rysbek 2021: 128].

*Under the **U.S.-Thailand Double Taxation Agreement (DTA)**, **U.S. Social Security** income is exempt from Thai taxation even if it is remitted to Thailand.*

Аббревиатура *U.S.* является общераспространенной (United States), *DTA* – узкоспециализированной, однако благодаря расшифровке аббревиатуры читатели могут понять, о чем идет речь. Можно отметить употребление имен собственных в этом примере – *U.S.-Thailand Double Taxation Agreement, U.S. Social Security*, обозначающих вид соглашения и вид дохода.

Заключение

В ходе анализа можно выделить несколько характерных языковых особенностей публицистического стиля речи публикаций в журнале Forbes.

Во-первых, в текстах публикаций используется преимущественно общеупотребительная лексика, но также встречается достаточно большое количество специальной лексики (терминов-слов и терминов-словосочетаний), раскрывающих более точные понятия темы публикации. Употребление терминов придает тексту официально-деловой стиль и указывает на компетентность приведенной в нем информации.

Во-вторых, в текстах публицистического стиля употребляются аббревиатуры, которые минимизируют текстовое пространство и замещают имена собственные. Встречаются как распространенные аббревиатуры (*U.S.*), так и узкоспециальные (*DTA, IRS, DTV*), в двух случаях аббревиатуры расшифровываются (*DTA – Double Taxation Agreement, DTV – Destination Thailand Visa*).

В-третьих, в текстах публицистического стиля используются такие средства выразительности, как эпитеты, метафоры, синонимы и антонимы (относящиеся к типу контекстуальных). Благодаря этим средствам выразительности публицистические тексты приобретают выразительность, образность, в некоторых случаях эмоциональность и привлекают внимание читателей.

В-четвертых, в редких случаях авторы публикаций могут использовать риторические вопросы в начале публикации, которые готовят читателей продолжить чтение статьи и найти ответы на эти вопросы. Данный прием также позволяет аудитории задуматься и вникнуть в смысл публикации.

Список литературы

1. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / под ред. М. Н. Кожинной. Изд. 2-е, доп., испр. СПб. : СПбГУ : Филологический факультет, 2012. 274 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высшая школа, 1990. 253 с.
3. Кондрашова О. В., Шельдешова И. В. Общественно-политический текст как объект изучения на занятиях по иностранному (русскому) языку // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар, 2023. С. 88–99.
4. Моладикова А. А., Чумаков Н. С. Типы текстов газетно-публицистического стиля // Актуальные вопросы изучения иностранного языка в вузе : Материалы Всероссийской научно-методической конференции. 2019. С. 158–159.
5. Переверзева И. В. Коммуникативно-прагматические функции экспрессивных синтаксических конструкций в текстах газетно-публицистического стиля // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 630–633.
6. Солганик Г. Я., Клушина Н. И. Публицистический стиль, или газетно-публицистический стиль, или стиль массовой коммуникации // Эффективное речевое общение (Базовые компетенции). Словарь-справочник. Сибирский федеральный университет; Под редакцией А. П. Сковородникова. Красноярск, 2014. С. 499–501.
7. Степанова К. А. Язык газетно-публицистического стиля как средство воздействия на читателя // Общество. 2018. № 3 (11). С. 54–57.
8. Сычева В. О. Основные особенности газетно-публицистического стиля // Форум молодых ученых. 2018. № 12 (28). С. 1519–1524.
9. Khotar T. Sh., Hadi A. A. Газетно-публицистический стиль и его место в системе функциональных стилей русского языка // Al-Adab Journal. 2022. Т. 3. № 143. С. 51–60
10. Smagulova A., Zhumaliev Zh. K., Rysbek A. Features of translation of newspaper articles in the media from English into Russian // Tiltanym. 2021. № 1 (81). P. 125-134.

References

1. Duskayeva L. R. Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov [The dialogic nature of newspaper speech genres]. Edited by M.N. Kozhina. 2th ed. Saint Petersburg, SPbGU, Filologicheskii fakul'tet, 2012, 274 p. (In Russ.).
2. Komissarov V. N. Teoriya perevoda (lingvisticheskiye aspekty) [Translation theory (linguistic aspects)]. Moscow, Vysshaya shkola, 1990, 253 p. (In Russ.).
3. Kondrashova O. V., Shel'deshova I. V. Obshchestvenno-politicheskiy tekst kak ob"yekt izucheniya na zanyatiyakh po inostrannomu (russkomu) yazyku [Socio-political text as an object of study in foreign (Russian) language classes]. *Aktual'nyye problemy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki* [Current issues of theoretical and applied linguistics]. Krasnodar, 2023, pp. 88-99. (In Russ.).
4. Moladikova A. A., Chumakov N. S. Tipy tekstov gazetno-publitsisticheskogo stilya [Types of newspaper-journalistic style texts]. *Aktual'nyye voprosy izucheniya inostrannogo yazyka v vuze* [Current issues in foreign language study at universities]. 2019, pp. 158-159. (In Russ.).
5. Pereverzeva I. V. Kommunikativno-pragmaticheskiye funktsii ekspressivnykh sintaksicheskikh konstruktsey v tekstakh gazetno-publitsisticheskogo stilya [Communicative and pragmatic functions of expressive syntactic constructions in newspaper and journalistic style texts]. *Gumanitarnyye i sotsial'nyye nauki* [Humanities and social sciences]. 2014, no. 2, pp. 630-633. (In Russ.).

6. Solganik G. YA., Klushina N. I. Publitsisticheskiy stil', ili gazetno-publitsisticheskiy stil', ili stil' massovoy kommunikatsii [Publicistic style, or newspaper-publicistic style, or mass communication style]. *Effektivnoye rechevoye obshcheniye (Bazovyye kompetentsii)* [Effective Verbal Communication (Basic Competencies)]. Sibirskiy federal'nyy universitet, edited by A. P. Skovorodnikov, Krasnoyarsk, 2014, pp. 499-501. (In Russ.).

7. Stepanova K. A. Yazyk gazetno-publitsisticheskogo stilya kak sredstvo vozdeystviya na chitatelya [The language of newspaper and journalistic style as a means of influencing the reader]. *Obshchestvo* [Society]. 2018, no. 3 (11), pp. 54-57. (In Russ.).

8. Sycheva V. O. Osnovnyye osobennosti gazetno-publitsisticheskogo stilya [The main features of the newspaper-journalistic style]. *Forum molodykh uchenykh* [Forum of Young Scientists]. 2018, no. 12 (28), pp. 1519-1524. (In Russ.).

9. Khotar T. Sh., Hadi A. A. Gazetno-publitsisticheskii stil i yego mesto v sisteme funktsionalnikh stilei russkogo yazika [Newspaper-journalistic style and its place in the system of functional styles of the Russian language]. *Al-Adab Journal*. 2022, vol. 3, no. 143, pp. 51-60. (In Russ.).

10. Smagulova A., Zhumalieva Zh. K., Rysbek A. Features of translation of newspaper articles in the media from English into Russian. *Tiltanym*. 2021, no. 1 (81), pp. 125-134.

Сведения об авторах

Л. И. Власова – кандидат филологических наук, доцент,
кафедра английского языка и методики преподавания иностранных языков,
Самарский государственный социально-педагогический университет;

А. Д. Быкова – студент, факультет иностранных языков,
Самарский государственный социально-педагогический университет.

Information about the authors

L. I. Vlasova – Ph. D. (Philology), Associate Professor,
Department of English and Methods of Teaching Foreign Languages,
Samara State University of Social Sciences and Education;

A. D. Bykova – Student, Faculty of Foreign Languages,
Samara State University of Social Sciences and Education.

Статья поступила в редакцию 10.07.2025; одобрена после рецензирования 20.08.2025; принята к публикации 25.09.2025.

The article was submitted 10.07.2025; approved after reviewing 20.08.2025; accepted for publication 25.09.2025.