



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭПИТЕТОВ И ДРУГИХ ТРОПОВ В МЕДИА-ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ И ОНЛАЙН-ИЗДАНИЙ)

Бердимуратова Азиза Бахадыр кызы

Лингвистика: английский язык

Аннотация: *Статья посвящена лингвистическому анализу использования эпитетов и других тропов в медиа-дискурсе. Рассматриваются особенности применения выразительных средств языка в газетах и онлайн-изданиях, а также их влияние на восприятие информации аудиторией. На основе выборки из текстов российских газет и онлайн-изданий проводятся сравнительный анализ частотности употребления тропов, их функции и стилистическая роль в журналистском контексте. Описаны различия в использовании тропов в печатных и цифровых медиа, а также выявлены ключевые тенденции в современном медиадискурсе.*

Ключевые слова: *медиа-дискурс, эпитет, метафора, гипербола, метонимия, тропы, журналистика, печатные издания, онлайн-издания, стилистика, манипуляция.*

Медиа-дискурс представляет собой особый тип дискурса, в котором ключевым элементом является использование языка для воздействия на массовую аудиторию. В современных медиа важным инструментом формирования общественного мнения и привлечения внимания читателей являются различные лексико-стилистические средства, среди которых эпитеты и другие тропы играют особую роль. Эти средства позволяют не только информировать, но и манипулировать восприятием, создавать образность и эмоциональную окраску.

Цель данной статьи — провести анализ использования эпитетов и других тропов в газетном и онлайн-дискурсе. Задачи исследования включают:

1. Определение функций эпитетов и других тропов в журналистских текстах.
2. Сравнительный анализ частоты употребления этих средств в печатных и цифровых изданиях.
3. Выявление стилистических и функциональных различий в использовании тропов в разных типах медиа. [1, 123]





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

Эпитеты в медиа-дискурсе служат важным инструментом для создания яркой, запоминающейся картины происходящего. В газетах и онлайн-изданиях эпитеты часто несут оценочную функцию, придавая событиям или явлениям эмоциональную окраску. Например, в газетных статьях о политике можно встретить такие выражения, как *жестокая борьба за власть* или *трагическая ошибка политиков*, что значительно усиливает эмоциональную реакцию читателя. В отличие от этого, в онлайн-изданиях, особенно в новостных лентах, часто используются более выразительные эпитеты, чтобы привлечь внимание к материалу. Например, *буря в социальных сетях* или *северный ветер протеста* могут восприниматься как гиперболизированные и яркие выражения, вызывающие эмоциональный отклик.[2]

Метафора — один из наиболее распространённых тропов в медиа-дискурсе. В газетных текстах метафоры часто используются для объяснения сложных процессов, делая их более доступными для широкой аудитории. Например, в статьях о международных отношениях можно встретить метафору *холодная война*, которая не только описывает политическую ситуацию, но и эмоционально окрашивает её как напряжённую и конфликтную. В онлайн-изданиях метафоры также активно используются, но их роль несколько изменяется. Здесь метафоры чаще всего выполняют функцию привлечения внимания и могут быть более креативными и даже ироничными: *информационный шторм*, *эпидемия фейков*.

Другими распространёнными тропами являются гипербола, литота и метонимия. Гипербола усиливает восприятие ситуации, например, *катастрофические последствия*, в то время как литота, наоборот, может смягчать восприятие событий — *небольшие трудности* вместо *огромных проблем*. Метонимия широко используется в политическом контексте: *Кремль заявил* или *Белый дом ответил*, где части заменяют целое, что упрощает восприятие информации.[3,45]

Газеты и онлайн-издания имеют различия в использовании тропов. Газетные материалы, как правило, стремятся к более строгому стилю, хотя в последнее время можно наблюдать тенденцию к большему использованию экспрессивных средств, чтобы привлечь внимание читателя. В свою очередь, онлайн-издания часто прибегают к ярким метафорам и гиперболам, чтобы создать ощущение актуальности и срочности событий. Это связано с тем, что интернет-платформы имеют более высокую конкуренцию за внимание пользователей и требуют быстрого эмоционального отклика.





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC
SOLUTIONS

Использование эпитетов и других тропов в медиа-дискурсе является важным инструментом в руках журналистов, направленным на создание определённого восприятия событий, формирование общественного мнения и привлечение внимания читателей. Несмотря на различия в жанровых особенностях газет и онлайн-изданий, в обоих случаях тропы выполняют функцию эмоциональной окраски текста и формирования образов. Газеты чаще используют более сдержанную, но все же выразительную лексику, тогда как онлайн-издания активно используют креативные и порой провокационные тропы для привлечения внимания. Будущее медиа дискурса, вероятно, будет связано с ещё большим развитием использования выразительных средств для работы с аудиторией, особенно в условиях всё более динамичного и конкурентного информационного пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гальперин, И. Р. *Стилистика русского языка*. — М.: Высшая школа, 1971.
2. Винокур, Г. О. *Теория и практика стилистического анализа текста*. — М.: Наука, 1987.
3. Михайлова, О. В. *Языковые средства воздействия в медиа-дискурсе*. — М.: Логос, 2008.
4. Беняш, Е. Г. *Методы анализа медиа-дискурса*. — М.: РГГУ, 2014.
5. Реброва, Н. В. *Лексико-стилистические средства и их роль в современных медиа*. — М.: Наука, 2017.
6. Шкловский, В. Б. *Теория и практика литературного перевода*. — М.: Искусство, 1972.

