

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В. С. Павлеченко (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *А. В. Динькевич*,
канд. филол. наук

Публицистический дискурс представляет собой разновидность речевой деятельности, направленную на информирование, формирование мнения и воздействие на общество. Одной из его ключевых особенностей является использование стилистических средств, которые придают текстам выразительность, убедительность и эмоциональную насыщенность. Важную роль в этом процессе играют лексические, синтаксические и фонетические стилистические средства. Их грамотное применение позволяет не только привлечь внимание аудитории, но и сформировать определенное отношение к описываемым событиям, создавая необходимый эмоциональный фон.

На лексическом уровне в публицистическом дискурсе используются эпитеты, метафоры и аллюзии для создания выразительности. Например, в заголовке «*Economic Storm: Inflation Hits Hard*» используется

метафора «буря», что усиливает эмоциональное восприятие и подчеркивает масштаб экономической нестабильности. В газетах также встречаются неологизмы, отражающие современные реалии, например, «*infodemic*» (избыточное распространение информации, часто недостоверной) или «*doomscrolling*» (навязчивое потребление негативных новостей). Они помогают передавать дух времени и подчеркивают динамику изменений в обществе.

На синтаксическом уровне активно используются инверсия («*Never before have we seen such change*»), риторические вопросы («*What will happen next?*») и градация («*A crisis, a catastrophe, a disaster!*»), усиливающие эмоциональное воздействие на аудиторию. Кроме того, важную роль играет парцелляция, разбивающая текст на короткие, выразительные фразы: «*The crisis is here. It's real. And it's affecting everyone.*» Такая подача делает текст более энергичным и драматичным, создавая эффект живой речи.

Фонетические стилистические средства, такие как аллитерация («*Breaking Barriers, Building Bridges*»), создают ритмичность и привлекают внимание. Кроме того, газетные статьи часто используют повторения для усиления смыслового акцента: «*We need change. We need leadership. We need action.*» Подобные приемы способствуют лучшему запоминанию материала и делают публицистический текст более выразительным.