

УДК

DOI: 10.18384/2310-7278-2019-3-61-70

СРЕДСТВА ЭКСПРЕССИВИЗАЦИИ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ

Шкварцова Т. В.*Московский политехнический университет**107023, г. Москва, ул. Б. Семёновская, д. 38, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассматриваются экспрессивные средства, использующиеся в речи ведущих дискуссионно-полемиических ток-шоу и информационных программ. Актуальность исследования обусловлена усилением вербального воздействия на зрителя, связанным с появлением новых типов передач и изменением стиля ведения программ. Установлено, что одно и то же содержание, вербализованное нейтральными и экспрессивными средствами, оказывает различное воздействие на адресата. В теледискурсе достижению убеждения и воздействия способствуют разговорная и стилистически сниженная лексика, словообразовательные окказионализмы, метафоры, сравнения, восходящая градация и лексический повтор. Максимальным воздействующим эффектом обладают языковые / речевые экспрессивные средства, реализующие семантическую категорию интенсивности: прилагательные-интенсивы, аффиксы со значением усиления, лексические и контекстные синонимы в градационных рядах.

Ключевые слова: вербальное воздействие, разговорная лексика, метафора, сравнение, окказионализм, градация, повтор, категория интенсивности.

MEANS OF EXPRESSION IN A TELEVISION DISCOURSE

T. Shkvartsova*Moscow Polytechnic University**38 B. Semenovskaya ul., Moscow 107023, Russian Federation*

Abstract. This article discusses the expressive means used in a speech by TV hosts of the discussion polemical talk shows and information programs. The relevance of the study is due to the increased verbal impact on a viewer, associated with the emergence of new types of broadcasts and changes in the style of conducting programs by journalists. It has been established that the same content, verbalized by neutral and expressive means, has a different effect on the addressee. In the television broadcasting, colloquial and stylistically reduced vocabulary, word-formation occasionalisms, metaphors, comparisons, upward gradation and lexical repetition

contribute to the achievement of the main communicative goal of the speaker – persuasion and influence. The language and speech expressive means that implement the semantic category of intensity have the maximum effect: intensive adjectives, affixes with an enforcing meaning, lexical and contextual synonyms in gradation series.

Keywords: verbal impact, colloquial language, metaphor, comparison, gradation, occasionalism, repetition, intensity category.

Телевизионный дискурс представляет собой разновидность медиадискурса, выделяемую в соответствии с каналом распространения информации. В свою очередь, понятие медиадискурса является производным от более общей концепции дискурса, понимаемого как процесс и результат речемыслительной деятельности, воплощённый с помощью языковых средств в устной или письменной форме и включающий все экстралингвистические параметры – участников коммуникации и их характеристики, интенции коммуникантов, цели, ситуации и сферы общения. Понятие медиадискурса обусловлено функционированием языка в конкретной сфере общения и определяется как совокупность процессов и продуктов речевой деятельности и их взаимодействия в сфере массовой коммуникации. Очевидно, что концепция медиадискурса учитывает не только канал распространения информации, но и специфику создания медиасообщения, способы его кодирования и декодирования, особенности адресата, социально-исторический, политический и идеологический контексты [2, с. 198–200]. Системообразующими признаками медиадискурса являются установки на информирование, воздействие и привлечение адресата. Поэтому основные стратегии массово-информационного дискурса – привлечение и удержание внимания аудитории, информирование и оказание воздействия на по-

лучателя информации, в результате которого должны сохраниться или измениться его картина мира и приоритеты в системе ценностей [3, с. 173, 176].

Телевизионную речь и её специфику, особенности различных жанров, роль ведущего, коммуникативный стиль тележурналиста, вербальное воздействие в телеэфире исследовали такие учёные, как С. В. Светлана-Толстая, О. А. Лаптева, А. Д. Васильев, В. И. Карасик и другие. Изучение теледискурса в настоящее время особенно актуально в связи с усилением и расширением воздействия на зрителя с помощью новых типов передач, которым отводится значительный объём времени в телеэфире, изменением стиля подачи информации в новостных программах, напористой манерой общения ведущих, осуществляющих выбор языковых средств в соответствии с собственными представлениями, культурой, психологическими и лингвокреативными особенностями.

Возможности убеждающего и внушающего воздействия телевидения очень велики. Функции и задачи общения в этой сфере требуют сознательного и мотивированного выбора речевых средств ведущим, его умения убеждать и увлекать зрителя, быть максимально выразительным и одновременно корректным и доступным аудитории. Особенно ответственна роль ведущего в дискуссионно-полемиических ток-

шоу, а это значит, что ведущий должен быть харизматичной личностью, человеком компетентным, умным, вызывающим доверие, способным к общению с разными людьми, владеющим искусством слова и умением организовать острую, на грани конфликта, дискуссию, а затем умело управлять ею, неуклонно проводя собственную линию и аргументированно отстаивая свой взгляд на обсуждаемую проблему.

Убеждение, построенное только на логических доводах и вербализованное нейтральными языковыми средствами, не может быть высокоэффективным. Стремясь воздействовать на разум и эмоции партнёров по общению и зрителей, ведущий эмоционально, интенсивно, нередко образно выражает своё отношение к предмету речи, для чего использует различные языковые / речевые средства с целью экспрессивизации высказывания, а значит, и усиления его воздействия. Под экспрессивными средствами, таким образом, мы понимаем все языковые / речевые единицы, позволяющие говорящему эмоционально-оценочно, интенсивно и образно выражать своё субъективное отношение к содержанию или адресату речи. Оценка, тесно связанная с эмоцией, не всегда сопровождается ею и в ряде случаев является лишь фактом интеллектуальной деятельности, а значит, не требует для своего выражения экспрессивной вербализации [8, с. 51–52]. Следовательно, основными предпосылками для использования экспрессивных средств выражения как средств воздействия мы считаем эмоции и эмоциональную оценку говорящего и его стремление выразить своё отношение к предмету речи интенсивно и образно.

Экспрессивность, в свою очередь, способствует созданию выразительности речи как более общей категории по отношению к категории экспрессивности [7, с. 285]. Наряду с экспрессивностью, в высшей степени релевантной для публицистического и художественного стилей, выразительность речи придают такие её признаки, как логичность, точность, уместность, ясность, целесообразность – т. е. все те качества, которые обеспечивают её полноценное восприятие адресатом, или, другими словами, восприятие, максимально приближенное к пониманию авторской интенции и цели сообщения¹. Иногда эти качества, или принципы создания выразительного текста, вступают в конфликт между собой – например, в тех случаях, когда ведущий полемического ток-шоу, стремясь дать точную номинацию какого-либо понятия, использует научные термины: *во избежание когнитивного диссонанса, военные интенции США, негативные коннотации, неизвестная нам семантика, политическая гипербола, невербальное общение, хорошо развили метафору, вот к чему сводится этот нарратив, вне политического дискурса, Product Placement производителя*². Использование специальной лексики, безусловно, подчёркивает компетентность и уровень интеллекта ведущего, повышает его авторитет, но, возможно, вступает в противоречие с ясностью и доступностью смысла вы-

¹ Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты / под ред. А. П. Сковородникова. М.: Флинта: Наука, 2005. С. 90.

² Примеры отобраны из эфиров программы «Время покажет» // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019).

сказывания для зрителя, а значит, и уместностью лингвистических терминов в данной программе.

В отличие от других СМИ, телевидение нужно рассматривать только в триединстве изображения, звука и речи, а телевизионную речь как массово-коммуникативную разновидность речи, рассчитанную на активное воздействие, лишь в качестве компонента данной триады [6, с. 39–40]. Однако в анализируемых передачах – дискуссионно-полемических ток-шоу и новостных программах разных телеканалов – именно речевой компонент можно считать доминирующим. В полемических ток-шоу, характеризующихся бурным обсуждением актуальных тем, которое обеспечивается особым подбором приглашённых экспертов с полярно противоположными взглядами, объём совокупной речи экспертов превышает долю речи ведущих. Тем не менее в центре нашего внимания находилась именно речь ведущих, являющихся профессионалами, имеющих специальное образование, способных к лингвистической и коммуникативной рефлексии, нацеленных на убеждение и внушение, заинтересованных в острой дискуссии и столкновении мнений, поскольку это информационно-развлекательное шоу и телеканалу нужна широкая зрительская аудитория.

Повышенная экспрессивность подавляющего большинства высказываний в информационно-развлекательном теледискурсе обусловлена основной коммуникативной целью ведущего – убедить в своей правоте, отстоять свою позицию любым способом, и этой цели подчинены все используемые им речевые средства. Вне

зависимости от субъективности или объективности, истинности или ложности содержания, экспрессивные высказывания оказывают более сильное воздействие на адресата, чем тот же смысл, но эксплицированный нейтральными языковыми средствами. Выбор экспрессивных средств зависит от интенции, эмоционально-психологического состояния и языковой личности говорящего.

Как показывают результаты нашего исследования, в ходе которого применялись методы наблюдения, описания, сопоставления, обобщения, компонентного анализа, опроса, эксперимента с целью выяснения степени воздействия экспрессивных высказываний, наиболее эффективными с точки зрения воздействия можно считать такие средства экспрессивизации, как разговорная и разговорно-сниженная лексика, метафоры, сравнения, повторы, градация, словообразовательные окказионализмы, прилагательные-интенсивы, аффиксальные образования со значением усилительности.

Умеренное использование разговорной и стилистически сниженной лексики давно признаётся действенным средством экспрессивизации текста и усиления его воздействующего эффекта [5, с. 39]. Практически во всех случаях употребление разговорно-сниженных средств связано с выражением негативных эмоций и резко отрицательной оценки объекта речи или партнёра по общению: *Что это за чушь собачья?*; *Денег было втюхано немало!* *И всё профукали?*; *Не ты ли здесь четыре года орал, что все они безумцы?*; *Какого рожна вы со всем этим соглашаетесь?*; *Какая же помойка должна быть в головах у тех, кто это устра-*

ивает?; Только **дебилы** могут такое сказать!; А на сорок тысяч погибших вам **наплевать**?; Да **врёжьте** нам в конце концов; Они что, **дураки, идиоты**?; Достоевский – сплошная **депрессуха**; Я бы застрелился, если бы у нас воспитывали таких **скотов**!; Это уже ни с чем несообразный **кретинизм**!; Ситуация в стране просто **фиговая**!; Да зачем нам **лезть** туда?; Да сколько ж можно **втюхивать** в чужую экономику?; И после этого **вопят** о свободе демократии!; Может, уже хватит **трепаться**?; Ваши выходки меня уже даже не **прикалывают**!; Он постоянно высказывается **мимо кассы**¹.

Метафоры и сравнения в теледискурсе используются обычно в новостных и информационно-аналитических программах с заранее подготовленным текстом, что вполне естественно – в условиях живой, неподготовленной речи, в постоянном диалогическом общении создавать яркие образы сложно, к тому же они могут затруднить восприятие смысла высказывания для зрителя. В подготовленном тексте чаще всего прибегают к устойчивым языковым метафорам и сравнениям, известным и понятным зрителю, не требующим усилий при их декодировании. Например: *Не вся страна поражена этой **раковой опухолью** коррупции; США **разыгрывают** русофобскую карту; Здесь с головой **ныряют в пучину** партийных баталий; Пора сделать прививку демократии от американского штамма; **Злокачественная форма феминизма** надвигается на Россию; В Америке идёт **чемпионат** по оскорблению России; **Реки** автомобильных*

пробок ожидаются в Москве; Многие смогли вырастить **на полях саммита**; За переворотом в Венесуэле видна **дирижёрская палочка** США; В умах британцев растёт **токсичность** по отношению к россиянам; Вы **инфицируете** всю молодёжь своими бредовыми идеями; Пора изменить **политический ландшафт**; На сцену вышли **тяжеловесы** большой политики; Это уже **политическая шизофрения**; Пора делать прививку от **политического бешенства**; Он начал крутиться, **как уж на сковородке**; Волна увольнений губернаторов, **как газонокосилкой**, прошла по России; Восставший, **как Лазарь из могилы**, Бабченко; Меркель, **словно Золушка**, должна была успеть, и она успела; Франция может вспыхнуть, **как бочка пороха**; Эти санкции будут для нас **как удар из ада**; Он спокоен, **как многокилометровый питон**; Остров Русский был очень мрачный, **как преддверие Чистилища**². Большинство приведённых примеров эксплицирует негативную эмоциональную оценку объекта речи автором текста и стремление донести её до зрителя через яркие образы – соответственно, все используемые образные экспрессивные средства выполняют эмоционально-оценочную и воздействующую функции.

¹ Примеры отобраны из эфиров программы «Время покажет» // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019).

² Примеры подобраны из эфиров телепрограмм: Новости // Первый канал (выпуски за период 01.10.2017–30.01.2019); Вести // Россия 1 (выпуски за период 01.12.2017–30.01.2019); Итоги // НТВ (выпуски за период 01.03.2018–30.01.2019); Время // Первый канал (выпуски за период 01.10.2017–30.01.2019); Вести недели с Дмитрием Киселёвым // Россия 1 (выпуски за период 15.01.2018–30.01.2019); Центральное телевидение // НТВ (выпуски за период 20.03.2018–30.01.2019).

О лингвокреативности журналистов и телеведущих свидетельствуют изобретаемые ими словообразовательные окказионализмы [9, с. 33–37]. Они конструируются в соответствии с авторской интенцией создать оригинальную и яркую номинацию предмета речи, выразив тем самым ироничное или явно негативное отношение к объекту: *Вы стали кастрюлеголовыми до такой степени, что вообще уже больше ничего не видите? Кто же вас вынуждает? Кто этот вынудитель?; Казахстан явно идёт по пути казахизации; Кто эти интересанты? Или кто симпатизанты?; То, что происходит в США, это уже трампофрения; Они не только собственноручно собирают виноград, но и собственноручно участвуют в приготовлении вина; На Флориду надвигается Ирмагеддон; Перестаньте нас игнорить!*¹.

По нашим наблюдениям, из всех категорий, образующих общую категорию экспрессивности, наиболее востребованной является семантическая категория интенсивности, реализуемая разноуровневыми языковыми и речевыми средствами. Активное привлечение средств данной категории обусловлено стремлением говорящих заострить, усилить, гиперболизировать обозначаемый признак, действие или качество и тем самым повысить воздействующую силу высказывания. Интенсивность – это воздействующая мощь слова и как неотъемлемый элемент присутствует в значении

многих слов [1, с. 34]. Чаще всего в теледискурсе используются прилагательные-интенсивы, реже – наречия и существительные, приобретающие в контексте значение высшей степени проявления признака. Примеры: *Страшный вирус поражает людей; Он жуткий русофоб; Масштабы изменений грандиозны; Это просто убийственное равнодушие; Мы наблюдаем запредельный рост цен; Шокирующие новости пришли из Подмосковья; Началась адская паника; У людей дикая тревога по этому поводу; Фантастическое непонимание и нежелание договариваться; Сенсационный поворот в деле; Чудовищная геополитическая ситуация; Это ужасающий Апокалипсис; Рост цен дикий; Головокружительные шоу на нашем канале; «Капиталинвест» обещал пайщикам просто сказочные дивиденды; Жуткая авария, ужасный финал; Учёные предрекают планете страшное будущее; История невероятная; Убийственная жара в Европе, невиданные ураганы в Америке; Тотальное умопомрачение; Страшно активизировались родные производители; Между нами – океан противоречий*².

Очевидно, что в семантической структуре приведённых прилагательных выделяются и другие компоненты значений – эмоциональной оценки, эмоциональности. Однако доминирует именно сема интенсивности, усиливающая остроту оценки, повышающая

¹ Примеры отобраны из эфиров телепрограмм: «Время покажет» // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019); Новости // Первый канал (выпуски за период 01.10.2017–30.01.2019); Новости // Москва 24 (выпуски за период 01.02.2018–30.01.2019).

² Примеры отобраны из эфиров телепрограмм: Время // Первый канал (выпуски за период 01.10.2017–30.01.2019); Новости // Москва 24 (выпуски за период 01.02.2018–30.01.2019); «Время покажет» // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019); Вести // Россия 1 (выпуски за период 01.12.2017–30.01.2019).

степень выражения эмоции и проявления признака предмета по шкале градуальности.

Активно используется в теледискурсе и аффиксальный способ создания интенсивности с привлечением формообразовательных суффиксов превосходной степени прилагательных, аффиксов со значением увеличения, усиления: **Крупнейший** магнитный шторм имеет планетарный характер; Они не увидели **грубейших** нарушений; **Сильнейшие** метели прошли по регионам России; Началась **жесточайшая** конкуренция; Была **тяжелейшая** ситуация; А это уже **опаснейшее** сочетание; Евросоюз оказался в **глупейшем** положении; Ребята показали **высочайшее** мастерство; У нас есть **моцнейший** бомбардировщик; На подлёте к Москве – дикие **полчища** комаров; Появились новые **мегаграчечные** для отмывания грязных денег; Вам нужны **суперприбыли** любой ценой; Рыбы – **суперулов!**; Это же **человечище, сверхчеловек!**; Да наше правительство **мегатолерантно**, в отличие от вашего!¹

Часто стремление к усилению воздействия реализуется говорящими через восходящую градацию, при которой каждый компонент ряда, включающего обычно контекстные синонимы, превосходит предыдущий по степени интенсивности. Например: *Это уже не море, не океан, а целый*

фейерверк эмоций!; *Игра была фантастическая, сверхъестественная, настоящее чудо!*; *Наши ребята – молодцы, красавцы, звёзды, герои!*; *Наш чемпионат – это праздник, восторг, феерия!*; *Это не случайность или недоразумение, это наглая фальсификация, низость, подлость!*; *«Собибор» – страшный, жуткий, шокирующий фильм о войне; Война – это пот, кровь, ужас; Да это же ахинея, бред, чушь, тупость в высшей степени!*; *Это фантастическая, беспрецедентная, невиданная истерия!*; *Их просто корячит, плющит, колбасит от ненависти; Это удивительная, странная, даже трагическая история; Что это – непонимание, недостаток ума, дикая глупость, идиотизм?; Да это неповторимая, великая, величайшая группа!*; *Это клоун, совсем без мозга, просто идиот!*; *Это запредел, абсолютное Зазеркалье, это уже за гранью театра абсурда!*; *Хамские, абсурдные, безумные обвинения!*²

Простым и действенным способом повышения интенсивности, энергичности и убедительности высказывания в диалогических программах с неподготовленным текстом служит лексический повтор ключевых слов или речевой части высказывания. Примеры: *Чему же вы удивляетесь? Нечему тут удивляться!*; *Нам придётся выбрать, придётся выбрать, поверьте, придётся выбрать!*; *Кроме веры, эта валюта ничем не обеспечена, ничем не обеспечена, кроме веры, то есть только вера; Так он и*

¹ Примеры отобраны из эфиров телепрограмм: *Время* // Первый канал (выпуски за период 01.10.2017–30.01.2019); *Вести* // Россия 1 (выпуски за период 01.12.2017–30.01.2019); *«Время покажет»* // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019); *Сегодня* // НТВ (выпуски за период 30.08.2018–15.12.2018); *События* // ТВ Центр (выпуски за период 12.03.2018–20.12.2018).

² Примеры отобраны из эфиров телепрограмм: *«Время покажет»* // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019); Ток-шоу *«60 минут»* // Россия 1 (выпуски за период 10.09.2017–30.01.2019).

поёт про Путина, про Путина, понимаете, он поёт; Мы обязаны извлечь какие-то уроки, обязаны, просто обязаны!; Мы что, должны приползти к нему, приползти на коленях и молить «Простите нас»?; Ну неправы же вы, неправы, хоть раз согласитесь!; Это уже политический стриптиз, стриптиз это политический; Вы уже переходите в стадию бреда, бред несёт»¹.

Категория интенсивности задействована и в других формах теледискурса – анонсах новостей, которые становятся всё более значимым компонентом композиции информационных программ [4, с. 162], и названиях передач. Это объясняется тем, что зритель всегда настроен на получение интересных, захватывающих новостей – и ему их обещают интригующими, броскими, эффектными, порой драматичными заголовками, не всегда соответствующими реальности и содержанию сообщения. Тем не менее, отвечая потребностям адресата, автор текста, как сотрудник телеканала, выполняет главную задачу – привлечения и удержания внимания зрителя, расширения своей телеаудитории. Примеры: *Самые шокирующие гипотезы; День самых шокирующих прогнозов и страшных дел; Конец света: солнечный удар* (названия передач РЕН ТВ); *«Взрослый» беспредел; Будет как в Арктике; Аномальный холод накроет*

Центральную Россию (хотя речь идёт о январских -15); *Настоящая жара надвигается на Москву* (о +20 в конце мая); *Гольяново в огне* (о пожаре в одноэтажной постройке); *Пожарище; Шокирующая прогулка; Грипп атакует*².

Итак, экспрессивность – неотъемлемое качество теледискурса, позволяющее усилить его воздействующий эффект. Наиболее действенными и востребованными средствами экспрессивизации высказываний можно считать разговорную лексику, словообразовательные окказионализмы, метафоры и сравнения, градацию и лексический повтор, эксплицирующие интенции говорящего эмоционально, образно и интенсивно выразить своё отношение к объекту и адресату речи. Максимально актуализированной в полемических ток-шоу и информационных программах является семантическая категория интенсивности, реализующаяся прилагательными-интенсивами, аффиксацией, превосходной степенью прилагательных, лексической и контекстной синонимией в градационных рядах. Все используемые экспрессивные средства способствуют достижению главной коммуникативной цели говорящего – усилению воздействия на телезрителя.

Статья поступила в редакцию 09.04.2019

ЛИТЕРАТУРА

1. Буянова Л. П., Нечай Ю. П. Эмотивность и эмоциогенность языка: механизмы экспликации и концептуализации: монография. М.: Флинта: Наука, 2016. 232 с.
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Флинта: Наука, 2007. 264 с.

¹ Примеры отобраны из эфиров телепрограмм: «Время покажет» // Первый канал (выпуски за период 03.09.2017–30.01.2019); Ток-шоу «60 минут» // Россия 1 (выпуски за период 10.09.2017–30.01.2019).

² Примеры подобраны из анонсов телепрограмм: Время // Первый канал (выпуски за период 01.10.2017–30.01.2019); Новости // Москва 24 (выпуски за период 01.02.2018–30.01.2019).

3. Карасик В. И. Языковое проявление личности: монография. М.: Гнозис, 2015. 384 с.
4. Кочетков П. Н. Дискурс телевизионных новостей // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический Проект, 2011. С. 154–164.
5. Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М.: Флинта: Наука, 2014. 160 с.
6. Светлана-Толстая С. В. Русская речь в массмедийном пространстве. М.: Медиа Мир, 2007. 344 с.
7. Сквородников А. П., Копнина Г. А. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2. М.: МГУ имени М. В. Ломоносова, 2004. С. 285–306.
8. Шкварцова Т. В. Вербализация положительных эмоций в современном публицистическом тексте // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2017. № 4. С. 50–57.
9. Шкварцова Т. В. Словообразование как источник повышения креативности публицистического текста // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2015. № 1. С. 32–37.

REFERENCES

1. Buyanova L. P., Nechai Yu. P. *Emotivnost' i emotsiogenost' yazyka: mekhanizmy eksplykatsii i kontseptualizatsii* [Emotivity and Emotionality of a Language: Explication and Conceptualization Mechanisms]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2016. 232 p.
2. Dobrosklonskaya T. G. *Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliiskaya mediarech'* [Metalinguistic: a systematic approach to the study of media language: the modern English media speech]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2007. 264 p.
3. Karasik V. I. *Yazykovoe proyavlenie lichnosti* [Linguistic manifestation of personality]. Moscow, Gnozis Publ., 2015. 384 p.
4. Kochetkov P. N. [The discourse of television news]. In: Volodina M. N., ed. *Yazyk i diskurs sredstv massovoi informatsii v XXI veke* [The language and discourse of the mass media in the 21st century]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2011. pp. 154–164.
5. Petrova N. E., Ratsiburskaya L. V. *Yazyk sovremennykh SMI: sredstva rechevoi agressii* [The language of contemporary media: the means of verbal aggression]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2014. 160 p.
6. Svetana-Tolstaya S. V. *Russkaya rech' v massmediinom prostranstve* [Russian speech in the mass media space]. Moscow, Media Mir Publ., 2007. 344 p.
7. Skovorodnikov A. P., Kopnina G. A. [Expressive means in the language of a modern newspaper: tendencies and their cultural and speech evaluation]. In: *Yazyk SMI kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya. Chast' 2* [The mass media language as an object of interdisciplinary research. Part 2]. Moscow, Lomonosov Moscow State University, 2004. pp. 285–306.
8. Shkvartsova T. V. [Verbalization of positive emotions in the modern journalistic text]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Russkaya filologiya* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Russian philology], 2017, no. 4, pp. 50–57.
9. Shkvartsova T. V. [Word-formation as a source of increasing creativity in the journalist text]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Russkaya filologiya* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Russian philology], 2015, no. 1, pp. 32–37.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Шкварцова Татьяна Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и истории литературы Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета;
e-mail: shkvarcova@bk.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Tatiana V. Shkvarcova – PhD in Philological sciences, associate professor at the Department of Russian Language and History of Literature at High school of print and media industry, Moscow Polytechnic University;
e-mail: shkvarcova@bk.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Шкварцова Т. В. Средства экспрессивизации высказывания в телевизионном дискурсе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2019. № 3. С. 61–70.
DOI: 10.18384/2310-7278-2019-3-61-70

FOR CITATION

Shkvarcova T. V. Means of expression in a television discourse. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Russian philology*, 2019, no. 3. pp. 61–70.
DOI: 10.18384/2310-7278-2019-3-61-70