

Языковой портрет автомобильного журналиста Игоря Моржаретто

Научный руководитель – Ломыкина Наталья Юрьевна

Василенко Анастасия Романовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра стилистики русского языка, Москва, Россия

E-mail: anastasi4-vasilenko@yandex.ru

Журналисты профильных медиа не только информируют аудиторию о новейших тенденциях и технологиях в автомобильной индустрии, но и формируют общественное мнение о различных марках и моделях автомобилей, затрагивают социальные и политические изменения, которые оказывают влияние на развитие автомобильной промышленности. Важным аспектом деятельности автомобильного журналиста является его речевая культура, которая включает в себя как стиль, так и формат донесения информации. Анализ речевого портрета автомобильного журналиста не только обогатит знания о коммуникативных стратегиях в журналистике, но и предоставит практические рекомендации для будущих специалистов в этой области.

Анализ материалов Игоря Моржаретто, опубликованных в деловом журнале “Профиль” с 05.06.2024 по 22.01.2025, показал, что журналисты создают тексты автомобильной направленности при помощи следующих приемов:

- 1) Лексика определенной тематической группы. Освещение автомобильной индустрии характеризуется высокой степенью технической сложности и специализированной терминологии: “адаптивный круиз-контроль”, “колесная база – 2620 мм”, “дефлекторы вентиляции и USB-разъемы”. Многие термины, связанные с технологиями и производственными процессами, имеют английские корни, и часто встречаются в текстах Моржаретто: “реальный клиренс – около 23 см”, “тест-драйв”, “преимущество от «рэнглера»”.
- 2) Эмоционально-оценочная лексика. “Простецкие дверные ручки”, “Увы, цены не слишком радуют”, “Сам я, конечно, за автотуризм”, “Мне «Москвич 3е» пришелся по душе”. Одна из задач автомобильных обзоров – передача личных впечатлений, что невозможно без оценочных, субъективных суждений.
- 3) Метафорические и фразеологические выражения. Автомобильная тематика включает множество технических терминов и сложных концепций, поэтому Моржаретто использует в текстах метафоры и фразеологизмы, которые упрощают восприятие сложной информации. Употребление метафор и фразеологизмов также способствует установлению эмоциональной связи с аудиторией: “Тут на самом деле проблем еще выше крыши”, “Колдобины, «лежачие полицейские» и разные другие неровности машина не любит”, “машина неплохо чувствует себя”.
- 4) Диминутивы. Использование уменьшительно-ласкательных форм слова способствует установлению эмоциональной связи с читателем и снижению дистанции с ним: “баллончик с герметиком”, “дополнительный лючок”.
- 5) Вставные конструкции. “Он получил собственное имя BJ Yongshi («Храбрый воин»”, “Сюда же относятся и любые магистрали с высокой интенсивностью движения (если по ним проезжает более 10 тыс. авто в сутки)”, “Он был разработан инженерами китайской компании Sokon Group (это «дочка» крупнейшего концерна Dongfeng)”.

Вставные конструкции используются для передачи субъективных оценок, эмоций автора или разъяснения сложных идей, распространенных в текстах автомобильной тематики. Таким образом Игорь Моржаретто выражает свое отношение, делится личным опытом, что также сближает его с аудиторией: “При этом с определенным намеком на премиальность (особенно если заглянуть в салон, где все дорого-богато)”, “Порой попадаются смешные ляпы (типа иконки с надписью по-русски «Илян» – простите, не знаю, что это)”.

- 6) Приемы диалогизации в монологической речи, риторические обращения. “ Это здорово, ждем!”, “Выходит, в ближайшую пятилетку нас ждет здесь сплошная пробка, на преодоление которой в выходные может уйти несколько часов?”, “Доброй вам дороги!” Использование фигур диалогизации дает возможность автору текста привлечь внимание аудитории, продемонстрировать собственную заинтересованность в рассмотрении того или иного вопроса, вызвать доверие и отклик. Диалогичность речи также подчеркивает равнозначность позиций автора и читателя.
- 7) Парцелляция. Разделение сложных предложений на более простые облегчает восприятие информации, что особенно важно в научных, образовательных или рекламных текстах: “В результате мы должны получить новую сеть – скоростную, безопасную и комфортную. Чтобы и грузы двигались быстро, и автолюбителям было хорошо”.
- 8) Перечисление. В текстах Моржаретто преобладает бессоюзное перечисление, в большей части в качестве однородных членов выступают имена собственные – названия автомобильных компаний. Они используются для выражения их равенства: “За последние несколько месяцев о выходе на российский рынок объявили еще несколько производителей из Китая: SWM, VGV, Forthing, Aito, Rising...”

Таким образом, анализ используемых Моржаретто лексических и стилистических приемов показывает, как журналист успешно находит баланс между технической точностью и эмоциональной выразительностью. Журналистская работа, основанная на любви к автомобилям и искреннем интересе к развитию автомобильной отрасли, формирует доверие к его мнению среди аудитории. Вклад Игоря Моржаретто в автомобильную прессу способствует не только популяризации автомобильной культуры, но и установлению коммуникации с молодой и опытной аудиторией, способствуя таким образом развитию и популяризации сегмента автомобильной журналистики в России. Его обзоры на приходящие в Россию бренды, преимущественно китайские, помогают автолюбителям осваивать новые модели и демонстрируют, как автомобильные компании адаптируют свои подходы к местным условиям, какие маркетинговые стратегии применяют.

Источники и литература

- 1) Александрова И.Б. Учебный словарь по лексикологии. М., 2014.
- 2) Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. М., 2012.
- 3) Галь. Н. Слово живое и мертвое. М.: АСТ, 2001. - 384 с.
- 4) Деловой журнал “Профиль”: <https://profile.ru/author/igor-mozharetto/> (Дата обращения: 01.03.2025)
- 5) Полный словарь лингвистических терминов/ Под ред. Т.В. Матвеевой. Ростов-на-Дону, 2010. С.62