

Элатик Ахмед Атийях

ЭЛЕМЕНТЫ РАЗГОВОРНОГО СИНТАКСИСА В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

В статье выявлены и проанализированы такие проявления разговорного синтаксиса в языке современных электронных СМИ, как парцелированные конструкции, элементы аналитизма в структуре предложения, вводные слова и сочетания, вставные конструкции, неполные и незаконченные предложения, элементы диалога, фразеологизированные предложения, предложения с междометиями. К диалогическим элементам можно отнести вопросно-ответные конструкции, риторические вопросы, ответствование, обращения, побудительные предложения. Отмечается активность процесса приобретения письменной речью черт разговорной речи в области синтаксиса. Данные конструкции используются авторами для повышения убедительности текста СМИ, привлечения внимания читателей.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/10-3/44.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(64): в 3-х ч. Ч. 3. С. 161-168. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/10-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.161.1.06

В статье выявлены и проанализированы такие проявления разговорного синтаксиса в языке современных электронных СМИ, как парцелированные конструкции, элементы аналитизма в структуре предложения, вводные слова и сочетания, вставные конструкции, неполные и незаконченные предложения, элементы диалога, фразеологизированные предложения, предложения с междометиями. К диалогическим элементам можно отнести вопросно-ответные конструкции, риторические вопросы, ответствование, обращения, побудительные предложения. Отмечается активность процесса приобретения письменной речью черт разговорной речи в области синтаксиса. Данные конструкции используются авторами для повышения убедительности текста СМИ, привлечения внимания читателей.

Ключевые слова и фразы: разговорный синтаксис; электронные СМИ; диалоговые конструкции; парцелляция; аналитизм; вставные конструкции; неполное предложение.

Элатик Ахмед Атийях, к. филол. н.
Университет «Айн-Шамс» (Каир, Египет)
ahmed_atik@yahoo.com

ЭЛЕМЕНТЫ РАЗГОВОРНОГО СИНТАКСИСА В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

Язык представляет собой постоянно изменяющуюся знаковую систему, динамика которой обусловлена внешними и внутренними законами развития. В результате «некоторые изменения языка можно объяснить (они связаны с внешними законами развития языка), некоторые неподвластны человеческому объяснению (связаны с внутренними законами)» [32, с. 189]. Внешние законы развития языка обусловлены воздействием на язык общества, они более наглядны и действуют в основном в лексическом ярусе системы языка, область действия внутренних законов – в первую очередь грамматика. Но бывают и отступления от этих правил, к примеру, на современный синтаксис всё больше влияет общество, социальные факторы.

Синтаксис – ярус языка, трансформации которого менее очевидны и более медленны, чем изменения других языковых ярусов. Начиная с 90-х гг. XX века в русском языке отмечаются изменения, которые можно обозначить как демократизацию, причём одним из проявлений демократизации языка является как раз внедрение в его систему, в том числе синтаксическую, элементов разговорной речи. Данное изменение отражает действие в системе синтаксиса внешних законов языка, то есть указывает на возможности влияния социальных факторов на синтаксис. Традиционно считалось, что в системе русского языка «разговорная речь достаточно резко отделена и занимает особое положение» [37, с. 48], однако современная языковая практика показывает, что это не совсем верно; письменная и разговорная речь обладают качествами взаимопроникновения, что проявляется в первую очередь на синтаксическом уровне, а также и на других уровнях языка.

Исследователи стремятся выделить и проанализировать элементы разговорного синтаксиса, проникающие в письменную речь. В их числе называют парцелляцию [38], тенденцию к аналитизму [32], использование вводных слов и сочетаний, неполных предложений, перерывы в речи [52], расчленённость, повторы и экспрессивное абзацное членение [30], фразеологизированные сложные предложения [35], диалоговые формы [43] и другие особенности.

Большинство исследователей рассматривают разговорные синтаксические конструкции в художественном тексте: Н. Ю. Клюева – в произведениях А. И. Солженицына [30], М. А. Марышова – в романе И. С. Шмелёва «Пути небесные» [35], А. И. Бойков – в поэтическом идиолекте А. Башлачёва [8] и т.д. Единичные работы посвящены элементам разговорного синтаксиса в научной речи [43], а также в газетных текстах [55]. Исследований, в которых комплексно анализировались бы разговорные синтаксические особенности на материале средств массовой информации, пока не ведётся.

Цель статьи – рассмотреть элементы разговорного синтаксиса в языке современных электронных СМИ, выявить их разновидности и функции в тексте массмедиа.

Электронные медиа стали важной составляющей современных средств массовой информации, основной на данный момент сферой их реализации. Электронные СМИ представляют собой «электронные версии печатных изданий», распространяемые посредством Интернета [36, с. 6]. Современные потребители новостей всё чаще предпочитают пользоваться электронными СМИ, учитывая их общедоступность, удобство и дешевизну. Особенно очевидно данное явление стало в период экономического кризиса 2008-2009 гг.

Соответственно, возрос интерес исследователей к языку электронных СМИ, причём рассматриваются в основном проблемы экологии языка [29], лексические и грамматические ошибки [26]. Защищаются кандидатские диссертации: Э. И. Гарифуллина рассматривает использование в языке электронных СМИ синонимов [15]; О. Ю. Космачева обращается к анализу заголовочных фразем [31]. Синтаксис разговорной речи в электронных СМИ пока находится за пределами внимания исследователей.

Мы рассмотрели несколько наиболее популярных электронных СМИ России и проанализировали их языковую составляющую с точки зрения элементов в ней разговорного синтаксиса. Условиями для выбора наиболее популярных электронных СМИ стали результаты запроса в поисковой системе *Yandex* по ключевому слову «новости». Рассматривались такие разные по целевой аудитории электронные СМИ, как РИА Новости, *NEWSru.com*, *Взгляд.ру*, *Газета.ру*, «Деловой квартал», «Комсомольская правда», «Московские новости». Привлекались также тексты наиболее популярных «глянцевых» СМИ: *Cosmopolitan*, «Женские страсти», «Лиза».

Основной чертой разговорной речи являются «неподготовленность, спонтанность, существование в контексте живого общения» [37, с. 49]; говорящий, произнося устное высказывание, не успевает, а иногда не считает нужным выстраивать синтаксические конструкции без нарушения языковых норм, в соответствии с требованиями полноты, с чем и связаны те синтаксические разговорные элементы, которые обнаружены нами в языке электронных СМИ.

Большая часть исследователей основным проявлением разговорного синтаксиса называют расщеплённость, сегментированность речи, проявляющуюся в первую очередь посредством **парцелляции**, отдельного оформления компонентов, которые должны составлять структуру целостного предложения. Однако в языке электронных СМИ данная особенность отмечается достаточно редко. В новостных сообщениях парцелляция отсутствует вообще: мысль подаётся целостно, оформляется в стандартную структуру предложения, построенную в соответствии с нормативами письменной речи. Примеры расщепления содержания высказывания на раздельно оформленные компоненты находим в тех текстах, которые несут на себе отпечаток индивидуальности автора и выстраиваются в виде монолога, нацеленного на непосредственное, личностное восприятие читателя: «*Я могу доехать до метро. Но спуститься в метро и проехать куда-либо, а тем более с пересадкой, я не в состоянии*» [56]. Автор публикации, излагающий собственное видение какой-либо проблемы, испытывает склонность к применению в тексте элементов разговорного синтаксиса и, в частности, парцелляции, чтобы имитировать процесс создания текста, показать, как мысли именно в данный момент приходят ему в голову: «*В общем, бесплатного сыра в кредитной мышеловке не найти. Если не считать льготный период. Но и у него есть свои нюансы*» [45]. Чаще всего, как видим, сложное предложение разрывается по границе между его предикативными частями. Ю. В. Богоявленская отмечает у парцелляции в медиатексте высокий воздействующий потенциал [7]. Действительно, на срединный компонент, который вынесен в начало предложения, обращается особое внимание читателя. Он выделяется графически и пунктуационно, что призвано отразить в печатном тексте интонационное и содержательное выделение. Кроме того, парцеллированная конструкция в СМИ нередко занимает сильную позицию, помещается в заголовочную часть статьи: пример из Газета.ru, приведённый выше, представляет собой подзаголовок. Сильным в композиционном плане можно назвать и такое употребление парцелляции, когда вторая часть конструкции расположена в начале следующего абзаца, то есть отделена от первой не только точкой и прописной буквой, но и абзацным интервалом. Пример находим в газете «Московские новости». Первый абзац в статье о выходе на подиум моделей-инвалидов готовит читателя к восприятию парцеллированной части: «*Но я сейчас даже не об этом. Не о таланте дизайнеров, не об энтузиазме организаторов и даже не о труде моделей, которым, в силу их физических особенностей, было не так-то легко ежедневно долгие часы одеваться, раздеваться, снова одеваться, тренироваться ходить по подиуму и правильно показывать одежду*», второй начинается парцеллятом: «*А о той мощной энергии добра и любви, которая витала в этом зале сегодня*» [34]. Мысль, которую хотел донести автор публикации из рубрики «Мнения» до читателя, подана максимально эффективно именно благодаря парцелляции.

Помимо личностно окрашенных публикаций, парцеллированные конструкции встречаются в женских глянцевого журналах: «*Пробки – это зло. Не потому даже, что из-за них срываются планы и портятся нервы. А потому, что из-за них провисают сосуды и сплющиваются позвонки*» [10]. Здесь даже могут формироваться структуры, которые можно отнести к расщеплённому синтаксису: «*Вы стоите сидя. То есть вы сидите, а машина стоит. Или продвигается короткими отрезками: сцепление-газ, сцепление-тормоз. Или даже (если автомат) газ-тормоз-газ-тормоз... И так часа два, а то и побольше. Каждый день. А там глядишь – и жизнь прошла, и одна нога короче другой стала. Нет, мы не шутим*» [Там же]. Мысль подаётся не целостно, а фрагментарно, расщеплённая на несколько в разной степени коротких предложений. В начале предложений часто находятся союзы и частицы, стандартное место которых – в середине предложения. То есть мы имеем дело с многократной парцелляцией, и всю мысль, которая представлена в отрывке, вполне можно было бы поместить в рамки одного предложения. Здесь же можно обнаружить вопросительные предложения, в которых отдельно оформлены части вопроса: «*Почему? Гордость не позволяет? Обидчик по какой-то причине не достоин прощения? Порой мы не можем найти ответа на эти вопросы. Так как же научиться прощать по-настоящему? Как заставить себя действительно забывать и отпускать обиды, а не просто закрывать на них глаза?*» [23]. Автором публикации имитируется ситуация устной речи, с её перерывами, паузами, внезапно пришедшими на ум мыслями. Активное использование подобных построений в устной речи не представляет сомнений, однако в языке электронных СМИ как поле письменной речи они встречаются, повторим, редко и только в «глянцевых» женских СМИ с их интонацией интимного разговора между подружками.

Элементы аналитизма в синтаксическом строе предложения в языке СМИ также, по нашему мнению, являются отражением влияния на строение письменной речи разговорного синтаксиса. При аналитизме утрачиваются традиционные для русского языка грамматические связи между членами предложения: «*...Музыканты – две скрипки и виолончель, студенты консерватории Семен Лашкин, Артем Руденко и Яков Четверухин – каждый теплый сезон играли в Камергерском переулке Москвы*» [9]. Грамматическая связь заменяется и компенсируется смысловой. В примере, приведённом выше, в результате аналитического построения предложения расположенными практически рядом, в тесном соседстве оказываются десять компонентов в именительном падеже. Читателю предлагается самостоятельно восстанавливать грамматические связи, что в условиях устной речи происходит мгновенно, при восприятии же письменного текста может вызвать затруднение. При аналитизме часто фигурирует именно именительный падеж. Как аналитические могут быть оценены конструкции с номинативными предложениями: «*Тогда людей не жалели, сейчас тоже. Преемственность, крепки*» [18], где читателю предлагается не только восстановить имплицитированные грамматические связи между компонентами, но и осмыслить связи содержательные примерно по такой схеме: «Современная

ситуация напоминает предвоенную ситуацию 1941 года, объединяется с ней отношениями преемственности, историческими скрепами». Русский язык является синтетическим: это значит, что члены предложения связаны при помощи согласования и управления, а аналитическая связь является дополнительной. Прогресс аналитизма в современном русском языке отражается в первую очередь на синтаксисе устной речи, а посредством него проникает и в письменную речь. Распространение аналитических конструкций в современном русском языке объясняется «как экстра-, так и интралингвистическими причинами, в частности, действием закона экономии речевых усилий» [11, с. 134], дальнейшее же продвижение аналитических форм и конструкций (из устной речи в письменную) – следствие уже экстралингвистических, внешних причин, в частности, проникновения элементов разговорной речи в тексты СМИ. Но, как видим, в тексте СМИ объективное языковое явление часто подкрепляется субъективным – желанием журналиста более эффективно воздействовать на читателя и применением разговорных синтаксических элементов именно с этой целью.

Вводные слова и сочетания разговорной окраски всё чаще проникают в язык СМИ, являясь здесь элементами разговорного синтаксиса. Вводное слово может, к примеру, служить выделению добавочного замечания, введённого в состав предложения: «*Певица Анита Цой, которая, к слову, не является родственницей легендарного лидера рок-группы “Кино”, пришла на Арбат, чтобы вместе с поклонниками Виктора Цоя отметить 21 июня его 54-й день рождения*» [2], или передавать модальное значение неуверенности, предположения, намёка: «*Так что, может, и хорошо, что мне туда [в метро] не попасть*» [56]. С разговорной речью связаны также вводные слова, которые обозначают связь и последовательность мыслей: «*Кстати, ещё десять лет назад сами дистрибьюторы предлагали издателям перейти на договор комиссии, т.е. на европейскую модель системы распространения прессы*» [42], а также способ выражения мысли: «*Надо сказать, что в прошлом году эта региональная награда добавила её обладателям, как минимум, один балл при поступлении не только в наши, но и во многие московские вузы*» [20] и, естественно, вводные слова и сочетания, выражающие эмоциональную оценку, чувства автора: «*К сожалению, все последние годы со стороны нашего рынка в данном направлении предпринимались лишь редкие разрозненные попытки*» [42]. Аппелляция к чувствам, своим и читателя, становится для журналистов условием установления полноценного контакта с читателем, поэтому авторы публикаций стремятся поделиться с адресатами статей своим эмоциями, в том числе с помощью вводных слов: «*Все эти, скажем откровенно, полицейские меры принимались в суетливой спешке*» [6]. Вводные слова с семантикой обращения к собеседнику особенно актуальны для создания эффекта диалогизма, речь о котором пойдёт далее: «*А всё же, знаете, приятно*» [21]. Даже группа вводных слов, которая традиционно относится к письменной речи (слова и сочетания со значением вывода, обобщения: *итак, таким образом, следовательно*), может включать компоненты разговорной окраски, которые также встречаются в языке электронных СМИ: «*Так вот, тогда все издатели от этого предложения отказались*» [42].

В любом случае вводные слова и сочетания служат привлечению внимания к сообщаемому, ведут читателя за мыслью журналиста, заставляя вместе с ним уяснять этапы и причины формирования этой мысли. Читатель становится участником общения, воспринимая мысли и чувства автора текста как свои.

К элементам разговорного синтаксиса относятся **вставные конструкции**, которые прерывают основное предложение и занимают в нём положение неожиданно пришедшего в голову в процессе речи замечания. В тексте вставные конструкции выделяются обычно знаком тире: «*Секторальные ограничительные меры против России – так называемые экономические санкции – действуют до 31 июля 2016 года*» [51], встречаются также скобки: «*На практике эти технологии, правда, не всегда дают именно те результаты, на которые изначально рассчитывают организаторы, но сеять управляемый или неуправляемый (это уже как пойдет) хаос у них [организаторов «цветных революций»] получается знатно*» [19]. Наиболее редкий знак препинания – квадратные скобки – применяется для выделения вставных конструкций больших по объёму и являющихся отдельным мнением, пришедшим в голову в связи со сказанным в основном предложении: «*“Евромученики” получают сказочную возможность несколько лет все проблемы списывать на “развал Союза” [мы это отлично помним – на четверть века хватило демагогии]*» [27]. Вставные конструкции могут представлять собой как вводное предложение, так и обособленный член предложения, выделенный особой интонацией и содержательно обособленный от основной семантики предложения. С помощью вставных конструкций в предложение вносятся элементы интонации устной речи с её прерывистостью, неравномерностью, паузальностью. Вставные конструкции являются одним из проявлений расщеплённости, сегментации речи, её разделения на отдельные компоненты, сегменты, только в данном случае мы наблюдаем вставку одного сегмента в другой. Основной же целью использования вставных конструкций является выражение эмоций: «*Добавь к этому облегающую одежду и – вуаля! – «секси»-образ в стиле ветчина в сетке готов!*» [39]. Как отмечает А. А. Водяха, «эмотивная вставка выполняет роль своеобразной эмоциональной эпентезы, функционирующей порой в эмоционально нейтральном окружении» [14, с. 42]. Примеры этого мы нередко находим в глянцевах СМИ: «*...Прозрачные лосины и прочие “голые” наряды медленно, но верно вытесняют нормальную одежду (и здравый смысл) из гардероба Хадид*» [1], «*Зато – и это правда, и это здорово! – влюбленный мужчина не заметит ни твой “ужасный целлюлит”, ни дырочку на колготках, ни складочку на талии*» [44]. Вставная конструкция выглядит добавочным замечанием, который и несёт основной эмоциональный посыл фразы. Её выделение восклицательным знаком дополнительно продемонстрирует эмоциональные особенности вставной фразы: «*При этом у неё [кинокартины] 17 (семнадцать!) продюсеров*» [17].

Особенно эффектно выглядят вставные конструкции, смысл которых противоречит смыслу предложения, в которое они вставлены: «*Причём принят [закон] в наилучшем виде: всё, что можно было (точнее – нельзя было) туда впахнуть антиконституционного, – впахнули*» [33]. Противоречие лексически выражено антонимами «можно» / «нельзя», один из которых помещён в основную часть высказывания, другой –

во вставную конструкцию. В результате заложенный в предложении смысл становится более очевидным; налицо и ироническая окраска высказывания.

Ещё один элемент разговорного синтаксиса в языке электронных СМИ – **неполные предложения**: «*Летом с перерывными дорогами – не лучшие*» [56] – в статье о московских дорогах пропущены слова «дело обстоит»; «*Как говорится, не кредитом единым. В качестве дополнительной примочки у кредиток есть так называемый кэшбэк*» [45] – в статье о кредитных картах трансформировано фразеологическое выражение «не хлебом единым жив человек» и одновременно сокращены его компоненты «жив человек». Могут сокращаться как значительные по объёму части предложения, так и одно-два слова: «*Поэтому им или сидеть в сыром и тёплом подвале ЕС, или идти в полную независимость от Британии*» [5] – слово «предстоит». Неполные предложения являются средством синтаксической компрессии, служат более краткой передаче информации, экономии времени. Компрессия представляет собой явление, широко распространённое, ставшее важнейшим, существенным признаком развития языка, пронизывающее все языковые уровни, в результате которого меняется структура текста. Утрата предложением каких-то структурных элементов сопровождается сохранением им семантической составляющей. При этом утрачиваются элементы малоинформативные, а значит, возрастает информативность текста. В СМИ неполные предложения создают впечатление близости текста живой разговорной речи, а значит, звучат более убедительно для читателей. Можно отметить также использование неполных предложений со стилистическими целями, например, для передачи иронии в репортаже об аресте Н. Белых: «*И да, насчёт рабочих выходных в Кирове – придётся скорректировать*» [21], – опущено «из-за ареста планы губернатора». Финальное положение данного неполного предложения, а также вынесение его в отдельный абзац являются заключительным аккордом статьи, автор которой высмеивает якобы неподкупного либерала.

В ряде случаев употребление неполных предложений может быть связано с явлением эвфемизации, когда опускаются, становятся имплицитными те компоненты, прямое употребление которых в тексте СМИ может быть оценено как политически некорректное. Например, предложением «*Казахстан на очереди*» [19] завершается пассаж о «цветных революциях». Опущены компоненты «...стран, в которых США планирует провести “цветную революцию”». Неполное предложение звучит более ёмко и значительно, чем выглядело бы полное, и одновременно явно не нарушает требования политической корректности.

Примыкают к неполным предложениям **незаконченные**, в конце которых автор делает остановку, недоговаривает, предлагая читателю самому домыслить: «*Безусловно, развитие в условиях кризиса – задача сверхсложная: тут хоть бы выжить...*» [56]. Пунктуационно такие предложения выделяются с помощью многоточия. Незаконченное предложение в конце текста статьи или хотя бы в конце абзаца начинает играть особую роль в публикации: «*Почему те фильмы, на которые кинокомпании просили большие бюджеты, уверяя, что в них – спасение кинематографа, киноиндустрии, типа “Батальона”, “Воина”, даже “Экипажа”, при всей поддержке в прокате, при многократном залипании в них безвозвратных субсидий, не становятся культовыми – такими, как были малобюджетные “Брат” или “Бумер”, о которых до сих пор помнят...*» [50]. Многоточие в таком случае становится графически выраженным символом глубокой паузы и призыва автора статьи задуматься над предложенной вниманию читателей мыслью. Впрочем, положение в начале абзаца у предложения с многоточием на конце тоже не редкость: «*Но я немного о другом...*» [24], и оно указывает на желание автора размышлять, является послылом читателю.

Графическая **имитация пауз** в письменной речи также обозначается на письме знаком многоточие: «*Короче... с такими защитниками и врагов не надо*» [46]. Это действительно имитация пауз, один из способов (самый однозначный) указать в письменной речи, где автор сделал бы паузу при устном её произнесении.

Многоточие вообще является знаком препинания, отсылающим к устной речи, так как изображает на письме именно остановку, перерыв в речи, то есть явление интонации.

Элементы диалога являются важной составляющей языка электронных СМИ. Сам диалогический характер монологического по сути текста указывает на его ориентацию на разговорную форму языка, в которой диалог представляет собой наиболее актуальное и даже единственное средство реализации языка. В электронных СМИ диалогические элементы чаще всего проявляются посредством использования **вопросно-ответных конструкций**. К примеру, подзаголовок статьи может заканчиваться вопросом: «*В чём интрига этого противостояния и каковы в связи с этим интересы России?*» [13], а дальнейший текст статьи является ответом на этот вопрос. Наиболее сильная позиция вопросительного предложения – основной заголовок публикации, когда вся статья представляет собой ответ на содержащийся в заголовке вопрос. Такое использование элементов диалогизма также встречается в электронных СМИ: «*Шотландия и Северная Ирландия теперь отделятся?*» [4]. Вопросно-ответные конструкции могут быть использованы и в самих текстах статей, при этом вопрос занимает, как правило, сильное положение, например, в начале абзаца: «*Что будет, если победят евроскептики?*» [13], – а абзац представляет собой ответ на данный вопрос. Особенно явны элементы диалогизма в том случае, когда вопрос журналиста вынесен в отдельный абзац: «*Но знаете, что меня лично очень радует?*» [5]. Следующие абзацы статьи являются ответами на этот вопрос, начинаясь с вводных слов «во-первых» и «во-вторых», и финальная часть статьи, в которой употреблены упомянутые компоненты, выглядит полностью как диалог, беседа с заинтересованным читателем.

Вопросно-ответная форма встречается даже в таких сегментах текста СМИ, которые представляют собой блоки научной информации, например: «*Пальмовое масло – допустимый ингредиент в молочкосодержащей продукции. По закону содержание этого масла не должно превышать 50%. Безопасно ли оно? Эксперт утверждает: давно доказано, что пальмовое масло менее вредно, чем молочный жир*» [22].

Имитация структуры диалога включает не только вопросительные предложения. Это целый комплекс синтаксических средств: «*Сегодня распространителям печатной периодики часто приходится слышать*

от издателей многочисленные претензии и обвинения в свой адрес. *Согласен, систему распространения прессы в нынешнее кризисное время сложно назвать идеально работающей. Но насколько справедливо обвинять только распространителей в бедах печатного рынка?*» [42]. Автор приводит тезис, затем его личностный комментарий с помощью слова «согласен», а лишь затем – вопрос, над которым читателю предлагается поразмышлять вместе с журналистом далее. Такая структура ведёт за собой читателя, формирует у него ощущение авторского присутствия, личного общения, а также собственного участия в рассуждении и причастности к выводу, который будет сделан в конце статьи. Элементы разговорного синтаксиса здесь являются сильным аргументативным средством, нацеленным на убеждение читателя, даже в некоторой степени на манипулирование: у читателя создаётся впечатление, что он сам продумал и сформулировал вывод.

Элементы диалогизма становятся важной составляющей стиля женских журналов, выстроенных в режиме диалога с читательницей. В тексте при этом используется целый комплекс средств диалогизма (обращение к читательнице на «ты», разговорная лексика и фразеология), в том числе синтаксические (вводные слова, вопросительные предложения): *«Как нельзя одеваться девушке? Итак, ты совершаешь непростительную модную ошибку, когда надеваешь...»* [39]. Любую проблему, рассматриваемую в той или иной статье, их авторы стремятся представить читательнице в виде вопросно-ответной формы, стимулирующей интерес читательницы: *«Как синдром старшей сестры переносится во взрослую жизнь? Попробуем разобраться в этом вопросе вместе с социальным психологом Симой Мустатовой»* [49]. При этом в виде вопросов формулируются действительно важные для читательниц проблемы, которые начинают звучать ещё более актуально: *«Но где проходит та тонкая грань, когда шопинг из увлечения становится зависимостью?»* [41].

Реже, чем вопросно-ответный приём, используются в языке электронных СМИ **риторические вопросы**, которые также относятся к фигурам диалогизма. С их помощью автор публикации может призывать читателя к согласию с собой, требовать подтверждения какой-то мысли: *«Вряд ли это тот эффект, на который ты рассчитываешь, не правда ли?»* [39]. В серьёзных аналитических публикациях личностного характера риторический вопрос – способ заставить читателя задуматься, например, в финальной фразе статьи: *«Только почему надо называть это патриотизмом?»* [24]. Особенно эффективна в этом случае цепочка риторических вопросов: *«Россияне спустя 25 лет после “начала” новой страны всё ещё не понимают, кто они. Подданные великой православной империи? Потомки строителей коммунизма? Жители европейской демократической республики?»* [40]. В публикации, которая заканчивается данной цепочкой, нет ответа на поставленные вопросы, читатели должны нацелиться на их обдумывание.

К фигурам диалогизма относится также **ответствование**, или вопрос от лица аудитории и ответ на него от лица говорящего: *«Но где, собственно, молодое российское кино, спрашивают зрители?»* [50]. Автор публикации фантазирует по поводу того, какие вопросы могли бы ему задать читатели по поводу публикуемого материала, и отвечает на них, иногда со ссылкой на авторитетные источники, от их лица: *«В конкурсе “Кинотавра”, отвечают им знатоки, там девять дебютов из пятнадцати фильмов»* [Там же].

Обращения, также имитируя структуру диалога, указывают на близость синтаксиса текста к разговорному стилистическому варианту: *«Автомобилисты, не пугайтесь, мы вас не бросили!»* [12]. Обращения, которые встречаются в тексте СМИ (чаще опять же на страницах «глянца»), можно разделить на обращения к читателю (пример выше) и обращения к герою репортажа: *«Обычно стильная Карли внезапно решила нарядиться салфеткой и выйти так в свет. Зря, Карли, зря!»* [1]. Во втором случае у читателя создаётся ощущение, что это он ведёт диалог со «звездой», о которой говорится в публикации, что повышает заинтересованность читателя в тексте, привлекает его к СМИ, использующему такие приёмы в языке своих публикаций.

К диалогическим элементам относятся также **побудительные предложения**, обращённые непосредственно к читателям. Особенно много таких конструкций встречаем в женских «глянцевых» журналах: *«Не спеши!»* [44], *«Отдавай предпочтение не крупным аксессуарам – выбирай тонкие цепочки, подвески прямоугольной формы и серьги, которые не будут перетягивать на себя всё внимание»* [47]. Единственное число глагола в повелительном наклонении призвано в побудительных предложениях создать атмосферу интимного общения. К этому спорному и нарушающему этикетные нормы русского языка способу прибегают не все журналы, встречается он только в «глянце», да и то не всегда: *«Крепче цветите в мысль о том, что в ваших руках джокер – та самая прекрасная работа мужа»* [48]. Надо отметить, что прямые побуждения могут выглядеть как попытка «учить жизни» читателя, а психология читателя отвергает подобные попытки. Поэтому авторы текстов СМИ стремятся смягчить побуждение, сделать его менее явным, например, вместо конструкции с глаголом в повелительном наклонении: *«Не покупайте дешёвых очков!»*, можно использовать предложение со скрытым побуждением: *«Солнцезащитные очки должны быть сделаны из высококачественных материалов, чтобы не испортить наше зрение»* [25].

Как видим, элементы диалога нацелены на повышение уровня достоверности представленной в статье информации. Учитывается психология читателей примерно по такой схеме: у вас есть вопросы? мы с удовольствием на них ответим, нам скрывать нечего.

Если говорить о каких-то отдельных грамматических типах предложений, которые переходят в письменные СМИ из устной речи, то можно отметить **инфинитивные предложения**, большая часть смысловых разновидностей которых характерны для непринуждённой разговорной речи, отличаются экспрессивностью: *«Плюнуть и растереть»* [6], *«Выкинуть мужчину из головы... заняться своей личной жизнью»* [28].

К элементам разговорного синтаксиса относятся также **фразеологизированные предложения**, или синтаксические фразеологизмы, которые служат «единицами коммуникативного уровня и сферой их функционирования является разговорная речь» [3, с. 17]. Среди таких единиц можно выделить восклицательные предложения частично стабильного состава, в которых устойчивое начало дополняется вариативной

второй частью: «Какая там политическая карьера!» [54]. Данное выражение близко риторическому вопросу, о чём говорит и слово «какая» в начале предложения, совмещающее здесь функции вопроса и восклицательной частицы. Это типичное для непринуждённой устной речи восклицание, в котором говорящий выражает мнение (большое сомнение) по поводу какого-либо события или качества характеризуемого лица.

Междометия, входя в структуру предложений письменного текста, осложняют её и приближают к структуре устной речи: «Увы, западная элита не сумела сделать глобализацию достоянием всего общества, что вновь поставило на повестку дня вопрос равенства и справедливости» [53], «Ага! Поди сочини этот хит» [17]. Это один из способов повышения уровня эмоциональности текста, а в первом примере из приведённых выше, как видим, – ещё и средство компенсации неэмоциональности контекста. Журналист инстинктивно понимает, что читатель ждёт от него различных проявлений чувств, и междометие призвано послужить хотя бы внешним, структурным знаком такого проявления. Психология читателя предполагает его желание увидеть личность за строками текста СМИ, увидеть живого человека, решающего те же проблемы, что и читатель, нуждающегося в понимании и сопереживании. Разговорные элементы, в том числе синтаксические, позволяют журналистам удовлетворять данные потребности читателей. Кстати, по нашим наблюдениям, именно междометие «увы» – признанный лидер для использования в языке электронных СМИ: «Равно как никому в голову не приходило сперва интересоваться у встреченного на улице в радостную ночь человека, чей Крым, и лишь потом поздравлять его с таким долгожданным, **увы**, для нашей сборной прорывом» [12]. Возможно, определённую роль в этом сыграла его несколько устаревшая окраска, позволяющая установить компромисс между разговорным и письменным в тексте. Среди других междометий популярностью пользуются необычные, редкие восклицания, способные привлечь внимание к тому, о чём говорит автор: «Льюина Дэвиса играет мало пока известный Оскар Айзек (открываю его страничку: **нате вам!** Оказывается, он уроженец Гватемалы и его настоящая фамилия Эрнандес! И пожалуйста, сыграл главную роль у Коэнов. Ничего недостижимого в мире нет)» [17]. Как видим из примера, междометие может быть вписанным в контекст разнообразных разговорных средств, сконцентрированных в письменном тексте для передачи личного мнения журналиста о факте. И опять же встречаются примеры, в которых междометие занимает наиболее сильную позицию в тексте – завершает его, например, в статье о новом кинофильме по произведению Н. В. Гоголя: «Николай Васильевич, **ау!**...» [16] (отметим в конце также и многоточие как знак незавершённого предложения).

Итак, среди разговорных синтаксических конструкций, проникающих в письменную речь – язык современных электронных СМИ, можно назвать парцелированные конструкции, элементы аналитизма в структуре предложения, вводные слова и сочетания, вставные конструкции, неполные предложения, незаконченные предложения, графическую имитацию пауз с помощью многоточия, элементы диалога (вопросно-ответные конструкции, риторические вопросы, ответствование, обращения, побудительные предложения), инфинитивные предложения, фразеологизированные предложения, предложения с междометиями. Неожиданно мало отмечено парцелированных конструкций с расщепленным положением элементов предложения. Нельзя сказать, что структура разговорного синтаксиса является преобладающей в языке современных электронных СМИ, однако её прогресс, вторжение её проявлений в письменную речь несомненны.

Функции элементов разговорного синтаксиса в тексте электронных СМИ могут быть различными. Это, в первую очередь, стилизация непринуждённой устной речи, которая должна дать читателю ощущение естественности, диалогического характера общения. Кроме того, названные выше разговорные элементы могут служить повышению экспрессивности текста и установке на неординарность стиля, с чем и связано их преобладание в публикациях, имеющих личностный характер. В любом случае меняется изначальная установка письменной речи на передачу информации в стандартных, нормативных, полных структурах и формируется поле смешивания языковых черт, характерных для полярных форм речи – устной и письменной.

Элементы разговорного синтаксиса, экстраполированные в письменный текст электронных СМИ (парцелляты, неполные и незаконченные предложения, вопросительные предложения, междометия и др.), нередко усиливаются помещением их в сильную позицию – начало или конец текста или абзаца, отдельный абзац, заголовок, подзаголовок.

Не все электронные СМИ и не все разряды публикаций одинаково подвержены проникновению в них разговорных синтаксических элементов. В новостных СМИ данные явления чаще встречаются в публикациях из разряда «личное мнение», в которых конкретные личности делятся с читателем мнением по поводу того или иного события. Ориентированность на беседу с заинтересованным читателем стимулирует журналиста к большей степени «разговорности» структуры текста. Особенно много элементов разговорного синтаксиса встречается в изданиях «глянцевых» журналов, построенных в форме непринуждённого диалога с читательницами.

Стоит проанализировать причины, по которым столь активно пополняется разговорными синтаксическими конструкциями письменная речь и язык современных электронных СМИ, в частности. Данное явление связано, как нам кажется, с расширением числа коммуникантов, включённых в сферу письменной речи, в том числе благодаря и Интернету – сфере функционирования электронных СМИ. В результате расширяется поле использования разговорной речи, происходит демократизация языка. В рамках данного процесса могут быть отмечены как положительные, так и отрицательные явления на уровне языка. К отрицательным относится увеличение количества разного рода ошибок в письменной речи – лексических, грамматических, логических, стилистических. Об этом пишут современные исследователи [26; 29]. Синтаксические же изменения, отмеченные выше, нельзя отнести к явлениям негативного порядка. Это закономерное следствие языковой динамики. Приобретение современным литературным языком некоторых свойств разговорного языка не «портит» его, а просто меняет – в сторону демократизации, повышения степени его «разговорности». Кроме того, в электронных СМИ разговорные синтаксические конструкции часто являются элементом,

сознательно привлекаемым журналистами для повышения степени убедительности текста. Проникновение «разговорности» в письменный текст имитируется с целью оказания воздействия на читателя, формирования у него положительного и личностного отношения к подаваемой в тексте информации.

Список литературы

1. **10 худших звездных нарядов недели** [Электронный ресурс]. URL: http://www.cosmo.ru/fashion/star_style/10-hudshih-zvezdnyh-naryadov-nedeli-10-iyunya/ (дата обращения: 20.09.2016).
2. **Анита Цой отметила вместе с поклонниками Виктора Цоя день рождения легендарного рокера на Арбате** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/cinema/21jun2016/tsoy.html> (дата обращения: 20.09.2016).
3. **Балобанова Л. А.** Формирование профессиональной компетенции на уроках по синтаксической фразеологии // Язык и культура: вопросы современной филологии и методики обучения языкам в вузе: мат-лы науч.-практ. конф. Хабаровск: Тихоок. гос. ун-т, 2014. С. 14-19.
4. **Баранов А.** Шотландия и Северная Ирландия теперь отделятся? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26547.7/3563375/> (дата обращения: 20.09.2016).
5. **Бирлов А.** Европа разворачивается вправо [Электронный ресурс]. URL: <http://vz.ru/opinions/2016/6/27/818183.html> (дата обращения: 20.09.2016).
6. **Бовт Г.** После нас хоть закон [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/bovt/8329841.shtml> (дата обращения: 20.09.2016).
7. **Богоявленская Ю. В.** Воздействующий потенциал парцелляции в медиатексте // Филология и человек. 2015. № 2. С. 93-103.
8. **Бойков А. И.** Конструкции разговорного синтаксиса в поэтическом идиолекте А. Башлачева // Ярославский педагогический вестник. 2013. Т. 1. № 3. С. 162-166.
9. **В Москве полиция задержала музыканта за игру на улице, отобрав виолончель до суда** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/cinema/22jun2016/lashkin.html> (дата обращения: 20.09.2016).
10. **Верклова Ю.** Что происходит с ногами и спиной, когда вы стоите в пробке [Электронный ресурс]. URL: <http://health.passion.ru/chto-proiskhodit-s-nogami-i-spinoi-poka-vy-stoite-v-probke-156375.htm> (дата обращения: 20.09.2016).
11. **Виданов Е. Ю., Кудашкина А. Ю.** Аналитизм в синтаксической системе современного русского языка // Казанская наука. 2015. № 11. С. 134-136.
12. **Винокурова Е.** Политика в стиле ультрас [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/column/vinokurova/8313365.shtml> (дата обращения: 20.09.2016).
13. **Вне зависимости от итогов референдума Британия останется в Евросоюзе** [Электронный ресурс]. URL: <http://vz.ru/politics/2016/6/22/817410.html> (дата обращения: 20.09.2016).
14. **Водяха А. А.** Вставная конструкция как средство выражения эмоций // Альманах современной науки и образования. 2008. № 2. Ч. 2. С. 41-43.
15. **Гарифуллина Э. И.** Особенности использования синонимов в языке электронных СМИ (на материале русской и английской электронной прессы с 2004-2008 гг.): автореф. дисс. ... к. филол. н. Казань, 2009. 24 с.
16. **Гладильщиков Ю.** Гоголь-моголь [Электронный ресурс]. URL: http://www.mn.ru/blogs/blog_cinmagladil/89165 (дата обращения: 20.09.2016).
17. **Гладильщиков Ю.** Певец и кот [Электронный ресурс]. URL: http://www.mn.ru/blogs/blog_cinmagladil/89111 (дата обращения: 20.09.2016).
18. **Гозман Л.** «Можем повторить» против «никогда больше» – послесловие к Дню скорби [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.newsru.com/article/23jun2016/22june> (дата обращения: 20.09.2016).
19. **Голиков С.** Внутренние проблемы, внешние игроки и «Брестские крепости» Казахстана [Электронный ресурс]. URL: <http://vz.ru/columns/2016/6/24/817879.html> (дата обращения: 20.09.2016).
20. **Гопало О.** Сегодня в Ростове выпускной: что модно, сколько потратили и какие улицы перекроют [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26546/3563123/> (дата обращения: 20.09.2016).
21. **Гришин А.** ...И не воровать! Да [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26547.7/3563282/> (дата обращения: 20.09.2016).
22. **Дембинская Н.** Снять сливки: о чем умалчивают производители молока [Электронный ресурс]. URL: <https://tia.ru/economy/20160622/1449744424.html> (дата обращения: 20.09.2016).
23. **Денисова Т.** Как простить обиду [Электронный ресурс]. URL: <http://psy.passion.ru/kak-prostit-obidu-156295.htm?full> (дата обращения: 20.09.2016).
24. **Десницкий А.** Кроваво-комфортный пейзаж [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/desnitsky/8318189.shtml> (дата обращения: 20.09.2016).
25. **Ермошина Ю.** Летние аксессуары, которые помогут вам выглядеть дорого [Электронный ресурс]. URL: <http://style.passion.ru/letnie-aksessuary-kotorye-pomogut-vam-vyglyadet-dorogo-156346.htm> (дата обращения: 20.09.2016).
26. **Зербалиева Н. Ф., Раджабова Г. С.** Анализ ошибок в печатных и электронных СМИ // Концепт: научно-методический электронный журнал. 2015. № S15. С. 16-20.
27. **Ихлов Е.** «Brexit: дураки умирают по пятницам» [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.newsru.com/article/23jun2016/brexit> (дата обращения: 20.09.2016).
28. **Как забыть мужчину, перестав думать о нём?** [Электронный ресурс]. URL: <http://likuniya.ru/kak-zabyt-muzhchinu.html> (дата обращения: 20.09.2016).
29. **Кирьянова Н. А.** Проблема экологии языка в электронных и печатных СМИ Тамбовской области // Экология языка и речи: мат-лы 4-й междунар. научн. конф. / отв. ред. А. С. Щербак. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2015. С. 181-184.
30. **Клюева Н. Ю.** Прагматические функции конструкций разговорного синтаксиса в художественном тексте // Филологос. 2014. № 1 (20). С. 24-29.
31. **Космачева О. Ю.** Когнитивно-прагматические особенности заголовочных фразем в дискурсе электронных СМИ: автореф. дисс. ... к. филол. н. Астрахань, 2013. 26 с.

32. **Крылова М. Н.** Язык как динамическая система // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2014. № 1 (9). С. 189-194.
33. **Левинсон Л.** Наказание до преступления (о вступающем в силу законе «Об основах системы профилактики правонарушений») [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.newsru.com/article/23jun2016/nakazanie> (дата обращения: 20.09.2016).
34. **Лепина М.** Без гордости и без предубеждения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mn.ru/oped/89352> (дата обращения: 20.09.2016).
35. **Марышова М. А.** Фразеологизированные сложные предложения в романе И. С. Шмелёва «Пути небесные» как средство стилизации народно-разговорного синтаксиса // Язык и культура. 2015. № 19. С. 125-128.
36. **Машнинова Ю. В.** СМИ: от печатных к электронным // Научная периодика: проблемы и решения. 2011. № 2. С. 6-11.
37. **Мухин Н. Ю.** Разговорная и письменная речь: проблемы взаимодействия // Специальное образование. 2009. № 1. С. 48-51.
38. **Мясищева Н. Н.** Разговорный синтаксис как источник языкового обновления современной художественной прозы и место в нём парцелляции: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 1993. 18 с.
39. **Не делай так! 10 случаев, когда ты сама портишь свою фигуру одеждой** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cosmo.ru/fashion/trends/ne-delay-tak-10-sluchaev-kogda-ty-sama-portish-svoyu-figuru-odezhdoj/> (дата обращения: 20.09.2016).
40. **Новопрудский С.** Доска, Карл! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/novoprudsky/8323457.shtml> (дата обращения: 20.09.2016).
41. **Орехова Н.** Психологические причины шопоголизма и как от него избавиться [Электронный ресурс]. URL: <http://psy.passion.ru/psikhologicheskie-prichiny-shopogolizma-i-kak-ot-nego-izbavitsya-156035.htm> (дата обращения: 20.09.2016).
42. **Оськин А.** МНЕНИЕ: «Издательский идеализм противоречит рыночному реализму» [Электронный ресурс]. URL: <http://ekb.dk.ru/news/mnenie-izdatelskiy-idealizm-protivorechit-rynnochnomu-realizmu-aleksandr-oskin-arpp-237031194> (дата обращения: 20.09.2016).
43. **Пелевина Н. Н.** Участие разговорного синтаксиса в реализации коммуникативно-прагматических стратегий автора научного текста // Коллоквиалистика и лексикография: точки пересечения и перспективы развития: мат-лы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участ., посв. пам. проф. В. Д. Девкина. Абакан: Хакасский гос. ун-т им. Н. Ф. Катанова, 2015. С. 76-84.
44. **Почему мужчина врет? Топ-3 причины** [Электронный ресурс]. URL: <http://liza.ua/relationships/pochemu-muzhchina-vret-top-3-prichiny/> (дата обращения: 20.09.2016).
45. **Ручко С.** Главные ошибки владельцев кредиток, которые приводят к большим долгам [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26546.3/3561687/> (дата обращения: 20.09.2016).
46. **Рыков К.** В деле Белых вам не показывают всего айсберга [Электронный ресурс]. URL: <http://vz.ru/columns/2016/6/27/818176.html> (дата обращения: 20.09.2016).
47. **Самые трендовые ювелирные украшения и образы, которые они удачно дополняют** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cosmo.ru/fashion/trends/samye-trendovye-yuvelirnye-ukrasheniya-i-obrazy-kotorye-oni-udachno-dopolnyat/> (дата обращения: 20.09.2016).
48. **Свой среди чужих: папе предложили работу в другом городе** [Электронный ресурс]. URL: <http://psy.passion.ru/svoi-sredi-chuzhikh-pape-predlozhili-rabotu-v-drugom-gorode-156311.htm?full> (дата обращения: 20.09.2016).
49. **Сёстры: заботясь о младшей, не превращайтесь в маму** [Электронный ресурс]. URL: <http://psy.passion.ru/sestry-zabotyas-o-mladshei-ne-prevrashchaites-v-mamu-156352.htm?full> (дата обращения: 20.09.2016).
50. **Солнцева А.** Мимо кассы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/solnceva/8326439.shtml> (дата обращения: 20.09.2016).
51. **Судьбу экономических санкций против России в ЕС обсудят на июньском саммите** [Электронный ресурс]. URL: https://www.gazeta.ru/business/news/2016/03/14/n_8364935.shtml (дата обращения: 20.09.2016).
52. **Тажимуратова А. Е.** Праксеология и синтаксис разговорной речи в лингвистической картине города // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2012. № 8. С. 159-162.
53. **Шевцова Л.** Британское землетрясение по имени Врехит – только начало, слово за Германией, Францией, Голландией, Испанией [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.newsru.com/article/24jun2016/shevtsovabrexit> (дата обращения: 20.09.2016).
54. **Шендерович В.** Ничего личного! [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.newsru.com/article/26Jun2016/shenderovich> (дата обращения: 20.09.2016).
55. **Якушкина З. Н.** Сегментация текста и её пунктуационное оформление в современных текстах // История русского литературного процесса XI-XX вв. и закономерности его развития на современном этапе: сб. ст. по мат. всерос. (с междунар. участ.) науч.-практ. конф. / под ред. О. А. Бычковой. Чебоксары: Чувашский гос. пед. ун-т им. И. Я. Яковлева, 2015. С. 148-152.
56. **Ясина И.** Идейный перекоп [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/yasina/s63357/8317751.shtml> (дата обращения: 20.09.2016).

ELEMENTS OF SPOKEN SYNTAX IN MODERN RUSSIAN ELECTRONIC MEDIA

Elatik Ahmed Atieah, Ph. D. in Philology
Ain-Shams University, Cairo, Egypt
ahmed_atik@yahoo.com

The article revealed and analyzed such manifestations of spoken syntax in the language of modern electronic media as parceled construction, the elements of analytism in a sentence structure, introductory words and combinations, pluggable constructions, partial and incomplete sentences, dialogue elements, phraseological sentences and sentences with interjections. The dialogic elements include question-answer constructions, rhetorical questions, responding, addresses and imperative sentences. It is noted that the written language is actively acquiring the features of the spoken language in the syntax area. These constructions are used by the authors to enhance the credibility of the media text, to attract the reader's attention.

Key words and phrases: spoken syntax; electronic media; dialogic constructions; parcelling; analytism; plug-in constructions; incomplete sentence.