

مكانه النمط الصحفي في نظام الأنماط الوظيفية للغة الروسية المعاصرة

طالبة الماجستير : سيران محمد سعيد

كلية اللغات - جامعة بغداد-قسم اللغة الروسية

Sir.an.1995@gmail.com

ا م د ياسين حمزة عباس

كلية اللغات-جامعة بغداد- قسم اللغة الروسية

yaseenabbas2@colang.uobaghdad.edu.iq

الملخص.

يتناول هذا البحث قضايا الأسلوب الصحفي وعمله في اللغة الروسية المعاصرة. سيتم النظر في الوظائف الرئيسية للأسلوب الصحفي الروسي ، وسيتم تحديد أهداف وغايات الصحافة في المجتمع الروسي الحديث. كل هذا له تأثير على تطوير اللغة الروسية الأدبية ، وتوسيع إمكانيات التعبير عنها ، على وجه الخصوص ، وزيادة إمكانيات أدوات التقييم الفكري والعاطفي. من خلال وسائل الاعلام الجماهيري ، سيتم تحديث اللغة الحداث ، لغة المجتمع..

كلمات البحث: النمط الصحفي ، اللغة الأدبية ، صحيفة، اللغة الروسية، الوظائف

Место публицистического стиля в системе функциональных стилей современного русского языка

Аннотация.

Данное исследование посвящено вопросам журналистского стиля и его функционирования в современном русском языке. Будут рассмотрены основные функции российского журналистского стиля, очерчены цели и задачи журналистики в современном российском обществе. Все это оказывает влияние на развитие литературного русского языка, расширяя возможности его выразительности, в частности, повышая потенциал интеллектуальных и эмоциональных оценочных средств.

Через средства массовой информации будет обновляться язык современности, язык общества..

Ключевые слова: журналистский стиль, литературный язык, газета, русский язык, вакансии

The place of journalistic style in the system of functional styles of the modern Russian language

abstract.

This research is devoted to the issues of journalistic style and its functioning in the modern Russian language. The main functions of the Russian journalistic style will be considered, the goals and objectives of journalism in modern Russian society will be outlined. All this influences the development of the literary Russian language, expanding the possibilities of its expressiveness, in particular, increasing the potential of intellectual and emotional evaluation tools. The language of modernity, the language of society, will be updated through the mass media..

Keywords: journalistic style, literary language, newspaper, Russian language, vacancies

Под публицистическим стилем следует понимать функциональный речевой стиль, используемый средствами массовой информации и реализующийся в таких жанрах, как очерк, статья, репортаж, интервью, фельетон, памфлет и др.

Главная особенность газетной речи состоит в ее особой выразительности и экспрессивности представленных в ней высказываний. Различные виды публицистики, в частности газета, имеют свои языковые особенности. Например, газетные статьи создаются в крайне сжатые

сроки, не позволяющие зачастую довести обработку текста и иного контента до идеала. [9, с.85]

Вместе с тем, над созданием газеты работает большое количество корреспондентов, подготавливающих собственные материалы, как правило, не связанные друг с другом. Также следует отметить многообразие газетных жанров, кроме того в газетах и журналах могут публиковаться письма, поступающие от читателей, для которых в газетах обычно отводятся специальные «колонки», в СМИ также представлены материалы из иных коммуникативных сфер (например, законопроекты, объявления, распоряжения регулярные сообщения о визитах высокопоставленных лиц, отчеты о деятельности государственных органов и т.д.). Таким образом, тематика текстов газет и журналов весьма разнообразна. Все вышеперечисленное, в целом, отражается на специфике стиля языка газет.

Средства массовой информации не только сообщают определенную информацию, они еще и воздействуют на свою аудиторию. Эти особенности функционирования публицистического стиля определяют его языковые особенности, отличающие данный стиль от других стилей русского литературного языка. [6, с.103]

Стремление к повышенной экспрессивности и необходимость быстрого предоставления информации являются причиной возникновения газетных стандартов,

клише и штампов. В условиях так называемого «газетного творчества» регулярные поиски методов повышения уровня экспрессивности приводят к стандартизации экспрессии. В подобных случаях даже крайне удачные выразительности речевые обороты, оперативно подхваченные корреспондентами многочисленных газетных изданий, быстро становятся штампами.

По мнению В. Г. Костомарова, главный публицистический стилистический принцип – это единство стандарта и экспрессии, определяющее особенности газетной речи. Бесспорно, взаимосвязь стандарта и экспрессии в разных «дозировках», в целом, характерна для любой речи (Язык публицистики). [2, с.43]

Вместе с тем, непосредственно в публицистике газеты вышеуказанное единство выступает базовым стилистическим принципом при организации высказываний.

Однако, приоритет в анализируемом единстве все-таки отдается экспрессии.

Солганик Г.Я. (1980) пишет о социальной эмоциональности (оценочности) как о первостепенном принципе публицистического языка, определяющем особое качество экспрессивности, оценочную направленность газетной стандартизации ([7 с.79]

Обособление публицистического стиля от иных русскоязычных функциональных стилей во многом вызвано

существованием сферы политики – автономной формы социального сознания, а также соответствующей ей области коммуникации.

Таким образом, более логичным бы называть «публицистический» стиль именно «политическим» («политико-идеологическим»). Тем не менее, в русском языке прочно закрепилось понятие «публицистический».

Далее проанализируем специфические черты газетно-публицистического стиля. Для него характерными являются высокая эмоциональность и актуальная информативность, открытая оценочность и императивность, гармоничное единство стандартизованности и экспрессии, обилие рекламы.

Данный стиль отличает также логичность, широкое использование социально-политической лексики и призывность. Наряду с нейтральной, в нем достаточно широко применяется торжественная лексика и фразеология, рубленая проза, короткие предложения, риторические вопросы, односоставные предложения, повторы и восклицания.

Обширность тематики оказывает влияние на языковую специфику газетно-публицистического стиля. Как следствие, в СМИ может использоваться специальная лексика, лексика определенных наук (терминология),

которая в некоторых случаях требует отдельного пояснения.
[3, с 99]

Вместе с тем, большинство публикуемых в газетах и журналах тем вызывает большой интерес у широкой общественности. Из подобных тем можно выделить криминал, политику, здравоохранение, экономику, военную тематику и образование. Лексика, которая часто используется средствами массовой информации, приобретает определенную стилистическую окраску, воспринимается как лексика, характерная именно для публицистического стиля.

Публицистический стиль отличается использованием эмоционально окрашенной оценочной лексики (*твердая позиция, энергичный старт и сложная кризисная ситуация*).
[4 с.73]

Данные, транслируемые посредством СМИ, предназначены для широкой аудитории, а не для ограниченного числа специалистов и экспертов. При этом воздействие ориентировано как на разум адресата, так и на его ощущения (чувственную сторону).

Далее проанализируем стилевые черты публицистического стиля. Обусловленная силой влияния на адресата экспрессивная функция, в первую очередь, придает речевым средствам стиля открытую оценочность, что особо ярко выражено в критике противоположных точек зрения, полемике, многообразии оценок.

Главным образом, оценочность публицистического стиля выражается в его лексике и проявляется в: [б, с.99]

- характере метафоризации;
- частотности качественно-оценочных существительных и прилагательных;
- подборе фразеологических средств;
- обилии элитивов;
- специфике применения синтаксиса и др.

Экспрессия и выразительность речи связаны с особым «эффектом новизны» публицистического стиля, свежестью словосочетаний и стремлением журналистов уйти от обыденности, желанием избежать повторов слов, конструкций и оборотов, широком распространении экспрессивного синтаксиса и словесной образности, применении анафор, парцелляции и параллелизмов.

Рекламность, характерная для газеты, отражена в специфике громких заголовков (подзаголовков), обсуждении острых проблемных вопросов, обращенности непосредственно к читателям и др.

Мощное воздействие, которое оказывает СМИ на общество связано, на наш взгляд, с массовостью коммуникации.

Наиболее типичным инструментом распространения пропаганды и массовой информации служат именно СМИ, массовость которых поддерживается как адресатом, так и

автором – выражающим позицию редакции (издающего органа), определенной политической силы и т.д..

И корреспондент, и сама газета, как правило, выступают не от лица какого-либо определенного человека (группы). Они отражают позицию политической платформы, партии, группы лиц, общественной организации и др. На доперестроечном этапе это обуславливало своеобразную «собираемость» газетной речи. [8, с.93]

В свою очередь, современным СМИ свойственно в большей степени, чем ранее, авторское начало, индивидуальный стиль, который находит отражение в жанре интервью, имеющего диалоговый формат изложения. С нашей точки зрения, этим частично можно объяснить широкое распространение устно-разговорной речи на страницах современных газетных изданий.

Для публицистического стиля характерна не только выразительность, но и информативность. С информативностью публицистического стиля связаны следующие его черты:

– официальность (сдержанность, нейтральность и т.п.), на общем фоне экспрессивности газетной речи акцентирующие внимание читателя на значимости информации (данная характеристика реализуется лексическим и фразеологическим своеобразием (использование клише, именным характером речи);

– документализм, выраженная фактологичность и объективность изложения, что можно определить как документально-фактологическую точность подачи информации, речевая терминологичность, использование профессионализмов и специфической терминологической метафоризации;

– четкая аргументированность излагаемого материала;

– понятность (обобщенность) изложения – результат фактографичности (аналитичности), зачастую в сочетании с образной конкретикой речи.

В отношении стилистических особенностей газетной речи, как правило, речь идет о газетизмах – средствах языка, свойственных именно газетной речи.

К газетизмам относят языковые единицы (явления), которые, несмотря на их широкое распространение именно в данной области, практически не применяются в других речевых сферах, что и придает им оттенок «газетности».

Обычно данные слова и речевые конструкции отличаются выраженной оценочностью (*гражданское согласие, разгосударствление, политический плюрализм, перестроечный, консолидация, аграрий, командная система* и т.п.). Часто в их число входят негативно окрашенные слова (*показуха, коррупция, плутократия, махровый, экстремистский, номенклатура, неблагоприятный* и др.). [10, с.64]

В газетных текстах общеупотребительная лексика может приобретать оценочность, которую она не имеет в других стилях речи.

Мы имеем в виду ситуации расширения значений таких слов, как *служба, рубеж, эскалация, проблема, биография* и т.д.

Важно подчеркнуть именно ориентированность на новизну значений слов как ключевой принцип их употребления, свойственный газете. Среди основных задач анализируемого стиля можно выделить следующие:

- призыв к действиям;
- влияние на сознание масс;
- сообщение информации и иного материала.

Информационная функция заключается в стремлении оперативно сообщить о самых свежих новостях. Данная функция отражается также и в специфике коммуникативных задач, их воплощении в речи. Вместе с тем, данная функция газеты, первичная с исторической точки зрения (например, «Русские ведомости» времен правления Петра I), в СССР была вытеснена воздействующей, агитационно-пропагандистской функцией.

До перестройки большинство публицистических изданий представляли собой, как правило, государственный, партийный, профсоюзный или общественный орган. Они были ориентированы на формирование определенного мнения в советском социуме, беспрекословное убеждение аудитории в правоте позиции партии.

Подлинная информативность сохранилась лишь в единичных жанрах, но и в них подчинялась экспрессивной функции воздействия, благодаря подбору материала и его подаче.

Ключевая информационная задача газетного издания – массовое просвещение. Следовательно, газеты реализуют также и популяризаторскую функцию посредством трансляции различных сообщений об экономических проблемах, исторических фактах, научных открытиях и технических новинках.

Именно поэтому газета использует разнообразные средства, распространенные в научной речи. Они находят свое отражение как в популяризирующих науку статьях, так и в текстах, содержащих анализ социальных, политических, финансовых, экономических, экологических и иных проблем. Вместе с тем, нейтральные и книжные языковые средства на страницах газет активно взаимодействуют с экспрессивными средствами выражения.

Принято выделять следующие функции газетных изданий:

- просветительская;
- развлекательная или гедонистическая;
- информационная;
- воспитательная;
- критическая;
- аналитическая;

– организаторская.

Тем не менее, главная функция газеты, воедино собирающая все вышеперечисленные функции и выраженная в речевом стиле, – это воздействующе–информационная.

Представленная трактовка функций газетных изданий и публицистики в целом, основана на их предназначении – информировать, отразить социальное (индивидуальное, партийное) мнение, убедить читательскую аудиторию в его истинности.

Публицистическая речь, в сравнении с иными функциональными стилями, за исключением разговорного и художественного стилей, пользуется большое количество средств выразительности.

Литература:

1. Винокур Г. О. Культура языка. – М., 1982.
2. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой современных масс–медиа. – Москва: Дрофа, 1994
3. Москвин В. П. Стилистика русского языка. Теоретический курс. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2006. – 630 с.
4. Платонова О.В., Виноградов С.И. Средства массовой информации и культура речи // Культура речи. – М., 1998.

5. Прохоров Е.П. Искусство публицистики. Размышления и разборы. – М., 1984.
6. Современная газетная публицистика. Проблемы стиля // Ответственный редактор И.П. Лысакова, К.А. Рогова. – Л., 1987.
7. Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990–1994 гг.) // Журналистика и культура русской речи. Выпуск 1. – М., 1996.
8. Солганик Г.Я. Общие особенности языка газеты // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М., 1980.
9. Тепляшина А.Н. Методологические основы жанрообразования в масс медиа // Логос, общество, знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса). –СПб., 1997;
10. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия // под редакцией Складневской Г.Н. – М.: АСТ, Астрель, Транзиткнига, 2005. – 894 с.