

2. СОВРЕМЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ: ЯЗЫК – РЕЧЬ – ТЕКСТ

И.В. Гурин

УО МГПУ им. И.П. Шамякина (г. Мозырь)

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ СЛОВАРЯ ГАЗЕТЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Непрерывный процесс производства, обращения и использования информации признан отличительной чертой современного общества, ведущим стимулом его прогрессивного развития. Главнейшей гуманитарной идеей последних десятилетий признана идея активного продвижения мировой цивилизации к обществу информационного типа, или обществу массовой коммуникации, где на смену энерго- и материалоемким производствам приходит производство информации. Данная мысль в последнее десятилетие проявляет себя в рассуждениях различной предметной направленности, ее берут на вооружение практически все гуманитарные науки. Устойчивыми объектами профессионального анализа на современном этапе являются коммуникативная ситуация, единицы, параметры и механизмы общения, разновидности языковой информации. В поле зрения учёных находится сегодня и газета, как одно из наиболее популярных средств массовой информации, её язык.

Газета отличается существенным своеобразием условий языкового творчества: она создается в кратчайшие сроки, порой не дающие возможности довести до идеала обработку языкового материала. В то же время она создается не одним лицом, а множеством корреспондентов, которые готовят свои материалы часто в отрыве один от другого.

Газета – одно из наиболее типичных средств массовой информации и пропаганды, это мобильный инструмент гласности. Для общества весьма желательно, чтобы органы власти как можно полнее информировали граждан о принимаемых решениях, а также и о мотивах принятия этих решений. Здесь следует добавить, что с точки зрения науки о культуре речи очень важно излагать официальные решения языковыми средствами понятными большинству населения со средним уровнем образования. Рядовой гражданин не обязан иметь высшее юридическое образование, но законы должны быть ему понятны, в ином случае общение власти и населения не будет эффективным. Наряду с гласностью газета обеспечивает и свободу слова, она служит для выражения взглядов различных социальных слоев, крупных и мелких общественных групп, даёт человеку возможность выразить свою оценку проводимой

государством политики и влияния этой политики на его частную жизнь и на жизнь общества.

К основным чертам языка газеты Г.В. Лазутина относит [1]:

1) экономию языковых средств, лаконичность изложения при информативной насыщенности;

2) отбор языковых средств с установкой на их доходчивость (газета – наиболее распространенный вид массовой информации);

3) наличие общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей (в частности, терминологической лексики) для целей публицистики;

4) использование характерных для данного стиля речевых стереотипов, клише;

5) жанровое разнообразие и связанное с этим разнообразие стилистического использования языковых средств: многозначности слова, ресурсов словообразования (авторские неологизмы), эмоционально-экспрессивной лексики;

6) совмещение черт публицистического стиля с чертами других стилей (научного, официально-делового, литературно-художественного, разговорного), обусловленное разнообразием тематики и жанров;

7) использование изобразительно-выразительных средств языка, в частности средств стилистического синтаксиса (риторические вопросы и восклицания, параллелизм построения, повторы, инверсия и т. д.).

Не все указанные черты равномерно представлены во всех газетных жанрах, да и не все они характерны только для публицистики. Твердая стилевая закреплённость лексических и грамматических средств – явление сравнительно редкое. Однако преимущественное их употребление в том или ином стиле, приспособление слов, оборотов, конструкций одного стиля для целей другого, т. е. их функциональное использование, составляют уже приметную черту данного стиля.

Обращенная к многомиллионной аудитории, рассчитанная на массового читателя, слушателя и зрителя, газетная речь должна быть общепринятой и общепонятной. Эта особенность диктует требования строить речь в соответствии с общепринятыми канонами, в соответствии с нормами литературного русского языка, избегать языковых средств, имеющих узкую сферу распространения (узкоспециальных терминов, профессионализмов, иноязычных слов и т. п.).

Стиль массовой коммуникации – один из наиболее «открытых» функциональных стилей современного русского литературного языка. «Незамкнутость» словаря газеты определяется экстралингвистическими факторами, главным из которых является разнообразие тем, попадающих в фокус журналистского внимания. Среди множества тем, рассматриваемых современными средствами массовой информации, можно выделить базовые: политическую, экономическую, социальную, медицинскую, спортивную, тему шоу-бизнеса. Каждая из них имеет свои строевые

лексем, которые в рамках публицистического текста, порождаемого журналистом, укладываются в определенный словесный ряд. «Множественность и многообразие словесных рядов делает словарный состав публицистики максимально широким и незамкнутым. Но наиболее частотные слова газетного стиля становятся символами, маркерами эпохи. Именно по ним можно будет судить о специфике конкретного отрезка времени. Если их даже просто перечислить (например, *олигарх, терроризм, дефолт, бюджет, выборы* и т. д.), они создадут «публицистическую картину мира» [2, 48]. Эти слова становятся концептуальными. «Концептуальная лексика отражает идеологию, политику газеты, ее социальные устремления» [3, 93].

В зависимости от тематики и жанра в языке газет используется весьма разнообразная лексика и фразеология.

Как отмечает Д.Э. Розенталь [4], некоторую ее часть составляют общественно-политическая лексика и сочетания слов: *демократия, демократические свободы, митинг, агитационно-массовый, агитационно-пропагандистский, прогрессивный, примиренческий, реакционный, политическая партия, политическая демонстрация, забастовка, стачка, обывательские настроения* и др.

Значительную часть лексики газетного стиля составляют общелитературные слова и различные термины (науки, военного дела, искусства, спорта). И те и другие в соответствующем контексте могут переосмысливаться и приобретать публицистическую окраску, например: *арена политической борьбы, армия безработных, военные круги, диалог между странами, дружеская атмосфера, закулисная возня, ключ к достижению соглашения, культурные контакты, международная солидарность, очередной тур переговоров, переговоры на уровне послов, правящая верхушка, путь прогресса.*

В языке газеты широко распространены различные речевые стереотипы (стандарты, клише). Нередко речевые клише превращаются в штампы, вследствие своей частой повторяемости, и теряют свою первоначальную образность. Например, шаблонизируются выражения *труженики полей, разведчики земных недр, люди в белых халатах, дать зеленую улицу, получить прописку, справить новоселье, черное золото.*

Следует, однако, отметить, что тенденции к стандартизации в языке газеты противостоит тенденция к усилению экспрессивности, оживлению повествования притоком свежих слов и оборотов из других стилей, особенно из разговорного.

Характерной чертой языка газеты является частотность в нем оценочных слов. Так, например, часто можно встретить слова и словосочетания *шулер, ловчила, выжига, высокомерный сноб, ретроград, закулисная возня.* Разряд оценочных слов пополняется за счет переосмысления нейтральных. Так, например, в газете положительная окраска свойственна словам *эстафета, заветы, инициатива, почин,*

а отрицательная – словам *клика, хунта, марионетки, вояж, откровения, визитер, потуги, верхушка*. Приобретение оценочности связано с расширением значения этих слов и увеличением сферы их сочетаемости: *высокие рубежи, рубежи соревнования, намечать новые рубежи* и др.

Язык газеты изобилует устойчивыми сочетаниями, словесными блоками. Они могут быть как нейтральными (*уровень жизни, положить конец, брать обязательство, вести борьбу, вести переговоры*), так и эмоционально окрашенными (*грязная война, бандитское нападение, черная тень*). В создании таких устойчивых сочетаний большую роль играет метафоризация определенной группы слов: *атмосфера* (разрядки), *пульс* (эпохи), *диалог* (глав правительств), *курс* (на разоружение) и др.

Многочисленны примеры фразеологии, позволяющей быстро и точно давать информацию: *мирное наступление, сокращение вооружений, позитивные перемены, межгосударственное соглашение, пакет предложений, вопросы безопасности, пути прогресса, политический авангард, ратификация договора*.

В рамках газетного стиля много таких слов и словосочетаний, которые выступают как публицистически окрашенные только в переносном значении. Например, слова *шаги, сигнал, школа, пакет* в прямом значении (тихие шаги, сигнал тревоги, домашняя стряпня, здание школы, пакет молока) не имеют публицистической окраски. В переносном же (*практические шаги, сигнал с предприятия, школа выживания, пакет мирных предложений*) они эту окраску приобретают. В прямом значении словосочетания *цепной пес, пиратские действия, получить нокаут* не являются фразеологизмами. Употребленные в переносном значении, они представляют собой типичные примеры публицистической фразеологии. В переносном значении широко используются термины из области науки: *атмосфера* (*атмосфера доверия*), *уровень* (*переговоры на уровне послов*), *позитивный* (*позитивные результаты*); искусства: *спектакль* (*политический спектакль*), *закулисный* (*закулисные переговоры*); военного дела: *строй* (*звести в строй*), *фронт* (*фронт борьбы*), *курс* (*новый политический курс*); спорта: *раунд* (*последний раунд встречи*), *тур* (*очередной тур переговоров*) и т. д.

Своеобразным экспрессивным средством языка газеты является употребление в нем варваризмов и экзотизмов. Причем процесс проникновения подобных разрядов слов в печать с каждым годом становится все интенсивнее. Этому есть объяснения экстралингвистического плана: неуклонное расширение международных контактов.

Итак, язык газеты обладает огромными возможностями и сильнейшим влиянием на другие разновидности литературного языка и на общество в целом. Публицистика, как вид литературы, сохраняет свои основные черты на протяжении столетий. Однако время вносит серьезные

изменения в характер функционирования газеты, ее речевой облик, стилевые устремления, язык.

Литература

1. Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина, М.: Айрис-пресс, 2000. – 223 с.
2. Солганик, Г.Я. О закономерностях развития языка газеты в XX в. / Г.Я. Солганик // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2001. – № 2. – С. 54–56
3. Майданова, Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л.М. Майданова, М.: Просвещение, 1987. – 280 с.
4. Розенталь, Д.Э. Практическая стилистика русского языка / Д.Э. Розенталь. – 5-е изд. – М.: Высш. шк., 1987. – 223 с.