
О НЕКОТОРЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ГАЗЕТНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

А.В. Воронова, Н.А. Минакова

Кафедра русского языка и методики его преподавания
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматриваются лингвистические особенности газетно-публицистических текстов. В русском языке существует потребность в инструменте профессионального общения. Сегодня преподавание русского языка иностранцам является адресным, в максимальной степени учитывающим коммуникативные потребности различных категорий учащихся.

Ключевые слова: лингвистические особенности, коммуникативные потребности, медиатекст, словообразовательные средства газетно-публицистического стиля.

Язык СМИ в силу своей специфики является предметом постоянного научного исследования лингвистов, историков, культурологов, социологов и психологов. Он отражает политическую, экономическую и духовную жизнь социума. Изучая газетные и журнальные тексты, можно составить четкое представление о времени, эпохе и языке. Известно, что язык СМИ динамичен, он находится в постоянном развитии. Существуют различные виды печатных СМИ, отсюда следует, что контингент журналистов, в том числе иностранных, достаточно разнородный по разрабатываемой тематике, по направлению деятельности. Объединяющее их начало — потребность в русском языке как инструменте профессионального общения. В связи с этим перед методикой преподавания русского языка как иностранного встала проблема разработки изучения языка СМИ, его стилистических особенностей.

В настоящее время в практике преподавания РКИ все заметнее проявляется тенденция обучать языку в соответствии с определенным социальным заказом. Это направление получило название «иностранному языку в специальных целях», т.е. предполагается обучение не языку вообще, а той его функциональной разновидности, которая становится инструментом профессиональной деятельности. Сегодня преподавание русского языка иностранцам является адресным, в максимальной степени учитывающим коммуникативные потребности различных категорий учащихся.

Коммуникативные потребности иностранных студентов-журналистов связаны с необходимостью понимать содержание газетных и журнальных статей по различным видам деятельности; понимать звучащие по радио и телевидению рекламу, объявления, новости; писать газетные и журнальные статьи; оформлять деловые документы; уметь правильно излагать свои мысли в интервью.

Изучение коммуникативных потребностей иностранных студентов-журналистов позволяет определить цели и содержание обучения, отбор и организацию языкового, речевого, текстового и тематико-ситуативного материала курса русского языка для обучения студентов-журналистов.

Целью обучения языку газеты является формирование, развитие и совершенствование коммуникативной компетенции, под которой понимается умение решать профессиональные задачи средствами русского языка. Основу этого умения составляет речевая компетенция — способность понимать и продуцировать устные и письменные высказывания на уровне предложения, сверхфразового единства, текста. Речевая компетенция, в свою очередь, опирается на владение необходимым минимумом лексических и грамматических средств, т.е. на языковую компетенцию.

Известно, что язык газеты коррелирует с газетно-публицистическим стилем речи, который представляет собой функциональную разновидность литературного языка, обслуживает политико-идеологическую сферу общественной деятельности. Стилль реализуется в газетных статьях на социально-политические темы, в ораторских выступлениях на митингах, на парламентских заседаниях и широко применяется на телевидении и радио. Сюда же следует добавить политическую литературу для массового читателя и документальное кино.

Тексты газетно-публицистического стиля отличаются широтой тематики, они могут касаться любой темы, попавшей в центр общественного внимания. Это, конечно, сказывается на языковых особенностях данного стиля: появляется необходимость включать термины, которые будут требовать пояснений и развернутых комментариев.

Также можно заметить, что целый ряд тем находится в центре общественного внимания, и термины, относящиеся к этим темам, приобретают газетно-публицистическую окраску. Следовательно, в составе языка формируется круг лексических единиц, характерных для газетно-публицистического стиля.

Для анализа языковых особенностей газетно-публицистического стиля речи нами была выбрана статья из газеты «Комсомольская правда» «Школы и вузы должны рассказать в Интернете о своем бюджете».

Вариативность языка публицистического стиля обусловлена в некоторой степени использованием разговорных слов и выражений, например: *школы и вузы плачутся*; *директор рассекает*; *его замы*; *домшики*; *жирно живут далеко не все*; *разнервничались* некоторые ректоры и директора; *это ж вот так взять*; руководители *ворочают* немалыми *деньгами*; вузы нашли *лазейку*; вузы, *химичившие* со списками студентов.

Отличительной чертой публицистического стиля, получившей в дальнейшем широкое развитие, является своеобразие лексической сочетаемости, т.е. сочетания слов, не совместимых по своей семантике или по эмоционально-стилистической окраске. Многие слова принимают газетно-публицистическую окраску, когда они употребляются в метафорическом значении. Метафора также свойственна газетно-публицистическому стилю и представляет собой использование слов в переносных значениях в целях создания яркого образа, выражения оценки, эмоционального отношения к предмету речи; она призвана оказать воздействие на адресата речи, например: *информация как на ладони*; вузы, *химичившие* со списками студентов.

Общественно-политическая лексика (например: общественные отношения; правительством утверждены; о поступлении и расходовании финансовых и материальных средств) настолько органично входит в лексический состав публици-

цистического стиля, что этот разряд слов целиком включается в публицистическую лексику. Именно с ней связано собственно формирование публицистического стиля.

В статьях газетно-публицистического стиля речи употребляются слова с негативной оценкой, часто стилистически сниженные, например: *пособник, террорист*. Этот стиль активно обогащается новыми словами и выражениями, например: *разводка продолжается...*

Газетно-публицистический стиль осваивает новые понятия и соответствующие слова и словосочетания, отражающие социальные и политические процессы в обществе, например: *правила размещения в Сети информации об образовательном учреждении*.

Морфологический строй газетно-публицистической речи имеет свою специфику. Морфологические ресурсы охватывают практически все экспрессивные средства языка.

Исследователи указывают на заметную частотность употребления форм родительного падежа имен существительных и прилагательных [2], например: *директора столичных школ; ректоры вузов; о дате его создания, учредителях и персональном составе преподавателей; после громкого скандала; зачисляли «нужных» абитуриентов в обход закона*.

Для газетно-публицистического стиля, в отличие от научного, не характерно преимущественное употребление форм настоящего времени, в данном стиле употребляются формы как настоящего, так и прошедшего времени. Форма первого лица чаще употребляется во множественном числе и имеет объективное значение неопределенного количества людей. Форма второго лица чаще употребляется не в значении конкретного адресата, а в значении обобщенного, например: *...сначала зайдите на сайт учебного заведения. Если вся положенная информация как на ладони — смело идите туда; ...призадумайтесь: зачем вам иметь дело с нечестными людьми?*

Среди активных морфологических форм выделяются формы и страдательного залога глагола, они связаны с информационной функцией и способствуют объективности изложения, например: *правительством утверждены; образовательные учреждения исследуются*.

Газетно-публицистические произведения отличаются правильностью и четкостью построения предложений, их простотой и ясностью. Используется монологическая речь (преимущественно в аналитических жанрах), диалог (например, в интервью), прямая речь.

В медиатекстах функционируют различные синтаксические приемы экспрессии:

— обратный порядок слов (инверсия), например: *выполнили это распоряжение далеко не все. Понятно, что жирно живут далеко не все;*

— риторические вопросы: *А вот если обязательных данных нет или они «закопаны» слишком глубоко — призадумайтесь: зачем вам иметь дело с нечестными людьми?*

— риторические восклицания: *Представляю, как сейчас разнервничались некоторые ректоры и директора! Это ж вот так взять и раскрыть кошелек, который до недавнего времени был как свой собственный!*

— вопросы, которые за счет перебива монолога, оживляют речь: Вон было распоряжение о том, чтобы вузы публиковали на своих сайтах списки абитуриентов с указанием их баллов по ЕГЭ и льгот. И что? Выполнили это распоряжение далеко не все.

— расчленение текста: *Результат — после громкого скандала был уволен только один-единственный ректор. Боюсь, и на этот раз вузы и школы найдут способ прикрыть важную информацию — разместят ее по самым невзрачным ссылкам, спрячут на какой-нибудь двадцать восьмой экран.*

— вводные слова и конструкции: *Но — не секрет — директора столичных школ, например, получают официально под 300 тысяч рублей, ректоры вузов — и вовсе под миллион (в месяц!). Впрочем, знаю я, как будет дальше;*

— бессоюзные сложные предложения: *Если вся положенная информация как на ладони — смело идите туда. А вот если обязательных данных нет или они «закопаны» слишком глубоко — призадумайтесь: зачем вам иметь дело с нечестными людьми?*

В публицистическом стиле представлены также безличные (пассивные конструкции), например: *правительством утверждены «Правила размещения в Сети информации об образовательном учреждении». Так что и родителям, и самим школьникам и студентам неплохо бы знать, как на самом деле обстоят дела в их учебном заведении. Результат — после громкого скандала был уволен только один-единственный ректор.*

Н.С. Валгина указывает на такую отличительную особенность публицистического синтаксиса: номинативные, присоединительные конструкции, придающие фрагментарность речи, «создают иллюзию свободной, непринужденной беседы, что способствует проявлению контактно-устанавливающей функции речи» [1].

Важную стилеобразующую функцию выполняют своеобразные по синтаксическому оформлению заголовки, а также зачины текстов. Они выполняют и рекламную функцию: от заголовка и зачина текста во многом зависит, обратит ли читатель внимание на публикацию. В заголовках и зачинах текста зачастую используются те виды словосочетаний и синтаксических конструкций, которые неупотребительны в других стилях.

Среди словообразовательных моделей известной продуктивностью отличаются отдельные типы отвлеченных существительных с суффиксами -ость, -ство, -ние, -ие.

Многие из них используются в том случае, когда публицистика выполняет информационную функцию: *учреждения, размещение, поступление, расходование, правительство, наказания за невыполнение*; другие, содержащие эмоциональную или социальную оценку, связаны с функцией воздействия: *распоряжение, указание, народность, справедливость, достоинство.*

Широко используется словообразовательная модель с аффиксом -аци: *квалификация, информация.*

Также представлены суффиксальные образования существительных со значением лица по профессии, роду занятий, а также по принадлежности к какой-либо партии и деятельности: *школьник, родитель, руководитель, ректор, директор.*

Довольно часто встречаются образования с русскими и старославянскими приставками, называющие общественно-политические понятия.

«В области словообразования газетно-публицистический стиль характеризуется продуктивностью префиксов иноязычного происхождения: нео-, анти-, а-, про-, контр-, квази-, ультра-, пост- и т.д.: неоглобализм, неофашисты, антидемократический, аполитичный, проамериканский, контрмеры, постиндустриальный, постперестроечный». Активизировалось словосложение, при котором широко используются основы иноязычного происхождения: нарко-, теле-, видео-, аудио-, мини-, макси-, шоу- и т.д.: видеосервис, телеиндустрия, телешоупродукция, аудиокассета» [4]. Обычно это слова общественно-политического характера.

Язык публицистики с достаточной степенью полноты отражает все явления, происходящие в общем литературном языке, и немного найдется слов, выражений или конструкций, которые не могли бы использоваться в других стилях литературного языка. Поэтому трудно назвать слова, выражения, словоформы и конструкции, которые употреблялись бы только в публицистике.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Валгина Н.С.* Функциональные стили русского языка: Учеб. пособие. — М.: Мир книги, 1994. [*Valgina N.S.* Funkcionalnye stili russkogo yazyka: Ucheb. posobie. — М.: Mir knigi, 1994.]
- [2] *Головин Б.Н.* О стилях языка и их изучении // Русский язык в школе. — № 4. — М., 1968. [*Golovin B.N.* O stilyax yazyka i ix izuchenii // Russkij yazyk v shkole. — № 4. — М., 1968.]
- [3] *Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. — М.: МГУ, 1971. [*Kostomarov V.G.* Russkij yazyk na gazetnoj polose: nekotorye osobennosti yazyka sovremennoj gazetnoj publicistiki. — М.: MGU, 1971.]
- [4] *Крылова О.А.* Лингвистическая стилистика. В 2 кн. Кн. 1. Теория: Учеб. пособие. — М.: Высшая школа, 2006. [*Krylova O.A.* Lingvisticheskaya stilistika. V 2 kn. Kn. 1. Teoriya: Ucheb. posobie. — М.: Vysshaya shkola, 2006.]

SOME LINGUISTIC FEATURES OF NEWSPAPER MEDIATEXTS

A.V. Voronova, N.A. Minakova

The Chair of the Russian language and Methods of its Teaching
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article characterizes linguistic features of newspaper texts. The Russian language is used here as the instrument of professional communication. Nowadays teaching Russian as a foreign language is focused at a great extent and takes into account communicative needs of different categories of students.

Key words: linguistic features, communicative requirements, mediatext, derivational means of the publicist style.