

ГАЗЕТНО- ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ

ЯЗЫК ГАЗЕТЫ

Газетно-публицистический функциональный стиль –

это подсистема современного русского языка функционирующая в общественно-политической сфере деятельности.

Это стиль публицистических статей на социально-политические темы в газетах и журналах; ораторских выступлений на митингах, парламентских заседаниях, собраниях политических партий; теле- и радиобесед на политические и социально значимые темы. Данный стиль реализуется как в устной, так и в письменной форме.

ФУНКЦИИ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ:

- ИНФОРМАЦИОННАЯ
- (ИНФОРМАЦИОННО-СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ)
- Информационная функция связана с тем, что газетно-публицистические тексты, как устные, так и письменные, обращены широким массам людей, а не узкому кругу специалистов, как, например, научные работы. Кроме того, здесь важна скорость передачи информации, ведь публицистические тексты, особенно газетные, всегда пишутся «на злобу дня» и сохраняют актуальность лишь на протяжении
- ВОЗДЕЙСТВУЮЩАЯ (ФУНКЦИЯ УБЕЖДЕНИЯ)
- Публицист убеждает не только фактами, но и путем эмоционального воздействия на читателя \\
слушателя. Он часто в явной или неявной форме выражает свое отношение к происходящему (сообщаемому), стремясь вызвать реакцию, подобную собственной, у всей аудитории, т.е. пытается всеми возможными способами склонить людей на «свою» сторону

СРАВНИМ ДВА ТЕКСТА:

- Академик Ф.Ф. Фортунатов – о необходимости орфографической реформы:
- *«К излишним орфографическим правилам принадлежат также и требования писать такие буквы, которые некогда отличались по произношению от других наших букв, но в настоящее время не сохраняют уже этого значения. Таковы буква ъ (ер), не выражающая теперь никакого звука, и буква «ять», совпавшая по ее звуковому значению для великорусского языка с другими буквами, именно – с буквой е по отношению к русскому литературному языку. Поэтому буквы Ъ и «ять» должны быть исключены из*
- Публицист Н. Морозов – о той же реформе:
«Современная наука так обширна, что для одного общего ознакомления с ее важнейшими отраслями приходится потратить не менее 10 лет. Отдавать часть этого времени на изучение того, в каких словах следует ставить для обозначения того же самого звука речи одну фигурку и в каких – другую, это то же самое, как выделить из двух-трех лет первоначального курса один или два часа в неделю на обучение танцам на канате»

НОВОЕ ВРЕМЯ

! Важно осознать то, что воздействие на массовую аудиторию, которого добивается публицист или выступающий публично политик, не всегда носит позитивный характер, – это может быть и такое воздействие, которое рождает негативные эмоции: гнев, недовольство, осуждение. Но и в случае с позитивным, и в случае с негативным влиянием на адресата мы имеем дело с эмоционально-экспрессивным характером газетно-публицистического стиля, который и отличает данный стиль от научного и

Требование быстроты передачи информации в случае с газетно-публицистическим стилем приводит к стандартизованности и даже штампованности.

«Язык газет переполнен штампами – да иначе и быть не может; трудно писать быстро и правильно, не прибегая к избитым выражениям» (Шарль Балли).



Музейный фестиваль: усадьбные подлинники, турки и «многоуважаемый шкаф»



Галерею, что нас умиляет. Не все, что хранит музей на выставочной площадке в Большой палатке БРГА – романов. Многие, что не провозили на выставку, хранятся в подвале, как былые в Угличе, и там, кто там их овалы собирает. И те, и другие удивительно, такие колоссальные, огромные – что удивительно, камен стал горой на дачных участках и в гаражах. Другие практично выносят, как есть, кто становится, что сморщит.

Составил КОШЕВЦОВА, сотрудник Угличского музея. Фото: Александр КОШЕВЦОВ. Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ.

Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ. Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ.

Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ. Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ.

Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ. Виктор БОРЗУЧЕНА и Александр КОШЕВЦОВ.

и роспись минимално на стене. Длинными, не так как французский колониальный, а на ярдах забитый. Делать только восточный. Принадлежит к «австралийской» – одна из самых красивых и ценных в коллекции. У него есть и другие предметы, в том числе и восточные. Восточные предметы, в том числе и восточные. Восточные предметы, в том числе и восточные.

Восточные предметы, в том числе и восточные. Восточные предметы, в том числе и восточные.

Восточные предметы, в том числе и восточные. Восточные предметы, в том числе и восточные.

Восточные предметы, в том числе и восточные. Восточные предметы, в том числе и восточные.

Восточные предметы, в том числе и восточные. Восточные предметы, в том числе и восточные.

собрался не так много, но много. Тут бы лучше сделать музей. Музейный фестиваль в московской области. Музейный фестиваль в московской области.

Музейный фестиваль в московской области. Музейный фестиваль в московской области.

Музейный фестиваль в московской области. Музейный фестиваль в московской области.

Музейный фестиваль в московской области. Музейный фестиваль в московской области.

Музейный фестиваль в московской области. Музейный фестиваль в московской области.

работы) с 17-м. Платно. Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Там же, где есть, и экспозиция. Там же, где есть, и экспозиция.

Лексические и фразеологические средства публицистического стиля

В лексической системе газ.-публицист. стиля можно выделить слова и устойчивые словосочетания фразеологического типа, имеющие газетно-публицистическую функционально-стилевую окраску, например: «начинание», «подвижник», «парламентарий», «лоббировать», «боевики», «терроризм», «военно-промышленный комплекс», «организованная преступность», «горячие точки», «прямой эфир», «чинить препоны», «брать планку», «ставить условия»...

Поскольку подобные стандартизованные лексические средства отражают социально значимые реалии того или иного времени, то они

Типичный признак газетно-публицистической лексики и фразеологии – ее эмоционально-экспрессивный характер, в частности – наличие эмоционально-оценочных коннотаций: с одной стороны, ПЕЙОРАТИВНЫХ, т.е. отрицательно-оценочных (военщина, террористы, бандформирования, пособник), с другой – МЕЛИОРАТИВНЫХ, т.е. положительно-оценочных (социальная справедливость, миролюбивые силы, консенсус, договоренности, инициатива).

Словообразовательные средства

1. Частое использование **префиксов иноязычного происхождения**

нео-, анти-, а-, контр-, квази-, про-, ультра-, пост- и др.:

постсоветский, неоглобализм, неофашизм, антидемократический, аполитичный, проамериканский, контрмеры, квазипатриотический, ультралевые, постиндустриальный...

2. Широкое употребление суффиксальных образований у существительных с значением лица по профессии, роду занятий, по принадлежности к какой-либо группе: укладчик, аппаратчик, бурильщик, бетонщик, перестройщик, омонове, антирыночник, яблочник (член партии «Яблоко») и т.д.

3. Словообразовательная модель **основа имени + суффикс «изациј»**

= производное существительное со значением процесса:

капитализация, советизация, приватизация, радикализация, американизация и т.д.

4. Часто в газетно-публицистическом стиле используются и модели словосложения, в которых одна\обе из основ имеют **иноязычное происхождение:**

наркоторговцы, наркомафия, видеоклип, видеосалон, телепродукция, шоубизнес, кинотусовка...

Морфологические средства



Метафорическое употребление собственных имен существительных и форм множественного числа: Чичиковы, Городничие, Маниловы и т.д.

Высокая частотность форм родительного падежа имен существительных в газетно-публицистических текстах (36 % по сравнению с 13 % – в художественных текстах).

Подавляющее преобладание формы 3-го лица над остальными формами, что в процентном отношении выглядит следующим образом: 1% - 6 % - 93 % (соответственно 1-е лицо – 2-е л. – 3-е л.).

Наблюдается и определенная специфика в **значении форм 1-го и 2-го лица МЕСТОИМЕНИЙ** в тех достаточно редких случаях, когда они употребляются в газетно-публицистических текстах, а именно,

1-е лицо чаще всего употребляется во множественном числе и имеет значение неопределенной совокупности лиц, т.е. употребляется в обобщенном значении, например: *«Не потому ли мы вносим порой долю поэтизации в самые скромные уголки нашей страны?..»*, *«Мы хорошо знаем цену свободного времени»...*

Форма **2-го лица** множественного числа обозначает не только прямого собеседника, как в жанре интервью, но и неопределенное множество слушателей или читателей:
«Вы создаете настоящих людей, вы идете по пути исканий и творчества».

СИНТАКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА

Для языка газеты характерны конструкции, характеризующиеся наличием эмоционально-экспрессивных коннотаций.

1. Именительный темы: «Москва! На картах мира нет для нас подобного, наполненного таким содержанием слова!» (Л. Леонов);
2. Риторические вопросы: «С Девятым мая можно и не фантазировать: пошел на Поклонную, посмотрел салют, выпил пивка... Дешево, прикольно - что еще нужно растущему организму?»;
3. Вопросы, целью которых является оживление речи за счет перехода от монологической формы речи к диалогической (имитация живого общения) («Что значит введение этого налога в масштабах страны?»);
4. Повторы: «Станиславский призвал актера *жить* на сцене, *жить*, ища большую правду и передавая ее

5. Риторические восклицания (прием передачи кульминации чувств): «Пусть же зритель, приходя на кинопремьеру, чаще испытывает высокую радость встречи с большим искусством!» (А. Толстой);
6. Инверсивный порядок слов: «Так добрый же – этому начинанию – путь!»;
7. Расчленение текста (сегментация): «Наш современник. Какой он? Чем живет?» вместо «Каков наш современник и чем он живет?») или «Мы разучились любить детей. Вот главная причина их бродяжничества» вместо «Главная причина бродяжничества детей – в том, что мы разучились их любить»;
8. Конструкции с разговорной окраской, в частности эллиптические конструкции: «На синем небе – ослепительное солнце» «Вперед – к знаниям!»

ИСТОЧНИКИ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПРЕССИИ:

1. Слова с чуждой эмоционально-экспрессивной окраской: «Нас немного отучили **гоняться** за **дешевизной**» АИФ); «Американцы отчего-то расхотели платить по жилищным займам, следовательно банки испытывают дефицит **налички**, и занять ее негде» (Комсомольская правда). *Жаргонизмы в нейтральном тексте*

2. Тропы и разнообразные риторические фигуры: сравнение, метафора, гипербола, перифраз, антитеза, анафора: «А свет все угасал, как солнце на закате» (о потере зрения); «Сосновый дождь» (статья о необходимости бережного отношения к природе);

3. Использование словосочетаний с необычным лексическим наполнением (в частности, для названий): «ненависть длиной в год», «ковбой от авиации», «чиновник от науки»;

4. Включение в газетно-публицистические материалы прецедентных

текстов: «Время – начинаю про Зюганова рассказ». (Время – начинаю про Ленина рассказ», В. Маяковский «Ленин»).

Примеры игры слов в языке газеты

Наиболее часто используется в названиях статей для привлечения внимания читателей (воздействующая функция языка газеты):

«Свой среди армян» (о выступлении на учредительном съезде Всемирной армянской организации);

«Александр Лукашенко заработал на чай» (статья о том, как в Кремле после переговоров с Александром Лукашенко отменили обед и устроили ритуальное чаепитие);

«Орудие массового уважения» (о встрече кандидата в президенты с доверенными лицами) (Газета «Коммерсант», А. Колесников)

«Вниз в пропасть, летящую вверх» - пример обыгрывания прецедентного текста, названия романа Кауфман «Вниз по лестнице, ведущей вверх» («Огонек»)

«Продфронт» - неологизм (сокращение + совмещение слов = продовольственный фронт, речь идет о продуктовых санкциях в ответ на атаку бомбардировщика Су-24 турецким ВВС; «Коммерсант»).

«Убедителей не судят» - обыгрывание фразы «Победителей не судят» (тот же «Коммерсант», про встречу Путина и Франсуа Олланда)

СТАНДАРТ И ШТАМП

СТАНДАРТ – это устойчивое в своем составе и воспроизводимое в готовом виде языковое средство, которое не вызывает негативного отношения, так как обладает четкой семантикой и помогает доходчиво выразить мысль. По выражению Л.В. Щербы, это – «заготовленные формы для мысли». Например, фразеология и устойчивые сочетания с газетно-публицистической окраской: «неуклонный рост», «международная арена», «рост благосостояния».

ШТАМП – это «стертая», «изношенная» экспрессема, т.е. такое языковое средство, которое первоначально было свежим и оригинальным, но со временем, из-за чрезмерно частого употребления лишилось своего нового звучания, а кроме того – утратило четкую семантику «черное золото» (уголь \ \ нефть) «белые хапаты»



НОВОЕ В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ

1. Тексты из квазиинформативных стали информативными или, по крайней мере, более информативными по сравнению с публицистикой позднего Советского союза. Достигнуто шаткое равновесие между идеологией и фактом.
2. Изменилась шкала ценностей. Цензура перестала быть единой идеологической преградой, а вылилась во множество разнообразных «фильтров», зависящих от издания, политической направленности издательства и других факторов.
3. Диалогичность вместо монологичности.
(Распространение жанров интервью, экспресс-

5. Языковые изменения.

А) Расширение арсенала средств русского языка, используемых в газетных текстах. В зависимости от направленности газеты этот

арсенал может включать в себя не только разговорные, но и просторечные, и жаргонные выражения: «подсидживать», «облапошить», «обстебать», «облом», «наехать», «бабки» и т.д. «Пока предприятие еще можно **доить**» (КП), «Глубокий **пофигизм**,

выдаваемый за нейтралитет» (Изв.), «У входа **кучковались** охранники» (ЛГ); «В Ермоловском, где нынче **рулит** О. Меньшиков – тоже Шекспир...» (АиФ Культура).

Б) Оживление устаревшей лексики, бывшей долгое время в пассивном словарном запасе: губерния, губернатор, префект, городничий, наместник и т.д. (Возрождение ранее утраченных ценностей \ \ Ирония).

В) «Лингвистическая эклектика» - смешение понятий из разных

д) Активное проникновение в язык газеты *ИНОЯЗЫЧНЫХ заимствований*:

«Театральный перформанс»

«Политический мейнстрим»

«Мультибрендовые магазины» \ «Монобрендовые бутики»

«Микс из новых аксессуаров»

Создание неологизмов на основе иноязычных слов:

Журналисты, склонные к словотворчеству, образовали новые слова с первой частью е-(электронный): е-магазин, е-тромбоз, е-бизнес, е-диагноз..., используя их в тексте с ироническим звучанием. «Наряду с е-магазинами и е-бизнесом появился первый е-диагноз, - е-тромбоз» (Известия, Александр Мельников)

- Г) Экспрессивные сочетания: «партийный храм», «парламентская трескотня», «фанаты вождя» и т.д.
- Д) Метафорические ресурсы:
 - Если ранее метафоры в язык газеты приходили в основном из
 - военной сферы (борьба за мир, битва за урожай, атаковать болезнь), то сегодня - из сферы экономики и религии:
 - «потребительская корзина», «колбасное сознание», «политическое евангелие», «инфляция нравственности» и т.д.
- Е) В качестве экспрессивных активно используются прецедентные тексты: «Через академию - к звездам», «Свинья – друг человека», «Герои нашего времени» и т.д.
- **6. Модальность газет** перестала быть императивной, она стала рекомендательной. Распространены диалогические модели, настраивающие читателя на совместное формирование мнения. «Взглянем на другой аспект проблемы». «Примем в рассмотрение еще один фактор».

Деление стиля на подстили и жанры:

- **Газетный:**
- Основные жанры:
- *Хроника,*
- *Пресс-релиз,*
- *Интервью,*
- *Заметка,*
- *Репортаж*
- **Публицистический**
- *Беседа, статья, корреспонденция, рецензия, обзор, обозрение*
- **Художественно-публицистический**
*
- *Эссе, фельетон, памфлет*


ИТАК, ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ, ПРИНАДЛЕЖА К КНИЖНЫМ ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ СТИЛЯМ, В ТО ЖЕ ВРЕМЯ РЕЗКО ИМ ПРОТИВОПОСТАВЛЕН.

- ЕМУ ПРИСУЩА ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЭКСПРЕССИВНАЯ ОКРАШЕННОСТЬ,
- УПОТРЕБЛЕНИЕ МНОГОЗНАЧНЫХ СЛОВА, НЕУПОРЯДОВАННОСТЬ
- НЕПОВТОРИМОСТЬ
- НЕВЕРОЯТНОСТЬ
- ВЕЩНОСТЬ
- ДОЖИВАНИЕ
- ПУНКТУАЦИЯ



При подготовке презентации использовались следующие учебные пособия и дополнительные материалы:

1. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи. – М.: Логос, 2005. – 344 с.
2. Крылова О.А. Лингвистическая стилистика. В 2-х частях (теория и практикум). – М.: Высшая школа, 2006. – 320 с.
3. Рудаков А.М., Котлярова В.В., Шестаков Ю.А. Основы риторики: учебник. – РостовНаДону, Феникс, 2016. – 381 с.
4. Тексты современных газет и журналов (Аиф, КП, Ведомости, «Огонек» и т.д.)



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**