

Литература:

1. Брагина Е.Р. Структурно-компонентный анализ терминів кібернетики в англійській мові у зіставленні з українською та російською: Автореф. дис.... канд. філол. наук. – Донецьк, 2001. – 19 с.
2. Даниленко В.П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. – М., 1977.
3. Кришталь С.М. Структурно-семантичний аналіз метафоричних термінів підмови фінансів в англійській і українській мовах: Автореф. дис.... канд. філол. наук. – Донецьк, 2003. – 20 с.
4. Суперанская А.В. Общая терминология. Вопросы теории. – М., 1989.
5. Пянько Т., Кочан І., Мацюк Г. Українське термінознавство. – Львів, 1994. – 215 с.

Поступила 21.09.2004 г.

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА ПЕЧАТИ КРЫМСКИХ ГАЗЕТ

В.Ф. Ибрагимова

Данная статья посвящена изучению специфики языка газет Крыма. Наше внимание привлекли газетный язык и особенности газетных заголовков как наиболее актуальная часть речи в информативном процессе.

Ключевые слова: коммуникация, публицистический стиль, язык газеты, эмоциональная окрашенность, средства выразительности, фразеологизмы, вопросительные и побудительные предложения

Статья посвящена вивченню специфіки мови газет Криму. Ми звернули увагу на газетну мову, особливо на газетні заголовки, які є актуальними в мовленні в інформативному процесі.

Ключові слова: комунікація, публіцистичний стиль, мова газети, емоційна забарвленість, засоби виразності, питальні та спонукальні речення

The article is devoted to the research of the peculiarity of Crimean newspapers. Our attention was attached by the newspaper language and the structure of newspaper titles as the most actual part of speech in the informational process.

Key words: communication, public style, newspaper language, emotional colouring, expressive means, interrogative and imperative sentences

Газета является мощным каналом информирования широкой аудитории. Значение газетного языка заключается в том, что он принимает активное участие в формировании языковой культуры народа, развивает и воспитывает вкус к хорошей, правильной речи.

Изучение специфики языка газет Крыма представляется в настоящее время актуальной проблемой, так как с развитием технических средств, с небывалым ростом объема информации, потребляемой человечеством, с расширением международных связей, в связи с совершенствованием приемов и методов массовой информации и пропаганды, с обострением канала политической борьбы разнообразные виды массовой коммуникации приобретают все большее значение в жизни общества.

Изучению языка печати как средства массовой коммуникации посвящены работы таких ученых, как В.В. Виноградова, Г.О. Лысаковой, Г.Я. Солганика, Е.О. Наумовой и др.

Наше внимание привлекли газетный язык и особенности газетных заголовков как наиболее актуальная часть речи в информативном процессе.

Материалом для исследования послужили крымские газеты «Полуостров», «Голос Крыма» и др. за 2003-2004 гг.

При анализе газетных текстов мы обращаемся к специфическому виду коммуникации – массовой. Каждый из компонентов процесса массовой коммуникации вносит свои черты в формировании специфики языка средств массовой информации, а в совокупности они определяют «каркас» лингвистического своеобразия газетно-публицистического стиля. Наиболее удобным представляется поэтапное рассмотрение этих особенностей, постепенный переход от одного компонента массовой коммуникации к другому в плане их отражения в языке.

Целесообразно отметить, что язык газеты многостилен, так как на газетной полосе представлены все стили литературного языка: хроникальная информационная заметка пишется в деловом стиле; правительственные постановления и т.п., публикуемые в газете, связаны с

официально-документальным стилем. Экономический обзор, статистический анализ, статья, освещающая тот или иной аспект нашей жизни, в языковом плане оформляются по нормам научного стиля; одни жанры публицистичны, другие сочетают в себе черты публицистического и литературно-художественного стилей, третьи «разговорны», четвертые – беллетристичны. Реализуя такие функции языка, как сообщение и воздействие, соединяя в себе средства информации и пропаганды, язык газеты, даже при учете того, что почти все материалы на газетной полосе публицистично окрашены, не может замыкаться в рамках одного стиля.

Газета и газетный язык могут рассматриваться двояко: как самостоятельные явления или устройства со своими законами и процессами, а также – в контексте единой системно-взаимосвязанной цепи процесса коммуникации – как неотрывные от других звенья, как канал и форма передачи сообщения.

Газетный язык совмещает моделирование внеязыковой действительности, породившей его и обслуживаемой им, со способностью и отражения, и передачи. Сама эта способность возникает как результат моделирования, а характер модели в значительной мере диктуется потребностями этой способности.

Абстрагированная обобщенность специфики газеты в формах газетного языка позволяет ему выполнять функции передатчика данного типа информации в данных условиях.

Функционально-стилистическое направление исследования языка газеты, активно развивающееся в последнее время, представляется перспективным, так как оно направлено на изучение своеобразия самой газетной речи, выяснение специфики функционирования языковых средств в различных газетных жанрах и определение «общегазетных особенностей всех жанров в целом». Эффективность исследования такого рода поддерживается также пристальным вниманием к психологическим и социологическим аспектам функционирования языка печати.

Как справедливо утверждает И.П. Лысакова, в последние годы благодаря работам в области социолингвистического анализа языка газеты произошел качественный скачок в познании специфики языка печати как средства массовой коммуникации [3].

Наиболее четким и важным представляется определение Г.С. Шалимовой: «Современная газетная речь подчинена основной задаче, которая стоит перед газетой как средством массовой информации и пропаганды, – задаче создания максимального информированного, коммуникативно значимого, активно действенного контекста». Это определение дополним высказыванием Г.О. Винокура, послужившим основой функционального изучения газетного языка: «Если язык вообще есть прежде всего некое сообщение, коммуникация, то язык газеты в идеале есть сообщение по преимуществу, коммуникация, обнаженная и абстрагированная до крайних мыслимых своих пределов. Подобную коммуникацию мы показываем «информацией»... «Газетное слово есть, конечно, также слово риторическое, то есть слово выразительное и рассчитанное на максимальное воздействие» [1].

Газетно-публицистический стиль, занимая промежуточное положение между стилем научной прозы и стилем художественной речи, заимствует от первого логическую развернутость высказывания, достаточно строгое деление на логические отрезки, от второго – образность речи, эмоциональную окрашенность высказывания.

В последние годы особенно заметно влияние на язык газеты разговорно-обиходного стиля, проникающего во все жанровые разновидности газетно-публицистического стиля (уменьшение доли книжной лексики, сокращение длины предложения, повышение экспрессивности высказывания и т.д.). Тенденция к проникновению разговорных и даже просторечных элементов в газетный текст имеет давние традиции.

Разговорные элементы становятся средством выразительности и экспрессии лишь на стилистически нейтральном фоне, лишь в окружении других, неразговорных элементов. Любые иностилевые вкрапления, отклоняющиеся от средней стилистической составляющей газетной речи, становятся важнейшим источником изобразительности.

Газетная экспрессия, выступающая в противовес организованной и «стихийной» стандартизации средств выражения, имеет контекстуально обусловленный характер. Выявляется закономерная тенденция к смене и постоянному обновлению средств выражения. Источниками газетной экспрессии может служить вся система образных средств художественной литературы, публицистики, русской фразеологии и др.

Учитывая семантические связи контекста, можно наметить разнообразные структурно-семантические изменения стандартизованных языковых средств выражения в языке газеты. Так, например, одним из важных приемов газетного стиля является трансформирование и

переосмысление различных фразеологических единиц, крылатых выражений, эффективное использование изобразительно-выразительных средств стилистического синтаксиса, разнообразных эллиптических конструкций и т.д.

Наши наблюдения над характером оформления газетных заголовков в крымских газетах «Голос Крыма», «Полуостров» свидетельствуют о том, что заголовки соотносятся с текстом, в них проявляются особенности национального характера аудитории. В газетных заголовках наблюдается широкое использование экспрессивно окрашенной лексики, сравнения и другие лексические средства.

Газетный заголовок – это не совсем обычное предложение. Это предложение, несущее особую функциональную нагрузку. Помимо своей основной задачи – быть единицей речевого общения, выражающей отношение автора к действительности и заключающей в себе относительно законченную мысль, – предложение-заголовок должно, находясь в постоянно закрепленном за ним месте, перед текстом, еще и называть этот текст. Таким образом, заголовок должен быть своеобразным условным обозначением, привлекающим внимание читателя. Исследование вышеуказанных газет показало большое разнообразие синтаксических моделей, используемых в функции заголовков материалов различных жанров.

Некоторые сообщения газет в определенные дни по тематике совпадают, но имеют различные наименования: «Убийство, потрясшее Крым» («Голос Крыма», №40, 01.10.04), «Убийцей оказался мебельщик» («Полуостров», №39, 07.10.04).

Семантическая структура исследуемых газетных заголовков разнообразна. В них сконцентрировано идейно-тематическое содержание озаглавленного материала, ясность, четкость, конкретность в сочетании с лаконичностью. Краткие афористичные заголовки привлекают внимание, а неясные, двусмысленные только дезориентируют читателя. В газетах «Голос Крыма», «Полуостров» значительное место занимают крылатые выражения, стихотворные строчки, иногда намеренно измененные, песни, пословицы. «В Европе можешь ты не жить, но европейцем быть обязан» («Голос Крыма», №37, 10.09.04). «Уж лучше горькая правда ...» («Полуостров», №33, 20-26 августа 2004 г.). «Хоть в дыму, но в Крыму» («Полуостров», 28.11.03). «Что у трезвого на уме, то ...» («Полуостров», №39, 07.10.04). «Да будет свет!» («Полуостров», №43, 29.10.04). «Чуть помедленней, Чубаров!» («Полуостров» – 17-23 сентября, 2004, № 37). «Киз бала» (отрывок из популярной узбекской песни) («Голос Крыма», №37, 10.09.04). «Я волком бы выгрыз бюрократизм ...» («Голос Крыма», №23, 14.06.02). «Да, были люди в наше время, Не то что нынешнее племя?» («Голос Крыма», №44, 29.10.04). «Старикам у нас везде почет» («Голос Крыма», №6, 07.02.03). «Чтоб лучше знать, умей читать!» («Голос Крыма», №6, 07.02.03). «Да будет свет!» («Полуостров», №43, 29.10.04). «Дубовый листок оторвался от ветки родимой» («Полуостров», №1, 01.03).

В 80-х годах, как отмечал В.М. Ронгинский, наиболее типичными моделями заголовков были односоставные и двусоставные предложения, заголовки, совпадающие с придаточными конструкциями, сложные предложения, эллиптические, номинативные [5]. В рассмотренных нами газетах встречаются подобные модели заголовков. Часто используются вопросительные и побудительные предложения: «Кто разбазаривает землю в Судаке?» («Голос Крыма», 31.10.03). «Дело сдвинулось?» («Голос Крыма», 31.10.03). «Война в Ираке: конец или не конец?», («Полуостров», №10, 11.04.03). «Анархия или закон» («Голос Крыма», №42, 15.10.04). «Тучи над Капсихором рассеиваются?» («Голос Крыма», №15, 11.04.03). «Один против ста?» («Голос Крыма», 29.10.04). «Явится великий воин?!», «Что сулит нам вскрытие склепа Великих ханов?», «Какими мы были и что с нами стало?» («Голос Крыма», №49, 05.12.03). «Когда же крымские татары будут защищены в правах?» («Голос Крыма», №44, 29.10.04). «Станут ли входящие бесплатными?» («Полуостров», №1, январь 2003). Использование побудительных предложений создает определенную интонацию, вызывая нужный эффект в привлечении внимания читателя: «Алуштинцев голос услышьте», «Народ и правительство, думайте!» («Голос Крыма», 14.11.03). «Встречайте «Рассвет»» («Голос Крыма», 04.06.04). «Подпишись сам и подпиши соседа!» («Голос Крыма», 04.06.04). «Выбери правду!» («Голос Крыма», 01.10.04). «Хватит врать» («Голос Крыма», 01.10.04).

Проведенный нами анализ позволил прийти к выводу о том, что большинство заголовков издающихся в Крыму газет («Полуостров» и «Голос Крыма») имеют прагматическую оценочную функцию. Авторы статей констатируют факт, воздерживаясь от оценки, показывают свое отношение к описываемому факту. Прагматическую функцию газетных заголовков усиливает

использование экспрессивно окрашенной лексики (Вах, Вах ...и др.), фразеологических единиц, нередко представленных в трансформированном виде.

Анализ газетного материала позволяет утверждать, что в газетных заголовках преобладают предложения с эмоциональной насыщенностью, передающие особенности национального менталитета народа, проживающего в Крыму.

Литература:

1. Винокур Г.О. Культура языка. – 2-е изд. испр. и допол. – М., 1929. – 336 с.
2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М.: Изд. Москов. универ., 1971. – 267 с.
3. Костомаров В.Г. Слова-сигналы // Русская речь. – М., 1967. – Вып.8. – С.16-33.
4. Лысакова И.П. Социолингвистический анализ газеты: Конспект лекций. – Л.: Изд. Ленингр. универ., 1983. – 65 с.
5. Ронгинский В.М. Семантическая структура газетных заголовков и проблема их актуализации. – Симферополь: СГУ, 1982.

Поступила 26.08.2004 г.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ УКРАИНИЗМОВ В КРЫМСКОЙ ПРЕССЕ

Т.В. Калугина

В статье рассматриваются региональные особенности включения украинской лексики в русскоязычный публицистический текст.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, публицистический дискурс, украинизм

В статті розглядаються регіональні особливості включення української лексики в російськомовний публіцистичний текст.

Ключові слова: комунікативна стратегія, публіцистичний дискурс, українізм

In the article the regional features of inclusion of the Ukrainian vocabulary in the Russian-language newspaperese text are examined.

Key words: communicational strategy, newspaperese style, Ukrainian word

Газетная речь наиболее быстро реагирует на происходящие в языке изменения. Кроме того, в газетном дискурсе находят отражение интересы и взгляды части крымского населения. «В последнем столетии резко изменилась социальная роль массовой коммуникации: она стала мощным фактором социальной жизни, оказывает сильнейшее влияние на политическую жизнь народов, культурное развитие и отдельных стран, и всего мира» [1, с. 148]. Функционирование украинизмов в прессе привлекает все большее внимание языковедов, однако эта тема требует изучения с учетом региональных особенностей.

Функции украинизмов, вводимых в русский газетный дискурс, Н.Г. Озерова характеризует следующим образом: «... Их использование, с одной стороны, подчинено теме (адекватному изображению украинской действительности, политических, исторических, бытовых реалий), с другой стороны – в диалогической речи – установкой на имитацию непринужденной разговорной речи выходцев с Украины» [2, с. 2].

Цель исследования – определить коммуникативную стратегию использования украинизмов в крымской публицистике. По мнению О.С. Иссерс, речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана [3, с. 54]. Ф.С. Бацевич дает такое определение: «Стратегія мовленнєвого спілкування – оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації» [4, с. 118]. Модель коммуникативного акта включает отправителя (адресанта, источник сообщения), получателя (адресата, реципиента), собственно сообщение с его языковым кодом, канал связи (посредник), обратную связь, коммуникативный контекст, помехи (шумы).

Адресант – журналисты. Адресат – читатели. Канал связи – газеты «Крымское время», «Крымская правда». Языковой код – русский. Включение в него украинизмов является нарушением языкового кода. В некоторых случаях авторы сигнализируют о таком нарушении использованием