

Стилістичні особливості публіцистичних текстів

Нетреба М. М.,
доц. кафедри соц. комунік.,
канд. філол. наук

У статті зроблена спроба дослідити та проаналізувати стилістичні особливості публіцистичних текстів. Протягом останнього часу наукові знання дещо змінювалися та доповнювалися, і зараз маємо здобутки науковців, які можемо застосовувати в роботі над сучасними публіцистичними текстами.

У газетно-публіцистичному стилі переконання здійснюється шляхом емоційного впливу на читача або слухача, тому автор завжди висловлює своє ставлення до інформації, що повідомляється, але воно, як правило, не є тільки його особистим ставленням, а висловлює думку певної соціальної групи людей, наприклад якоїсь партії, якогось руху та ін. З функцією впливу на масового читача або слухача пов'язана така риса газетно-публіцистичного стилю, як його емоційно-експресивний характер, а з швидкістю передачі суспільно значущої інформації пов'язаний стандарт цього стилю.

Аналізуючи питання, розглянуті в статті, можна зазначити, що в наш час мова ЗМІ швидко розвивається та видозмінюється, вона є самостійною системою, яка сама змінюється та саморегулюється. Але журналісти також несуть відповідальність за створення сучасних мовних тенденцій.

Ключові слова: публіцистичний стиль, газетно-публіцистичний стиль, стилістичні особливості, емоційно-експресивна лексика.

The stylistic features of publicistic texts

Netreba Maryna,
Candidate of Philological
Sciences, associate Professor
of the Department of Social
Communication

In this article we have tried to find and analyze the stylistic features of publicistic texts. Nowadays the scientific knowledge are being changed and added with new information, and now we have scientific achievements that can be used in the work on the modern publicistic texts.

The convictions in the newspaper and publicistic style are implemented through emotional impact on the reader or listener, so the author expresses always his/her attitude to the information which is reported, but it is not usually his/her own attitude; it expresses the opinion of a particular social group of the people, for example as some party, some movement. The function of impact on mass readers or listeners is connected with such a feature of newspaper and publicistic style, as emotional and expressive nature, also the speed of dissemination of newsworthy information is connected with the standard of this style.

Analyzing the issues represented in this work, we can state that nowadays the language of the media is evolving rapidly and is being modified; it is a stand-alone system, which is being changed and self-regulated by itself. But the journalists are responsible also for creation of the modern linguistic trends.

Keywords: publicistic style, newspaper and publicistic style, stylistic features, emotionally expressive vocabulary.

Стилистические особенности публицистических текстов

Нетреба М. М.,
доц. кафедры социал.
коммуник.,
канд. філол. наук

В статье сделана попытка проследить и проанализировать стилистические особенности публицистических текстов. В течение последнего времени научные знания несколько менялись и дополнялись, и сейчас имеем достижения ученых, которые можем применять в работе над современными публицистическими текстами.

В газетно-публицистическом стиле убеждение осуществляется путем эмоционального воздействия на читателя или слушателя, поэтому автор всегда выражает свое отношение к информации, которая сообщается, но оно, как правило, не является только его личным, а выражает мнение определенной социальной группы людей, например какой-то партии, какого-то движения и др. С функцией воздействия на массового читателя или слушателя связана такая черта газетно-публицистического стиля, как его эмоционально-экспрессивный характер, а со скоростью передачи общественно значимой информации связан стандарт этого стиля.

Анализируя вопросы, рассмотренные в статье, можно отметить, что в наше время язык СМИ быстро развивается и видоизменяется, он является самостоятельной системой, которая сама меняется и саморегулируется. Но журналисты также несут ответственность за создание современных языковых тенденций.

Ключевые слова: публицистический стиль, газетно-публицистический стиль, стилистические особенности, эмоционально-экспрессивная лексика.



Вступ. Друга половина ХХ – початок ХХІ ст. характеризується стрімким зростанням масової комунікації і нових інформаційних технологій. Динамічний розвиток традиційних ЗМІ – преси, радіо, телебачення, поява й поширення Світового павутиння (інтернету) призвели до створення єдиного інформаційного простору, особливого віртуального середовища, створеного сукупністю безлічі медіапотоків. Усе це не могло не відбитися на процесах створення та поширення слова, на особливостях мововживання й характері мовних змін.

Основний обсяг мововикористання приходить саме на сферу масової комунікації. Тексти масової інформації, або медіатексти, є однією з найбільш поширених форм сучасного буття мови, а їх сукупна протяжність набагато перевищує спільний обсяг мови в інших сферах людської діяльності. При цьому корпус текстів, які щоденно виробляються й передаються каналами ЗМІ, продовжує поступово збільшуватися.

Актуальність полягає в тому, що на сьогодні є безліч наукових праць, де комплексно та системно розглядаються особливості публіцистичних матеріалів, які дають змогу говорити про сучасні мовні тенденції. Це є свідченням того, що ці категорії досліджувалися та розвивалися протягом багатьох років. Протягом цього часу наукові знання дещо змінювалися та доповнювалися, і сьогодні маємо здобутки науковців, які можемо застосовувати в роботі над сучасними публіцистичними текстами.

Метою роботи є розгляд стилістичних особливостей публіцистичних текстів. Відповідно визначено такі **завдання**: дослідити публіцистичний текст, розглянути та проаналізувати його стилістичні особливості.

У статті використано праці вчених, що вивчали особливості сучасних газетних матеріалів. Це роботи В. Здоровеги, В. Олешка, М. Скуленка, Г. Солганіка, М. Черпахова та ін.

Методи дослідження. Методи дослідження визначалися метою роботи та вирішенням теоретичних завдань. Були використані методи теоретичного рівня: теоретичний аналіз проблеми дослідження на основі вивчення соціологічної і методичної літератури, історичний, змістово-логічний метод (аналіз), метод моделювання.

Результати обговорення. Публіцистичний стиль посідає значне місце серед функціональних стилів сучасної російської мови. Він характеризується суспільно-політичною спрямованістю. Його цілі: точно, доступно і яскраво інформувати читача про найважливіші події і факти життя в нашій країні та за кордоном; впливати на читача, викликати в нього певне ставлення до повідомлених фактів і подій, а іноді й спонукати до тих чи інших дій. Для нього характерні такі стильові риси:

1. Суворо логічність. Публіцист прагне

перекопати читача в тій чи іншій оцінці суспільних явищ. З найбільшою повнотою ця стильова риса виявляється в жанрі статті, що відрізняється глибиною аналізу фактів.

2. Фактографічність, образність. Публіцист прагне впливати на уявлення читача, на його почуття. Щоб досягти цієї мети, він звертається до образного віддзеркалення світу, до яскравого опису подій, поведінки людей, обставин, думок зображуваних осіб. Але на відміну від письменника, журналіст повинен суворо дотримуватися фактів.

3. Емоційність. Суворо логічне викладення матеріалу в публіцистиці поєднується з виявленням емоційного ставлення автора до зображуваного. З метою емоційного впливу журналісти широко використовують розмовні слова, причому нерідко в безпосередньому сусідстві з книжковими.

Публіцистичний стиль посідає особливе місце в системі стилів літературної мови, оскільки в багатьох випадках він повинен переробляти тексти, створені в межах інших стилів. Наукова й ділова мова орієнтовані на інтелектуальне відображення дійсності, художня мова – на її емоційний відбиток. Публіцистика відіграє особливу роль, вона прагне задовольнити як інтелектуальні, так і естетичні потреби. Серед головних мовних особливостей публіцистичного стилю слід назвати принципову неоднорідність стилістичних засобів, використання спеціальної термінології та емоційно забарвленої лексики, поєднання стандартних і експресивних засобів мови, використання і абстрактної, і конкретної лексики.

Серйозною стилістичною вадою мови може стати введення публіцистичної лексики в тексти не публіцистичного характеру. У цьому випадку використання публіцистичної лексики й фразеології може стати причиною комізму, нелогічності висловлювання, бо слова високого емоційного звучання виступають як чужий стилістичний елемент. Призводить до порушення стилістичних норм публіцистичної мови й використання просторічної та розмовної лексики. Сучасний публіцистичний стиль потерпає сильну експансію просторіччя. У багатьох журналах і газетах панує знижений стиль, насичений оцінною не літературною лексикою.

Оцінна й емоційнозабарвлена лексика також добре вписується в публіцистичний стиль. Вживаючи слова, що мають оцінний характер, автор тим самим висловлює своє ставлення.

Для публіцистичного стилю характерне використання оцінної лексики, яка володіє сильним емоційним забарвленням. Оцінка виявляється або визначенням до іменника, або метафоричним найменуванням явища.

Професор Ю. Рождественській виділяє дві групи стилістичних засобів у мові засобів масової інформації і називає їх як те, що визнається,



і те, що відкидається. «У семантичну сферу визнаного входять всі предмети думки (тобто особи, документи, організації, події тощо), які вважаються позитивними з точки зору органу інформації і риторичної позиції автора тексту масової інформації. У семантичну сферу того, що відкидається, входять всі предмети думки, які вважаються негативними».

Для публіцистичного стилю характерне використання багатозначності слів, при цьому спостерігаються явища трьох типів:

- використання слова в переносному значенні;
- розвиток багатозначності;
- метафоризація як засіб експресії та вираження оцінки.

У мові масової інформації віддзеркалюється і закріплюється такий загальномовний процес, як розвиток багатозначності. Публіцистичне забарвлення слову надає також використання нейтрального слова або спеціального терміна в переносному значенні. Метафоризація являє собою використання слів у переносних значеннях з метою створення яскравого образу, вираження оцінки, емоціонального ставлення до предмета мови, вона покликана впливати на адресата мови. Але слід уникати зловживання метафорами. Це може призвести до того, що виразність тексту завдає шкоди його точності.

У мові публіцистики є поширеним використання синонімів, антонімів і паронімів. Перші використовуються з метою уникнення повторів, посилення емоційності висловлювання або уточнення найменування явища, а тим самим і для його більш точної характеристики. Слід пам'ятати, що синоніми використовуються не тільки як еквівалентні найменування одного й того ж предмета, а й як засіб розмежування понять.

Досить поширеним в мові публіцистики є історизми та іншомовні слова. Історизми найчастіше використовуються для проведення історичних паралелей, а також у зв'язку з актуалізацією понять та слів у сучасній мові.

Серед запозичених слів, які використовуються в публіцистиці, можна виділити слова, які міцно увійшли в російську мову, і слова, що відрізняються новизною, що проникають у загальнонародну мову завдяки активному використанню в засобах масової інформації. Особливе місце в публіцистичній мові посідають екзотизми – слова, які описують реалії закордонних країн.

У стилістичній системі сучасної російської мови публіцистичний стиль посідає проміжне положення між розмовним, з одного боку, та офіційно-діловим та науковим – з іншого. Тому можна побачити в ньому деяке змішення рис функціональних стилів. Але публіцистика вбирає в себе широкий спектр категорій стилістичних та мовних прийомів, які відрізняють публіцистичний стиль від усіх інших.

Газетно-публіцистичний жанр у наш час – один з найбільш мобільних. Періодична преса стала найбільш великою сферою застосування мови в усьому її стилістичному та жанровому різноманітті. Надзвичайно широким є діапазон її тематики – від теоретичних проблем політики, філософії, економіки, культури до питань повсякденного побуту. Різноманітні виступи в пресі за їх жанровою належністю: нарис, проблемна стаття, критична стаття, репортаж, фейлетон та ін. Газета створюється за активної участі й непрофесійних кореспондентів – людей з різним життєвим досвідом і мовленнєвою культурою. Автор не обмежується інформативним боком повідомлення, а часто звертається до різноманітних засобів образності, емоційного впливу, вносить у свою мову елементи емоційно-експресивного оцінного характеру, користуючись цілим комплексом мовних засобів.

Незважаючи на те, що публіцистичний стиль є максимально відкритим для входження елементів інших функціональних стилів і, звичайно, автори черпають лінгвальні засоби із загальномовного словника, мова кожної окремо взятої газети зі стилістичного боку – явище унікальне. Важливим тут, як для лінгвостилістики загалом, є вибір найточнішого слова, вислову, речення. Цьому сприяють певні власне мовні і екстралінгвістичні чинники. До позамовних чинників, що впливають на вибір мовних засобів, належать:

- громадсько-політична позиція газети;
- формат видання;
- тематика та її жанрова реалізація;
- характер запитів читацької аудиторії.

Газетно-публіцистичний стиль мови відрізняється використанням таких мовних засобів:

Лексичні:

- суспільно-політична лексика;
- вкраплення розмовної, просторічної лексики;
- неологізми (авторські новоутворення);
- використання слів у переносному значенні;
- лексичні повтори;
- фразеологізми, прислів'я, приказки.

Морфологічні:

- усе різноманіття морфологічних форм;
- специфічні дієслівні форми зі значенням теперішнього часу, які сприяють створенню ефекту присутності.

Синтаксичні:

- розповідні, питальні, окличні речення;
- неповні речення;
- виділення частини речення в окреме речення;
- вставні слова і речення, звертання;
- стандартні конструкції.

Текстові:

- невеликі за обсягом речення. Абзацне членування підпорядковане цілям впливу: в окремий абзац може бути виділене одне речення;
- заголовок містить інформацію про зміст тексту



і привертає увагу читача.

Важливою рисою публіцистики є використання найбільш типових для даного моменту суспільного життя способів викладу матеріалу, найбільш частотних лексичних одиниць, характерних для даного часу фразеологізмів і метафоричних вживань слова. Актуальність змісту змушує журналіста шукати актуальних форм його вираження, які є загальнозрозумілими і водночас відрізняються свіжістю та новизною.

Людство виробило численні види діяльності, що відрізняються між собою перевагою того чи іншого типу мислення – логічного або образного. У науковому дослідництві на перший план висуваються раціонально-логічні засоби освоєння дійсності, у художньому творі – емоційно-образні. Публіцистичний стиль стоїть осторонь цих двох стилів, проте містячи у собі форми та методи, властиві багатьом жанрам.

Публіцистику називають літописом сучасності, бо вона в усій повноті відображає поточну історію, звернена до злободенних проблем суспільства – політичних, соціальних, культурних, побутових, філософських тощо. Газетно-публіцистичний (публіцистичний) стиль представлений на сторінках газет і журналів, у матеріалах радіо- і тележурналістики, у публічних лекціях, у мові виступаючих промовців у парламенті, на з'їздах, пленумах, зборах, мітингах та ін. Однією з основних характерних рис газетно-публіцистичного стилю є поєднання двох тенденцій – тенденції до експресивності й тенденції до стандарту.

У газетно-публіцистичному стилі переконання здійснюється шляхом емоційного впливу на читача або слухача, тому автор завжди висловлює своє ставлення до інформації, що повідомляється, але воно, як правило, не є тільки його особистим ставленням, а висловлює думку певної соціальної групи людей, наприклад якоїсь партії, якогось руху та ін. Отже, з функцією впливу на масового читача або слухача пов'язана така риса газетно-публіцистичного стилю, як його емоційно-експресивний характер, а з швидкістю передачі суспільно значущої інформації пов'язаний стандарт цього стилю. І тут не треба блиску стилю, словесних прикрас, бо є краса звершень, краса вчинків, цього досить, щоб визвати захват читача. Отже, емоції породжені незвичайністю дійових у повідомленні осіб.

Висновки. Роль експресії в газетній мові не можна зводити до завдання компенсування підвищення сили впливу; суть надійності зв'язку, ефективної передачі та інформації, і переконання саме в одночасній паралельній дії системи різних впливів. Стосовно мови слід говорити про органічне і постійне суміщення й переплетення експресивної й нейтральної основ, які до того ж рідко виступають тільки різними способами передачі одного й

того ж змісту й зв'язуються найчастіше з його видозмінами. Однак треба враховувати, що зайва експресивність тексту може послужити причиною неадекватного сприйняття інформації читачем.

Саме експресивність відрізняє газетну мову від інших різновидів літературної мови, обслуговуючих інші сукупності соціальних сфер і ситуацій спілкування. Послідовне, хоча дуже різне і в різних комбінаціях реалізоване чергування експресії та нейтральності (так званого стандарту), виступаючи основною властивістю газетної мови, забезпечує надійне донесення до читача змістово-інформаційної сторони з її буденністю, діловитістю, суворістю, однозначністю, інтелектуальною точністю і впливово-організуючою стороною з її винятковістю, емоційністю, навіть сенсаційністю.

Список літератури:

1. *Грачев М. А.* Как появлялись аргонизмы в нашей речи / М. А. Грачев // Русская речь. – 1996. – № 4. – С. 67–71.
2. *Черникова Е. В.* Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособ. / Е. В. Черникова. – М: Гардарики, 2005. – 287 с.
3. *Лингвистические* особенности публицистического стиля речи [Электронный ресурс] // Портал поддержки русского языка как иностранного. – Режим доступа: <http://www.langrus.ru/content/view/81/>.
4. *Сметанина С. И.* Медиатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): научное издание / С. И. Сметанина. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
5. *Солганик Г. Я.* Стилистика текста: учеб. пособие / Г. Я. Солганик. – М. : Флинта, 1997. – 256 с.
6. *Глушкова Т.* Проблемы газетного мовлення в контексті професійних журналістських стандартів / Т. Глушкова // Журналістика в контексті сучасних професійних стандартів та трансформації журналістської освіти. – К., 2006. – 42-44 с.
7. *Русский язык и культура речи* [Электронный ресурс] / под ред. В. И. Максимова. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/russkiy-yazyk/index.htm>.
8. *Шостак М. И.* Репортер: профессионализм и этика / М. И. Шостак. – М. : Изд. РИП-холдинг, 2001. – 165 с.

Reference list

1. *Grachev M. A.* Как pojavljalis' argonizmy v nashej rechi / M. A. Grachev // Russkaja rech'. – 1996. – № 4. – S. 67–71.
2. *Chernikova E. V.* Osnovy tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista: ucheb. posob. / E. V. Chernikova. – M: Gardariki, 2005. – 287 s.
3. *Lingvisticheskie* osobennosti publicisticheskogo

stilja rechi [Elektronnij resurs] // Portal podderzhki russkogo jazyka kak inostrannogo. – Rezhim dostupu: <http://www.langrus.ru/content/view/81/>.

4. *Smetanina S. I.* Mediatekst v sisteme kul'tury (dinamicheskie processy v jazyke i stile zhurnalistiki konca XX veka): nauchnoe izdanie / S. I. Smetanina. – SPb. : Izd-vo Mihajlova V. A., 2002. – 383 s.

5. Solganik G. Ja. Stilistika teksta: ucheb. posobie / G. Ja. Solganik. – M. : Flinta, 1997. – 256 s.

6. *Glushkova T.* Problemi gazetnogo movlennja v konteksti profesijnih zhurnalists'kih standartiv / T.

Glushkova // Zhurnalistika v konteksti suchasnih profesijnih standartiv ta transformacii zhurnalists'koï osviti. – K., 2006. – 42-44 s.

7. *Russkij jazyk i kul'tura rechi* [Elektronnij resurs] / pod red. V. I. Maksimova. – Rezhim dostupu: <http://www.bibliotekar.ru/russkiy-yazyk/index.htm>.

8. *Shostak M. I.* Reporter: professionalizm i jetika / M. I. Shostak. – M. : Izd. RIP-holding, 2001. – 165 s.

