

ПРО ЖАНРОВУ СВОЄРІДНІСТЬ ГАЗЕТНОЇ МОВИ

У статті проаналізовано лінгвістичну природу газетних жанрів сучасної українськомовної газети. Визначено, що інформаційна замітка, передова стаття й нарис – типи текстів, що належать до класу газетних; з'ясовано композиційну структуру інформаційних жанрів газети. Встановлено, що до основних жанрових ознак інформаційних газетних текстів належать такі: логічність, лаконічність, продуктивне використання засобів вторинної номінації, широке вживання суспільно-політичної лексики, лексики термінологічного походження, топонімічних і антропонімічних назв, назв посад, звань, часових номінацій.

Ключові слова: газета, стиль газети, мова газети, інформаційні жанри, замітка, передова стаття, нарис.

В статье проанализированы жанры современной украиноязычной газеты. Установлено, что информационная заметка, передовая статья и очерк – типы текстов, относящихся к классу газетных; определена композиционная структура информационных жанров газеты. Логичность, лаконичность, активное использование средств вторичной номинации, широкое употребление общественно-политической лексики, лексики терминологического происхождения, топонимических и антропонимических названий, названий должностей, званий, временных номинаций являются основными жанровыми признаками информационных текстов современной газеты.

Ключевые слова: газета, стиль газеты, язык газеты, информационные жанры, заметка, передовая статья, очерк.

More diverse approaches and trends of linguistic research of the media language seem to have appeared lately. Investigation of functional styles system of modern literary language, and genre diversity is based on the accounting extralinguistic factors.

Nonfiction (informational) style was the object of linguostylistics in the 20-s of XX century. However, the problem of functional differentiation of language began to develop in the early 50-s of XX century more intensively.

The range of research of the mass media language has expanded considerably, in particular lingvoculturology direction has been identified. Moreover, the theory of genres has become of great interest.

Key words: newspaper, journalese, newspaper language, informative genres, note, leading article, essay.

© Зайцева В. В., 2015

З розвитком функційної стилістики увага дослідників до вивчення особливостей функціонування мови у сфері засобів масової інформації помітно зросла (Ю. Арешенков [2]; О. Стишов [14]; Г. Євсєєва [9] та ін.). Оскільки функційний стиль поза жанрами можна розглядати лише як наукову абстракцію, питання щодо жанрової своєрідності газетної мови, лінгвістичних ознак кожного окремого жанру є одним із центральних під час вивчення мови сучасної газети.

На потребу жанрово-стилістичного підходу в дослідженні мови звернув увагу ще М. Бахтін, зазначаючи, що жодне мовне явище (фонетичне, лексичне, граматичне) не може увійти в систему мови, не пройшовши довгий складний шлях жанрово-стилістичного випробовування [4]. Окреме ж лінгвістичне дослідження газетних жанрів – це одна з найскладніших проблем сучасної стилістики, оскільки, по-перше, у газеті «межі жанрів не бувають чіткими», по-друге, «на певній відстані тримаються жанрові та лінгвістичні членування» [5], що ускладнює створення лінгвістичної типології жанрів. Тому зрозуміло, що лише ґрунтовне осмислення жанрових типологічних ознак у публіцистиці дасть змогу подальшого вивчення жанрових ознак.

Дослідження мовних засобів газети дає змогу робити висновки про чітке розмежування інформаційних та передових статей, про що зазначає лінгвіст В. Забелін [10]. Перші за характером використання мовних засобів близькі до науково-ділового стилю, виявляючи ознаки фактологічності, документальності в передаванні інформації. Другі ж мають виразно оцінний, яскраво публіцистичний характер і спрямовані передусім на емоційний вплив, певною мірою наближаючись більше до художнього мовлення.

Власне інформаційний матеріал становлять статті, у яких наявність авторського «я» мінімізована, тобто це матеріали, основне призначення яких – повідомлення про події політичного життя без їх оцінки, коротка інформація, комюніке.

У передових статтях, навпаки, превалюють чинники суб'єктивної оцінки, що й зумовлює добір мовних засобів, які

реалізують комунікативні завдання впливу, переконання, критичного осмислення подій.

У великій кількості статей поєднують інтелектуальне й емоційно-оцінне, тобто інформацію подають з позицій суб'єктивного сприйняття, хоч і обмеженого прагненням не спотворювати реальну інформацію. Чергування елементів експресивного та стандартизованого планів, їх взаємоперехід мають привернути й підтримати увагу читача.

Отже, протиставлення стильових різновидів газетного стилю є дещо умовним. Крім того, стиль передових статей має спільні риси не лише з художнім, але й з науковим стилем, тобто має елементи аналітичності. Водночас інформаційні тексти позначені певним динамізмом, що надає їм рис авторського художнього мовлення.

Одні дослідники зараховують до газетного стилю лише інформаційні матеріали (Г. Винокур) [6], на основі яких стиль формувався як такий, інші (В. Забелін) вважають, що «у газетах сьогоденного дня пріоритет отримують, вочевидь, саме факти оцінки, впливу» [10, с. 114].

Інформаційний стиль у його газетному варіанті властивий насамперед одному з найпоширеніших жанрів газети – замітці, газетному звітові.

Інформаційна замітка – це мовний газетний жанр, в основі функціонування виражальних засобів якого лежать такі екстралінгвальні чинники: 1) домінантна комунікативна інтенція жанру – оперативно повідомляти, інформувати про події, відповідаючи змістом на три основні запитання: що? де? коли? відбулося; 2) предмет інформації – злободенна, суспільно важлива подія; 3) адресат інформаційного повідомлення – кореспондент будь-якого органу друку, інформаційного агентства [15].

Характерно, що суб'єктивного авторського «я» у замітці немає, уся увага зосереджена тут на об'єктивному відображенні подій, що підтверджується документально.

Екстралінгвальні особливості інформаційної замітки визначають її найважливіші риси. Одна з них – лаконічність.

Інформаційна замітка – це газетний текст, що складається з 15–40 рядків і стисло передає змістовно-фактуальну інформацію, наприклад: *Порошенко прибув до США для участі в Генасамблеї ООН* (МУ, 26. 09. 2015).

Стислість викладу зумовлює композиційну структуру замітки, її чітку логічність, послідовність будови речень: кожне речення – це продовження попереднього з додаванням нових фактичних елементів змісту. Домінантна комунікативна інтенція інформаційної замітки визначає й іншу стильову ознаку жанру – відсутність авторської суб'єктивної оцінки події, що підкреслює достовірність й об'єктивність повідомлення. В інформаційній замітці не використовують такі стилістичні прийоми, як риторичні питання, вигуки тощо, мета яких – емоційний вплив на читача. Ефект достовірності та впливовість матеріалу визначають передусім повідомлювані факти.

В інформаційному тексті використовують переважно суспільно-політичну лексику, терміни, географічні назви, власні імена, назви посад, звань, номінації часу як обов'язкові компоненти називання подій, що відбуваються, наприклад: *нардеп, бютівець, вибори, президент, уряд, коаліція, спікер, очільник, парламентарі, А. Яценюк та П. Петренко у Харкові..., Україна звітує, Голова Вищого адміністративного суду, вереснева Генасамблея ООН визначить.*

Зауважимо, що інформаційна замітка в газеті не призначена для ґрунтовного наукового аналізу будь-якого науково-технічного явища. Цю функцію виконують інші жанри, зазвичай спеціальні статті на наукові теми.

Лексика термінологічного походження (тобто лексика, яка розвинула вторинні нетермінологічні значення на основі асоціативного перенесення термінологічного змісту в загальноживану мову) відіграє важливу роль у мові газети загалом та в жанрі інформаційної замітки зокрема.

Серед газетних жанрів виокремлюють різновид **передової статті**. Дослідники наголошують на оперативності, злободенності, публіцистичності її змісту [12]. Передову статтю традиційно називають «флагманом номера» [11]. Основна

відмінність передової статті від інших газетних жанрів з погляду вираження полягає в її директивному характері на тлі висвітлення масштабних питань. У передовій статті поряд з вищою інтенцією – впливати на читача – виражаються ще й такі інтенції: інформувати та активізувати. Домінантна комунікативна інтенція передової статті здебільшого зумовлена екстралінгвальними чинниками, що істотно впливають на її композиційно-структурні особливості та мовні засоби, а саме: чинниками директивності, публіцистичності, інформаційності, масштабності проблематики. Директивність пов'язана з такими стилістичними рисами жанру, як конкретність, аргументованість, ясність думки, строгість. Як і хронікальна замітка, передова стаття щодо стилю – найоднорідніший жанр, менш синтетичний і багатогранний, ніж нарис. У ній використовують, хоч й обмежено, термінологічну лексику, цифрові дані, антропоніми та топоніми.

Характеристика інформаційних газетних текстів була б неповною без аналізу жанрової специфіки газетного нарису. Деякі дослідники зараховують його поряд з інформаційною заміткою, передовою статтею до газетних інформаційних текстів [15].

Нарис як жанр газетної публіцистики і як тип тексту становить своєрідне явище серед інших газетних жанрів. Це зумовлено його складною функційно-стильовою природою: нарис функціонує і в публіцистиці, і в художній літературі. Належність до цих двох сфер мовної діяльності пояснює різне трактування нарису як жанру. Деякі дослідники виділяють два види нарисів: газетний і книжний (В. Алексєєв [1]). Наявні й інші думки, зокрема, що нарис переважно народжується в газеті, але це не дає підстав виділяти газетний нарис як самостійний специфічний жанр газетного тексту.

Для характеристики нарису як жанру важливо враховувати, на думку В. Вомперського, де надруковано, для якого видання він призначений, бо «не можна не бачити відмінності між газетним нарисом обсягом у 250–500 рядків, журнальним нарисом і нарисами, що являють собою цілі кліше...» [8].

І справді, обсяг нарису пов'язаний із проблематикою, стилем, властивістю організації матеріалу. Ми дотримуємося погляду на газетний нарис як на художньо-публіцистичний жанр, специфіка якого зумовлена його багатоплановістю, стилістичним насиченням, особливим характером художності.

Стрижневим питанням у дискусіях щодо жанрової своєрідності нарису є питання про сутність у ньому художності. Як пише Г. Солганик, публіцистику ріднить з художньою літературою «першоелемент літератури – слово, різнять же відмінний характер, природа, методи використання слова» [12]. На думку дослідника, у публіцистиці художність пов'язана з експресивністю мовних засобів, що мають «підкреслено соціальний характер» [13]. Отже, однією з рис нарису як художньо-публіцистичного жанру є оцінність його виражальних засобів (розмовних елементів, фразеології, тропів тощо).

Іншою важливою жанровою властивістю нарису є поєднання логічних й образних елементів. «Якщо взяти до уваги дані аналізу особливостей наукового й художнього стилів мови, – стверджує В. Алексєєв, – то можна дійти висновку, що специфікою художньо-публіцистичних жанрів є поєднання абстрактного узагальнення, логічних роздумів і доказів (як у науковому стилі) із художньо-образною конкретизацією (як у художній мові)» [1].

Функційне спрямування на впливовість інформації стає сприятливим чинником для розвитку своєрідних засобів експресивності, зокрема, метафоричних перенесень. Оскільки експресивність передової статті орієнтована на масового читача, характеризується соціально-комунікативним спрямуванням, то в газетних статтях елементи суб'єктивної оцінки не мають визначального впливу на використання мовних засобів. На думку В. Забеліна, одиниці мови сприймають тут зазвичай у своєму прямому номінативному значенні, оскільки на перший план під час добору мовних засобів у газетній інформації виступають чинники «знаходження оптимального способу передавання інформації, стимулювання інтересу до неї читача» [10, с. 114].

Загалом же дослідник мови газети й автор монографії «Стилістика газетних жанрів» Д. Вовчок зазначає, що «газетний виступ будь-якого жанру й з будь-якої теми не може бути від початку до кінця розумовим. Елементи публіцистичності, засоби виразності мають бути в ньому хоч би в невеликій кількості» [7, с. 47]. І далі: «...інформативність потрібна проблемній статті не менше, ніж передовиці» [7, с. 47]. У зв'язку із цим зроблено висновок, що «одна з основних складностей стилістичного аналізу газетних текстів полягає в тому, що, за рідкісним винятком, жоден конкретний виступ у газеті не становить 'жанру в чистому вигляді'» [7, с. 47].

У газеті співіснують дві якісно відмінні єдності – тексти передових статей, орієнтовані на емоційний вплив, і тексти інформаційних повідомлень, спрямовані на передавання однозначної інформації про події, факти. Ця особливість свідчить не про різностильовість газетних матеріалів, а про своєрідну форму лінгвістичної поліфункційності, спрямованої на досягнення «функційного ефекту впливу» [7, с. 55]. Одним із засобів впливу в газетному тексті є метонімія, а також її різновид – синекдоха, які, власне, презентують високий рівень публіцистичності газетного тексту.

Аналізуючи специфіку газетної мови, Г. Винокур зазначав: «У царині словника газетна мова позбавлена навіть тієї обмеженої можливості вибору, якою вона користується в граматиці. Насамперед словниковий запас газетної мови невеликий. Коло газетних тем, сюжетів у кожний певний момент тісно обмежене... Цей невеликий словниковий запас газетної мови характеризується цілком винятковою механізованістю. У газетній мові нема майже жодного слова, яке не було б штампом, кліше, шаблоном. Найуживаніші слова з газетного лексикону – це вже не слова, а своєрідні терміни... У газетній мові саме не вистачає того, що є основою поезії, яка дає змогу **сприйняти кожне слово заново**, ніби вперше його чуєш» [6, с. 182]. Із цим твердженням автора не можна погодитися, якщо зважати на специфіку сучасного інформаційного стилю, по-перше, тому, що газетна мова еволюціонує саме до розвитку

образності, зокрема метафоричної й метонімічної, а по-друге, передусім це стосується суто інформативних текстів, тобто коротких стислих повідомлень, що дійсно будуються за одним зразком і не потребують експресії й образності. На думку Д. Баранника, «ці тексти... можуть зазнавати часом інтенсивного впливу художнього чи публіцистичного жанрів (і це позитивна ознака сучасної газетної мови), так само художні та публіцистичні матеріали в газеті нерідко видозмінюються під впливом елементів інформації» [3, с. 157], що нарешті приводить нас до висновку про відсутність так званої 'чистоти' жанрів газетного мовлення і взаємопроникнення жанрових специфічних рис.

Прикметна ознака газетної мови – органічність засобів образності, хоч кількісні та якісні параметри їх у різних жанрах газети неоднакові. Вони, зокрема, внутрішньо притаманні публіцистичним і художньо-публіцистичним формам (стаття, кореспонденція, нарис, фейлетон тощо), але їх уживання досить обмежене в замітці, повідомленні й інших коротких формах.

Останнім часом окреслилася тенденція порушувати стильове відмежування інформаційних жанрів – під впливом, наприклад, жанрів газетної публіцистики, але вплив цей не руйнує функційної та стильової своєрідності інформації.

Отже, інформаційна замітка, передова стаття й нарис – типи текстів, що належать до розряду газетних. Саме ці інформаційні жанри активно функціонують на шпальтах сучасних українськомовних газет.

Бібліографічні посилання

1. **Алексеев В. А.** О некоторых особенностях публицистического функционального стиля / В. А. Алексеев // Проблемы журналистики : [сб. ст. / под ред. : В. А. Приходько, В. С. Тереховой]. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1973. – Вып. 2. – С. 3–20.
2. **Арешенков Ю. О.** «Стиль» як категорійне поняття стилістичної науки / Ю. О. Арешенков // Наук. вісник

- Чернівецького ун-ту. – Чернівці : Рута, 2001. – Вип. 117 / 118 : Слов'ян. філол. – С. 3–10.
3. **Баранник Д. Х.** Образна семантика і газетний текст. Метафора в газеті / Д. Х. Баранник // Про культуру мови : матеріали Респ. наук. конф. з питань культури укр. мови, 11–15 лютого 1963 р., Київ. – К. : Наук. думка, 1964. – С. 155–166.
 4. **Бахтин Н. Н.** Эстетика словесного творчества / Н. Н. Бахтин. – М. : Искусство, 1986. – 445 с.
 5. **Васильева А. Н.** Газетно-публицистический стиль речи : курс лекций по стилистике русского языка : [учеб. пос.] / А. Н. Васильева. – М. : Наука, 1982. – 198 с.
 6. **Винокур Г. О.** Культура языка / Г. О. Винокур. – М. : Федерация, 1929. – 336 с.
 7. **Вовчок Д. П.** Стилистика газетных жанров / Д. П. Вовчок. – Свердловск : Уральский ун-т, 1979. – 72 с.
 8. **Вомперский В. Г.** О некоторых стилистических признаках информационных материалов / В. Г. Вомперский // Вестник Московского гос. ун-та. Сер. VII : Филология. Журналистика. – 1960. – № 6. – С. 30–35.
 9. **Євсєєва Г. П.** Перифрази в мові сучасних газет (на матеріалі українських газет 80–90 років ХХ століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Г. П. Євсєєва. – Дніпропетровськ, 2002. – 20 с.
 10. **Забелин В. В.** Стилиевая специфика языка газеты / В. В. Забелин // Общая стилистика : теоретические и прикладные аспекты : [сб. науч. тр. / отв. ред. Г. И. Богин]. – Калинин : Калининский ун-т, 1990. – С. 112–115.
 11. **Роот А. А.** История жанра передовой статьи / А. А. Роот. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 1980. – 142 с.
 12. **Солганик Г. Я.** Что такое «язык газеты»? / Г. Я. Солганик // Русская речь. – 1982. – № 4. – С. 41–45.
 13. **Солганик Г. Я.** Язык и стиль передовой статьи : [учеб.-метод. пос. для студ. фак. и отд. журналистики гос. ун-тов] / Г. Я. Солганик. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1973. – 75 с.

14. **Стишов О. А.** Динамічність преси в суспільно-політичній лексиці й термінології сучасних мас-медіа / О. А. Стишов // Проблеми семантики слова, речення та тексту : [зб. наук. ст.]. – К., 2000. – Вип. 3. – С. 341–348.
15. **Шматенко А. Ю.** Газетный текст как источник национально-культурной информации : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01/ А. Ю. Шматенко. – М., 1989. – 114 с.

Джерела фактичного матеріалу

1. **«Вісті Придніпров'я»** – газета Дніпропетровської обласної державної адміністрації, виходить з 1999 року;
2. **«Голос України»** – газета Верховної Ради України, виходить з 1991 року;
3. **«Дзеркало тижня»** – міжнародний суспільно-політичний тижневик, заснований у 1993 році;
4. **«Демократична Україна»** – громадсько-політична газета, заснована в 1918 році. До жовтня 1991 року – «Радянська Україна»;
5. **«Культура і життя»** – українська щотижнева газета, виходить з квітня 1995 року;
6. **«Молодь України»** – загальнополітична молодіжна газета, заснована в грудні 1925 року.