

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Зорин К.А.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**  
**ЯЗЫК РАЙОННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ**  
( на материале газеты «Огни Енисея»)

42.04.02 Журналистика

42.04.02.02 Медиатехнологии и менеджмент средств массовой информации

Руководитель	_____	проф., д.филол.н.	В.И. Тармаева
Выпускник	_____		А. К. Спирин
Рецензент	_____	доц., к.филол.н.	А. А. Арский
Нормоконтролер	_____	ст.преп.	Д. А. Устюжанина

Красноярск 2016

**Аннотация магистерской работы**  
**Спирина Александра Константиновича**  
**«ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА РАЙОННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ**  
**ГАЗЕТЫ «ОГНИ ЕНИСЕЯ»)**

**Научный руководитель** – Тармаева Виктория Ивановна, профессор кафедры журналистики СФУ, доктор филол. наук.

**Количество страниц:** Общее число страниц – 75 (в их числе титульный лист и список использованных источников).

**Количество использованных источников:** 65

**Ключевые слова:** районные печатные СМИ, иностранные заимствования, лексика, язык, слово, стиль, тенденция.

**Актуальность:** актуальность исследования обусловлена необходимостью всестороннего изучения процесса формирования и развития информационной культуры современного общества, а также расширения коммуникативных возможностей средств массовой информации (СМИ), чаще всего определяющих результативность социальных взаимодействий.

**Цель диссертационной работы** состоит в изучении особенностей использования лексического, стилистического и жанрового богатства и разнообразия русской письменной речи в газете «Огни Енисея».

**Новизна исследования** заключается в том, что особенности языка районных СМИ на примере газеты «Огни Енисея» (г. Дивногорск) исследуются впервые.

**Объект диссертационного исследования** – язык районных печатных СМИ на материале газеты «Огни Енисея» (г. Дивногорск).

**Предметом исследования** является анализ лексических, стилистических и жанровых особенностей языка современных районных печатных СМИ.

**Теоретическая база:** литература по курсу, электронные ресурсы, научные труды, посвященные языку печатных СМИ, монографии и статьи. **Эмпирическая база** исследования представлена контент-анализом на материале газеты «Огни Енисея».

**Апробация работы:** основные положения и выводы данной работы были представлены на I междисциплинарной научно-практической конференции «Сибирское медиапространство – 2020». (26-27 марта 2015 года).

**Аннотируемая работа** состоит из двух глав, предваряемых «Введением». Первая глава включает в себя четыре параграфа. Первый параграф посвящен описанию особенностей языка современной отечественной печати, второй – лексике современной газеты. В третьем параграфе разбираются стилистические особенности текстов современной газеты. Четвертый параграф посвящен жанровому разнообразию текстов печатных СМИ. Вторая глава полностью посвящена газете «Огни Енисея» и состоит из пяти параграфов. В первом исследуются особенности языка районной газеты, во втором – общественно-исторические условия формирования и особенности развития газеты «Огни Енисея». В третьем параграфе исследуется язык газеты «Огни Енисея» 1985 года выпуска, четвертый посвящен особенностям языка газеты «Огни Енисея» 1995 года выпуска. В пятом исследуются особенности языка газеты на примере текстов, вышедших в издании в 2015 году. Завершает работу «Заключение», в котором описываются результаты проделанной работы и сделаны выводы о том, как и почему менялся язык газеты «Огни Енисея» на протяжении последних 30 лет ее существования.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы исследования .....	9
1.1 Современные тенденции языковых изменений печатных российских СМИ .....	9
1.2 Особенности лексики современной российской газеты .....	11
1.3 Стилистические особенности современной российской газетной периодики .....	20
1.4 Жанровые особенности текстов современного российского газетного издания .....	31
Выводы .....	33
2 Специфика и особенности языка газеты «Огни Енисея» .....	34
2.1 Предметно-тематическая направленность районной газеты .....	34
2.2 Общественно-исторические условия формирования и особенности развития газеты «Огни Енисея».....	38
2.3 Динамические процессы в языке и стиле газеты «Огни Енисея» .....	41
2.3.1 Язык газеты на примере публикаций 1985 года .....	41
2.3.2 Языковое своеобразие текстов в публикациях 1995 года .....	49
2.3.3 Жанровые, лексические и синтаксические особенности газеты в публикациях 2015 года .....	55
Выводы .....	63
Заключение .....	65
Список использованных источников .....	67

## ВВЕДЕНИЕ

На рубеже XX-XXI веков в России произошли глобальные изменения, коснувшиеся практически всех сфер общественной жизни. Это не могло не сказаться на лексическом составе современного русского языка и нашло свое отражение в средствах массовой информации (СМИ), и, прежде всего, в прессе, так как именно печатное слово наиболее отчетливо и быстро отражает изменения, происходящие в нашем обществе.

Язык прессы на рубеже столетий подвергся значительной трансформации. Возросло личностное начало: безликость и безадресность ушли в прошлое. В публичном общении с прессой возросла степень неподготовленности и снизилась официальность, а у журналистов, в свою очередь, появилось стремление использовать новые средства выражения и новые формы образности.

Научное исследование посвящено анализу традиционных и новых элементов газетного текста, пополнивших лексический состав российских изданий качественного и массового типа.

Районные газеты представляют собой феномен взаимодействия центробежных (общероссийского уровня) и центростремительных (региональных) тенденций в отношении как содержания газетных материалов, так и языковых средств его выражения.

Для районных газет продолжает быть актуальной проблема культуры речи, культура построения письменного речевого произведения, провоцируемая, в частности, такими активными процессами в речевой практике СМИ, производными от экстралингвистических изменений, как меняющееся соотношение между устной и письменной речью, а также активной и пассивной формами устной речи, формирование массива публичной фатической речи, влияние разговорности, проникновение агрессивных типов речевого поведения, которые раньше были возможны только в сфере бытовой повседневной речи, но и там считались малопринимлемыми.

Попытки ученых осмыслить речевую практику массовых коммуникаций в ее соотнесении с теорией функциональных стилей суммируются в несколько подходов. Первый подход представлен работами Г. Я. Солганика [Солганик, 1973, 2005], в соответствии с которыми газетно-публицистический стиль интенсивно развивается. В настоящее время газеты дифференцируются по стилистическому принципу, радикально изменяются жанры, происходит становление новой лексической системности газеты. В русле данного подхода в пределах газетно-публицистического стиля выделяют подстили: информационный и собственно публицистический, каждый со своей системой жанров.

В речевой деятельности российской прессы углубляются стилевые различия между традиционными и совершенно новыми для российских СМИ изданиями. Свой особый речевой облик сформировался у оппозиционных и бульварных газет, молодежной прессы, глянцевого журналов. Глобальный взгляд на язык СМИ выявляет две стилевые разновидности – это газеты, традиционно опирающиеся на книжно-письменную речь, и газеты, основой которых выступает разговорно-устная речь [Коньков, 2015; Сметанина, 2002; Химик, 2014].

Магистерская диссертация посвящена исследованию языковых особенностей текстов районных печатных СМИ на примере газеты «Огни Енисея». Изменение лексического состава современной российской прессы под влиянием процессов, происходящих в общественной, политической, экономической и иных сферах жизни; появление неологизмов на страницах газет; модификация тенденций употребления новых слов, характерных для районной прессы, а также стилистические и жанровые особенности газетных материалов исследуются в данной работе.

**Актуальность исследования** обусловлена необходимостью всестороннего изучения процесса формирования и развития информационной культуры современного общества, а также расширения коммуникативных

возможностей средств массовой информации, чаще всего определяющих результативность социальных взаимодействий.

В речевой деятельности российской прессы углубляются стилевые различия между традиционными и совершенно новыми для российских СМИ изданиями. Свой особый речевой облик сформировался у оппозиционных и бульварных газет, молодежной прессы, глянцевого журналов. Этот водораздел условно можно обозначить как деление на качественную прессу и бульварную прессу. Лексический состав печатных СМИ, в частности газет, трансформировался. Сейчас он демонстрирует наличие огромного количества неологизмов, а тенденции их образования и употребления на страницах современных российских газет обнаружили ряд характерных изменений, требующих особого внимания и изучения

При этом региональная пресса является важнейшей составляющей общероссийского информационного пространства. Это обусловлено тем, что, во-первых, местные печатные СМИ являются наиболее привычной формой журналистики для населения в сравнении с электронными массмедиа. Во-вторых, региональные издания ближе к своим читателям, так как территория информационного охвата у таких СМИ меньше. Когда предмет обсуждения близок участникам коммуникации, они охотнее воспринимают информацию. В наибольшей степени это относится к аудитории городских (муниципальных) СМИ, поскольку их информационный ареал и потенциальная аудитория по территории распространения совпадают практически полностью.

**Новизна исследования** заключается в то, что особенности языка районных СМИ на примере газеты «Огни Енисея», издаваемой в городе Дивногорске, исследуются впервые.

В качестве **гипотезы диссертационного исследования** рассматривается предположение о том, что язык районных печатных СМИ постоянно изменяется под влиянием как внешних, так и внутренних факторов и в языке современных районных печатных СМИ находят отражение те изменения и новшества, которые происходят в русском языке под влиянием как

иностранных языков, прежде всего, английского, так и под влиянием меняющейся языковой культуры населения, а также пользователей Интернета и Интернет-СМИ.

**Степень разработанности темы исследования.** Изучение особенностей языка печатных СМИ не является беспрецедентным. Однако многие аспекты остаются пока вне поля зрения отечественных и зарубежных исследователей. В теоретико-журналистских исследованиях не получил полного отражения процесс изменения языка районных печатных СМИ под воздействием как внутренних, так и внешних факторов, проникновения в язык районных газет жаргонных и просторечных выражений и оборотов речи.

**Эмпирическая база исследования.** На протяжении всего процесса исследования мы опирались на труды таких научных деятелей, как В.Г. Костомаров – «Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной публицистики», и М.Н. Кожина – «Стилистика русского языка».

В теоретической части исследования мы опирались на работы Л.А. Анисимовой «Лексика современной газеты: особенности трансформации» и «Современные векторы развития российской прессы». Работа С.И. Сметаниной «Медиа-текст в системе культуры» дала нам ясное представление о процессах, протекающих в русском языке на рубеже веков. В исследовании лексики газеты помогли работы «Системный анализ газетной лексики и источники ее формирования» и «Лексика газеты. Функциональный аспект» Г.Я. Солганика, а также работа М.Н. Володиной «Язык средств массовой информации».

**Объектом диссертационного исследования** послужил язык районных печатных СМИ.

**Предметом исследования** является анализ лексических, стилистических и жанровых особенностей языка современных районных печатных СМИ на примере газеты «Огни Енисея», издаваемой в городе Дивногорске.

**Цель диссертационной работы** состоит в изучении особенностей использования лексического, стилистического и жанрового богатства и разнообразия русской письменной речи в газете «Огни Енисея».

### **Задачи исследования:**

- 1) определить современные тенденции языковых изменений печатных российских СМИ;
- 2) описать особенности лексики современных российских газет;
- 3) изучить стилистические особенности современной российской газетной периодики;
- 4) охарактеризовать жанровые особенности текстов современного российского газетного издания;
- 5) проанализировать языковые особенности газеты «Огни Енисея»;
- 6) выявить факторы, влияющие на использование тех или иных языковых средств, оборотов речи, стилей и жанров в районных печатных СМИ.

**Материалом** для исследования послужили тексты публикаций в Дивногорской городской общественно-политической газете «Огни Енисея» за 1985, 1995 и 2015 гг.

В работе были использованы **следующие методы**: общенаучные (сравнение, аналогия, описание) и специальные (наблюдение, контент-анализ). Этим обусловлен мультипарадигмальный характер работы.

**Теоретическая значимость** исследования определяется необходимостью углубления научных представлений о специфике языка районной прессы.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности последующего использования результатов работы для анализа особенностей языка районных СМИ на других территориях края и регионах. Результаты исследования могут быть использованы в научных целях для дальнейшего изучения факторов, влияющих на формирование информационной культуры российского общества; особенностей функционирования региональных печатных изданий. Кроме того, материалы работы можно включить в курсы лекций и спецкурсов по теории медиатекста. Полученные выводы можно использовать при написании курсовых, дипломных работ и магистерских исследований по вопросам, посвященным особенностям языка СМИ.



**Структура работы.** Исследование состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка, приложения. Во Введении обоснована актуальность и новизна работы, определено состояние научной разработанности проблемы, обозначены объект и предмет исследования, сформулированы цель, задачи, гипотеза, показаны теоретическая и практическая значимость, представлены методы исследования. Основное содержание исследования включает две части: теоретическую и практическую. В первой части представлены теоретические основания исследования: описаны современные тенденции языковых изменений печатных российских СМИ, лексические и стилистические особенности современных российских газет, жанровые особенности их текстов. Во второй, практической части исследования, представлен анализ языковых особенностей текстовых материалов, опубликованных в Дивногорской городской общественно-политической газете «Огни Енисея» за 2015 г.; выявлены факторы, влияющие на использование тех или иных языковых средств, оборотов речи, стилей и жанров в районных печатных СМИ. В заключении подведены итоги исследования, сформулированы обобщающие выводы, указаны перспективные направления дальнейшего изучения поставленной в исследовании проблемы.

## **1 Теоретические основы исследования**

### **1.1 Современные тенденции языковых изменений печатных российских СМИ**

На рубеже XX-XXI веков в России произошли глобальные изменения, коснувшиеся практически всех сфер общественной жизни. Подобная ситуация не могла не сказаться на лексическом составе современного русского языка и нашла свое отражение в языке средств массовой информации, и прежде всего прессы, так как именно он наиболее отчетливо и быстро отражает изменения, происходящие в нашем обществе.

По мнению многих исследователей российских печатных СМИ очень заметное влияние на российскую газету оказала глобализация.

«Островное», почти изолированное существование советской системы СМИ, по мнению Я.Н. Засурского, сменилось быстрым вхождением российских СМИ в глобальный контекст. В поисках новой национальной модели масс-медиа России ориентировались на набор неких идеалистических представлений о свободных и ответственных СМИ, открытом доступе к информации, самоокупаемости, которая автоматически гарантирует гражданам политический плюрализм и активность. На практике оказалось, что «западные медиа» вовсе не единый монолит, а конкретные системы, сформированные определенными социально-экономическими условиями, силой национальных традиций и особенностями культур [Анисимова, 2010]. «Англосаксонская модель», по мнению британского исследователя Колина Спаркса [Засурский, 2002] это, скорее, воображаемая конструкция, соединяющая черты двух различных систем - американскую коммерческую прессу и британское общественное вещание».

С процессом глобализации тесно связан процесс переориентации значений, то есть процесс употребления многих слов для обозначения реалий не только зарубежной, но и российской действительности. Многие официально

не признававшиеся явления, которые, как считалось раньше, наблюдались только в западных странах, потребовали своих наименований, когда о них стали писать открыто. Изменились и коннотации: отказ от единой идеологии, «перерождение общества единомышленников в общество разномыслящих людей» повлекли за собой и смену оценок во многих словах и словосочетаниях с отрицательных на нейтральные: торги, биржа, биржевик, губернатор, гимназия, лицей, сенатор – и с положительных на отрицательные: коммунист, советский, партия, партократия, застой [Анисимова, 2010].

Современный газетный узус пополнился за короткий промежуток времени большим числом подобных новых слов, относящихся преимущественно к общественно-политической и социально-экономической терминологии. Явное предпочтение, оказанное подобным нововведениям в прессе, регулярность и активность их употребления способствует закреплению их в массовом сознании как определенных маркеров конкретной эпохи. Ранее непонятные массовому читателю, ясные и доступные лишь известному кругу лиц, благодаря широкому употреблению в газетном узусе эти слова «нейтрализуются» и становятся общим достоянием [Анисимова, 2010].

Так процесс нейтрализации получил необычайно широкое развитие в наши дни и привел к изменению общего фона лексики газеты. Новый нейтральный фон газеты сегодня активно формируется.

Деидеологизация новостийных фрагментов сопровождается деавтоматизацией процесса создания текста. Деавтоматизация проявляется и в отходе от схематичности при трансляции фактов, и в свободе выбора средства номинации. Семантическая пустота экспрессивных наименований тоталитарной идеологии (битва за урожай, гнойные язвы капитализма, локомотив истории), жесткая прикрепленность оценок и сращивание политического и этического (соглашательский, примиренческий [полит, презрит.] — о недопустимом отношении к идейным врагам) преодолеваются игрой с формой слова, цитатой, непринужденным переходом с одного стилистического регистра на другой, социально не закрепленными оценками.

Пристальное внимание журналистов к языку, деятельное использование (раскрытие) его ресурсов приводит к тому, что экспрессивные лексические средства приобретают интеллектуальную напряженность и становятся носителями информации, способными формировать содержательную канву высказывания [Лисицкая, 2009].

Таким образом, можно отметить, что в современных текстах происходит деконструкция. Согласно Жаку Дерриде (автору теории деконструкции) [Тарасов, 2009], общая стратегия деконструкции связана с двумя основными ходами. Первый ход заключается в том, чтобы перевернуть, существующую иерархию в лексике, второй – изменить общее понятие о ней.

Журналисты, переключая внимание свое и читателя с события на язык и его возможности, сообщают тексту эстетическую функцию. Суть её в том, чтобы открывать нам что-то неведомое и неиспытанное, и она это и делает, перераспределяя информацию между уровнями сообщения, заставляя их вступать в разные и неожиданные отношения. Эстетическая функция – продукт сложных взаимодействий информации и избыточности, при этом именно избыточность рельефно оттеняет информацию. Подобная практика создания публицистического текста дает основания для вывода о сложности однозначно идентифицировать речевое явление как стандарт или экспрессию, а соответствующий фрагмент как информационный или воздействующий. Нефиксированный в этом отношении смысл и является стилеобразующей чертой современного публицистического текста. Таким образом, снимается различие в оппозиции стандарт – экспрессия, перестает во всяком случае быть актуальным, деконструируя сам функциональный стиль [Тарасов, 2009].

## **1.2 Особенности лексики современной российской газеты**

Описание лексики газетно-публицистического стиля, как и любого другого стиля языка, представляет собой довольно трудную задачу. В

функциональной стилистике методика анализа текста – одно из наиболее слабых звеньев. Лексикология не занимается, как правило, изучением лексики функциональных стилей, рассматривая категории общеязыковые. Достаточно точно положение в описываемой области отражает замечание авторов коллективной монографии «Русская разговорная речь»: «Изучение собственно-разговорной лексики современного русского языка только-только начинается. До сих пор почти все исследования на эту тему строились на материале словарей и опирались на помету «разговорное» в них» [Русская разговорная речь, 1983].

Изучение лексики функционального стиля (как и других его составляющих) требует особого подхода. Трудности связаны, прежде всего, с выбором единиц и категорий, необходимых для анализа лексики функционального стиля. Важно подчеркнуть, что лексикологические понятия по самой своей природе слабо связаны с глубинными особенностями функциональных стилей, не предназначены для анализа и изучения последних. Они носят общеязыковой характер и призваны описывать процессы, происходящие в литературном языке в целом. Из разнообразных классификаций лексики для решения рассматриваемых задач «ближе» всего классификация лексики по стилистической окраске. Однако и эта классификация представляет значительный интерес в плане взаимодействия стилей, развития литературного языка. Но ее трудно использовать для описания лексики какого-либо стиля.

Каждый стиль языка, в соответствии с его экстра- и интралингвистическими особенностями, в соответствии со стоящими перед ним в сфере общения задачами, производит собственную классификацию, собственное перераспределение лексики литературного языка. При этом выделяемые в каждом стиле лексические пласты будут соответствовать основным функциям данного стиля. Эти функционально-стилевые пласты могут совпадать с некоторыми традиционными лексическими разрядами или объединять несколько таких разрядов (различных классификаций), но в любом

случае названные пласты будут характерной принадлежностью данного стиля. Входящие в такой пласт различные традиционно выделяемые лексические разряды объединяются здесь по внутренним функционально-стилевым признакам, видоизменяются под действием внутрисиловых факторов и выполняют одинаковые коммуникативные задачи. Таким образом, описать лексику функционального стиля – значит, прежде всего, определить его лексическую структуру, т. е. выделить лексические пласты, соответствующие основным функциям данного стиля.

Применительно к газетно-публицистическому стилю два основных фактора, две главные задачи определяют формирование, развитие, структуру газетно-публицистической лексики – это сообщение, информация, с одной стороны, пропаганда и агитация – с другой. Иначе говоря, газета нуждается в средствах выражения крайне разнообразных по тематике сообщений. Именно этим объясняются широчайший лексический диапазон газеты, внешняя пестрота ее словаря. Газета пишет обо всем, что имеет общественный интерес [Трембовельский, 2014].

Г.Я. Солганик подразделяет лексику газетно-публицистического стиля на следующие разряды: концептуальная лексика, газетная оценочная лексика и строевая лексика [Солганик, 2010].

Концептуальная лексика – своеобразная терминология газеты, связанная с выражением политических понятий, например, правовое государство, а также широкое использование экономических терминов - маркетинг, инвестиции, лизинг, ипотека. Большинство этих слов известны всем и широко употребляются без всяких ограничений.

Газетная оценочная лексика – это социальная оценка предметов и явлений: активизировать, акула, больной вопрос, коррупция, мракобес, кулачное право, легитимность.

Строевая лексика, для которой характерны газетные обороты и газетно-публицистические клише: переговоры прошли в новом формате, политический климат, по оценкам экспертов, оранжевая коалиция.

В соответствии с названными выше факторами можно выделить несколько пластов газетной лексики.

Общественно-политическая лексика близка газете своей понятностью, доступностью, составляющей отличительную особенность ее и как терминологической сферы. Другая важная особенность газетной лексики заключается в ее социально-оценочном характере. В этом можно видеть и специфику общественно-политической терминологии по сравнению с другими терминсферами (необщественных наук).

Таким образом, общественно-политическая лексика, многие единицы которой обладают оценочным характером, выражая основные понятия, содержание, направление публицистики, не отличается от собственно-публицистической (газетной) лексики, включается в последнюю и может считаться своеобразной терминологией публицистического стиля, языка газеты.

Общественно-политическая лексика составляет ядро газетного словаря, своеобразную терминологию газеты как в качественном отношении — с точки зрения важности, значимости выражаемых общественно-политическими словами понятий, а также их способности выражать социальную оценку этих понятий, так и в количественном отношении: общественно-политическая лексика составляет значительную долю в общем объеме лексики газеты.

Второй большой разряд газетной лексики — это оценочная лексика, один из наиболее важных и продуктивных разрядов газетного словаря, актуальность которого связана с важнейшими функциями газеты как коллективного пропагандиста и агитатора, с острой потребностью газеты в средствах выражения, совмещающих в себе функции номинации и оценки. Пласт газетной оценочной лексики формируется из разных лексических разрядов: книжная, «высокая», устаревшая лексика, разговорные и просторечные слова, специальная лексика и др. Все эти разряды поставляют газете оценочные слова. Они, подвергаясь под действием внутренних факторов газетно-публицистического стиля своеобразной специализации, формируют единый в

функциональном отношении газетный разряд. Многие из этих слов становятся характерной принадлежностью газетного словаря, приобретая характер «газетизмов», или своеобразных газетных терминов, регулярно и стабильно используемых в определенных речевых ситуациях для наименования определенных предметов, явлений, понятий [Анисимова, 2010].

Наличие в слове четко выраженной социальной оценки – важнейший критерий в отборе лексики для газеты. Кроме того, сам процесс развития газетной речи ведет к приобретению словом оценочной окраски. Газета как бы производит собственную классификацию, перераспределение лексики по стилистической окраске и значению, которые нередко не совпадают с общелитературными.

Третий большой разряд – газетная неоценочная лексика – выделяется в соответствии с информативной функцией газеты. Этот разряд подразделяется на две группы. Первую составляют слова, обозначающие время и место и тесно связанные с необходимостью постоянно сообщать «где, когда, что» (или «кто»): день, месяц, год. Эти слова условно можно назвать информативными. В эту же группу следует включить имена собственные и числительные. Наряду с характерной для газеты информативной лексикой информативную функцию выполняет и так называемая тематическая лексика. Речь идет об основной массе используемых в газете слов, состав которых текуч, подвижен и полностью определяется темой газетного материала или сообщения. Это, как правило, безоценочная номинативно-употребляемая лексика, принадлежащая к самым разнообразным лексическим разрядам (по стилистической окраске преимущественно нейтральная и книжная, так как газетно-публицистическая речь – один из книжно-письменных стилей). Эта лексика не имеет фактически границ и неспецифична для газеты. Но именно она делает словарь газеты более разнообразным в количественном отношении, чем словарь любого писателя.

Вторую группу газетной неоценочной лексики составляют строевые слова – широко употребительная в газетной речи лексика, служащая для создания многочисленных устойчивых словосочетаний нефразеологического



типа. Назначение этих слов и оборотов – типизация, стандартизация газетного языка, что позволяет легко и оперативно оформить любое газетное сообщение. Это строевой материал газетного языка с семантической точки зрения они обладают широким, слабодифференцированным значением и высокой сочетаемостью. Значение строевых слов конкретизируется в составе разнообразных устойчивых оборотов, характерной принадлежности газетно-публицистической речи. Ср.: путь мира, идти по пути разрядки, вступить на путь обострения международной обстановки, избрать какой-либо путь и т.д. [Солганик, 2010]

Таким образом, газетную лексику составляют следующие разряды:

- 1) концептуальная лексика;
- 2) газетная оценочная лексика, подразделяемая на позитивно- и негативнооценочную;
- 3) газетная неоценочная лексика, в которой выделяются группы информативных и строевых слов.

Г.Я. Солганик полагает, что «общественно-политическая лексика приобретает характер своеобразной терминологии публицистики, составляя неотъемлемую часть лексикона газеты и пополняя русский литературный язык, обогащая его новыми выразительными средствами, расширяя его оценочный, экспрессивный потенциал». [Солганик, 2010, стр.21-24]

Язык СМИ действует на огромном духовном пространстве, включая в свою орбиту политику, идеологию, культуру (науку, искусство, литературу, религию), экономику, быт. И каждая из этих областей функционирования СМИ накладывает отпечаток на их язык, определяя те или иные его особенности. Центральную же роль в выявлении специфики языка СМИ играет политика. Она оказывает огромное и многообразное воздействие на язык СМИ, составляя основу его содержания и определяя его особенности. Через посредство СМИ политика влияет и на литературную речь, насыщая ее номинациями политических реалий, обогащая ее прагматический потенциал, расширяя арсенал оценочных средств.

Язык политики входит в литературный язык как его важнейшая составная часть. В отличие от других стилевых образований язык политики лишен, как правило, узкоспециальных средств. Состав политического словаря – это, за редкими исключениями, общедоступная и общеупотребительная лексика. В этом заключается одна из причин воздействия политического дискурса на массы, на литературный язык. Главная же содержательная причина – заключенный в языке политики прагматический потенциал.

«По употребительности, удельному весу, концептуальной значимости называемых понятий общественно-политическая лексика занимает центральное место в газете, составляет ядро ее лексико-фразеологического фонда» [Солганик, 1981, с. 31]. Так, в первой сотне знаменательных слов в Частотном словаре языка газеты слова общественно-политической тематики составляют 22%. В известном смысле общественно-политическая лексика – это своеобразная терминология публицистики, неотъемлемая часть газетного лексикона, так как содержание последнего – прежде всего общественно-политическая тематика. При этом среди различных пластов политического словаря наиболее употребительна лексика, выражающая важные идеологические понятия. Ее можно назвать *концептуальной*.

Концептуальная лексика отражает суть, политическое содержание переживаемого обществом исторического момента, её состав меняется от периода к периоду.

Так, концептуальную лексику советского периода составляют такие слова и словосочетания как: *революционная бдительность, большевизм, гегемон, коллективизм, коммунистическая убежденность, коммунистический труд, морально-политическое единство советского народа, ревизионизм* и др. В период перестройки в речевой оборот вошли такие слова и выражения, как: *гласность, перестройка, застой, прорыв, новое политическое мышление, обновление общества, механизм торможения* и др. Концептуальная лексика современного периода отражает изменения, которые произошли в общественно-политической, экономической, юридической сферах

(демократизация, демократические преобразования, реформы, курс реформ, реформаторы, рынок, правовое государство, гражданское общество, гражданское согласие, примирение, вертикаль власти и др.). Состав концептуальной лексики меняется, но сам разряд остается ведущим, определяющим структуру лексики газеты, характер и направление ее деятельности.

Взаимодействие языка политики и языка СМИ имеет двоякий характер: политика насыщает язык СМИ политической лексикой, определяя во многом языковую характеристику СМИ. Язык СМИ воздействует в свою очередь на политический дискурс, меняя нередко содержание общественно-политической лексики в соответствии со своей позицией. В итоге политические лексемы как бы расщепляются, приобретают многозначность, создавая омонимы на месте однозначных слов. Не менее важно для полной характеристики языка СМИ исследовать взаимодействие его с культурой. Ближайшая задача науки о языке СМИ и заключается в изучении взаимодействия языка СМИ с такими областями культуры, как наука, искусство, литература, религия и др. [Солганик, 2010, с.21-24].

Взаимодействие со всеми этими сферами практически безграничного духовного пространства делает язык СМИ политематическим, всеобъемлющим.

По функции воздействия на адресата и отбору языковых средств для достижения коммуникативно-прагматического результата газетный текст наших дней ориентирован на использование образных языковых средств, скрытый или явный подтекст, выражение этической, социальной или интеллектуальной оценки.

Во времена СССР газетный текст был полностью ориентирован на литературный книжный язык. Однако с начала 1990-х гг. этот текст стал отражать живую разговорную речь и даже жаргон. На протяжении 1990-х гг. формируется новый «субстрат»: к традиционным составляющим добавились бизнесмены, предприниматели, а также люди, не понаслышке знакомые с местами заключения.

Язык представителей названных субкультур начинает активно внедрять в книжный литературный язык, создавая новый «стандарт». Общественная интеллектуальная элита выступает творцом языка СМИ, в том числе и газетного языка. Журналисты создают разные по коммуникативно-прагматической установке тексты, рассчитанные как на интеллектуального адресата, так и на массового читателя, которому не всегда понятны многие культурные и языковые особенности. Для достижения успеха в воздействии на такого адресата используются самые разнообразные языковые и неязыковые средства.

Современный газетный текст являет собой пример взаимодействия нормированного книжного языка, народно-речевой стихии и жаргона. Отступления от литературной нормы в процессе порождения текста создают определенную тональность (иронии, юмора, сарказма), оценочность, экспрессивность, способствует созданию реалистичности при описании явлений. Таким образом, общественная элита в лице журналистов выступает творцом языка СМИ, в частности печатного, в позиции адресант-адресат; СМИ влияют на формирование взглядов (а иногда и формируют их!) как общественной элиты, так и всего населения. Контаминация – естественный процесс, представляющий традиционные стороны взаимосвязей: адресант – текст, текст – адресат. Наличие в газетном тексте активно используемых некодифицированных средств – это не отражение «порчи» языка, а скорее, уже норма печатного текста.

Журналисты печатных СМИ часто используют в газетных материалах жаргонные слова и выражения, как-то: чернуха, теневые доходы, уводить деньги, наличка, ошарашен, оболванить, лохотрон, навороченный и т.п.

Часть жаргонных слов переходит в сферу общего употребления и получает разговорную стилистическую окраску. В текстах 1990-х гг. нередко встречался жаргон уголовников, преступников, а также жаргон молодежи (особенно в креативных текстах – афоризмах, приколах, минианекдотах). Язык газет 2000-х гг. продолжает традицию в развитии русского литературного языка

– сближение русского литературного языка с языком «субстрата» в конкретный период развития общества и его обогащение необходимыми языковыми элементами при селекционном действии языковой нормы [Беглова, 2007, с. 71-74].

Следует отметить также, что в современных печатных СМИ читатель постоянно натывается на слова иностранного происхождения, порой написанные не на кириллице, а латинским шрифтом – в основном это слова англо-американского происхождения. Как бы мы к этому не относились, но факт остается фактом - количество американизмов в современном русском языке очень велико и ежедневно растет, поскольку чуть ли не каждое английское слово может быть заимствовано независимо от целесообразности такого пополнения лексического состава. Эта тенденция прослеживается и в печати. Такие слова, как аутсайдер, саундтрек, уикэнд, сэкондхэнд, бестселлер, фаст-фуд, инновация, гламурный сегодня понятны большинству читателей и без перевода. Другие же вызывают затруднения в понимании смысла текста. Например, значения таких слов, как перформанс, контент, постер, мессидж, шопинг, преференция, лузер, мониторинг знают далеко не все, и это может привести к искажению в понимании смысла газетной публикации.

Употреблением иностранных слов чаще «грешат» центральные общероссийские СМИ. В районной прессе частота их употребления заметно меньше. Что обусловлено, очевидно, разницей в тематической направленности изданий. В районных СМИ, рассказывающих по большей части о событиях местного значения, использование иностранных слов часто нецелесообразно и вызывает недовольство у читателей.

### **1.3 Стилистические особенности современной российской газетной периодики**

Языковые единицы функционируют в определенных стилях, при этом многие из этих единиц устойчиво закреплены за этими стилями и служат их

приметой. Это закрепление фиксируется в толковых словарях специальными пометами: разговорное, книжное, устаревшее и др. Так, например, слова «истец», «ответчик», «заявитель», «нижеподписавшиеся», «вышестоящие органы», «установленный порядок», «ставить вопрос», «принимать меры», «оказать содействие» и многие другие регулярно используются в текстах официально-делового стиля и служат его показателями.

Прикрепленность языковых единиц (префиксов и суффиксов, слов, фразеологизмов, морфологических форм и синтаксических конструкций) к определенной стилевой системе создает их стилистическую окраску (книжную, разговорную или нейтральную). Употребление языковых единиц в соответствии с законами жанра, особенностями функционального стиля, а также в соответствии с целями и условиями общения регулируется стилистическими нормами. Немотивированное употребление в текстах слов другой стилистической окраски приводит к стилистическим ошибкам.

В распоряжении человека, владеющим литературным языком имеется как бы несколько вариантов (разновидностей), каждый из которых предназначен для употребления в определенной сфере жизни. Хорошее владение языком подразумевает умение выбрать соответствующий случаю вариант литературного языка. Варианты литературного языка, обусловленные различными сферами общения, называются функциональными стилями языка.

Для современных литературных языков выделяют следующие функциональные стили:

1) обиходно-бытовой (разговорная речь) – отличается большой смысловой емкостью и красочностью, придает речи живость и экспрессивность;

2) газетно-публицистический – характерны отвлеченные слова с общественно-политическим значением (гуманность, прогресс, народность, гласность, миролюбивый);

3) официально-деловой – официальная переписка, правительственные акты, речи; употребляется лексика, отражающая официально-деловые отношения (пленум, сессия, решение, постановление, резолюция);

4) научный или научно-технический - значение состоит в том, чтобы дать точное и ясное представление о научных понятиях (например, терминологическая лексика).

Последние три стиля объединяются в группу книжных стилей и противопоставляются разговорному стилю (в другой терминологии разговорная речь).

Стиль художественный или художественно-беллетристический выделяется не всеми лингвистами на том основании, что язык художественной литературы регулярно функционирует в одной определенной области общественной деятельности – в литературе и искусстве. Этот стиль выполняет специфическую функцию, не присущую другим стилям, – эстетическую. Кроме того, язык художественной литературы использует все средства общенационального языка, вплоть до просторечия, жаргонизмов, диалектизмов и нецензурной лексики.

Функциональное расслоение языка предполагает существование трех групп языковых единиц:

1) специфические языковые единицы, типичные для какого-либо одного стиля и употребительные лишь в пределах данной сферы общения (в основном лексические единицы, некоторые синтаксические конструкции). Например, в официально-деловом стиле: прожить по адресу (ср. жить), выдать ордер на занятие жилого помещения (ср. получить квартиру, дать квартиру), назначить дело слушанием и др.;

2) относительно специфические языковые единицы. Они могут принадлежать нескольким стилям, использоваться в разных коммуникативных сферах. Это некоторые морфологические формы и синтаксические конструкции: инфинитивы, причастные и деепричастные обороты,

страдательные конструкции (в официально-деловом и научном стиле), неполные предложения (в разговорном и публицистическом стиле) и др.;

3) неспецифические единицы языка, в одинаковой степени свойственные разговорному и книжным стилям; межстилевые, или нейтральные. Это в основном слова и словосочетания, обозначающие самые общие процессы, действия, признаки, состояния: работа, городской, занятый, иметь, быстро, очень, белый и т.п.

В каждом из стилей наблюдается определенное соотношение специфических, относительно специфических и неспецифических языковых единиц. Использование специфических или относительно специфических средств языка в неподходящем для них стиле расценивается как ошибка. Так, неправильна фраза: «Он фигурировал на суде в качестве свидетеля», употребленная в разговорной речи» [Солганик, 2005, с.83-85].

Публицистический стиль речи имеет функцию сообщения, т.е. передает некоторое логическое содержание, и функцию воздействия, т.е. выражает волеизъявления, чувства, эмоции. Эта коммуникативная направленность и ориентация на максимальную, разнородную аудиторию создают ту структуру публицистического стиля, которая связана с использованием готовых стандартов, речевых штампов, словесных формул, языковых клише, различной фразеологии. Стандарты журналист берет из ограниченного объема тех средств, которые отобраны предшествующей газетной традицией.

Вопрос о стилистических функциях стандартов, пословиц и поговорок, фразеологических выражений различного типа, вступающих в публицистическом стиле в различные смысловые и стилистические отношения, сложный. Впервые проблему использования в языке газеты готовых оборотов речи поставил Г.О. Винокур. Пытаясь вскрыть закономерности их функционирования, ученый отмечал, что газета выполняет задачи строго и элементарно-коммуникативные. Она лишена, как правило, художественной, поэтической функции, рассчитана на максимальное количество читателей и на нейтральную лингвистическую среду. [Винокур, 1929]. Это и дает основание



говорить об использовании готовых конструкций, строящихся по определённому стандарту, и фразеологических оборотов, которые играют весьма существенную роль, так как при помощи их пишущий добивается определенной выразительности, создавая эмоционально-экспрессивную окраску текста. Изучение способов включения этих речевых средств в широкий контекст, а также приемов сочетания их с другими средствами языка представляет большой интерес для определения своеобразия языка газеты.

«В стилистику национального языка, – отмечает В. В. Виноградов, – входит не только система разных его стилей, но и совокупность разнообразных конструктивных форм и композиционных структур речи, вырабатывающихся в связи с развитием форм общения. Сюда относятся не только типичные для эпохи формы и типы монологической и диалогической речи, но и речевые стандарты бытовых писем, делового документа и многие другие» [Виноградов, 1959]. Иными словами, языковые стандарты функционируют во всех стилях, и речь должна идти лишь об их целесообразном и эффективном использовании. Синтезируя элементы различных стилей, газета представляет литературное явление, проблемы которого решаются в связи с общими проблемами литературного языка, мастерства и культуры речи. Функционирование и взаимодействие различных стилистических средств в системе газетного языка, в том числе и устойчивых сочетаний, оправдано и мотивировано назначением самой газеты.

Современная газета стремится разрушить «книжность» изложения, придать ему экспрессивную окраску за счет изобразительно-выразительных элементов, в том числе и разговорных. Благодатный материал для реализации важного конструктивного принципа языка газеты – сочетания стандарта и экспрессии – фразеологические обороты, пословицы, поговорки, «крылатые» слова и выражения. Они повышают выразительность изложения, его образность и впечатляемость, одновременно выполняя «стандартную» функцию, выступая как готовые речевые образцы. Обладая комплексом функционально-

стилистических качеств, они используются как постоянное «рабочее средство» в различных жанрах.

Журналист, употребляя фразеологизм с определенными стилистическими целями, стремится, чтобы он воспринимался на фоне контекста как необычное сочетание слов и привлекал к себе внимание. Фразеологизмы не только украшают речь, но и придают ей убедительность, они невольно запоминаются, благодаря чему впоследствии можно вспомнить и легко восстановить целое рассуждение. Эмоционально окрашенные фразеологизмы способны воздействовать на наши чувства, вызывать у нас разнообразные эмоции.

Журналист в поисках большей выразительности часто трансформирует фразеологизмы. В процессе обновления они получают неожиданный, непривычный вид, вызывая тем самым повышенную реакцию читателя. В этом, собственно, и заключается механизм выразительности фразеологических трансформаций как стилистического приема. Это один из простейших и доступных способов добиться осязаемого эффекта в материалах, которые рассчитаны на то, чтобы повлиять на большую читательскую аудиторию. Слова, перемещенные в иное окружение, в другой контекст, получают новые смысловые оттенки. Но, подвергаясь изменениям, они обязательно сохраняют соотнесенность с первоначальным, исходным фразеологизмом. Это и обеспечивает им определенный стилистический эффект.

Трансформированная фразеология широко используется в качестве заголовков: «Хождение за три «дела» (ср.: хождение за три моря), «Мал объект, да дорог» (ср.: мал золотник, да дорог) и т.п.

Своеобразие газетных жанров обуславливает различный выбор и различное стилистическое использование фразеологических сочетаний. Сущность стилистического эффекта, создаваемого фразеологическими оборотами, зависит не только от выразительности самих оборотов и их функционирования в контексте, но и от намеренного нарушения принятого выражения, создания противоречия между принятой системой выражения и данным приемом трансформации [Головина, 2006].

«В условиях функционально-стилевого расслоения русского литературного языка, когда языковое сознание общества нуждается в стиле, который манифестировал бы литературный язык в целом, язык СМИ и становится таким стилем, точнее, функционально-стилевым образованием, – пишет Г.Я. Солганик. – Для нашего времени язык СМИ – это «усредненный язык нации» (Н. И. Конрад), это модель литературного языка (Ю. Н. Караулов), объединяющая, синтезирующая функциональные стили, представляя их в новом качестве [Солганик, 2010]

Конечно, язык СМИ не тождествен литературному языку. Однако подлинное свое бытие как целостное образование, не разделенное на функциональные стили, литературный язык обнаруживает в языке СМИ. Взаимодействуя со всеми функциональными стилями, усваивая и перерабатывая их единицы в соответствии с действующими здесь установками, язык СМИ создает новую реальность, определяющую важнейшие процессы, происходящие в современном русском языке.

Язык СМИ – это своеобразный мост между национальным и литературным языком. В XIX и частично в XX веке литературный язык питали диалекты, городское просторечие, жаргоны. Посредником же этого взаимодействия выступал язык художественной литературы как наиболее влиятельный функциональный стиль. Именно он олицетворял для языкового сознания литературный язык и осваивал, «олитературивал» единицы нелитературных пластов национального языка, а также средства других функциональных стилей – научно-технического, разговорного и др. В наше время роль подобного посредника играет язык СМИ. Престижность и степень воздействия на литературный язык художественного стиля резко снизились. И место художественной речи в общезыковых процессах, в развитии литературного языка занимает язык СМИ. В результате процесса специализации в недрах функциональных стилей вырабатываются характерные средства, которые присваиваются языком СМИ и, трансформированные им в соответствии с действующими здесь установками, становятся достоянием

литературного языка. Иначе говоря, практически все новые средства литературного языка предварительно подвергаются «обкатке» в языке СМИ, т. е. проходят через его каналы.

Теперь поговорим о синтаксических стилевых особенностях печатных СМИ. Наряду с лексикой и фразеологией синтаксис является важнейшим стилеобразующим средством, тесно связанным с содержанием высказывания, жанром речи, ее направленностью и адресованностью. Отсюда богатство и разнообразие синтаксических конструкций, используемых в литературном языке, отсюда их динамическое развитие в нашу эпоху, обусловленное не только внутренними законами развития языка в его структурных частях, но и социально обусловленное, находящееся под постоянным влиянием экстралингвистических факторов. Особенно сильно это влияние сказывается на развитии газетной речи, в частности ее синтаксиса.

В связи с этим вполне уместно и целесообразно разграничить понятия «язык газеты» и «газетный язык».

Первый принципиально многостилен, так как на газетной полосе представлены все стили литературного языка: хроникальная информационная заметка пишется в деловом стиле; правительственные постановления, дипломатические акты и т. п., публикуемые в газете, связаны с официально-документальным стилем; экономический обзор, статистический анализ, статья, освещающая тот или иной аспект происходящего сейчас научно-технического прогресса, в языковом плане оформляются по нормам научного стиля. Одни жанры насквозь публицистичны (например, агитационно-пропагандистская статья), другие – «гибридны», сочетая в себе черты публицистического и литературно-художественного стилей (очерк, фельетон, памфлет), третьи – «разговорны» (интервью, репортаж), четвертые – беллетристичны (рассказ, стихи). Реализуя такие функции языка, как сообщение и воздействие, соединяя в себе средства информации и пропаганды, язык газеты не может замыкаться в рамки одного стиля.

Другое дело – газетный язык в том понимании, которое за ним закрепилось. Писать «газетным языком» – значит писать просто, деловито, экономно, широко используя речевые стандарты и клише. Таково требование, которое выдвигает природа одной из сторон газеты – информативность [Уябаева, 2009, с.117]

Язык газеты нельзя рассматривать изолированно от других разновидностей литературного языка в его письменной и устной форме. Язык газеты, ещё шире – язык публицистики, активно взаимодействует с другими стилями, испытывает на себе их влияние и сам, в свою очередь, интенсивно влияет на них. Эта связь сказывается, в частности, на синтаксической стороне речи.

Синтаксис языка газеты представляет собой сочетание книжного и разговорного синтаксиса. «В процессе характерной для нашего времени демократизации литературного языка наблюдается, с одной стороны, упрочение конструкций разговорной речи в стилях книжно-литературных (прежде всего – в газетно-публицистическом) и, с другой стороны, широкое распространение в обиходно-разговорной речи конструкций, первоначально свойственных книжным стилям речи» [Грозданов, 2007].

От книжных стилей синтаксис языка газеты заимствует сущую письменной речи нормативность, обработанность, от разговорного – формы и конструкции, характерные для устной речи.

Литературная монологическая речь не дает отступлений от нормы или дает их крайне мало. Диалогическая же разговорная речь, напротив, соткана из всяких изменений нормы. Можно сказать, что все изменения языка, которые потом проявляются и в монологической речи, куются и накапливаются в кузнице разговорной речи [Щерба, 1957].

На газетной полосе уживаются развернутые синтаксические конструкции и предельно лаконическая «рубленая» фраза, книжные описательные обороты типа: «Собрание единогласно приняла постановление выдвинуть кандидатом...» (ср. «постановило выдвинуть»; ср. также: принимать участие, вести борьбу,

оказывать помощь, давать советы, брать на себя заботу, проявлять интерес, производить осмотр, подвергать анализу, делать предупреждение и т. п.) и разговорные формы типа «удружить так удружить», «возить не перевозить», «взять да и уехать» и т. п. Значительное влияние разговорной речи на язык газеты, в частности на синтаксис газетной речи, отмечалось неоднократно. Причины этого разнообразны.

Разговорная речь является наиболее массовой формой языка как средства общения. «Говоримая» и слышимая речь явно преобладает над речью письменной по удельному весу, занимаемому в бюджете времени, отводимого носителями языка на речевое общение. По данным зарубежных исследователей, на чтение в среднем мы отводим 16% этого времени, на восприятие звучащей речи – 45%, на говорение – 30%, на письмо – 9%<sup>2</sup>. Иными словами, звучащая речь (в значительной своей части разговорная) в количественном отношении втрое «влиятельнее» речи письменной.

Разговорная речь обладает таким несомненным достоинством, как краткость, лаконичность, обусловленная не только «экономным» использованием языковых средств в соответствии с «законом экономии усилий», который, по мнению многих лингвистов, является основным законом языкового развития вообще, но и широким использованием внеязыковых средств (например, в диалоге – мимика, жест, контекст ситуации и т. д.). В своей совокупности эти факторы порождают сжатость формы, емкость содержания фразы, реализуя общий для всех средств массовой информации и пропаганды лозунг: в единицу времени максимум информации. С воздействием на литературный язык живой разговорной речи связаны также процессы, которые могут быть обобщенно определены как процессы сжатия, стяжения, конденсации, опрощения синтаксических структур. Интенсивность протекания этих процессов в синтаксисе современного русского языка вызывается потребностью в лаконичных и в то же время наглядно-выразительных формулах высказывания – потребностью, усилившейся в наше время благодаря

убыстрению темпа жизни и активизации ее общественного начала [Валгина, 2001].

Разговорная речь служит как бы противовесом книжному языку на страницах газеты. В своем развитии язык газеты отражает общие закономерности развития русского языка в современную эпоху. Можно предположить, что языковое развитие в значительной мере определяется противостоящими друг другу тенденциями – к регулярности (т.е. к большему автоматизму), с одной стороны, и к экспрессивности (т.е. разрушению автоматизма) – с другой». Таким образом, одна из характерных черт газетной речи – антиномия речевых стереотипов и экспрессии, т.е. стремление к стандартизации речевых построений и стремление к их преодолению, к ограничению использования языковых клише, превращающихся в штампы.

#### **1.4 Жанровые особенности текстов современного российского газетного издания**

Исследователи языка газеты относят все материалы, публикуемые в газетах, к публицистическому стилю. Он характеризуется логичностью, эмоциональностью, оценочностью, призывностью. В нем широко используется, помимо нейтральной, высокая лексика и фразеология, эмоционально окрашенные слова, отмечается тенденция к употреблению коротких предложений, безглагольных фраз, повторов, риторических вопросов и риторических восклицаний. Вместе с тем газетная информация предназначена для широких слоёв населения, причём воздействие направлено не только на разум, но и на чувства адресата. Для актуальности информации значим временной фактор – информация должна передаваться и становиться общеизвестной в кратчайшие сроки. Этим можно объяснить такие характерные черты публицистики, как консервативность и подвижность: с одной стороны, в речи публицистов присутствует большое количество штампов, а с другой проявляется стремление к поиску и использованию новых языковых средств.

Все материалы в печатных СМИ можно разделить на три основных родовых группы.

1) Информационные – заметка, интервью, отчет, репортаж. Их объединяет между собой событийный повод для выступления. Они, как правило, оперируют простой, первичной информацией и идут по горячим следам события. Поэтому главная их цель – оперативно сообщить о факте, событии, явлении. В числе определяющих признаков информационных жанров, прежде всего, выделяется новизна.

2) Аналитические – статья, корреспонденция, версия, комментарий, журналистское расследование, открытое письмо, обозрение, обзор печати, рецензия. Их объединяет глубокое исследование жизни и всесторонний анализ фактов. При создании этих материалов журналист проводит анализ-синтез социальной действительности, расчлняя исследуемое явление на составные части, подробно изучая их, отделяя существенное от несущественного, главное от второстепенного, а затем делая выводы, обобщения и рекомендации.

3) Художественно-публицистические – зарисовка, беседа, исповедь, очерк, фельетон, памфлету, пародия, эпиграмма, публицистическая сказка, публицистический рассказ. Им свойственны образность, типизация, эмоциональная выразительность и насыщенность литературно-художественными изобразительными средствами, языковыми и стилистическими особенностями. В них конкретный, документальный факт как бы отходит на второй план, для автора важнее умение подняться над явлением, над фактом.

Таким образом, мы можем сказать, что информационные материалы – констатируют, аналитические – осмысливают и обобщают, художественно-публицистические – типизируют реально-документальную действительность.

В последнее время усиливается тенденция к смешению, к взаимопроникновению жанров. Жанр – категория сравнительно устойчивая, не теряющая своих формообразующих качеств на протяжении веков. Наполняясь новым, актуальным содержанием, жанр приобретает новые черты, но



формальные, жанрообразующие признаки серьезных преобразований не претерпевают. Но со временем новые видовые образования могут все-таки выкристаллизоваться в отдельные жанры. Среди таких – эссе. Эссе-раздумья рождены интересом рассмотреть морально-этические, историко-политические и эстетические проблемы через персонификацию, через конкретную личность. Поэтому этот жанр – личностный, позволяющий наиболее полно высказать и обосновать авторское мнение, воплотить в нем личные чувства и личные эмоции. Ему одновременно присущи и философско-аналитический взгляд на предмет, и художественная типизация образа.

В современной районной печати преобладают информационные и аналитические жанры. Заметка о человеке или о культурном событии в жизни города или села, интервью с руководителем или известным человеком, репортаж с места события, комментарий по интересующему журналистов и читателей событию, факту, статья, обзор писем читателей, опросы граждан на актуальные темы, журналистские расследования, подборки тематических материалов и т.д. Заметно реже на страницах районных газет появляются материалы в жанрах очерк, памфлет, пародия. Практически исчез с газетных полос такой жанр, как фельетон.

В зависимости от обращения к определенной читательской аудитории или отражая читательские интересы, общественно-политические газеты ставят перед собой информационную задачу. Если печатное издание ориентировано на молодого читателя, которому интересно знать, что происходит в мире шоу-бизнеса, в обществе и мировой политике, то в нем читатель обязательно найдет такого рода тематические публикации. В соответствии с этими задачами используются определенные жанры: информационные, аналитические, развлекательные.

Основную же часть читателей районной газеты составляют люди среднего (35- 55 лет) и старшего возраста (55-75 и старше). Причина в том, что молодежная аудитория сегодня чтению газет предпочитает просмотр новостных порталов в Интернете, а также ищет информацию в соцсетях.

Поэтому и контент районных газет ориентирован в большей мере на население, которое отдает предпочтение традиционным, в число которых входит и газета, а не электронным СМИ.

Набор жанров позволяет газетам решать разные информационные задачи. Газета стремится информировать о жизни общества, читатель складывает из событий, фактов, мнений единую картину окружающей действительности, и, исходя во многом из этого, ориентируется в мире, действует и принимает решения. Выполняя единую информационную задачу, газета, таким образом, является не суммой жанров, а собеседником, проводником в современном мире, а иногда и справочником в разных областях жизни – от ЖКХ, воспитания детей до здравоохранения и организации садово-огородных работ.

## **Выводы**

В данной главе нами были рассмотрены теоретические основания исследования: описаны современные тенденции языковых изменений печатных российских СМИ, лексические и стилистические особенности современных российских газет, жанровые особенности текстов современного российского газетного издания.

Прежде всего, стоит отметить, что вопреки пессимистическим прогнозам, реальностью сегодняшнего дня не является «вымирание» газет, как было принято считать. Можно обоснованно утверждать, что бумажная газета ещё долго будет жить на рынке СМИ, одновременно меняясь вместе с ним. Можно даже сказать, что бумажные газеты вечны, как и театр, но это искусство – не для всех.

Вся система российских СМИ в последние годы претерпела существенные изменения, равно как изменились и ее функции в обществе, и те тексты, которые СМИ вольно или невольно предлагают обществу в качестве образца. Новые политические, экономические, социальные условия в России,

отказ от явного идеолого-пропагандистского характера СМИ усилил две противонаправленные тенденции: стремление прежде всего информировать адресата и стремление дать оценку описываемым в газете событиям и фактам. Бумажные СМИ постепенно превращаются в новый информационный продукт.

С другой стороны, российские газетные издания, прежде игравшие объединяющую и предписывающую роль для формирования, поддержания и распространения единых нормативных принципов, в современных условиях способствуют быстрой смене нормативных образцов, в первую очередь, в сфере лексики и фразеологии, а также в известной степени стилистике. Одной из главных особенностей современного словоупотребления в языке российской газетной периодики стало распространение иноязычной лексики. Впервые за всю историю существования российских газетных изданий в медиатекстах стали появляться слова, выражения и конструкции, присущие разговорной и профессиональной речи, жаргонам и диалектам.

Произошли изменения и в жанровой системе публикаций газетной периодики. Заметно реже на страницах газет появляются материалы в жанрах очерк, памфлет, пародия. Практически исчез с газетных полос такой жанр, как фельетон.

Тем не менее, роль газеты (районной) не изменилась для людей среднего и старшего возраста. Газета все также, выполняя единую информационную задачу, выступает в качестве собеседника, проводника в современном мире, а иногда и справочника в различных областях жизни.

## **2 Специфика и особенности языка газеты «Огни Енисея»**

### **2.1 Предметно-тематическая направленность районной газеты**

В языке региональных СМИ присутствует ряд специфических черт, которые заслуживают внимания как теоретиков, так и практиков журналистики. В первую очередь, отличительной особенностью текстов районных газет

является позитивная тональность, присутствующая в большинстве материалов, посвященных событиям местного значения – фестивалям, форумам, театральным премьерам, чемпионатам, празднованиям Дней города и знаменательных для региона дат. Для районных газет также характерно внимание к человеку, преимущественно комплиментарное изображение, зачастую своеобразная «героизация» объектов публикаций: руководителей региона, представителей местной власти или крупного бизнеса, сотрудников силовых структур, профессиональной элиты – учителей, медиков, работников культуры. Героем материала может стать «простой человек», если он оказывается в необычной или трагической ситуации либо нуждается в помощи. Тогда доверительный тон материала – единственное средство вызвать ответную реакцию читателя (сочувствие, желание прийти на помощь). И чем меньше газета и территория ее компетенции, тем больше в ней такого рода информации. Подобный подход к изображению действительности в местных газетах не только результат более тесного контакта с представителями власти и с жителями региона. Это и насущная необходимость, вопрос выживаемости СМИ в современных условиях. Как следствие, стоит отметить отсутствие жанрового разнообразия, независимо от уровня издания. В местных газетах преобладают информационные материалы и очень мало аналитики, количество критических материалов в целом невелико. И все же, несмотря на некоторую однобокость медиакартины, создаваемой местной (районной) прессой, в целом она носит жизнеутверждающий характер, которого так не хватает многим столичным и федеральным изданиям.

В советские времена все отношения печати с обществом и его институтами строго регулировались инструкциями партийных и партийно-правительственных органов. Существовала жесткая цензура, каждый номер газеты вычитывался ответственными сотрудниками и получал разрешение на выход в свет. Газетно-журнальный пропагандистский комплекс Советского Союза к 1985 году представляли 13,5 тысяч периодических изданий. Из них 711

городских, 3020 районных, 3317 низовых, 97 газет автономных республик и областей [Засурский, 2001].

Сегодня, когда старая структура центральной прессы разрушена, ситуация сложилась в пользу местной и региональной прессы. В целом по России доминируют общественно-политические издания, в том числе и в районной печати.

В отличие от советской районной печати, полностью контролируемой местными органами власти, горисполкомами и райкомами партии, что ограничивало свободу выбора журналистов в освещении жизни своего города, района, села, районная печать в России в целом обладает большей свободой в выборе тем и объектов для отражения реалий жизни. В качестве учредителей районных газет выступают как органы местного самоуправления – администрации городов и районов, так и структуры органов власти в субъектах РФ. Как правило, это агентства печати и массовых коммуникаций, которые определяют информационную политику подконтрольных средств массовой коммуникации (СМИ). Как правило, эти структуры «спускают» в районные редакции задания в рамках обозначенной информационной политики. В частности, районные печатные СМИ обязаны выполнить план по публикации печатных материалов по той или иной тематике. Например, по таким темам, как «Оказание государственных услуг населению», «Развитие производства. Импортозамещение», «Малый и средний бизнес», «Противодействие терроризму», «Культурное наследие», «Пропаганда семейных ценностей», «Патриотическое воспитание», «Формирование здорового образа жизни», «Реформирование и модернизация ЖКХ», «Профилактика лесных и бытовых пожаров», «Охрана окружающей среды, воспроизводство природных ресурсов», «Профориентация и повышение престижа инженерных и рабочих профессий», «Спортивная и физическая подготовка» и т.п. Как правило, большинство тем, так или иначе, находит отражение в публикациях журналистов изданий и без этого плана. Однако, выполняя задание по публикациям на отдельные темы, журналистам иногда приходится специально

искать или придумывать информационный повод. Сложности возникают с поиском материала для статьи по таким темам, как «Противодействие коррупции» (таких фактов на территории, где издается газета, либо не находится, либо соответствующие структуры в органах власти и надзорные органы в лице прокуратуры, никакой информации на сей счет дать не могут или не хотят), «Содействие развитию гражданского общества. Деятельность некоммерческих социально-ориентированных организаций» (нередко, такие организации в районах существуют только на бумаге, активную деятельность не ведут, и соответственно, сложно собрать такую информацию), «Незаконная миграция» (проблема мигрантов актуальна не для всех территорий, численность мигрантов порой невелика), «Наука» (научных исследований не ведется, соответственно и нет инфоповода для написания статей) и т.д.

Быстрая смена ситуации, когда одна ценностно-нормативная парадигма бытия (советская) рухнула, а другая (постсоветская) не сформировалась, адекватным образом отразилась в журналистской деятельности основательными изменениями, прежде всего, в тематике публикаций и использовании языковых средств. Отсутствие официальной моноидеологии, имеющей жесткую партийную определенность, отказ от тоталитарного языка и его клише в переходный период неизбежно создают вакуум в традиционном арсенале средств журналистского мастерства: привычная для письменной формы книжно-литературная манера выражения начинает восприниматься в печатной периодике как неестественная. И тогда по необходимости свершается эффект замещения, или происходит смена стилевой установки: в письменную речь активно проникают элементы неофициального межличностного общения, характерные для устной формы. Это становится ясно при сравнении текстов районных газет во времена СССР, постсоветский период 1990-х годов и современной печати. В частности, на примере газеты «Огни Енисея», которая была основана в сентябре 1959 года, в период строительства Красноярской ГЭС и благополучно пережила все перемены в обществе, происходившие на протяжении последних 25 лет.

Итак, отличительной особенностью текстов районных газет является позитивная тональность, присутствующая в большинстве материалов, посвященных событиям местного значения. Со сменой политического строя в России в язык районных газет активно проникают слова и выражения, характерные для устной формы.

## **2.2 Общественно-исторические условия формирования и особенности развития газеты «Огни Енисея»**

История газеты «Огни Енисея» тесно переплетена с историей нашей страны и Красноярского края. В 50-х годах XX века, когда на берегах Енисея началось строительство крупнейшей на тот момент гидроэлектростанции в мире, в сибирскую тайгу приехали тысячи комсомольцев-строителей. И грандиозная стройка не могла обойтись без своего печатного органа. Все это и предопределило появление газеты «Огни Енисея».

Она была основана в сентябре 1959 года как производственная многотиражка. В июле 1963 года с получением Дивногорском статуса города краевого подчинения изменился и статус газеты – она стала городской. Первым ее редактором был Серафим Петрович Баранов. В те годы газета выходила пять раз в неделю. В период «большого бетона» дополнительным приложением к ней выходили «Молнии», листовки о наиболее значительных и успешных этапах в строительстве гидроэлектростанции.

В период перекрытия Енисея в марте 1963 года вышло несколько совместных выпусков главного печатного органа Советского Союза - газеты «Правда» и «Огней Енисея». Местные журналисты работали совместно с выездной редакцией, в составе которой были такие известные люди - писатели, поэты и журналисты, как Борис Полевой, Вера Кетлинская, Константин Симонов, Александр Безыменский, Роберт Рождественский, Ирина Левченко. Общение, совместная, хоть и непродолжительная работа с такими мастерами не могли не вдохновлять на творчество. Газета в этот период печатает много

стихов своих работников, штатных авторов, которые были членами литературного объединения «Потомки Ермака», созданного при редакции с первых дней ее работы. Уже в октябре 1961 года вышел первый сборник очерков и стихотворений «Потомки Ермака», составителями которого стали работники редакции Аида Федорова и Геннадий Деменчук, ставшие впоследствии известными литераторами. В основе его – лучшие газетные публикации. Таких сборников вышло четыре, последний – в 1973 году, после завершения большой стройки. В 1974 году вышел литературно-художественный сборник «Сильней Енисея», его авторы тоже работники редакции - Петр Ермолаев, Николай Рябеченков, Виктория Луговская, Людмила Симонова, Иван Казюрин, Иван Шулинин. Этот сборник был удостоен первой премии на втором Всероссийском конкурсе книг о комсомоле.

В 1964 году редактором газеты был утвержден Андрей Всеволодович Суходрев. Он руководил газетой до 1970 года до ухода собкором «Советской торговли». Главной темой этого периода по-прежнему оставалось строительство гидроузла. В 1970 году должность главного редактора «ОЕ» занял Виговский Владимир Антонович, прежде работавший собкором «Красноярского рабочего».

На протяжении всего периода своей истории времен СССР газета активно участвовала во всесоюзных и краевых конкурсах: на лучшее оформление и полиграфическое исполнение; за эффективное использование производственных мощностей; по военно-патриотическому воспитанию молодежи; по охране природы и др. И становилась лауреатом этих конкурсов.

С 1974 года главредом газеты была Светлана Александровна Вишнякова. Редакция переехала в новое помещение (здание администрации). В связи с окончанием строительства гидростанции и сдачей ее в эксплуатацию сокращается периодичность выхода газеты до четырех, а затем и трех раз в неделю. Газета переносит акцент на строительстве завода низковольтной аппаратуры, деятельности предприятий стройиндустрии, социальной сфере. В те годы на страницах газеты печаталось много материалов о работе партийных



организаций города, а также «производственных» статей внештатных авторов – работников городских предприятий и организаций. Это было обычной практикой для того времени.

С 1978 по 1995 год редакцию возглавлял Виталий Константинович Осинский, заслуженный работник культуры России. С октября 1995 года редактором назначена Климович Любовь Ивановна. В 1996 году газета награждена дипломом лауреата Всероссийского конкурса городских и районных газет за лучшее освещение президентской избирательной кампании. По итогам конкурса за 1999 год газета награждена дипломом II степени за художественное оформление и полиграфическое исполнение (среди городских газет). В 2000-е годы «Огни Енисея» неоднократно становятся победителями различных журналистских конкурсов. В это время газета кардинально изменилась. Изменения коснулись как оформления газеты, так и ее содержания. По мнению читателей, она стала ярче, интереснее, смелее. В редакционной гостиной побывали многие известные люди – губернаторы края Александр Иванович Лебедь, Александр Геннадьевич Хлопонин, депутат Госдумы Валерий Михайлович Зубов, министры регионального правительства, известные в крае писатели и поэты. В 2008 году у газеты появился свой Интернет-сайт, который стал одним из лучших в крае. Сайт «Огней Енисея» становился победителем конкурса «Енисей. РФ» в номинации «Лучший сайт» среди районных печатных СМИ.

Коллектив редакции гордится тем, что из ее стен вышли известные журналисты, литераторы. Свою поэтическую деятельность начинала в «Огнях Енисея» известная поэтесса Аида Петровна Федорова. Краевую писательскую организацию в 80-е годы возглавлял поэт Владлен Николаевич Белкин, несколько лет коллективом руководил бывший литсотрудник редакции Сергей Константинович Задереев. Главным редактором Красноярского книжного издательства долгие годы работал Владимир Павлович Зыков, бывший заместитель редактора газеты, а ныне автор более десяти книг. Членами Союза писателей РФ в разные годы стали также «огневцы»: Василий Нагай, Николай

Рябеченков. А журналисты Людмила Симонова, Надежда Козлова, Валентина Каинова перешли на работу в авторитетные печатные издания Красноярского края.

На формирование и развитие газеты «Огни Енисея» огромное влияние оказало строительство Красноярской ГЭС в период 1959-1973 гг. В редакции в разные годы работало немало известных журналистов, поэтов и писателей, ставших впоследствии членами Союза писателей России, а газета по сей день входит в число ведущих районных общественно-политических изданий Красноярского края.

## **2.3 Динамические процессы в языке и стиле газеты «Огни Енисея»**

### **2.3.1 Язык газеты на примере публикаций 1985 года**

В 1985 году газета «Огни Енисея» издавалась как орган Дивногорского городского комитета КПСС и городского Совета народных депутатов. Она выходила три раза в неделю объемом в 4 газетные полосы. Существовал определенный порядок размещения материалов на полосах. На первой полосе публиковались передовые статьи на актуальные темы жизни города, края, страны, поздравления с праздниками от партийных и советских органов власти, материалы политического характера – отчеты городского комитета КПСС, горкома ВЛКСМ, партийных и комсомольских организаций промышленных предприятий, организаций, социалистические обязательства по выполнению производственных планов трудовых коллективов города, а также фотозарисовки о работниках предприятий, ударниках социалистического соревнования, активных комсомольцах, рационализаторах, изобретателях, о достижениях работников предприятий – цехов, бригад, отдельных трудящихся и т.д. Здесь же регулярно появлялась подборка новостей о событиях городской жизни. О содержании материалов можно было судить по заголовкам: «Собрание актива», «В горкоме КПСС», «Знамена – победителям», «Наш город

– наша забота», «Итоги полугодия», «Сессия поссовета», «В горкоме комсомола», «На финише пятилетки», «В административной комиссии», «Присвоено высокое звание», «С трудовой победой!», «Стахановский календарь». Так, первый номер газеты за 1985 год вышел 1 января с праздничным поздравлением от горкомов КПСС, ВЛКСМ и исполкома Горсовета. В нем использованы характерные для того времени слова и выражения. Приведу отрывок поздравления:

«Ушел в историю 1984 год, четвертый год одиннадцатой **пятилетки**. Он был для дивногорцев **годом самоотверженного и вдохновенного труда**, творческих поисков и дерзаний...

**В обстановке высокого политического и трудового подъема**, вызванного речью Генерального секретаря ЦК КПСС, председателя Президиума Верховного Совета СССР тов. К.У. Черненко на заседании Политбюро ЦК КПСС 15 ноября 1984 года... **дивногорцы встали на ударную вахту в честь предстоящих выборов** в Верховный Совет РСФСР и местные Советы народных депутатов, Дня Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941 – 1945 гг...».

Здесь же под заголовком «Выполним с честью» публиковались сощобязательства коллектива Красноярской ГЭС на 1985 год. В публикации в частности встречаются такие слова и выражения, как «пятилетний план», «выполнить досрочно», «продолжить внедрение», «за счет дальнейшего совершенствования», «внедрить в производство», «рационализаторские предложения», «получить экономию» и т.д.

В номере №3 за 3 января 1985 г. в публикации «На старте завершающего сезона» (отчет о сессии городского совета народных депутатов) автор материала использует характерные слова и выражения:

«...При активном творческом участии рабочих, инженерно-технических работников **неуклонно** повышается технический уровень производства. Только в этом году **внедрено** почти 100 мероприятий по применению прогрессивной технологии, механизации и автоматизации производственных процессов,

**улучшено** качество выпускаемой продукции. Все это позволило снизить ее себестоимость более чем на один миллион рублей и **условно высвободить 226 человек**. За годы же **пятилетки экономический эффект** превысил 4,5 миллиона рублей. В числе активистов повышения технического уровня производства докладчик назвал Красноярскую ГЭС, завод НВА, автотранспортное управление, хлебозавод.

Серьезные задачи, говорил далее докладчик, стоят перед коллективами промышленных предприятий в 1985 году. Необходимо **будет на 2,7 процентов увеличить производство продукции, на три процента повысить производительность труда, на 4,4 процента увеличить выпуск низковольтной аппаратуры**, на 6,1 процента – сборного железобетона, на 15,3 процента – товаров народного потребления...».

Для публикаций первой полосы характерна позитивная тональность, положительный настрой.

Вторую полосу газеты заполняли публикациями отчетов различных советских и партийных органов (секретарей парткомов, руководителей отделов горисполкома, секретарей комсомольских организаций города, председателей профсоюзных комитетов трудовых коллективов, инспекторов отделов кадров. Также на этой полосе публиковались очерки о передовиках производства, отличниках соцсоревнования, активистах под рубрикой «Советский образ жизни»

Так, например в №5 от 8 января опубликована статья-отчет «С заботой о досуге» за авторством заместителя председателя профкома завода низковольтной аппаратуры (ЗНВА) Н.Мещеряковой. Вот что пишет автор:

«Большую программу социально-экономического развития нашей страны на одиннадцатую **пятилетку и на период до 1990 года** наметил XXVI **съезд партии**. В его материалах, документах июньского **Пленума (1983 г.)** подчеркивается **тесная взаимосвязь успешного выполнения планов развития экономики с социально-политическим и духовным прогрессом**

**общества, идеологической работы с борьбой за осуществление ключевых народно-хозяйственных и социально-политических задач.**

Профсоюзные организации ответственны за то, чтобы трудящиеся разумно использовали свое свободное время. И для того, чтобы их досуг стал увлекательным, полезным на заводе низковольтной аппаратуры есть все условия. На заводе есть свой конференц-зал на 650 мест, актовый зал бытового корпуса на 300 мест, **красные уголки** цехов, Дворец культуры «Энергетик», **красные уголки** в общежитиях.

...На протяжении трех лет осуществляется содружество завода с творческим коллективом театра имени Станиславского, с которым заключен договор. За время содружества на сцене Дворца культуры «Энергетик» театром показано более 30 спектаклей, **обслужено в общей сложности около 18 тысяч зрителей.**

... «Культура – селу» – есть и такой девиз в работе самодеятельного творческого коллектива завода. Более 15 раз в минувшем году побывали самодеятельные артисты у рабочих подшефного совхоза «Комсомольский» Балахтинского района. За последние три года **в общей сложности концертными программами обслужено около 5 тысяч сельчан.** Оказывается постоянная методическая помощь и сельскому клубу».

А в №134 от 7 ноября 1985 г. вышел в свет очерк «Рабочий с депутатским мандатом» (автор – В. Виговский). В публикации речь идет о передовике производства. Автор рисует читателям образ практически идеального по советским меркам работника:

«... Заглянул Владимир Мисько к нам в редакцию по приглашению прямо из своего рабочего цеха – работает он в электроремонтном цехе РМЗ электрослесарем. **В элегантной куртке, в чистой рубашке в клеточку с расстегнутым воротом на крепкой шее...**

Ответственность у него высокая. Ушел бригадир в отпуск – Владимира за него оставили. Месяц прошел, как положено. С заданием бригада справилась

хорошо и никаких «ЧП» не случилось. **К партийному поручению он – комсорг группы – относится со всей серьезностью.**

...Беседовали мы с Владимиром где-то около часа и вот я заметил, что он и раз, и другой поглядывает на часы.

– Куда-то спешите? – поинтересовался я.

– Да. Занятие у меня сегодня в **вечернем университете марксизма-ленинизма**, – ответил он.

И я не стал его больше задерживать...»

Слово «комсорг» и выражение «университет марксизма-ленинизма» пока не помечаются в словарях комментарием «устар.», но в речи современников, особенно тех, кто родился после 1980 г. используются редко, да и само понятие «марксизм-ленинизм» утратило актуальность в наши дни.

На второй полосе газеты также публиковались репортажи с конкурсов и соревнований профмастерства, фотозарисовки о передовиках производства, отчеты о выполнении планов и программ, работы административных комиссий. В 1985 году здесь часто появлялись материалы под рубрикой «Трезвость – норма жизни». Как известно, именно в 1985 году в СССР началась кампания по борьбе с пьянством и алкоголизмом. Так, в №6 от 1 июня 1985 года опубликована статья «Утверждать трезвость жизни» о заседании городской комиссии по борьбе с пьянством и алкоголизмом. Автор В. Антонов пишет:

«В актовом зале горисполкома 29 мая прошло очередное заседание городской комиссии по борьбе с пьянством и алкоголизмом.

**...Предложено с 1 июня прекратить торговлю спиртными напитками в магазинах №5,11, 13, 15, 17, 19 и 32. В городе продавать вино-водочные изделия только в трех магазинах: №9 (до 30 градусов), в магазинах №30 и 31 (свыше 30 градусов), с 14 до 19 часов.**

В поселках Усть-Мана, Овсянка, Слизнево продавать вина в это время лишь в одном из магазинов каждого поселка. **В воскресенье продажу водки и вина во всех магазинах города и поселков запретить.**

...Трезвость должна стать нормой нашей жизни».

Ограничения продажи алкогольной продукции действуют и в наши дни. Но только временные: после 23.00 и до 8.00 алкоголь в магазинах не продается. Но в другое время суток продавать алкогольную продукцию может любая торговая точка, имеющая соответствующую лицензию. В противном случае длинных очередей в магазинах было бы не избежать.

На третьей полосе размещались: критические публикации под рубрикой «Под острым углом», материалы справочного характера, консультации специалистов, письма читателей газеты, журналистские расследования, материалы общественно-значимого характера под рубрикой «Человек и закон», перепечатки новостей агентства ТАСС, периодически выходила рубрика «Литературная гостиная», в которой публиковались стихи и проза местных поэтов и литераторов, репортажи о событиях в культурной жизни города.

В №4 от 5 января 1985 г. в рубрике «Под острым углом» вышла статья «Эксперимент» (автор – нешт. корреспондент В. Мишин). В ней разбирается типичная для того времени ситуация: работник злоупотребляет алкоголем и руководство решает, какие воспитательные меры к нему можно принять:

«В Дивногорский городской отдел внутренних дел поступило ходатайство из наркологического отделения и с участка погрузочно-разгрузочных работ завода низковольтной аппаратуры о **принудительном лечении Н.А. Скворцова от алкоголизма.**

...Медицинская комиссия заключила, что Н.А. Скворцов – хронический алкоголик, страдает от алкоголизма второй степени. Все принятые меры эффекта не дали, потому комиссия рекомендовала **лечение в лечебно-трудовом профилактории.**

Материалы на пьяницу и дебошира поступили в **народный суд.** Что за личность Скворцов, – судьям было ясно, но для них было полной неожиданностью заявление **подсудимого**, что он является **председателем товарищеского суда.**

Судьи не поверили, однако свидетель по делу, старший мастер

В.М. Кузькин рассеял все сомнения:

– Да, в воспитательных целях (!) мы выбрали Скворцова председателем товарищеского суда. Но он нас подвел, продолжал пить.

Народный суд определил Н.А. Скворцова на принудительное лечение от алкоголизма в условиях лечебно-трудового профилактория сроком на два года....»

В №88 от 23 июня 1985 года под рубрикой «Почта редакции» было опубликовано письмо читателей под заголовком «Где купить мороженое?». В нем читатели высказывали свои претензии к организации торговли... мороженым и газированной водой:

«Естественным было ожидать, что наряду с сокращением точек по продаже спиртного в городе расширится торговля различными напитками, соками, мороженым. Однако этого не произошло. *Мороженое по-прежнему бывает в магазинах очень редко и за ним нужно выстаивать немалую очередь. Была попытка торговать молочным коктейлем в гастрономе на ул. Комсомольской, но ее почему-то упразднили.* Редко по-прежнему в наших магазинах можно купить газводу, минеральная вода также продается с большими перебоями.

В кинотеатре «Юность» о том же мороженом или коктейле и не мечтай. Буфет здесь почему-то работает только в вечернее время, хотя сеансы начинаются с восьми часов утра. Да и буфет этот хотелось бы видеть более эстетичным, тем более, что он расположен в учреждении культуры.

Самое время, наверное, подумать об открытии в городе кафе по продаже мороженого, различных напитков, соков.

**Н. Мельникова, А. Бондаренко, А. Эльрих, Л. Богатырева и другие».**

Как видим, в 1985 году нелегко было купить в торговой сети не только алкоголь, но даже мороженое.

А в номере от 12 января увидела свет заметка педагога городской школы «Поддержали дух соревнования»:



«Нередко родители игнорируют одну из главных задач воспитания детей: необходимость упорно **прививать любовь к общественному труду, воспитывать у них желание и умение работать в коллективе и для коллектива.** И как полезно, как приятно бывает родительское участие, родительская помощь в общественных делах.

Вот в классе объявлен сбор макулатуры. Каждая **звездочка** старается принять в этом мероприятии самое активное участие. И вот здесь очень важны родительское слово, участие, поддержка. Наташа Посконная вместе с папой приносят в школу 25 кг макулатуры, Оля Слабенко 13,5кг, Чепурной Сережа 10 кг, и сразу пятая звездочка выходит на первое место. Азарт соревнования охватывает ребят. **Октябрята** второй звездочки Филонова Зоя, Слаушевская Аня, Малкин Сережа из третьего звена и другие ребята активно включаются в сбор макулатуры. И вторая звездочка становится победителем...».

**(Автор - Л. Зигфрид, учительница начальных классов).**

Если сравнивать эту заметку с современными публикациями на школьную тему и о проблемах воспитания детей, то их стиль и язык заметно отличаются. Таких понятий, как **«октябрята», «звездочка»** уже не существует, да и соревнований среди классов по сбору макулатуры не проводится. В наше время макулатуру школьники собирают только в рамках тематических акций, а школьников привлекать к **«общественному труду»** можно только на добровольных началах.

На четвертой полосе публиковалась программа телепередач, анонсы кинотеатров, короткие заметки о библиотечных новинках, объявления о вакансиях предприятий и организаций города, некрологи и поздравления, фотозарисовки читателей, фотохроника ТАСС.

Газета «Огни Енисея» за рассматриваемый год издания являлась органом горкома КПСС и как средство массовой информации выполняла определенные идеологические задачи. Наряду с производственными репортажами, информацией о трудовых достижениях трудовых коллективов заводов и

фабрик, отчетами руководителей города и местной партийной организации на ее страницах печатались статьи на злобу дня.

### **2.3.2 Языковое своеобразие текстов в публикациях 1995 года**

1995 год. В Дивногорске, как и во всей России, произошли радикальные политические и экономические перемены. В стране продолжается передел собственности, многие промышленные предприятия прошли процедуру приватизации и акционирования. В обиход вошли новые слова и выражения: «ваучер», «инфляция», маркетинг», «менеджер», «акционер», «полис», «инвестиции», «компьютер», «новые русские», «грант», «тусовка» и др.

Новые политические и экономические реалии нашли отражение и в СМИ, в том числе и на страницах печатных изданий. Газета «Огни Енисея» в это время по-прежнему выходила три раза в неделю в объеме 4-х полос. До сплошной компьютеризации было еще далеко, печать газеты по-прежнему осуществлялась способом «высокой печати», тексты набирались на печатной машинке. Не претерпела серьезных изменений и модель газеты. С той лишь разницей, что с изменением общественно-политического строя с первых полос исчезли отчеты партийных и советских органов. Теперь первые полосы очередного номера украшали фотографии рабочих, тружеников различных отраслей, а также публиковались интервью первых лиц города, депутатов всех уровней, официальная информация, перепечатки новостей Российского информационного агентства (РИА), а также материалы под рубрикой «Обратная связь» – журналисты общались с читателями по злободневным темам.

В №34 от 25 марта 1995 года в заметке «За советом к специалисту» (автор – Ю. Менделевич) в редакцию обратился читатель с актуальным на тот момент вопросом: как лучше использовать сбережения? Из-за высокой инфляции сбережения граждан обесценивались.

«... Артемьева Нина Васильевна. ...Нужна какая-то служба, центр, где бы компетентные люди могли просветить нас, вкладчиков, дать дельный совет. Думаю, что тогда среди нас было бы меньше обманутых простаков. Пусть специалисты центра брали какую-то плату (в разумных пределах, конечно) за свои рекомендации.

– Резонное предложение. Как, Нина Васильевна, вам представляется организационное начало такого центра?

– Как угодно, важна результативность, какой-то ориентировочный прогноз по **курсу акций, банкротству или процветанию фирм...** Дочка у меня покупала в Красноярске инвестиционный полис «Астроваза». Сейчас вот какая-то инвестиционная компания «АЖИО», о которой я слышу впервые, предлагает продать ей этот полис по цене 310 тысяч рублей. Как узнать, не подлог ли какой снова?...»

Сколько вкладчиков в те годы понесло убытки из-за таких компаний, как «МММ? Их было очень много, десятки тысяч. Были обманутые и среди жителей Дивногорска. К сожалению, в погоне за легкими деньгами, люди порой теряли все.

В №20 от 21 февраля под рубрикой «Мы и собственность» была опубликована статья **«В мутной воде беззакония»:**

**«Скандальные истории с далеким АО «МММ» и близкой страховой компанией «Сибирь», сокращение рабочих мест на ранее процветающих предприятиях и связанные с этим явления последствия. Проблемы реформирования** так называемого народного хозяйства вынудили нас всерьез задуматься, что такое капитализм, рынок, собственность.

...Какие выводы напрашиваются, если поразмыслить сегодня глубже над понятиями о капитализме, частной собственности и государстве? С крушением железного занавеса, отделяющего наше государство от стран с высоким уровнем жизни, многое из истоков их благоденствия нам стало понятно. В частности: в то время, как мы повсеместно изучали три источника трех составных частей марксизма, страны с развитой демократией, основываясь на

трех источниках трех составных частей капитализма строили достойное гражданское общество. В основе их успеха лежали три кита: **собственность, Закон, Бог...**»

В другой публикации **«В расчете на простодушных»** приводились факты мошенничества со стороны различных финансовых пирамид:

«По состоянию на 10 февраля 1995 года в Дивногорский ГОВД с письменными заявлениями обратились 392 жителя нашего города, вложившие свои сбережения в **финансово-промышленную компанию «ААА»**. Общая сумма вложений этих людей, обманутых руководством ФПК, составила 198 миллионов 870 тыс. рублей.

...В Дивногорский ГОВД также обратились два вкладчика **Енисейской трастовой компании** с заявлением о задержке им выплаты по вкладам на сумму 1 миллион 100 тысяч рублей. По этим заявлениям в возбуждении уголовного дела отказано – за отсутствием в действиях руководства компании состава преступления: данная компания временно приостановила выплату денег по вкладам и обязуется в ближайшее время возобновить свою деятельность.

...О мошенничестве различных компаний и фирм, работающих с вкладами населения, уже много сообщалось в прессе и по телевидению. Факты, приведенные в этом материале, еще один яркий пример. Хочется в очередной раз предупредить граждан о необходимости критического отношения к недобросовестной рекламе, обещающей «золотые горы»...

**(Автор - В. Усень, зам. начальника Дивногорского ГОВД).**

Остальные газетные полосы заполнялись самыми разными материалами, четкой модели формирования этих полос, похоже, не было. Лишь программа телепередач всегда печаталась в четверг на 2-3 полосе (число телевизионных каналов, судя по программе, выросло с 2-х до...3-х).

Неоднократно газета перепечатывала целые статьи из центральных печатных изданий. Так, в №6 от 19 января на 2-й полосе появилась статья из

газеты «Известия»: **«Анатолий Чубайс: Для экономической катастрофы предпосылок нет».**

Несмотря на кардинальные перемены в обществе и проблемы в экономике на страницах газеты по-прежнему находилось место для публикаций отчетов различных государственных структур – прокуратуры, милиции, ЗАГС и т.п. Находилась на страницах газеты место и для очерков о людях труда. В том же номере под рубрикой «Человек и его дело» опубликован очерк **«В лаборатории Шульгина» (автор – Ю. Менделевич):**

«К этой встрече меня подтолкнула насмешливая реплика давнего знакомого, рабочего штамповочно-заготовительного цеха АО «ДЗНВА».

- **Передовиков** высматриваешь? **Испарились твои передовики**, одни **соколики** остались. Как заплатят, такая и работа, – резюмировал мой собеседник. – Вообще-то, **из могикан** на заводе разве что Краснослав Николаевич и сохранился... Не желаешь взглянуть, что он тут «учудил»?

На что способен **старейшина конструкторской мысли** на заводе Краснослав Николаевич Шульгин, о том наслышан немало. Приходилось и писать. Будто не так давно, а воды утекло... С тех пор, вроде, ни строчки о его творческой лаборатории не давал. Не то что недосуг было, а чаще сам себя останавливал: вспоминалось, как лет, может десять тому назад руководитель заводского БриЗа Л. Кравченко предупреждала: «С Шульгиным покороче, не затягивай, у него каждая минута на счету».

В это время наметилась тенденция использования в газетных публикациях простонародной лексики, особенно это заметно при передаче прямой речи в диалогах читателя и журналиста. Например, такой разговор состоялся у журналиста «Огней Енисея» с читателем в ходе общения по телефону (заметка **«Отвали, моя черешня...»**):

«...Вчера вот поднял трубку, а оттуда как гаркнут: «Ты мне, Ленка, кончай **выкомаривать**, забирай свою мамашу и **отчаливай. Короче, вали из дома, моя черешня, на все четыре!**» Говорю: «Молодой человек, ошиблись, я не Лена, я из редакции». А он: «Откуда, откуда? **Хахаль** бабы моей, да?»....

**(Автор - Ю. Менделевич).**

Журналист использовал просторечные слова «выкомаривать», «отчаливай», «вали», «хахаль» для большей выразительности. Такая манера подачи материала, вероятно, нравилась массовому читателю. Хотя некоторые из них считали иначе. Для многих читателей она была образцом литературного языка, и появление на ее страницах просторечной лексики они не приветствовали.

1995 год – год выборов депутатов Госдумы и Президента РФ. Поэтому неудивительно, что страницы газеты пестрели предвыборными материалами. В №132 от 11 ноября в рубрике «На предвыборной волне» опубликована заметка **«Только не надо нас вводить в заблуждение»**. Свое мнение о лидере известной политической партии высказывает житель Дивногорска:

«В «ОЕ» за 4 ноября рабочий АО «ДЗНВА» В. Пекин совершенно безосновательно набросил на «основоположника броска на юг», которого за экстремизм называют в народе не иначе как **Владимир Волкович, маску миротворца**.

Где это автор высказывания слышал, что Жириновский стоит решительно за прекращение войны в Чечне?

...Радует, что в Госдуме есть трезвые головы, которые действительно за прекращение братоубийственной войны в Чечне. Но к Жириновскому это отношения не имеет».

**(Автор - Н. Коркунова).**

Еще одна публикация на предвыборную тему появилась в газете №138 от 21 ноября. В рубрике «На перекрестке мнений» своей точкой зрения делится читатель газеты в материале **«Вискасом» Россию не накормишь»**:

«Внимательно прочитал в «Огнях Енисея» за 24 октября с.г. статью полпреда Президента РФ в Красноярском крае Юрия Москвича, озаглавленную «Качество жизни и качество власти».

Сразу заметно, что статью писал политически грамотный человек, умело знающий **реформистский курс президента и правительства**. Я же далек от большой политики...

...Наши продовольственные магазины затоварились продукцией иностранного производства, которая, по самой беглой оценке, составляет **порядка 80 процентов всех товаров**. Мы дожили до того, что за тысячи верст везем в Сибирь корм для наших кошек и собак. Стыдно не за «Вискас» – за Россию.

...Юрий Николаевич является членом избирательного блока «Наш дом – Россия». В статье, пусть не прямо, а подспудно, но прослеживается агитация избирателей за этот блок. Прав я или не прав в своих выводах, судить о том читателю».

**(Автор - Ф. Васильев, пенсионер).**

Сегодня точка зрения автора на продовольственную политику и на «Вискас» нашла бы поддержку у нынешнего руководства страны, взявшего курс на импортозамещение. Впрочем, корма для животных под этой популярной маркой сегодня не везут из-за границы, а производят в России.

Еще одна публикация, затрагивающая продовольственную тему, появилась в предновогоднем выпуске газеты №156 от 23 января в колонке новостей. В информации «**Колбаса подешевела**» газета сообщала читателям:

«На редком новогоднем столе не будет продукции Дивногорского колбасного цеха. У горожан есть возможность приобрести ее дешевле, чем обычно. До 1 января вся продукция цеха (а ее выпускается сейчас 20 наименований) поступает в торговлю по сниженным **в среднем на 15 процентов ценам**. АО «Зубр» Красноярского мясокомбината, в состав которого входит и наш Дивногорский цех №3, объявило о предпраздничном снижении цен первым, его примеру последовал маргариновый завод и АО «Пикра». О причинах, побудивших руководство мясокомбината пойти на этот шаг, начальник колбасного цеха №3 Людмила Ивановна Николаева сказала так:

«Это торговля. Конкуренция, борьба за покупателя. А еще – новогодний подарок для всех».

На такие «жертвы» шли производители продовольственных товаров. Сегодня перед праздниками цены на продукты в магазинах чаще растут, чем снижаются.

Сравнивая выпуски газеты 1985 года с 1995 годом стоит отметить, что «Огни Енисея» претерпели небольшие изменения. Внешнее оформление издания, печать мало изменились, но содержание газеты стало иным. Передовицы ушли в прошлое, газета стала наполняться разнообразной информацией из всех сфер жизни. Изменился и язык газетных материалов. Журналисты стали допускать в своих материалах «вольности», чаще отступать от норм литературного языка, использовать просторечную лексику для придания большей эмоциональности своим публикациям.

### **1.2.3 Жанровые, лексические и синтаксические особенности газеты в публикациях 2015 года**

Одним из основных факторов, повлиявшим на содержание и язык районной прессы в 2000-е годы, стала компьютеризация процесса выпуска газеты, начиная с оснащения рабочих мест журналистов персональными компьютерами, всеобщего доступа в Интернет до компьютерной верстки и оснащения типографий современным оборудованием, позволяющим печатать выпуск газеты в считанные минуты. Все это позволило улучшить внешний вид газеты и упростить поиск актуальной информации. В то же время печатные СМИ столкнулись с серьезной проблемой – в оперативности подачи информации они стали не в состоянии конкурировать с новыми СМИ – Интернет-сайтам, блогами и т.п. Появление новых мобильных устройств сделало информацию практически мгновенно доступной для подавляющего числа их обладателей.



В 2013 году газета «Огни Енисея» перешла на новый формат выпуска газеты, став еженедельником. Газеты издаются объемом 24 полосы (из них 4 – в полноцветном варианте) и выходит по пятницам. Претерпела изменения и модель газеты. За каждой полосой закреплена определенная тематика. На первой полосе публикуются репортажи о наиболее значимых событиях в муниципальном образовании г. Дивногорск, в ее оформлении часто используются фотоколлажи. На второй полосе – опросы горожан на актуальную тему, очерки о жителях города под рубрикой «Герой номера». На третьей полосе публикуются новости и ответы на вопросы читателей в рубрике «СМС – вопрос». Две полосы отданы под материалы учредителя газеты – Агентства печати и массовых коммуникаций Красноярского края и т.д. На страницах газеты появились новые рубрики – «Прямая линия» читателей с руководителями города и предприятий, «Круглый стол», «Факты, которые нас удивили», «Подвиг без срока давности» (к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне), ОБС (о слухах, которые беспокоят читателей), «Карта проблем города», «Спрашивали – отвечаем», «Ваша Наташа», тематические фоторепортажи и т.п. На страницах газеты публикуется рекламное приложение «Пятое колесо», увеличилась доля модульной и цветной рекламы в сравнении со строчной. Редакция вынуждена заботиться о своем финансовом благополучии, поэтому в газете стало больше публиковаться материалов с пометкой «На правах рекламы». Как правило, это репортажи с предприятий либо интервью с их руководителями с положительной оценкой. Редакция по-прежнему осуществляет обратную связь с читателями, работая с их письмами. Редакция также ввела новую форму работы с читателями – журналисты принимают звонки читателей по волнующим их проблемам. Материалы публикуются под рубрикой «Диспетчерская «ОЕ».

Приведем наиболее яркие примеры из газетных публикаций 2015 года.

В №24 от 19 июня 2015 г. автор Андрей Дубравин в материале «От праздника ждали большего» пишет (орфография и стилистика авторская):

«В минувшие выходные на Пионерской площади дивногорцы праздновали сразу четыре праздника. Утром прошел детский фестиваль «У Дивных гор», а вечерний блок был посвящен Дню России, 60-летию «КрасноярскГЭСстрою» и Дню города.

...Проводить праздники в Дивногорске благое дело. Достаточно спуститься в нижнюю часть города, **увидеть сибирскую реку с отражением дивных скал**, вдохнуть сказочный таежный воздух и на душе уже птицы поют. Не подвела **в это раз** и погода, светило солнце, а летний зной сдобривался легким бризом с Енисея.

...Однако объединить сразу несколько праздников в одном оказалась не самой удачной. Это хорошо, когда шампунь, бальзам и кондиционер в одном флаконе. А, как показала практика, детский фестиваль «У Дивных гор», 60 лет КрасноярскГЭСстрою и День города плохо сочетаются».

Как видим, заметка автора носит критический характер. При этом автор материала несколько небрежно отнесся к его написанию. Заметка написана с очевидными орфографическими, грамматическими и стилистическими ошибками (см. выделенные фрагменты). Отчасти это объясняется отсутствием на тот момент в редакции штатного корректора. Задумка автора понятна. Попытка критического обзора праздничного мероприятия, сравнение с «три в одном» сама по себе имеет право быть, но в данном конкретном случае выглядит несколько притянутой за уши. В данном случае, по версии автора, получилось вовсе не три, а четыре праздника в одном. Налицо не совсем удачное сравнение. Погрешности и неточности в публикациях журналистов – явление не редкое.

В №19 от 15 мая 2015 года опубликована статья журналиста Андрея Иванова «На каком языке говорим, россияне?» Автор пишет:

«В последнее время все чаще и чаще звучат призывы бороться с иноземными словами, дабы сохранить наш «великий и могучий» в неприкосновенности. **На этом даже пытаются манипулировать**

**общественным мнением**, вот, мол, какой я патриот, раз болею за русский язык.

... Еще летом прошлого года депутаты разработали законопроект, **по которому** предлагается платить две с половиной тысячи рублей. За «неоправданное» использование иноязычных заимствований в публичной речи.

...Передо мной школьный словарь иностранных слов под редакцией В. Одинцова, Г.П. Смолицкой. Е.И. Головановой, И.А. Василевской, выпущен издательством «Просвещение» в 1983 году. **Открыл, начал читать, мама моя дорогая!...»**

Как видим из приведенного отрывка, автор статьи не всегда соблюдает нормы литературного языка. Он не всегда к месту использует просторечные выражения, но читатели на это зачастую не обращают внимания. Это отчасти объясняется тем, что журналистами в районной печати работают далеко не специалисты, не профессионалы, а люди, пришедшие в печать из других профессий. Отсюда и проблемы с владением языком, попытки привлечь внимание читателя употреблением просторечных выражений. Определенной категории читательской аудитории это даже нравится. Но другой ее части, которая привыкла к хорошему литературному языку газеты, это не по душе. И для нее газета становится интересной. Потеря такого образованного и думающего читателя в будущем может обернуться серьезными проблемами для печатного издания.

Часто в названиях своих материалов журналисты используют незнакомые слова и выражения. Например, в «Огнях Енисея» №19 от 15 мая 2015 года опубликована заметка «Будущее образования за кейс-технологиями!» (автор – Ольга Гаманович). По жанровой принадлежности этот материал относится к интервью, так как журналист задает вопросы герою публикации, а тот на них отвечает. Название – интригующее, но уместно ли здесь иностранное слово «кейс»? Есть сомнения в том, что большинство читательской аудитории газеты владеет иностранными языками (основная читательская аудитория печатной версии газеты – люди в возрасте за 45 лет, пенсионеры, ветераны). Журналист

встречается с победителем городского конкурса «Учитель года – 2015» и участником аналогичного краевого конкурса – учителем русского языка Ю.Н. Александровой. И он не спешит раскрывать читателю значение вынесенного в заголовок термина «кейс-технологии». Только ближе к окончанию интервью он задает вопрос, в ответе на который учитель упоминает этот термин:

«...Какое самое большое открытие вы сделали в ходе конкурса?

– **Открытием для меня стала КЕЙС-технология.** Я по ней не работала и, в принципе, по этой технологии мало кто работает в нашем городе. Когда мне самостоятельно пришлось создавать свой проект – это и было открытие того как можно работать по-новому. Возможно, что попробую применять ее в учебном процессе, но с удовольствием бы еще позанималась на каких-то дополнительных курсах на эту тему».

Казалось бы, следующий вопрос журналиста должен объяснить значение понятия «кейс-технологии». Однако вместо этого автор задает следующий вопрос: «Как вы считаете, достаточно ли в школьной программе произведений на тему Великой Отечественной войны?» А как же кейс-технологии? Что это такое? Читатель остается в полном неведении, что подразумевается под столь звучным словосочетанием. Фактически, журналист использовал запрещенный прием и показал свой непрофессионализм. Заинтриговав читателя заголовком, он в итоге не раскрыл смысл незнакомого словосочетания. Разочарование после прочтения данной публикации может повлиять на желание регулярно читать газету. Стоит отметить, что и само значение слова «кейс» не расшифровано не только в тексте интервью, но не сделана и сноска. А ведь слово «кейс» (от англ. case) означает случай, дело. В деловой лексике к понятию «кейс» принято относить описание конкретной ситуации и способа ее разрешения, включая описание исходной ситуации, решения и пути, выбранные участниками, их действия, материалы, относящиеся к делу, и, конечно, полученный результат. На кейсах давно тренируют студентов бизнес-школ, разбирая их и моделируя разные сценарии развития ситуаций. Какое применение это находит в педагогике? Ответа на это вопрос читатель газеты так и не получил.

Неоправданное использование заимствованных слов (как правило, англицизмов) – настоящая беда современной районной печати. Это видно на примере газеты «Огни Енисея». В №16 от 24 апреля 2015 г. в материале «Мозги под охраной» (автор – А. Иванов), посвященной всемирному дню интеллектуальной собственности, автор использует популярное в наше время английское выражение «ноу-хау»:

«...С кражей «ноу-хау» все понятно, на этом можно получить неплохие прибыли. Но зачем выдавать за свои материалы «ОЕ»? Будем надеяться, что это просто рассеянность корреспондентов, не делающих ссылки на первоисточник...»

Из приведенного выше отрывка статьи непосвященному читателю трудно понять, что имеет в виду автор. Что такое «ноу-хау»? Об этом читатель данной заметки может только догадываться – никаких сносок и перевода термина в тексте не дано. Видимо, автор заметки не сомневается в том, что все читатели должны знать значение слова на русском языке. Но читатели этого знать вовсе не обязаны.

Можно констатировать, что число заимствований из английского и других языков в отечественной прессе, в том числе и районной, растет. Газета «Огни Енисея» – не исключение. Иногда иностранные слова в газетном тексте пишутся кириллицей, а не латиницей, и без всякого перевода на русский язык.

Например, в №22 от 5 июня 2015 года в статье «Дороги в никуда» автор Андрей Иванов пишет:

«... Говорят, что на Руси нет дорог – одни лишь направления.

...Вот и в Дивногорске с дорогами не все обстоит так, как того бы хотелось.

...А вот еще один пример, о котором мы уже сообщали в своей газете, но не грех и напомнить. ...Дело в том, что асфальтная тропинка упирается прямо в проезжую часть. То есть, «Welcome» под колеса, дивногорцы!»

Слово «welcome» здесь употреблено, очевидно, для большей убедительности. Однако для человека, не знающего английский язык, все

предложение лишено смысла, так как автор не дал никакой сноски с переводом слова на русский язык. Конечно, читатель, даже не знающий английского языка, может вполне догадаться, о чем идет речь. Но все же, поскольку газета издается на русском языке, необходимо употреблять иностранные слова с осторожностью, и давать перевод их на родной для читателя язык.

Порой журналисты «ОЕ» отличаются неоправданным использованием не только собственно недавно вошедших в обиход иностранных слов, но и слов иностранного происхождения, давно прижившихся в русском языке. Так, в заметке «Куда пойти учиться?» автор А. Иванов пишет:

«...Абитуриент – это как ефрейтор. Еще не рядовой, но еще и не сержант. Бывшим дивногорским выпускникам предстоит стать «ефрейторами», но для этого нужно определиться с «родами войск».

В данном случае сравнение абитуриента с ефрейтором не совсем корректно. Ефрейтор (от нем. *Gefreiter* — «освобождённый (от некоторых нарядов)») – воинское звание, присваиваемое обученным старослужащим рядового состава за воинские отличия. Ефрейтор при необходимости может временно исполнять обязанности командира отделения. Они отбирались из опытных и надёжных солдат для развода часовых, конвоирования арестованных и выполнения других обязанностей, требовавших доверенных людей. Абитуриент же (в переводе с латыни), согласно словарю Ожегова, – это выпускник средней школы или человек, поступающий в высшее или среднее специальное учебное заведение. Налицо несоответствие значений двух иностранных слов. Выпускник средней школы – это не старослужащий в армии. И в данном случае это слов применено не совсем верно.

Для привлечения внимания читателей журналисты идут на профессиональные хитрости – стараются броским заголовком заинтриговать читателя. Журналисты «ОЕ» тоже используют такого рода приемы. Конечно, хороший заголовок – это половина успеха публикации, но только в том случае, если это оправданный прием. Но не всегда это так. Свой репортаж о рабочем

визите губернатора Виктора Толоконского в Дивногорск журналист «ОЕ» озаглавил так: «**Дивногорску дадут 600 миллионов рублей, но не на фуникулеры**». Есть интрига в заголовке? Безусловно! Подтверждается ли она фактами? Давайте посмотрим... Внимательно прочитав текст находим те отрывки, в которых речь идет о миллионах, и о фуникулерах:

«...Одной из самых насущных проблем, требующих экстренного вмешательства краевых властей, стала ситуация с ООО «Дивногорские тепловые сети», которое сегодня проходит процедуру банкротства. В ближайшие месяцы предприятие передадут в муниципальную собственность. В этом случае, по самым пессимистичным прогнозам, из-за разрывов в тарифах, образуется задолженность **в 600 миллионов рублей!** Где их взять, городские власти ломали голову. Понятно, что городской бюджет такой суммой не обладает. Помогли краевые. Виктор Толоконский прямо с совещания связался с первым заместителем Виктором Томенко и дал ему поручение помочь в решении проблемы...»

А где же фуникулеры? Читаем далее

«...Выступающие нарисовали замечательную «картинку»: туристы в темное время суток на фоне подсвеченной Красноярской ГЭС на **фуникулере** едут прямо к воротам фешенебельного ресторана. Такое будущее Дивногорска понравилось всем, включая и губернатора. Однако на данном этапе Виктор Толоконский окрестил все это «научной философией». Так как нет реальных проектов, которые бы можно было воплотить уже сегодня, нет инвесторов...»

Получается, что собственно «фуникулеры» (или подъемники) фактически не связаны с 600 миллионами рублей. Читатель разочарован. Прочитав заголовок, он рассчитывал на то, что губернатор в самом деле собирается выделить городу названную сумму на развитие, а оказывается речь идет о совсем другом.

## **Выводы**

С момента своего основания в 1959 году по настоящее время газета «Огни Енисея» является городской общественно-политической газетой. За период ее существования можно выделить три основных периода:

1) Газета в период социалистического строя (1959 – 1991 гг.).

В это время «Огни Енисея» издавались как орган Дивногорского городского комитета КПСС и городского Совета народных депутатов и являлась не только средством массовой информации, но также агитатором и пропагандистом ценностей социализма и советского образа жизни. Период наибольшей популярности газеты у читателей пришелся на время строительства Красноярской ГЭС и Дивногорска. В те годы в ней работало много известных журналистов, поэтов и писателей. Язык газетных публикаций того периода был близок к литературному.

2) Газета первой половины постсоветского периода (1991 – 2001 гг.).

Со сменой политического строя и проведением экономических реформ в русле построения рыночной экономики, меняется тематика газетных публикаций, на ее страницах чаще появляются статьи на остросоциальные, экономические темы. Меняется язык газеты. В статьях журналистов все чаще встречаются слова иностранного происхождения, особенно экономические термины. В середине 90-х годов годы на пике политической активности в стране появляется много публикаций на предвыборную тематику. Больше внимания газета уделяет прямому диалогу со своими читателями. Меняясь, газета вынуждена решать и непростые задачи. «Огни Енисея» выдержали конкуренцию на рынке печатных СМИ, выжили в условиях рыночной экономики.

3) Период с 2001 года по настоящее время.



Для газеты «Огни Енисея» как для многих районных газет Красноярского края, стал периодом серьезных изменений. С переходом на компьютерную печать улучшился внешний вид газеты. Претерпела изменение и модель газеты, увеличился ее печатный объем. Газета стала еженедельной, у нее появился собственный Интернет-сайт. Язык газеты также претерпел значительные изменения. Газета, следуя теории «близости к читателю», старается общаться с читателем на его языке. В публикациях часто встречаются иностранные заимствования, просторечные слова и выражения. Но, как показало исследование, это не всегда бывает оправданно. Основная доля читателей газеты – старше 45 лет, молодежная аудитория сегодня печатной версии предпочитает интернет-СМИ.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Неправильное использование лексических средств языка, желание привлечь читателя броскими заголовками и заимствованными из других языков словами, вошедшими в обиход, – это отчасти следствие процессов, происходящих в обществе и на рынке СМИ. Жесткая конкуренция с телевидением, радио и электронными СМИ заставляет журналистов районных печатных СМИ бороться за каждого своего читателя, искать пути поддержания интереса к изданию, привлечению новой читательской аудитории посредством создания сайта в Интернете, присутствия газеты в социальных сетях. Редакция газеты «Огни Енисея» тоже старается соответствовать ожиданиям своих читателей, ищет новые возможности для сохранения печатной версии и расширения доли присутствия на рынке электронных СМИ.

В период 1990-х – 2000-х годов в обиход вошло немало иностранных слов. Главная причина заимствования чужих слов — необходимость назвать новые реалии, которых не было в родном языке: президент, парламент, инаугурация, импичмент, электорат, департамент; компьютер, дисплей, файл, модем, пейджер, факс и т.д.; бестселлеры, вестерны, триллеры, хиты, шоумены, дайджесты и др.; сникерс, гамбургер, кола, маркетинг, супермаркет.

Употребление заимствованных слов и выражений, просторечной лексики стало, если не нормой, то фактически повсеместно практикой. Словарь современного журналиста пополнился такими словами как брокер (посредник), дилер (лицо или фирма, выступающие на рынке с использованием торговой марки производителей), тендер (официальное предложение выполнить обязательство), транш (финансовая часть, серия), трансферт (финансовый перевод), оферта (официальное предложение заключить сделку) и многими другими. Причем, не всегда иностранные слова употребляются в СМИ в том значении, как его употребляют в странах, где он является родным для его жителей. Например, «спонсор» в словарях иностранных слов переводится как:

1. поручитель.
2. лицо, финансирующее мероприятие, организацию.

современном русском языке первое значение не используется. Слово «спонсор» употребляется в значении «структура, лицо, финансирующее кого-либо». Аналогичная ситуация и с использованием слова «бизнес». В российской интерпретации «бизнес» - это коммерческая деятельность, негосударственная торговля, тогда в словаре основные значения: дело, постоянное занятие, специальность, обязанность, долг.

Употребление заимствованной лексики не всегда оправданно, как мы могли убедиться на примерах, приведенных выше. Тем не менее, это объективный процесс, обусловленный меняющимися условиями жизни, теми переменами, которые происходят в обществе и в экономике, широким распространением иностранных слов в различных сферах жизни современного общества.

Газета «Огни Енисея» за более чем полувековой период своего существования претерпела немало изменений. Они коснулись как внешнего оформления газеты, так и ее содержания. Как удалось установить в ходе проведенного исследования, язык газетных публикаций в районной прессе на примере газеты «Огни Енисея» постепенно меняется. Литературный язык, в значительной степени характерный для выпусков газеты советского периода, уступает место просторечной лексике и все чаще в нем встречаются иностранные заимствования.

Учитывая, что основной читательской аудиторией издания являются лица среднего и старшего возраста (от 45 и старше), газета вынуждена больше обращать внимание на темы, интересные этой части читателей. Тем не менее, газета продолжает жить и развиваться, меняясь в соответствии с потребностями времени.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Анисимова, Л.А. Лексика современной газеты: особенности трансформации / Л.А. Анисимова // Журналистика и общество. Альманах кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН. - 2005. - № 7. - С.271-276.
- 2 Анисимова, Л.А. Игры с языком / Л.А. Анисимова //Функциональная семантика, семиотика знаковых систем и методы их изучения. Первые Новиковские чтения: материалы международной научной конференции. - М.: Изд-во РУДН, 2006. - С. 561-563.
- 3 Анисимова, Л.А. Современные векторы развития российской прессы / Л.А. Анисимова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Литературоведение. Журналистика. - 2007. - № 1. - С. 66-71.
- 4 Анисимова, Л.А. Лексические особенности языка современной российской качественной и массовой прессы. Неологизмы: дис. ...канд. филол. наук: 10.01.10 / Анисимова Лия Александровна. – Москва, 2010. – 22 с.
- 5 Беглова, Е.И. Pro et contra: жаргонная лексика в языке современных газет / Е. И. Беглова // Русский язык в школе: научно-методический журнал. – 2007. – №5.
- 6 Бельчиков, Ю.А. Стилистика и культура речи / Ю. А. Бельчиков – М.: Изд-во УРАО, 2000.
- 7 Валгина, Н.С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие для студентов вузов / Н.С. Валгина. — М.: Логос, 2001.- 304 с.
- 8 Виноградов, В.В. О языке художественной литературы /В. В. Виноградов – М, 1959. – 656 с.
- 9 Виноградов, С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи / С. И. Виноградов // Культура русской речи и эффективность общения. — М.: Наука, 1996.-С. 281-317.
- 10 Винокур, Г.О. Культура языка / Г. О. Винокур – М., 1929.

- 11 Володина, М.Н. Язык средств массовой информации /М. Н. Володина – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. — 760 с.
- 12 Володина М.Н. СМИ как форма «общественного диалога» / М. Н. Володина // Язык современной публицистики: сб. статей под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Флинта; Наука, 2005. – С. 31-43.
- 13 Головина И.В. Особенности функционирования заголовков в форме простых повествовательных предложений в современной немецкой прессе: автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.02.04 / Головина Ирина Викторовна. – Москва, 2006. – 20 с.
- 14 Грозданов Ф.Т. Язык молодежных Интернет-газет: автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.01.10/ Грозданов Феликс Тодорович – Москва, 2007 – 26 с. [Электронный ресурс]: Электронная библиотека диссертаций. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/jazyk-molodezhnyh-internet-gazet.html>.
- 15 Добросклонская, Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». – 2006. – №2. – С. 20-33.
- 16 Добросклонская, Т.Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 19 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». — №3. 2005. — С. 38-54.
- 17 Дридзе, Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе. – Спб., 1998.
- 18 Жаргонная лексика в языке современных газет, Н.Н., 2010. [Электронный ресурс]: Электронный сайт «Учебные материалы». — Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/obEiM7Paz7c.html>.
- 19 Забелин, В.В. Стилистика языка газеты / В. В. Забелин // Общая стилистика: теоретические и прикладные аспекты. Сборник научных трудов. – Калинин, 1990, — С.112-115.
- 20 Засурский, Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России / Засурский Я. Н. – М.: Аспект-пресс, 2002.

- 21 Караулов, Ю.Н. Культура речи и языковая критика русский язык в эфире: проблемы и пути их решения / Ю.Н. Караулов [Электронный ресурс]: Материалы круглого стола. – М., 2000. //Справочно-информационный портал «Грамота.ру». — Режим доступа: [http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/kultura/28\\_609..](http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/kultura/28_609..)
- 22 Кожина, М.Н. Стилистика русского языка / М.Н. Кожина. – М.: Просвещение, 1983. -224 с.
- 23 Коньков, В.И. Актуальная медиаречь: принципы изучения/ В.И. Коньков [Электронный ресурс]: Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. № 2. 2015. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/file/1165982>
- 24 Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. – М., 1971.
- 25 Кривенко, Б.В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект / Б.В. Кривенко. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1993. – 136 с.
- 26 Кронгауз, М.А. Русский язык на грани нервного срыва / М.А. Кронгауз. – М.: Астрель: CORPUS, 2013. – 480 с.
- 27 Лазуткина, Е.М. Публицистический стиль: новые черты / Е.М. Лазуткина. – М., 2008. – 79 с.
- 28 Лисицкая, Л.Г. «Индивидуальный речевой стиль и стилистическая норма в медиатексте» / Л.Г. Лисицкая [Электронный ресурс] : Вестник Адыгейского гос. ун-т. – 2009. – №2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/individualnyy-rechevoy-stil-i-stilisticheskaya-norma-v-mediatekste/>
- 29 Мосесова, К.Ю. Бульварная пресса: процессы интертекстуальности и игрореализации: дисс....канд. филол. наук:10.01.10/ Мосесова Карина Юрьевна. – Москва, 2008. – 150 с.

30 Огни Енисея [Электронный ресурс]: официальный сайт Дивногорской городской общественно-политической газеты «Огни Енисея». – Режим доступа: <http://www.divnogorsk-oe.ru/>

31 Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия: Учебное пособие, 2-е изд., перераб и доп. / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2004. — 352 с.

32 Речевая агрессия в современной культуре: Сб. науч. тр. / Под общей ред. М.В. Загидуллиной. – Челябин. гос. ун-т. Челябинск, 2005. – 243 с.

33 Розина, Р. И. Семантические процессы при образовании жаргона / О. П. Ермакова, Е. А. Земская, Р. И. Розина; Под общ. рук. Р.И. Розиной // Слова, с которыми мы все встречались: Толковый слов. рус. общ. жаргона М.: Азбуковник, 1999. – 273 с.

34 Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и другие. М.: Наука, 1998. – 216 с.

35 Русакова О.Ф., Спасский А.Е. Дискурсология как новая дисциплина. Предисловие // Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ. / О.Ф. Русакова, А.Е. Спасский. – Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2006. – С. 7-9.

36 Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. Отв. ред. Земская Е.А. – Москва: Изд-во «Наука», 1983. – 237 с.

37 Русская речь в средствах массовой информации: Речевые системы и речевые структуры / под ред. В.И. Конькова, А.Н. Потсар. – СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2011. – 399 с.

38 Русский язык конца XX столетия (1985-1995). Учебное пособие. 2-е изд. — М.: «Языки русской культуры», 2000. — 480 с.

39 Серова С.А. Лингвистический анализ новостных газетных статей (оценочный аспект): автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01/ Серова Светлана Александровна. – Тамбов, 2007. – 22 с.

40 Силантьев, И.В. Газета и роман: риторика дискурсных смещений /И.В. Силантьев. – М.: Языки славянской культуры, 2006. – 224 с.

- 41 Скороходова, Е.Ю. Теория нормы и ее реализация в текстах современных средств массовой информации. Монография / Е.Ю. Скороходова. – М.: «Прометей», 2006. – 212 с.
- 42 Сметанина, С.И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / С.И. Сметанина. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А, 2002. –383 с.
- 43 Солганик Г.Я. Язык и стиль передовой статьи / Г. Я. Солганик. – М., 1973.
- 44 Солганик Г.Я. Лексика газеты. Функциональный аспект / а. Г. Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1981. – 112 с.
- 45 Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) / Г. Я. Солганик // Язык современной публицистики: Сб. статей. – М.: Флинта; Наука, 2005. – С. 13-30.
- 46 Солганик, Г.Я. Язык СМИ на современном этапе / Г. Я. Солганик // Мир русского слова. – 2010. – Вып.2.
- 47 Стернин, И.А. Социальные факторы и развитие современного русского языка // Теоретическая и прикладная лингвистика. — Вып.2. Язык и социальная среда / И.А. Стернин. — Воронеж, 2000. С. 4-16.
- 48 Тарасов, А.Н. Теория деконструкции как философско-теоретическая основа эстетики постмодернизма [Электронный ресурс]: А. Н. Тарасов // Философия и общество. – 2009. – Выпуск №1(53). – Режим доступа: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130319/>.
- 49 Татаринов В.А Язык СМИ как объект филологического исследования и как предмет медиалингвистики // Язык средств массовой информации: сб. обзоров: отв. ред. Н.Н. Трошина / В.А. Татаринов. – М., 2007. – С. 14–30.
- 50 Трёмбовельский Е.Г. О стиле и жанровом диапазоне газеты «Музыкальное обозрение» [Электронный ресурс]: Южно-российский музыкальный альманах. — №1(14),2014/ Е.Г. Трёмбовельский. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/>.



- 51 Третьякова В.С. Конфликт глазами лингвиста / В.С. Третьякова [Электронный ресурс]: Язык как сфера взаимодействия филологических и методических исследований: материалы всероссийской научно-практической конференции: ОрелГИЭТ, 2010. — Режим доступа: <http://lexis-asu.narod.ru/other-works/32.zip>.
- 52 Трошина Н.Н. О языке средств массовой информации: К постановке вопроса / Н.Н. Трошина // Язык средств массовой информации: сб. обзоров: отв. ред. Н.Н. Трошина. – М., 2007. – С. 5–13.
- 53 Чаковская М.С. Текст как сообщение и воздействие / М.С. Чаковская. – М.: Высшая школа, 1986. – 128 с.
- 54 Уябаева А.К. Стилистика газетных материалов английских газет / А.К. Уябаева [Электронный ресурс]: Вестник КАСУ. №2 –2009 // Журнал "Вестник Казахстанско-Американского свободного университета". – Режим доступа: <http://www.vestnik-kafu.info/journal/18/718/>.
- 55 Федотова Я.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации / Я.Н. Федотова. – М.: Научный мир, 2001. – 214 с.
- 56 Химик В.В. Русская разговорно-обиходная речь в лексикографическом представлении / В.В. Химик [Электронный ресурс]: Филологический класс. № 1 (35), 2014. // Научные журналы Уральского гос. пед. ун-та. – Режим доступа: <http://journals.uspu.ru/attachments/article>.
- 57 Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку / Л.В. Щерба. – М., 1957.
- 58 Bell A. The language of news media / A. Bell. – Oxford, UK & Cambridge, MA: Blackwell 1991. – 296 p.
- 59 Fowler R. Language in the news: discourse and ideology in the press / R. Fowler. – London & New York: Routledge 1991. – 254 p.
- 60 Holder HD, Treno AJ. Media advocacy in community prevention: news means to advance policy change / HD Holder, AJ Treno. – Addiction 1997; 92: p. 189-99.

- 61 Infantidou E. Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts / E. Infantidou. – J Pragmatics 2009; 41: p. 699-720.
- 62 Reah D. The language of newspapers / D. Reah. – London & New York: Routledge 1998. – 126 p.
- 63 van Dijk TA. News as discourse / TA van Dijk. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum 1988
- 64 Wanta W. The messenger and the message: differences across news media. : McCombs M, Shaw DL, Weaver D, Eds. Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers of agendasetting theory / W. Wanta. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum 1997; pp. 137-51.
- 65 Timuçin M. Different Language Styles in Newspapers: An Investigative Framework / M. Timuçin // Journal of Language and Linguistic Studies Vol.6, No.2, October 2010. pp. 104-126.