

УДК 378.14+372+378.4

Т. М. Яблонська

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛІНГВІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ЧИТАННЯ МАГІСТРІВ-ФІЛОЛОГІВ

У статті представлено характеристику лінгвістичних особливостей публіцистичних текстів у процесі навчання читання магістрів-філологів та з'ясовано їх роль у газетно-публіцистичному мовленні.

Ключові слова: публіцистичний текст, публіцистичне мовлення, лінгвістичні особливості, газетний стиль, неологізми, професіоналізми.

В статье представлена характеристика лингвистических особенностей публицистических текстов в процессе обучения чтению магистров-филологов и выявлена их роль в газетно-публицистической речи.

Ключевые слова: публицистический текст, публицистическая речь, лингвистические особенности, газетный стиль, неологизмы, профессионализмы.

The characteristics of the linguistic peculiarities of publicistic texts in the process of masters-philologists' teaching reading and their role in newspaper-publicistic speech are investigated and cleared up.

Key words: publicistic text, publicistic speech, linguistic peculiarities, newspaper style, neologisms, professionalism.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній день у сучасному суспільстві існує велика кількість необмежених можливостей спілкування як рідною, так і іноземною мовами та передачі інформації. Такий обмін передбачає наявність у випускників вищих навчальних закладів і магістрів розвинених умінь читання і відповідно розуміння спеціальної літератури, аналізу доповідей, залучення до участі в різноманітних дискусіях на професійні теми, викладу своєї

думки та дотримання норм необхідного стилю мовлення. Будь-які події, що відбуваються у світі сьогодні, завтра стануть відомими майже усій планеті завдяки оперативній роботі ЗМІ. Сучасна людина не уявляє свого життя без користування всесвітньою інформаційною системою, і саме тому постає потреба у якісному перекладі засобів передачі інформації, до яких зокрема належать і газетні матеріали.

Публіцистичний стиль можна схарактеризувати як функціональний стиль мовлення, який обслуговує широку сферу суспільних стосунків і найчастіше використовується в газетах, суспільно-політичних журналах, на радіо, телебаченні, у документальному кіно. Тому вважаємо доцільним виявити методологічні та лінгвістичні особливості публіцистичного тексту в процесі навчання читання магістрів-філологів.

Аналіз останніх наукових досліджень. Аналіз наукових праць лінгвістів засвідчив, що, по-перше, кожен стиль мовлення має більш-менш чітку мету, яка зумовлює його функціонування та мовленнєві особливості. Головною метою для газетно-публіцистичного стилю є відбір та обробка певної інформації [1, с. 388].

Основними компонентами газетно-публіцистичного стилю є власне мова газет, суспільно-політичних журналів, доповідей, виступів, промов, дискусій, мови радіо та телебачення, документально-публіцистичного кіно [2, с. 407].

На газетно-публіцистичний стиль істотно впливають такі фактори, як: швидкість створення текстів та їх обмежений обсяг, тому що вони пов'язані насамперед з необхідністю оперативного реагування на події, що трапляються у світі, та вміщення в нього якомога більше інформації.

З точки зору І. Р. Гальперина, в межах газетного стилю може бути розрізнено два різновиди: а) стиль газетних повідомлень, заголовків та оголошень, які, в свою чергу, і складають сутність газетного стилю; б) стиль газетних статей, до якого належать ораторський стиль та стиль есе [2, с. 397–426].

М. Д. Кузнець та Ю. М. Скребньов вважають неправомірним об'єднувати специфічні риси газетної мови в поняття газетного стилю, тому що при цьому ознаки функціонального стилю підмінюються ознаками жанру. Також автори вказують на те, що в різних розділах газети, а саме передових статтях, текстах політичних документів та виступів, статтях, що стосуються різних питань культурного жит-

тя, науки та техніки, відображаються різні стильові системи мови [1, с. 379]. Поряд з публіцистичним стилем в газеті також можна зустріти і офіційно-діловий стиль, і науковий; нарешті, в газетах навіть публікуються художні твори або їх уривки.

І. В. Арнольд пропонує виокремлювати не газетний, а інформаційний стиль, який може бути використаний в газетах, на радіо та телебаченні. Його також називають стилем масової комунікації [3, с. 388].

Газети у своєму напрямку поділяються на декілька типів. Так, наприклад, у Великій Британії для читача існує так звана *popular paper*. Головним чином вона друкує матеріали сенсаційного характеру з великою кількістю фотографій та видається багатомільйонним накладом. До таких газет належать “The Daily Mirror”, “The Daily Express”, “The Sun”. Масовій газеті протистоїть так звана *quality paper*, респектабельна газета, яка розрахована здебільшого на обізнаних та більш освічених читачів. Вона публікує значну кількість інформації на міжнародні, внутрішньополітичні та економічні теми, а також аналітичні огляди. Зазвичай такі газети виходять значно меншим накладом. До них належать “The Times”, “The Guardian” та “The Observer”.

У Сполучених Штатах різницю можна побачити між так званими *tabloids* та більш поважною пресою. *Tabloids* — це малоформатні газети, які публікують сенсаційні повідомлення з численними ілюстраціями. Це стосується нью-йоркської газети “The Daily Mirror”, яка є класичним прикладом *tabloids*. Вона користується популярністю серед незаможних та малоосвічених людей. Щодо таких газет, як “The New York Times”, “The Washington Post”, то ними цікавиться переважно освічена публіка.

Мета статті полягає у представленні характеристики лінгвістичних особливостей публіцистичних текстів у процесі навчання читання магістрів-філологів.

Виклад основного матеріалу. Публіцистичний текст найчастіше всього будується як наукове міркування, а саме: висувається важлива суспільна проблема, аналізуються та оцінюються можливі шляхи та засоби її вирішення, робляться узагальнення та висновки, матеріал розміщується в строгій логічній послідовності, використовується загальнонаукова термінологія. Це зближує його з науковим стилем.

Публічні виступи відрізняються достовірністю, точністю фактів, конкретністю, логічністю та класичною обґрунтованістю.

З іншого боку, публічному мовленню притаманні пристрастність та призивність. Загальнодоступність також є однією з найважливіших вимог, які висуваються до публіцистики. Вона розрахована на широку аудиторію і повинна бути зрозумілою для всіх.

Публіцистичний стиль має багато спільних рис і з художнім стилем мовлення завдяки епітетам, порівнянням, метафорам, розмовним та просторічним словам та зворотам, фразеологічним виразам та іншим образним засобам, тому що саме вони здатні ефективно впливати на читача або слухача, на його уявлення та почуття і сприяють підсиленню емоційного впливу мовлення. Приділимо лінгвістичним особливостям публіцистичних текстів більш детальну увагу.

Основною рисою публіцистичних текстів є їх насиченість суспільно-політичними термінами. Наприклад, *president, election, campaign, to hold the office*. Частіше всього вони мають інтернаціональний характер. За походженням вони зазвичай сходять до латинської або грецької мов. Наприклад, *system, phenomenon, subject, analysis*.

Термінологічність і чіткість трактування, що виявляються у доборі такої термінологічної лексики і фразеології, здатні якнайкраще передавати сутність явищ (процесів) в одному чітко вказаному контекстуальному значенні.

Термінологічність забезпечує точне й однозначне вживання назви предмета, явища або поняття та чітко розкриває його значення в науковій дефініції. Така чіткість і однозначність терміна передбачають його “чистоту” — відсутність образних, експресивних, суб’єктивно-оцінних відтінків значення [4, с. 94]. Терміни переважно є іменниками, а також іншими субстантивованими частинами мови, що забезпечує “іменний” характер наукового висловлювання.

Чіткість трактування досягається шляхом використання професіоналізмів, загальнонаукової і абстрактної лексики в прямих, конкретних значеннях, використання мовних засобів, а також підпорядкуванням таких засобів суворим загальномовним і стильовим нормам. Наприклад, *development, consideration, understanding*.

Зазвичай такі слова використовуються у прямому значенні та утворюються за допомогою суфіксів, які надають їм книжного відтінку. Наприклад,

-ance, -ence: *coexistence, violence*;

-ion (-ation, -tion, -sion): *inflation, declaration, reconciliation*;

- ment: development, unemployment;
- ness: effectiveness, fairness;
- ship: relationship, leadership;
- ity: responsibility, flexibility;
- ism: humanism, environmentalism.

Крім того, в публіцистичних текстах інколи зустрічаються і префікси, які так само, як і суфікси надають словам книжного відтінку. Наприклад,

- anti-: anti-terrorist;
- non-: nonviolent.

Словниковий склад будь-якої мови (в тому числі й англійської) знаходиться у постійній зміні та динаміці, тим самим будучи його рухомих компонентом. Лексика, як самий рухомий пласт мови, найбільш чутливо реагує на всі зміни, що трапляються в науковому, культурному, економічному, суспільному та політичному житті людини.

На сьогоднішній день англійська мова переживає так званий “неологічний бум”. Неологізми виникають у зв’язку з появою у різних сферах діяльності людини нових понять, предметів, котрі вимагають нової назви. Головною ознакою неологізму є абсолютна новизна слова. Але чим активніше слово використовується у будь-якій сфері життя людини, тим більше воно втрачає ознаку новизни і поступово входить до лексичної системи мови і стає загальноживаним.

Неологізми в газетному мовленні за своєю структурою та способом утворення представлені у декількох варіантах. Найбільш характерними способами утворення неологізмів в англійській мові є словотвір. Наприклад, словоскладання — break-in — втручання в особисте життя громадян, lobby-in — конференція з політичних питань; афіксація — brinkmanship — балансування на грані війни, officialdom — офіційні кола; school leaver — випускник; non-union — не є членом профспілки; конверсія — to hit — a hit — на сьогоднішній день перекладається як успіх, хіт; частково субстантивовані слова, що є також різновидом конверсії: the unemployed — безробітні; обернена деривація — televise-television — показувати по телебаченню — телебачення.

Характерною рисою газетної мови є велика кількість скорочених слів (аббревіатур). Наприклад, telly-television — телебачення: MP — Member of Parliament — член Парламенту, EHRC — The Equality and Human Rights Commission — Комітет з питань рівності та прав людини.

В англійській мові також має місце такий спосіб творення нових слів, як злиття, тобто складання одного слова з двох усічених. Наприклад, Amerasian — American+ Asian — людина американського та азійського походження.

З точки зору В. І. Заботкіної, основна маса слів-злитків використовується найчастіше всього в засобах масової інформації та рекламі. Завдяки новизні та несподіваності форми вони привертають увагу читача и тим самим справляють певний прагматичний ефект на читача і відіграють важливу роль в сучасному розмовному та газетно-публіцистичному мовленні [5].

Багато неологізмів з'явилися в англійській мові завдяки запозиченню з інших мов. Серед них можна зустріти дослівні переклади з іноземної мови. Наприклад, spaceship — космічний корабель, to walk in the open space — виходити у відкритий космос [6]. Це так звані слова-“кальки”.

Також слід приділити увагу визначеності в описі фактів, що виявляється в постійності та несуперечності викладу, ясній і точній аргументації фактів, які наводяться, та об'єктивності у викладі матеріалу, що виявляється в неупередженому викладі і доказовості наукової істини.

Варто наголосити на тому, що при цьому почуття автора, його особисті переживання, емоції, авторське “я” не акцентуються, суб'єктивне ставлення в оцінці фактів зводиться до мінімуму, підкреслюючи скромність того, хто пише, та неособисту емоційно нейтральну манеру всього викладу, що в тексті виражається за допомогою займенників першої особи множини, пасивних конструкцій, інверсії і безособових речень. Наприклад:

When Parliament **is dissolved** every seat in the House of Commons becomes vacant and a general election **is held** — Коли Парламент розпускається, кожне місце у палаті громад стає вільним і проводяться загальні вибори.

It is difficult to solve these security challenges at once — Важко вирішити ці проблеми в сфері безпеки негайно.

With the support of millions of trade unionists, we have passed two major acts of Parliament — Завдяки підтримці мільйонів представників профспілок ми передали два головних акта до Парламенту.

Щодо логічності і лаконічності вираження думок, які виявляються в попередньому продумуванні висловлювання, суворій послідов-

ності його викладу, обґрунтуванні й аргументації наукової думки за допомогою мінімальної кількості мовних засобів, які використовуються, то для цього часто використовуються вставні слова і звороти, які вказують на зв'язність розповіді (at first, secondly, in my opinion, so, to begin with); особливі стійкі слова і словосполучення, які передають логіко-сміслові відношення в тексті (and now let us turn to, dwell on (upon), it strikes me that, on the one hand, on the other hand); а також складнопідрядні речення, що виражають причинні, наслідкові, часові відношення. Водночас, на думку Н. А. Буре, лаконічність наукового тексту на синтаксичному рівні визначається збільшенням ролі простого речення, що пов'язано з ускладненням змісту авторської думки і, відповідно, зі спрощенням форми її висловлення [7, с. 56–57]. Це ж стосується і публічних виступів. При цьому синтаксична структура простого речення контрастує з розгалуженими конструкціями складних речень, привертаючи увагу читача до найбільш важливих положень. Використовуючи зазначені засоби, автору вдається уникнути повторів сказаного раніше, розтягнутої та багатослівної композиції, довгих і складних відступів від суті того, про що йдеться, плутанини у фактах. Наприклад:

When we were first elected in May 1979, it was to tackle the real problems which others had shrieked — Коли нас вперше було обрано у травні 1979 року, було необхідно зайнятися вирішенням нагальних проблем, яких інші уникнули.

Емоційність так само набуває тут дещо іншого смислу, ніж у художньому мовленні, що виявляється у певній стриманості, яка не дає змоги автору наукового твору виходити за межі суворого й об'єктивного стилю викладу. Це стосується і критичних зауважень автора. Критикуючи думки інших, необхідно пам'ятати про те, що така критика має бути аргументованою і коректною. Отже, як переконуємося, публіцистичне мовлення має бути дипломатичним, що вказує на необхідність висловлювати власну думку ввічливо та тактовно, не принижуючи гідність інших учасників дискусії, які мають протилежні погляди або точки зору щодо питання, яке обговорюється.

Систематизація матеріалу, який викладається, виявляється в його структуруванні, використанні одноманітності у формі його викладу. Структурованість надає можливість більш доступно й дохідливо пояснити ключові проблеми, основні положення, допомагає чітко

дотримуватися запланованого, забезпечує сприйняття, розуміння й запам'ятовування інформації, що подається.

Висновки. Таким чином, публіцистичному мовленню властиві саме такі особливості, які насамперед апелюють до розуму, а не до почуттів читача або слухача. Воно надає автору можливість достатньою мірою узагальнювати, уточнювати, оцінювати, аргументувати та логічно оформлювати свою думку.

Публіцистичне мовлення, як правило, представлене у вигляді авторського монологу. Воно дозволяє прямо, чітко, відкрито та емоційно висловлювати почуття та думки. Газетно-публіцистичний стиль є самостійним функціональним стилем, що володіє певним соціальним призначенням, комбінацією мовних функцій, головною метою яких виступає повідомлення, заклик та переконання (вплив). Тому в газетно-публіцистичному стилі є великий вибір лінгвістичних, граматичних та композиційних особливостей, які сприяють зближенню автора зі співрозмовником. До цього засобу нерідко звертаються письменники, коли їм необхідно звернутися до читачів і, звичайно, встановити контакт з аудиторією.

Отже, публіцистичний стиль є складним стилем з різноманітними мовленнєвими особливостями та різними галузями використання. Він у деякій мірі має спільні риси з такими функціональними стилями, як художній та науковий. При цьому публіцистичний стиль широко розповсюджений як в усній формі, так і у письмовій та телевізійній. Втручаючись у соціальне життя кожної людини, публіцистика глибоко потрапляє в сучасне суспільство і, звичайно, ця тенденція з часом тільки зростає.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Кузнец М. Д. Стилистика английского языка / М. Д. Кузнец, Ю. М. Скребнев. — Л. : Учпедгиз, 1960. — 433 с.
2. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. — М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1958. — 459 с.
3. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. — Л., 1981. — 423 с.
4. Коваль А. П. Культура ділового мовлення / Коваль А. П. — К. : Вища школа, 1974. — 222 с.
5. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. — М. : Высшая школа, 1989. — 126 с.

6. Минаева Д. В. Речевая коммуникация в существующем обществе / Д. В. Минаева. — М. : Восток — Запад, 2001. — 200 с.
7. Основы научной речи : учеб. пособие для студ. нефилол. высш. учеб. заведений / Н. А. Буре, М. В. Быстрых, С. А. Вишнякова и др. ; под ред. В. В. Химики, Л. Б. Волковой. — СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : Академия, 2003. — 272 с.