

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УЗБЕКИСТАНА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра « СТИЛИСТИКИ И РЕДАКТИРОВАНИЯ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**ЯЗЫК И СТИЛЬ ИНТЕРВЬЮ (на примере газет «Народное слово»,
«Правда Востока», «Аргументы и факты»)**

Выпускница:	студентка 4-курса факультета журналистики Довгалоук Елена
Научный руководитель:	К.ф.н., доцент Халикова М.И.
Официальный оппонент:	Ермолаева В.А.

ТАШКЕНТ-2013

О Г Л А В Л Е Н И Е

В В Е Д Е Н И Е	3
ГЛАВА 1. КУЛЬТУРА РЕЧИ СМИ	8
1.1 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ.....	8
1.2 КУЛЬТУРА РЕЧИ ЖУРНАЛИСТА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЕГО ВНУТРЕННЕЙ КУЛЬТУРЫ.....	14
ГЛАВА 2. КУЛЬТУРА РЕЧИ ГАЗЕТ «НАРОДНОЕ СЛОВО», «ПРАВДА ВОСТОКА» И «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»	23
2.1 ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТ «НАРОДНОЕ СЛОВО», «ПРАВДА ВОСТОКА» И «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ».....	23
2.2 РЕЧЕВЫЕ ОШИБКИ В ГАЗЕТАХ «НАРОДНОЕ СЛОВО», «ПРАВДА ВОСТОКА» И «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ». СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	58

ВВЕДЕНИЕ

«Ускоренное развитие информационной сферы, обеспечение либерализации средств массовой информации (печати, телевидения, радио) должно составить обязательную составляющую процессов формирования основ гражданского общества. Говоря коротко – средства массовой информации должны на деле превратиться в «четвертую власть», - обратил внимание общественности Президент Узбекистана Ислам Каримов.

В этом направлении многое уже делается, но это нельзя соразмерить с тем, что предстоит еще сделать. Как отметил Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов, «для того, чтобы средства массовой информации стали активными и последовательными защитниками интересов граждан и общества необходимо пересмотреть процесс подготовки кадров средств массовой информации, оказать помощь в усвоении современных методов и средств получения, анализа, подготовки и подачи информации».¹

Среди проблем, требующих решения в аспекте СМИ, наиболее острая - это проблема культуры речи журналистов, в целом, СМИ, в которых наблюдается самое большое количество нарушений литературных норм. Учитывая, что полный запрет отступлений от норм невозможен в связи с отражением жизни, проявлением авторского начала, стремлением к близости с адресатом, мы все же придерживаемся мнения, зафиксированного в работах большинства исследователей речи современных СМИ, что СМИ оказывают во многом разрушительное воздействие на русскую речь. По словам О.Б.Сиротининой, «журналисты должны знать, что они доносят до нас не только передаваемые ими новости, не только формируют общественное мнение, но и либо развивают русский язык, сохраняя его основу, либо просто убивают его, подменяя один из богатейших языков мира бедным и уродливым жаргоном»².

¹ Каримов И. О средствах массовой информации.// Четвёртая власть.- Т.:Узбекистан, 1998, с. 63-67.

² Сиротинина О.Б. Культура речи.- М., 2003.-С. 82.

Актуальность темы. Частным проявлением культуры речи СМИ является культура речи газеты. Если телевидение и радиовещание — это основные пропагандисты культуры устной речи, то газете как письменной речи в сознании большинства читателей отдаются приоритеты. В связи с тем, что культурно-речевые свойства телевизионной речи изучены более тщательно по сравнению с газетной речью, считаем актуальным обратиться к культурно-речевому анализу журналистов, работающих в печати.

Степень изученности проблемы. Наиболее эффективным в разработке вопроса о культуре речи газет, по нашему мнению, является анализ газетных номеров как единых текстов с точки зрения соответствия материалов основным критериям хорошей речи и представленности в них различных типов речевой культуры. Если телевизионная речь уже достаточно полно изучена в таком аспекте (см. работы И.А. Иванчук, Г.С. Куликовой, А.Н. Байкуловой, И.С. Кондратьевой-Фишер), то о газетной речи так сказать нельзя. Имеются работы, посвященные проявлению норм хорошей речи в газете (см. работы О.Б. Сиротининой, М.А. Кормилицыной, Е.В. Уздинской). Вопрос же о типах речевой культуры в газетах только обозначен. Такие элементы единого газетного текста, как журналистская речь, нежурналистская речь, рекламная речь - подробно не рассматривались. В связи с вышесказанным проблема культуры речи журналистов, работающих в печати требует дальнейшей разработки, что также определяет актуальность выбранной нами темы.

Научная новизна. В работе впервые предпринята попытка рассмотреть газету с точки зрения впечатления читателя о ее культуре речи как единого газетного текста, а также выявить в газете признаки разных типов речевой культуры и установить преобладающий тип.

Цель работы - получение целостного представления о культуре речи журналистов на основе анализа материалов современных газет «Народное слово», «Правда Востока» и «Аргументы и факты».

Сформулированная выше цель исследования обусловила постановку следующих **задач**:

1. Рассмотреть проблемы и перспективы изучения культуры речи журналиста через призму газетных материалов.

2. На основе проведенного сопоставительного анализа установить преобладающие речевые ошибки каждой из исследованных газет.

Объектами исследования послужили республиканские газеты «Народное слово» и «Правда Востока», а также российская газета «Аргументы и факты».

Предметом исследования является служит культура речи современных газет, то есть язык современных газет в ее соотношении с критериями хорошей речи и маркерами типов речевой культуры.

Научная и методологическая база исследования. Научной базой для исследования послужили работы О.Б. Сиротининой, С.М.Гуревич, О.Б. Дружининой, С.И.Сметаниной.³

³ Сиротинина О.Б. Культура речи.- М., 2003.-С. 82; Гуревич, С.М. Газета вчера, сегодня, завтра.- М.: Аспект-Пресс, 2004; Дружинина О.Б. Агрессивность в речевой практике газеты // Язык и стиль современных средств массовой информации. -М., 2007; Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. - СПб, 2002.

Методологической базой для исследования послужили произведения, речи и доклады Президента Республики Узбекистан, в частности, книги «Самое главное - это правильное отображение действительности» «Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны», «За процветание Родины каждый из нас в ответе», доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан на тему «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране», доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан «Модернизация страны и построение сильного гражданского общества – наш главный приоритет».

Положения, выносимые на защиту:

1. Газетный номер воспринимается читателем как единый текст, состоящий из журналистских и нежурналистских статей, связанных между собой структурно-графическими средствами оформления письменной речи. За материалы нежурналистов (интервью политиков, артистов, письма читателей, реклама и пр.) так или иначе отвечают журналисты, корректоры, редакторы. Следует иметь в виду, что по отношению к некоторым материалам (например, записи речи президента страны, губернатора области и пр.) трудно ожидать правки со стороны редакции газеты. Тем не менее такие тексты также определяют культуру речи газетного номера. Каждый газетный номер индивидуален. За культурно-речевой облик номера отвечают не только авторы материалов (будь то журналисты или люди другой профессии), но и такие сотрудники газеты, как редактор, корректор, наборщик и т.д. Результаты исследования демонстрируют зависимость культуры речи газеты от культуры речи ее сотрудников.

2. Газета любого типа: будь то более уважаемое или полутаблоидное издание, центральная или региональная - дает и хорошую и не вполне хорошую речь. В целом ни одна современная газета не может служить эталоном хорошей речи, даже такие серьезные газеты, как «Народное слово», «Правда Востока» и «Аргументы и факты».

3. При чтении газеты (как материалов журналистов, так и текстов нежурналистов) у читателя создается впечатление о ее типе речевой культуры в целом.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно вносит определенный вклад в дальнейшую разработку теории типов речевой культуры и понятия хорошей речи. Проведенное исследование может служить базой для дальнейшего изучения культуры речи газеты.

Практическое значение. Результаты и материалы исследования могут быть использованы при преподавании и изучении ряда учебных курсов по стилистике, культуре речи и риторике; во введенной в чтение лекций и проведении практических занятий по дисциплине «Язык массовой информации», в различных спецкурсах по культуре речи, при обучении будущих журналистов и на семинарах для работников средств массовой информации.

Данная тематика позволяет использовать в процессе написания работы как теоретические, так и практические **методы исследования**. Теоретические включают в себя изучение трудов исследователей, а практические – анализ периодики. При этом в работе использовались следующие методы: оппозитивный, сравнительно-сопоставительный и трансформационный при сопоставлении речевой культуры различных газет.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1. КУЛЬТУРА РЕЧИ СМИ

1.1. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ

Актуальность обсуждения проблем речевой культуры в современной языковой практике общества сомнений не вызывает. Суждения о том, что русская языковая культура претерпела серьезные изменения и ее состояние отражает общие проблемы культуры нации, стали «общим местом».

Но амплитуда оценочных и эмоциональных комментариев к произошедшим и происходящим динамическим процессам очень велика.

Так, нередко аргументируется необходимость разработать концепцию «лингвистической безопасности», направленную на защиту русского языка⁴. Обоснованием такой позиции служат:

- катастрофические масштабы безграмотности и бескультурья;
- проникновение нелитературной лексики и т.п. всюду, в том числе – в письменную речь;
- тотальная криминализация языка и культуры;
- глобализация и всемирная агрессия английского языка⁵.

Объективность этих доводов бесспорна, в иллюстрациях каждый из них не нуждается.

Однако многим лингвистам такой подход представляется наивным, непрофессиональным. С точки зрения В.В. Химика⁶, нет оснований говорить о гибели русского языка или серьезном ущербе для речевой культуры, поскольку русское языковое пространство всегда характеризовалось

⁴ Чужакин А. Русский уходит по-английски // Труд, № 25. – М., 2005.- С. 10.

⁵ Там же.- С. 11.

⁶ Химик В.В. Живая русская речь нового времени. Тексты лекции на семинаре «Преподавание культуры речи в вузах России». – СПб, 2005.

диглоссией, т.е. двуязычием – наличием двух форм русского языка, точнее, двух функций: обиходной речи и официального языка.

Сегодня диглоссия воплотилась в новом варианте: на смену формально-грамотным официальным речам (письменным по своей структуре) пришла взрывоопасная разговорно-обиходная речь (спонтанная), оказавшая влияние на СМИ, которые перестали ограничиваться нейтральными языковыми единицами (впрочем, изменения коснулись всех без исключения функциональных стилей речи). Именно язык СМИ по всеохватности и степени воздействия на носителей языка опережает все социолингвистические сферы. В данный момент СМИ определенно претендуют на нормотворческую роль в русской языковой культуре, одновременно имея собственным ориентиром речь рядового обывателя.

Нельзя не согласиться с В.В.Химиком⁷, что результат активных языковых процессов оказался парадоксальным: речевых ошибок стало больше, их разнообразие расширилось до преднамеренности. Но говорить и писать в России рубежа веков стали интереснее. И эта речевая ситуация предопределена факторами системного характера. А значит, непродуктивно видеть основной проблемой экспансию некодифицированных форм. Анализа требует тот факт, что массовый носитель живой разговорной речи в условиях языковой свободы (в противовес прежним четким требованиям стандарта) перестал чувствовать функциональные границы между бытовым общением и общением публичным. Обсуждая современные проблемы речевой культуры сейчас целесообразнее не искать ответ «Как правильно», а задаваться вопросом «Как лучше сказать?», т.е. формировать языковой вкус, ощущение границ возможного, иначе – параметров речевой ситуации.

⁷ Химик В.В. Живая русская речь нового времени. Тексты лекций на семинаре «Преподавание культуры речи в вузах России». – СПб, 2005. -С. 28.

Переоценить роль представителей СМИ в такой деятельности невозможно. Но и предложить им четкую программу действий, безусловные ориентиры и внятные критерии оценки очень сложно. Трудность порождает современное состояние теории и практики культуры речи как науки.

Многочисленные учебные пособия по культуре речи и смежным дисциплинам предполагают обязательное овладение ортологией как базой формирования собственно культуры речи. Подробно разработана и имеет четкие перспективы детализации общая типология кодифицированных норм и возможных отступлений от них, т.е. речевых ошибок.

1. Акцентологические нормы (нормы ударения);
2. Орфоэпические нормы (нормы произношения);
3. Словообразовательные нормы;
4. Морфологические нормы;
5. Синтаксические нормы;
6. Лексические нормы, в том числе фразеологические;
7. Стилистические нормы;
8. Орфографические нормы;
9. Пунктуационные нормы.

Очевидно, что в выделении лексических и стилистических норм есть некоторая условность, поскольку критерий кодифицирующей оценки: верно/неверно - на этих языковых уровнях оказывается недостаточным. В силу вступают более гибкие и более субъективные критерии: уместно, точно, логично, действенно и т.д. Эти критерии находятся в прямом соответствии с коммуникативными качествами речи (точность, логичность, уместность и

т.д.), сознательная и продуктивная работа над которыми понимается как высшая степень владения речью, свидетельство ее культуры. Не только учебные, но и научные труды имеют основанием этот подход (см, например, анализ политического дискурса по степени проявления коммуникативных качеств⁸. Понятийный аппарат и методика оценки коммуникативных качеств речи разработаны на достойном уровне. Однако дробная мозаичность используемых методов, динамичная вариативность перечня самих качеств (их виды и количество зависят от типа речи, жанра текста, субъективного выбора производителя анализа) редко приводят к желаемому результату.

Оценка коммуникативного совершенства речи чаще всего лежит в области «интуитивно понятного».

Все это дает основания утверждать: в теории и практике культуры речи как науки существует смысловая лакуна. Наука и общество нуждаются в разработке еще как минимум двух видов норм: норм этических и норм коммуникативных. Насущные потребности общения в современной проблемной речевой среде требуют от лингвистов и представителей СМИ сознательного и системного нормотворчества в этой области, диктуют приоритетную перспективность этого направления в науке о культуре речи.

Оснований для определения этической нормативности, на первый взгляд, довольно много. Широко распространилась практика составления этических кодексов представителей отдельных профессий, весомо влияние правовой грамотности. В действительности же это обнадеживающее многообразие лишь выявляет состоятельность морального плюрализма

⁸ Проскуряков М.С. Дискурс власти (очерки культуры политической речи) //Современная русская речь: состояние и функционирование. – СПб, 2004. -С. 82-106.

современного общества⁹. Даже отдельная личность в выборе линии речевого (и не только) поведения может руководствоваться собственной системой нравственных ценностей, персональным моральным кодексом. Следствием морального плюрализма уже становится нравственный релятивизм, этическая неразборчивость. Политический (особенно предвыборный) дискурс изобилует дисгармоничными речевыми актами, обусловленными экстернальностью локуса контроля: безответственные, заведомо ложные заявления и обещания; не убеждение, а внушения оппоненту; ссылки на авторитет как доминирующие аргументы; блеф с заведомо ложной информацией или недоказанными аргументами; прочие манипулятивные приемы и уловки «черной риторики». Частотность, узуальность такого речевого поведения настолько велика, что уже формируется ощущение нормативности подобных речевых актов, их соответствия стандартам и регулятивам нашей культуры, их непротиворечивости нравственным императивам. Во всяком случае, отдельные корпоративные кодексы морали прямо декларируют соответствующие системы ценностей и их воплощение в речевой практике.

Безусловно, в ситуации неопределенности, подвижности аксиологических приоритетов разработка понятия «этические и коммуникативные нормы» и рекомендаций к их практической реализации становится задачей важнейшей и сложнейшей.

Лингвистические исследования в области коммуникативных норм продолжают в течение нескольких десятилетий. Общее признание получили работы создателей теории речевых актов Дж. Остина, Дж. Р. Серля, Г.П. Грайса. Современные рекомендации по оптимизации эффективной

⁹ Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика. – Ростов-на-Дону, 2000.

коммуникации базируются на коммуникативном кодексе, состоящем из 4 постулатов Грайса (количества, качества, отношения и способа) и принципа вежливости Дж. Н. Лича (такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия, симпатии).

Между тем в современных научных исследованиях представлены весьма продуктивные подходы к проблеме. Так, С.И. Сметаниной отмечено, что коммуникативные нормы, как и этические, предполагают «осуществление коммуникативной деятельности в соответствии со сложившимися стандартами общения»¹⁰. Важной составляющей коммуникативной нормы является ее «культурная маркированность» - наличие культурем, т.е. текстовых или поведенческих знаков принадлежности к данной культуре. Такая «культурная рамка» не соотнесена с дискурсами определенных типов и включает в себя все коммуникативное пространство. Поэтому, по справедливому замечанию С.И. Сметаниной¹¹, «нарушения коммуникативных норм могут касаться и правил текстообразования». Исследователь относит к таким явлениям подчеркнутую книжность разговорной речи или фамильярность делового дискурса, «этическую избыточность» общения как знак полукультуры (т.е. неполного вхождения в культуру при имеющейся ориентации на высший уровень осваиваемой культуры); использование элементов контркультуры (жаргон, внелитературная лексика); насыщенность дискурса элементами субкультуры (например, клише массовой культуры); неумелое введение знаков культуры в текст и др.¹²

Предложенная С.И.Сметаниной типология речевых ошибок, безусловно, не только отражает современную проблемную речевую практику

¹⁰ Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. - СПб, 2002. – С. 320.

¹¹ Там же. - С. 321.

¹² Там же. – С. 322.

СМИ, но и демонстрирует требуемую универсальность, предоставляя исследователям возможность дальнейшей детализации:

1. Некорректное представление в тексте реального факта;
2. Некорректное представление в тексте реального лица;
3. Некорректное использование в тексте культурем.

Широкие формулировки этой типологии уже сегодня имеют четкие перспективы конкретизации, в том числе, применительно к речевой практике СМИ.

1.2. КУЛЬТУРА РЕЧИ ЖУРНАЛИСТА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЕГО ВНУТРЕННЕЙ КУЛЬТУРЫ

Речевая культура журналиста проявляется в своем видимом аспекте – речевом поведении, по которому становится возможным судить не только о грамотности журналиста, но и о его культуре в целом. Журналистика относится к разряду профессий, где внутренняя культура постоянно реализуется в профессиональной деятельности, причем на всех ее уровнях. Можно выделить бесконечное множество составляющих внутренней культуры журналиста. Мы остановимся на двух аспектах: социальном и политическом, поскольку они отвечают за налаживание контакта с аудиторией и формирование гражданской позиции журналиста.

В установлении контакта с аудиторией остро ощутима необходимость овладения всеми нормами речевой культуры. И не только потому, что для журналиста, пытающегося завоевать доверие респондентов, важно элементарно грамотно говорить и четко формулировать собственные мысли. Современная журналистика, воспринимавшаяся долгие годы как «учитель жизни», сегодня стремится наверстать упущенное, повысить уровень доверия потребителей информации, а потому для самого

журналиста, которому общество доверяет представлять собственные интересы, важно «подниматься» над этим обществом, чтобы оправдать то доверие и уважение, которое ему оказано. В журналисте люди ценят не умение скандалить, как может иногда показаться, и не способность «достать» невнимательного к людям чиновника. Важно то, что профессиональный журналист умеет четко излагать мысли и грамотно формулировать волнующую общество проблему. Если же в своем поведении (в том числе и речевом) журналист опустится до уровня толпы, первым, кто не будет оказывать должного уважения журналисту, будет та же толпа.

Овладение нормами речевой культуры необходимо журналисту и по другой причине. Выше мы выделили две составляющие внутренней культуры журналиста, на которых важно сосредоточить внимание. Если социальная составляющая отвечает за умение контактировать с аудиторией, то политическая отвечает за формирование гражданской позиции журналиста, с высоты которой он судит обо всех событиях, оценивает все происходящие в обществе процессы. Несмотря на то, что формирование политической культуры журналиста – процесс во многом внутренний, его протекание тоже невозможно без овладения нормами речевой культуры.

Процесс формирования внутренней и внешней культуры журналиста обладает своими особенностями. Журналист отбирает материал действительности, соотносит его со своим личным опытом, выделяет разницу и предпринимает меры для ликвидации этой разницы. Однако эта работа, имеющая своей целью конкретный конечный результат в виде информационного продукта, не проходит для журналиста бесследно: обогащен его внутренний мир, готова «стартовая площадка» для новой деятельности на другом, более высоком уровне. И именно потому, что процесс формирования внутренней культуры журналиста происходит непрерывно, журналист должен «вписываться» в окружающий мир, овладевая, прежде всего, речевыми нормами, поскольку без этого

невозможно будет не просто овладеть новым материалом, но и донести новый информационный продукт до потребителя информации.

Есть и другая причина, по которой развитие собственной речевой культуры для журналиста является одной из приоритетных задач. Обогащая свой внутренний мир, свою политическую культуру, журналист имеет дело с субъектами политики, как в лице отдельных представителей общества, так и целых политических институтов. Политика же, как известно, говорит на своем, особом языке. Разобраться в нем – целая наука, поскольку здесь за каждым термином или формулировкой стоит глубокий смысл. В этом случае перед журналистом ставится двойная задача: во-первых, раскодировать полученную информацию, без чего невозможно детальное ее осмысление, а во-вторых, перекодировать эту информацию, сделать ее понятной, доступной для потребителей информации. В журналистике решающее значение имеет временной фактор, а потому чем быстрее журналист проделает работу по качественной раскодировке и перекодировке полученной информации, тем будет выше его уровень профессионализма.

Внутренняя культура журналиста, формирование его гражданской позиции чрезвычайно важно в профессиональном плане: от этого зависит, насколько качественно журналист выражает интересы собственной аудитории. Без овладения нормами речевой культуры формирование развитой внутренней культуры журналиста невозможно. Низкий уровень речевой культуры – это показатель неспособности журналиста вникнуть в тонкости разрабатываемой темы, показатель несформированной гражданской позиции, неумения наладить контакт с собственной аудиторией. Более того, слово (звучащее или написанное) – это рабочий инструмент журналиста, и неумелое владение им – это признак профессиональной ограниченности и, более того, непригодности.

От каких факторов зависит уровень речевой культуры журналиста? Таких факторов очень много. Среди наиболее существенных – речевая среда, в которой растет и воспитывается будущий журналист, наличие и качество его профессионального образования, мировоззренческие (ценностные) приоритеты, способность к самообразованию и саморазвитию.

Последний из названных факторов (способность к самообразованию и саморазвитию) оказывается едва ли не первым по значимости, т. к. от него зависит и нейтрализация негативного влияния неблагоприятной речевой среды, и возможность восполнить пробелы в профессиональном образовании, и возможность пересмотреть в случае необходимости мировоззренческие приоритеты.

Способность к самообразованию и саморазвитию (или ее отсутствие) в свою очередь - тоже феномен, зависящий от многих факторов. Риторическая рефлексия – сложное явление. С одной стороны, это один из основных методов обучения риторике: на нем базируются другие методы, способствующие развитию критического мышления. С другой стороны, это и основной метод познания, благодаря которому познающий субъект открывает для себя «непознанные лакуны» и ищет пути их «заполнения». Это, наконец, и необходимый этап риторической деятельности, завершающий путь «от мысли к слову».

Что представляет собой риторическая рефлексия при более близком рассмотрении?

По достаточно широкому определению В. Н. Марова, рефлексия (применительно к риторике) - это «формы речемыслительной деятельности (далее – РМД), направленные на осмысление собственных речевых действий»¹³. Е. А. Юнина дает более «технологизированное» определение

¹³ Маров В. Н. Похвальное слово «общим местам» // Риторика: специализированный проблемный журнал о человеческой речи. – М., 1996, №1 (3). -С.7.

рефлексии. С ее точки зрения, это сложный аналитический двухфазовый процесс, первая фаза которого – психологическая – представляет собой исследование субъектом речевой деятельности ощущений, которые возникли у него по окончании процесса РМД. Эта фаза очень важна: ощущения, по Фрейдю, - богатый материал для изучения, поскольку в них отражается истинное состояние человека, они способны давать субъекту информацию о нем самом. Выявление ощущений представляет собой процесс а) вывода их из сферы бессознательного (цель - сделать неявное явным); б) анализа выявленных ощущений – поиск причин их возникновения (определение источников появления ощущений).

Процесс выявления ощущений позволяет ответить на вопросы:

- · что делать для усиления источников положительных эмоций?
- · как предотвратить причины, вызывающие отрицательные эмоции?

Вторая фаза – рациональная – корректировка продукта РМД, т. е. текста (уточнение, добавление, замена одних положений другими и т. д.), а также способов его презентации (при устной коммуникации).¹⁴

С нашей точки зрения, рефлексия – это не только деятельность, завершающая «путь от мысли к слову» и направленная на результат (текст/дискурс). Это и специфические формы РМД, сопровождающие «любое речевое действие субъекта», а также их последовательность (и совокупность). Поясним эту мысль: поскольку риторическое обучение строится на освоении субъектом основных этапов РМД – изобретения (инвенции), расположения (диспозиции), словесного выражения (элокуции),

¹⁴ Юнина Е. А. Педагогическая риторика: Учебн. пособие. – Пермь, 1995. -С.114.

произнесения (акции), естественно, рефлексия сопровождает каждый их названных этапов, приобретая определенную «фокусировку» на каждом из них.

Что оказывается в «фокусе» внимания рефлектирующего сознания на *этапе изобретения*? Однозначный ответ на этот вопрос дать трудно, потому что на сегодняшний день в риторике нет единой концепции изобретения: существующие теоретические подходы представляют различные варианты «ключевого» этапа РМД.

Если подходить к изобретению в русле классической аристотелевской концепции, то в фокусе рефлексии окажется поиск аргументов в защиту известного тезиса в рамках вероятной речевой ситуации и анализ их потенциальной силы для убеждения адресата.

Если подходить к изобретению в русле концепции риторики поступка (Бахтин, Пешков), то в фокусе рефлексии окажется этическая позиция (ответственный речевой поступок) адресанта в определенной речевой ситуации.

Если цель изобретения видеть в разработке замысла речи для определенной речевой ситуации, то «эпицентром» рефлексии будет *адекватность замысла речевой ситуации* (Поясним в скобках, что разработка замысла здесь трактуется согласно концепции А. А. Волкова и представляет собой обдумывание темы, анализ аудитории и аргументативной ситуации, определение *предмета речи* – проблемы и способа ее решения, – постановку задачи, т. е. поиск ответа на вопрос: «Какой реальный результат в смысле согласия аудитории может и должен быть достигнут этим высказыванием?»).

Первоначальный замысел речи включает представления об общем ходе аргументации и ее последствиях для аудитории и самого ратора: какова

форма публикации? каким должен быть объем высказывания? какие темы оно будет содержать? какие группировки оно создаст в аудитории? как будет выглядеть в глазах аудитории ритор? какова будет непосредственная и последующая реакция аудитории? какое место займет данное высказывание ратора в составе других его публикаций? и т. п.¹⁵

Поиск ответа на вопрос «что оказывается в фокусе рефлексии на этапе изобретения?» приводит к мысли, что сложившиеся в теории риторики концепции изобретения, по всей вероятности, не исключают друг друга, а сосуществуют по принципу дополнительности, вступая в диалогические отношения. И с этой точки зрения концепция изобретения А. А. Волкова уже несет в себе тенденцию к синтезу.

На этапе *расположения* в центре внимания рефлектирующего сознания оказывается логико-смысловое членение текста/дискурса и различные планы структурного решения: прагматический, эстетический.

На этапе *словесного выражения* – в «фокусе» рефлексии - выбор (замена, «шлифовка») слов, их сочетаний, выражений с точки зрения правильности, целесообразности, уместности, выразительности.

Приведем пример рефлексивной деятельности журналистки, когда ею критически прорабатывается словесный материал уже написанного очерка с точки зрения правильности и точности выражения мыслей:

- «...участвовали в сражении под Курской дугой»
- Неверно употребила предлог. Правильно – «на Курской дуге»
- «... чемпионат собачьих упряжек»

¹⁵ Волков А. А. Основы русской риторики. М., 1996. -С.62-63.

- Пропустила слова. Правильно – «чемпионат по гонкам на собачьих упряжках».

- «...фрагменты обломков самолетов»

- Лексическая избыточность – употребила лишние слова. Правильно – «фрагменты самолетов» или «обломки самолетов».

- «Принести извинения перед зрителями».

- Ошибка в глагольном управлении. Правильно – «принести извинения зрителям».

На этапе произнесения рефлексия обретает специфику другого рода: в процессе коммуникации (особенно в ситуациях повышенной ответственности за слово) контроль за собственным речевым потоком, как правило, ослабевает, а если и имеет место, то в большей степени сосредоточен на содержании диалога, на реакциях адресата, а интонационный рисунок, сила голоса, темп, дикция, артикуляция «выпадают» из сферы контролирующего сознания. Поэтому для эффективной рефлексии в этой области обязательно нужны видеозаписи.

Результатом целенаправленной культивации рефлексивного мышления становятся следующие факты:

- воспитания у субъекта навыка *осознанной РМД* (при этом имеется в виду РМД и как процесс и как результат, т. е. отражение процесса в конечном продукте – журналистском тексте/дискурсе);

- формирования навыков самонаблюдения и самоанализа, которые с РМД деятельности экстраполируются (распространяются) и на любые другие виды деятельности субъекта, в частности, на его способность к анализу текстов/дискурсов, созданных другими, и – шире – на формирование (развитие) критического мышления. Сформированный навык проявляется в

т. н. «ментальной задержке», паузе перед речевым актом, назначение которой – взвешивание того, что сказать.

- воспитания потребности в постоянном самосовершенствовании, саморазвитии, самообразовании.

Потребность в самообразовании формируется в процессе риторического обучения естественным образом, поскольку рефлексивная деятельность с необходимостью «требует» привлечения знаний из самых различных областей. Так, на этапе изобретения рефлектирующее сознание начинающего журналиста отмечает в первую очередь необходимость расширения собственной эрудиции в самых различных областях знания и различных культурных сферах, пополнения лексикона, изучения психологии общения, этики, прагматики, риторической топики, коммуникативных стратегий и т. п.; на этапе расположения – изучения стилистики речи (стилистики текста), прагматики, теории аргументации, коммуникативных тактик; на этапе словесного выражения – культуры речи, прагматики, теории тропов и фигур речи, стилистики и т. п.; а на собственно коммуникативной стадии – теории коммуникации, психологии общения, невербальной коммуникации и т. п. Нельзя не заметить, что риторическая рефлексия тем более эффективна в формировании и совершенствовании речевой культуры журналиста, чем шире спектр его знаний, чем выше уровень его общей культуры и специальной языковой подготовки.

Таким образом, можно уверенно констатировать, что риторическую рефлексия (разумеется, если она освоена журналистом до уровня навыка) можно рассматривать не только как надежный, проверенный способ совершенствования речевой культуры журналиста, но и – шире - как эффективный метод повышения уровня его профессиональной подготовленности.

ГЛАВА 2. РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ГАЗЕТ «НАРОДНОЕ СЛОВО», «ПРАВДА ВОСТОКА» И «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»

2.1. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТ «НАРОДНОЕ СЛОВО», «ПРАВДА ВОСТОКА» И «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»

Рассматривая языковые особенности печатных материалов в газете «Народное слово», необходимо отметить высокую степень стандартизации используемых средств - устойчивые и клишированные выражения, штампы, стандартные термины и названия.

В законодательной палате Олий Мажлиса прошел «круглый стол» на тему «Семейное предприятие-фундамент прочной семьи», организованный Комитетом по вопросам промышленности, строительства и торговли по инициативе фракции УзЛиДеП.¹⁶

В Сурхандарьинской области состоялся смотр-конкурс «Окила киз», в котором приняли участие представительницы школ, колледжей, а также лицеев Термезского госуниверситета.¹⁷

За сравнительно короткий срок коллектив предприятия, где трудятся 120 человек, успел освоить 13 наименований медицинских препаратов¹⁸

За прошедшие годы в шести селах Пастдаргомского района было построено на основе долгосрочного льготного банковского кредита и переданы хозяйствам 230 таких домов¹⁹

Необходимо отметить, что корреспонденты газеты «Народное слово» преимущественно используют общеупотребительную лексику, также в материалах нередко встречается лексика присущая официально-деловому

¹⁶ Народное слово, № 48, 12 марта 2013 год

¹⁷ Народное слово, № 48, 12 марта 2013 год

¹⁸ Народное слово, № 94, 16 мая 2013 год

¹⁹ Народное слово, № 64, 4 апреля 2013 год

стилю. Можно отметить, что использование разговорных слов и выражений ограничено. В данном издании нельзя увидеть сниженную лексику ("моби́ла", "тачка", "мыло", "фраер"). Это прежде всего связано с тематической направленностью газеты «Народное слово» и ее целевой аудиторией.

Необходимо подчеркнуть, что корреспонденты газеты при написании материалов не прибегают к использованию устойчивых выражений, фразеологизмов ("акулы бизнеса", "черное золото", "филькина грамота", "зайти на огонек" и др.), которые, как известно, придают материалу яркую стилистическую окраску.

Разговорная и сниженная лексика в газете «Народное слово» также не наблюдается. При этом на страницах газеты «Народное слово» можно заметить немалое количество аббревиатур и заимствованных слов. Подчеркнем, что слова, которые могут быть непонятны читателю, авторы употребляют в совокупности с нейтральными или разговорными словами, таким образом, частично пояснив их значение. По тематике используемые в газете «Народное слово» термины и заимствованные слова также разнообразны:

Политика (*парламент, указ, ОДКБ, СНГ*)²⁰;

экономика (*иностранные инвестиции, валовый региональный продукт, банкротство, кредит, корпорация, лизинг, ЮНВТО*);²¹

Интернет (*трафик, провайдер, веб-сайт, безлимитный, портал, ИКТ*);²²

Также в материалах можно найти немалое количество терминов и заимствованных слов (эксплуатация, кредитные средства, потребительские кредиты, мониторинг, тенденция, инициатива). Все эти слова и фразы

²⁰ Народное слово, подшивка за 2012 год

²¹ Народное слово, подшивка за 2013 год

²² Народное слово, подшивка за 2013 год

используются для большей информативности, так как они позволяют "сжать" информацию и при меньшем объеме осветить как можно больше событий.

*В проводимой по **инициативе** главы государства грандиозной работе по коренным преобразованиям на селе, формированию новой современной инфраструктуры, дальнейшему повышению уровня жизни сельчан важное место занимает деятельность открытого акционерно-коммерческого банка «Кишлок курилиш банк».*²³

*Для этих целей коммерческие банки планируют выделить **кредитные средства** в объеме 155,3 млрд сумов.*²⁴

*На местах созданы информационно-аналитические сводные группы и утвержден их персональный состав, а также порядок проведения **мониторинга**.*²⁵

Характерной особенностью публицистического стиля является эмоционально-оценочная лексика. Эта оценка носит не индивидуальный, а социальный характер. Например, в газете «Народное слово» можно встретить слова с положительной оценкой: *актив, милосердие, потенциал, эффективность, патриотизм, широкомасштабные реформы, созидательные работы, благоприятная база.*²⁶

*Навои дорог и близок нам за свой гуманизм, **патриотизм** и справедливость, милосердие и толерантность, дружбу и братство, которые красной нитью проходят через все его литературное наследие.*²⁷

*Особое внимание было обращено на проводимую руководством страны огромную **созидательную работу** в социальной сфере, особенно личную*

²³ Народное слово, №63, 3 апреля 2013 год

²⁴ Народное слово, №60, 29 марта 2013 год

²⁵ Народное слово, №74, 18 апреля, 2013 год

²⁶ Народное слово, подшивка газеты за 2013 год

²⁷ Народное слово, №28, 9 февраля 2013 год

*заботу Президента Ислама Каримова о повышении благосостояния населения, воспитании гармонично развитой молодежи, ее здоровье.*²⁸

*Сегодня все более возрастает роль органов самоуправления граждан в решении на местах вопросов духовно-нравственного воспитания молодежи, **эффективного** функционирования социальной сферы, обеспечения общественной безопасности и правопорядка.*²⁹

*Кадровый **потенциал** сотрудников позволяет решать масштабные научно-исследовательские задачи.*³⁰

Рассматривая морфологические признаки газеты «Народное слово», мы обратим внимание на употребление тех или иных грамматических форм частей речи.

Так, на страницах газеты «Народное слово» нередко можно наблюдать:

1) единственное число имени существительного в значении множественного: *Преподаватель всегда знает студента.*

2) родительный падеж имени существительного: забота государства, пакет предложений, защита прав и др.:

*Каждый день и час у них расписан по минутам, и проявляемая **забота государства** является хорошим стимулом.*³¹

3) настоящее время глагола: продолжается строительство, растет оборот:

***Продолжается строительство** домов на основе типовых проектов в Каракалпакстане на 18 массивах.*³²

***Растет оборот** рынка ценных бумаг.*³³

4) причастия на -омый: весомый;

***Весомый вклад** в развитие здравоохранения вносит и Республиканский специализированный центр урологии, который создан в 2003 году по указу Президента.*³⁴

²⁸ Народное слово, №28, 9 февраля 2013 год

²⁹ Народное слово, №86, 3 мая 2013 год

³⁰ Народное слово, №20, 30 января 2013 год

³¹ Народное слово, №11, 17 января 2013 год

³² Народное слово, №11, 17 января 2013 год

³³ Народное слово, №11, 17 января 2013 год

*Проходящая выставка несомненно внесет **весомый вклад** в дальнейшее стабильное развитие агропромышленного комплекса страны.*³⁵

5) производные предлоги: в области, на пути, на базе, во имя, в ходе, в интересах, с учетом.

*Как сообщают в комитете, **в ходе** учебы особое внимание было уделено использованию современных информационно-коммуникационных технологий.*³⁶

*Сегодня **в области** ведется активная подготовка к приему гостей, которые также получают возможность увидеть достопримечательности древнего города.*³⁷

*На встрече с представителями средств массовой информации Ислам Каримов и Владимир Путин отметили, что переговоры прошли в духе открытости и взаимного доверия, позиции и взгляды сторон по всем рассмотренным вопросам схожи и близки, подписанные документы будут служить дальнейшему развитию двусторонних отношений **в интересах** народов обеих стран.*³⁸

В свою очередь в материалах газеты «Народное слово», посвященных дипломатическим отношениям и международным связям для языка характерно употребление *международной* дипломатической *терминологии* и *терминологии международного права*, в основном латинского и французского происхождения, например: *консул, конвенции, атташе*.

Кроме того, дипломатические тексты в газете «Народное слово» отличаются наличием слов и сочетаний *общелитературного языка*, которые в определенных значениях употребляются в качестве терминов: *протокол* (совокупность общепризнанных правил международного общения), *сторона*

³⁵ Народное слово, №228, 24 ноября 2011 год

³⁶ Народное слово, №68, 10 апреля 2013 год

³⁷ Народное слово, №7, 11 января 2013 год

³⁸ Народное слово, № 72 16 апреля 2013 год

(определенное государство и его правительство, участвующее в переговорах) и т.п.

Также в текстах, посвященных дипломатическим отношениям часто употребляются слова, имеющие стилистическую помету *книжное, высокое*, которые придают дипломатическим материалам торжественное звучание. Например: *Высокий Гость, визит вежливости, сопровождающие лица и т.п.* Используется и так называемая **этикетная лексика**, в состав которой нередко входят историзмы: *Его Величество, Его Высочество, госпожа, господин* и т.д., а также близкая к этикетной лексике **комплиментарная лексика** (протокольные официальные формулы дипломатической вежливости): *свидетельствовать почтение, принять уверение в почтении* (в глубоком уважении) и т.п.

Кроме того, языку подобных текстов в газете «Народное слово» свойственна эмоционально-экспрессивная окрашенность. Это сближает дипломатический подстиль с публицистикой. Например: *Мы с огромным интересом рассмотрим все вопросы, обозначенные в протоколах 2009 года.*

Подводя итог необходимо отметить, что газета «Народное слово» содержит большое количество аббревиатур, терминов, понятий и стандартизированных конструкций. Это один из признаков изданий подобной направленности, которые не имеют большой свободы в возможности выразить свое мнение с помощью использования разговорных слов или устойчивых выражений. Часто на страницах данного издания можно встретить такие слова как *"стратегия развития", "квалифицированные кадры"*.

Термины и заимствованные слова в основном дополняют общую картину, помогают автору более полно изобразить ситуацию. Часто можно встретить слова и словосочетания: *ипотечные кредиты, инвестиционное сотрудничество, холдинг, банкротство, дистрибьютор, кредит, корпорация, лизинг, трафик, провайдер, безлимитный.*

Центральная республиканская газета «Народное слово» является одним из самых популярных изданий Узбекистана. Учредителями редакции являются Кенгаш Законодательной палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан, Кенгаш Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан, Кабинет Министров Республики Узбекистан. Редакция в своей деятельности руководствуется Конституцией Республики Узбекистан, законами Республики Узбекистан, решениями палат Олий Мажлиса Республики Узбекистан, указами, постановлениями и распоряжениями Президента Республики Узбекистан, постановлениями и распоряжениями Кабинета Министров и другими актами законодательства.³⁹

Газета «Народное слово» позиционирует себя как общественно-политическое популярное издание, печатается на русском языке, пять раз в неделю, в формате А-2, на 4 полосах. В газете размещаются постановления и указы Президента Республики Узбекистан, законы, новости политики и культуры. Кроме того, широко освещаются цели и направления, проводимые в стране реформы в связи с ростом интереса к историческим, общечеловеческим, духовным, культурным ценностям, национальным традициям.

Таким образом, основываясь на вышесказанном, учитывая тематику издания можно отметить, что в газете «Народное слово» преимущественно используются два функциональных стиля – публицистический и официально-деловой стиль. Публицистический стиль используется в общественно-политической сфере деятельности. Это язык общественно-политических газет и журналов. Публицистический стиль – это речевая деятельность в области политики во всем многообразии ее значений. Основные средства публицистического стиля рассчитаны не только на сообщение, информацию, логическое доказательство, но и на эмоциональное воздействие на читательскую аудиторию.

³⁹ <http://www.zakonuz.com>

Функции публицистического стиля:

Информационная - стремление в кратчайший срок сообщить людям о свежих новостях

Воздействующая - стремление повлиять на мнение людей

Задача речи:

воздействовать на массовое сознание

призывать к действию

сообщать информацию

Характерными особенностями публицистических произведений в газете «Народное слово» являются актуальность проблематики, политическая страстность и образность, яркость изложения. Они обусловлены социальным назначением публицистики, – сообщая факты, формировать общественное мнение, активно воздействовать на разум и чувства человека.

Так, в газете «Народное слово» преобладают материалы, посвященные развитию малого бизнеса и частного предпринимательства (*«Реалии и перспективы развития», «Потенциал взаимовыгодной кооперации», «Предприимчивость - основа успеха», «Большие успехи в малом бизнесе», «Год свершения благородных замыслов», «К процветанию - вместе с «Микрокредитбанком», «Кирпич местного производства», «Инициатива, качество, успех», «Благоприятная среда для бизнеса», «С пользой для всей семьи», «В бизнес всей семьей», «Возможностей много, нужна инициатива»*)⁴⁰, иностранным инвестициям, различным форумам, брифингам, тренингам, тематическим конференциям (*«Экономические возможности Узбекистана привлекают зарубежных инвесторов», «Настроены на плодотворную*

⁴⁰ Народное слово, подшивка за 2013 год

работу», «Актуальные новшества в налоговой сфере», «Дальнейшая демократизация избирательного процесса», «Праздник оперы и балета», «Победа досталась лучшим», «Праздник спорта и милосердия»,)⁴¹ и выставкам («Презентация инновационных разработок», «Bazar-Art»-ярмарка чудес», «Заманчивые маршруты влекут туристов», «Весеннее настроение», «Передовые технологии и оборудование для аграрного сектора», «Сегодня - контакты, завтра – контракты»⁴².

Как было уже отмечено, одной из важных особенностей публицистического стиля является сочетание в его рамках двух функций языка: функции сообщения (информативной) и функции воздействия (экспрессивной).

Функция сообщения состоит в том, что авторы текстов газеты «Народное слово» информируют широкий круг читателей о значимых для общества проблемах.

Информационная функция присуща всем стилям речи. Ее специфика в публицистическом стиле заключается в тематике и характере информации, в ее источниках и адресатах. Так, газетные статьи корреспондентов «Народного слова» информируют общество о самых разнообразных сторонах его жизни: об экономических программах правительства и партий, об экономике, о значимых для страны мероприятиях, а также о повседневной жизни граждан.

Способ подачи информации в газете «Народное слово» также имеет свои отличительные черты. Информация в текстах данного издания не только описывает факты, но и отражает оценку, мнения, настроения авторов, содержит их комментарии и размышления специалистов. Корреспонденты газеты «Народное слово» стремятся писать избирательно – прежде всего о

⁴¹ Народное слово, подшивка за 2013 год

⁴² Народное слово, подшивка за 2013 год

том, что вызывает интерес у определенных общественных групп, они выделяют только те стороны жизни, которые важны для его потенциальной аудитории.

Информирование граждан о положении дел в общественно значимых сферах в текстах газеты «Народное слово» сопровождается осуществлением второй важнейшей функции публицистического стиля – функции воздействия. Цель публициста состоит не только в том, чтобы рассказать о положении дел в обществе, но и в том, чтобы убедить аудиторию в необходимости определенного отношения к излагаемым фактам и в необходимости желаемого поведения. Поэтому материалам, публикуемым в газете «Народное слово» присуще открытая полемичность.

Присутствие элементов официально-делового стиля в материалах газеты «Народное слово» обусловлено, прежде всего тем, что в данной газете нередко публикуются законодательные акты, выступления Президента нашей страны и т.п.

Официально-деловой стиль — функциональный стиль речи, среда речевого общения в сфере официальных отношений: в сфере правовых отношений и управления. Эта сфера охватывает международные отношения, юриспруденцию, экономику, военную отрасль, сферу рекламы, общение в официальных учреждениях, правительственную деятельность.

Среди книжных стилей официально-деловой стиль выделяется относительной устойчивостью и замкнутостью. Для официально-делового стиля характерны сухость, отсутствие эмоционально окрашенных слов, сжатость, компактность изложения.

Несмотря на различия в содержании и разнообразии жанров, официально-деловой стиль в целом характеризуется общими и самыми важными чертами. К ним относятся:

- 1) точность, исключающая возможность инотолкований;
- 2) языковой стандарт.

Подводя итог, отметим, что корреспонденты газеты "Народное слово" объективно освещают деятельность Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан, Кабинета Министров Республики Узбекистан, органов государственной власти и управления, органов хозяйственного управления и других структур. Также в данном издании публикуются тексты законов Республики Узбекистан, указов, постановлений и распоряжений Президента Республики Узбекистан, решений и распоряжений, материалов заседаний и собраний Учредителей и их органов. Кроме того, осуществляется регулярная публикация материалов и информации, объективно и правдиво освещающих демократические преобразования, события, происходящие в общественно-политической, экономической, культурно-просветительской жизни страны и мира. Все это и определяет стилевую направленность издания – публицистический стиль с элементами официально – делового стиля. Необходимо подчеркнуть, что все публикации в газете «Народное слово» стилистически выдержаны и наполнены лексикой, свойственной публицистическому и официально-деловому стилю.

Газета «Правда Востока» отличается существенным своеобразием условий языкового творчества: она создается в кратчайшие сроки, порой не дающие возможности довести до идеала обработку языкового материала. В то же время она создается не одним лицом, а множеством корреспондентов, которые готовят свои материалы часто в отрыве один от другого. Отметим еще многообразие газетных жанров, наличие внештатных корреспондентов, публикации на страницах газеты материалов различных сфер общения. Все это накладывает отпечаток на стилевые особенности языка газеты «Правда Востока» в целом. В результате возникают речевые стандарты.

*В Андижане состоялось совещание работников системы народного образования области, посвященное итогам нынешнего учебного года и планам на новый.*⁴³

*В Дели состоялся брифинг, посвященный современному развитию Узбекистана и ходу выполнения Государственной программы «Год благополучия и процветания».*⁴⁴

Кроме того подчеркнем, что на страницах газеты «Правда Востока» достаточно часто встречаются универсальные слова, которые используются в самых различных, часто слишком широких, неопределенных значениях: *вопрос, мероприятие, ряд, определенный, отдельный* и т. д. Мы можем отнести их к штампам.

*Свои мнения и суждения по этим вопросам высказали ученые и специалисты.*⁴⁵

*На мероприятие были приглашены почтенные матери, трудившиеся на протяжении долгих лет в сферах науки, образования, литературы искусства, представители семей, нуждающихся в социальной помощи.*⁴⁶

Подчеркнем, что основной стилистический принцип публицистики - единство, сопряжение экспрессии и стандарта, составляющее специфику газетной речи. Конечно, в известном смысле сопряжение экспрессии и стандарта в тех или иных «дозах» свойственно всякой речи вообще. Однако важно, что именно в газетной публицистике в отличие от других речевых разновидностей это единство становится стилистическим принципом организации высказывания.

⁴³ Правда Востока, №93, 16 мая 2013 год

⁴⁴ Правда Востока, №96, 21 мая 2013 год

⁴⁵ Правда Востока, №90, 10 мая 2013 год

⁴⁶ Правда Востока, №85, 3 мая 2013 год

Экспрессивная функция газеты, обусловленная ее воздействующей направленностью на адресата, вызывает, прежде всего, открытую оценочность речи. Последняя особенно часто проявляется на страницах газеты «Правда Востока» в положительной оценке нашей действительности (*созидательная работа, энергичный старт, благоприятные условия, прорыв на переговорах*).

*Интерес к проводимой в Узбекистане масштабной созидательной работе огромен.*⁴⁷

*Создание подобных благоприятных условий в сельской местности играет важную роль в устранении различий между городом и селом.*⁴⁸

Как уже было отмечено, созданию экспрессивности в газете «Правда Востока» способствует и высокочастотная оценочная лексика, в том числе своеобразные постоянные эпитеты: *важный, первоочередной, судьбоносный*.

*Важным направлением сотрудничества с подразделениями ИБР является реализация проектов с Исламской корпорацией по развитию частного сектора, направленных на поддержку развития малого бизнеса и частного предпринимательства.*⁴⁹

Корреспонденты газеты часто используют интернациональную политическую лексику (*парламент, спикер, департамент, концепция, рейтинг, эксклюзивный, презентация* и др.) и научную терминологию, быстро выходящую за рамки узкоспециального употребления (*Интернет, преференции, виртуальный мир, стагнация, холдинг, инвестиция, спонсор* и др.).

⁴⁷ Правда Востока, №72, 16 апреля 2013 год

⁴⁸ Правда Востока, №73, 17 апреля 2013 год

⁴⁹ Правда Востока, №74, 18 апреля 2013 год

*Контрольные права имеют как сам **парламент**, так и отдельные партийные фракции, депутаты.*⁵⁰

*Четвертая номинация присуждалась за лучшую компьютерную презентацию «За что платят налоги и на что они тратятся?».*⁵¹

*В числе рекорсменов по **инвестициям** строящиеся учебные корпуса Навоийского государственного горного института и двух государственных университетов: Каршинского и Термезского.*⁵²

*Для них создана широкая система льгот и **преференций**.*⁵³

Принимая во внимание тот факт, что журналистские материалы в газете «Правда Востока» отличаются необыкновенной широтой тематики, они могут касаться любой темы, попавшей в центр общественного внимания, например, технологии проведения водолазных работ. Это, несомненно, сказывается на языковых особенностях данного материала: возникает необходимость включать специальную лексику, требующую пояснений, а иногда и развёрнутых комментариев.

С другой стороны, целый ряд тем постоянно находится в центре общественного внимания, и лексика, относящаяся к этим темам, приобретает публицистическую окраску. Таким образом, в составе словаря языка формируется круг лексических единиц, характерных для публицистического стиля.

Среди таких постоянно освещаемых тем в газете «Правда Востока» в первую очередь следует назвать политику, информацию о деятельности правительства и парламента, выборах, партийных мероприятиях, о заявлениях политических лидеров. В текстах на эту тему регулярно

⁵⁰ Правда Востока, №90, 10 мая 2013 год

⁵¹ Правда Востока, №79, 25 апреля 2013 год

⁵² Правда Востока, №66, 6 апреля 2013 год

⁵³ Правда Востока, №74, 18 апреля 2013 год

встречаются такие слова и словосочетания, как: *кандидат, лидер, законопроект, предвыборная кампания, оживлённая дискуссия, рейтинг политика, доверие избирателей, депутатский запрос, общественное согласие.*

Экономическая тематика также важна для газета «Правда Востока» и её освещение невозможно без таких слов как *бюджет, инвестиции, инфляция, аукцион, аудит, сырьё, лицензирование, банкротство, акционерное общество, рынок труда, таможенные пошлины.*

Сообщения на международные темы в газете «Правда Востока» легко отличить по следующим словам и сочетаниям: *переговоры по мирному урегулированию, официальный визит, многосторонние консультации, мировое сообщество, стратегическое партнёрство, миротворческие силы, территориальная целостность, глобальные проблемы.*

В материалах на темы образования, здравоохранения, социальной защиты населения журналисты газеты «Правда Востока» нередко используют следующие обороты: *государственная поддержка, зарплата учителей, дистанционное образование, разгрузка школьной программы, обмен студентами, соглашение о научном сотрудничестве, информатизация образования; обязательное медицинское страхование, медицинский полис, льготы на лекарства, диагностический центр; прожиточный минимум, детские пособия, потребительская корзина, уровень жизни, начисление пенсии, работающий пенсионер.*

Морфологический строй текстов в газете «Правда Востока» также имеет свою специфику.

Среди словообразовательных моделей известной продуктивностью отличаются отдельные типы отвлеченных существительных с суффиксами – *ость, – ство, – ние, – ие.*

Многие из них используются в том случае, когда произведения журналистов газеты «Правда Востока» выполняют информационную функцию: *личность, сотрудничество, управление, доверие*; другие, содержащие эмоциональную или социальную оценку, связаны с функцией воздействия: *преданность, непримиримость, единство, осуждение, братство*.

Довольно часто на страницах газеты «Правда Востока» встречаются образования с русскими и старославянскими приставками, называющие общественно-политические понятия: *межпартийный, межконтинентальный, всеобщий, общеизвестный, сверхмощный* и т. п.

Кроме того, распространены слова, образованные путем сложения: *общественно-политический, социально-экономический* и др.

Также журналисты газеты «Правда Востока» часто употребляют сложные слова: *взаимовыгодный, повсеместный, добрососедский, многосторонний* и др. В целях экономии речевых средств здесь применяются и аббревиатуры: *ООН, ООН, НАК, СНГ, ГНК, ННО* и т. д.

Среди активных морфологических форм очень активны формы страдательного причастия прошедшего времени: *меры приняты; узбекско-китайские переговоры завершены*.

Конечно, в целом лексика газеты «Правда Востока» неоднородна. С одной стороны, она включает в себя большой круг книжных слов, в том числе терминологии, с другой — использует разговорную, а изредка и просторечную лексику, как правило, со специальными стилистическими целями. Однако при этом некоторые разряды слов являются типичными для газеты «Правда Востока», например: общественно-политическая терминология, специальная газетная профессиональная лексика, а также большой круг иноязычных заимствований. Кстати, частота употребления

последних здесь значительна, как ни в какой другой речевой сфере; в силу этого указанные слова могут быть отнесены к газетизмам, во всяком случае к публицистической речи и к политической сфере. Это такие слова, как *идеология, инициатор, реакция, экстремизм, агрессия, дискриминация, консенсус, акция.*

Газета рождает и культивирует и свою фразеологию, устойчивые обороты речи: как нейтральные или с оттенком официальности — в информативных жанрах, так и оценочные. Устойчивые сочетания являются готовым арсеналом газетных стандартов и нередко переходят в штамп. Сюда же можно отнести газетные клише книжного происхождения: *внести огромный вклад, свято чтить, с чувством гордости.*

Подводя итог, подчеркнем, что, газета «Правда Востока» выполняет особенную информационную функцию — сообщения о новых научных открытиях, новинках техники, проблемах экономики, забытых или переосмысленных фактах истории и так далее. Отсюда обращение газеты к средствам научной речи, проявляющимся не только в статьях, популяризирующих научные знания, но и в материалах, представляющих анализ и обобщение политических, социально-экономических и других проблем. Однако книжные средства взаимодействуют при этом с экспрессивными. Кроме того, корреспонденты данного издания нередко обращаются к лексике официально-делового стиля речи.

Среди главных языковых особенностей публикаций в газете «Правда Востока» следует назвать принципиальную неоднородность стилистических средств; использование специальной терминологии и эмоционально окрашенной лексики, сочетание стандартных и экспрессивных средств языка, использование и абстрактной, и конкретной лексики. Важной чертой журналистских произведений в газете «Правда Востока» является использование наиболее типичных для данного момента общественной

жизни способов изложения материала, наиболее частотных лексических единиц. Актуальность содержания заставляет журналиста искать актуальных форм его выражения, общепонятных и в то же время отличающихся свежестью, новизной.

Газета “Правда Востока” - массовое общественно-политическое издание, выходит на русском языке периодичностью 5 раз в неделю. Учредителем газеты является Кабинет Министров Республики Узбекистан. Редакция осуществляет свою деятельность на основе Конституции Республики Узбекистан, законов Республики Узбекистан, постановлений Олий Мажлиса Республики Узбекистан, указов и распоряжений Президента Республики Узбекистан, постановлений и распоряжений Кабинета Министров. Основной задачей Редакции является объективное освещение деятельности Олий Мажлиса Республики Узбекистан, его органов, Кабинета Министров Республики Узбекистан, местных представительных и исполнительных органов власти, политических, социально-экономических, духовно-нравственных процессов.

Редакция публикует материалы сессий Олий Мажлиса Республики Узбекистан, заседаний Кенгаша Олий Мажлиса и Кабинета Министров Республики Узбекистан, законы Республики Узбекистан, постановления Олий Мажлиса, указы Президента Республики Узбекистан, проекты законодательных актов, освещает деятельность комитетов, комиссий Олий Мажлиса и Кабинета Министров Республики Узбекистан, мероприятия, проводимые в парламенте и правительстве. Также Редакция освещает факты и события, происходящие в Республике Узбекистан, за рубежом, публикует материалы, подготовленные собственными сотрудниками и внештатными авторами, предоставляет страницы газеты для выражения различных точек зрения и мнений.⁵⁴

⁵⁴ <http://www.zakonuz.com>

Итак, на страницах газеты «Правда Востока» публикуется самая оперативная, объективная и достоверная информация о событиях в стране и за рубежом, иллюстрированные репортажи с крупнейших предприятий республики, выставок, конкурсов и других мероприятий, аналитические статьи о динамике развития различных отраслей экономики и социальной сферы, рассказы о замечательных людях, достигших успехов в науке, искусстве, спорте, сфере малого бизнеса и частного предпринимательства. («Здоровое поколение – будущее нации», «Полновесным будет колос», «Поднимутся новые корпуса», «Осваивают рынок госзакупок», «Процветание страны на примере каждой семьи», «Сармышай встретит гостей», «Высокое качество жизни», «Стреловидная планировка пустыни», «Энергия модернизации», «Важные приоритеты государственной политики», «Долгосрочные планы», «Победный финиш впереди», «На пути к перспективам», «Память живет», «Продолжатели славных дел», «Реализованные пенальти», «Родители держат совет», «Каскады полезных знаний», «Открой в себе творца, или что накаркала ворона», «Деревянная сказка усто», «Бирюзовый сад вдохновения».)⁵⁵

Тематическое разнообразие материалов и определяет стилистику текстов. Так, в газете «Правда Востока» преимущественно используется публицистический стиль, кроме того, можно встретить элементы официально-делового и научного стилей.

Особенностью журналистских произведений в газете «Правда Востока» является широкий охват лексики литературного языка: от научных и технических терминов до слов обыденной разговорной речи, но при этом на страницах издания не используются жаргонные слова.

⁵⁵ Правда Востока, подшивка за 2013 год

На стилистику текстов в газете «Правда Востока» сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. «Правда Востока» - одно из наиболее типичных средств массовой информации и пропаганды в Узбекистане. Здесь массовым оказывается и адресат, и автор. Собственно, газета и конкретный корреспондент выступают не от имени какого-то одного лица или узкой группы лиц, но, как правило, выражают позицию миллионов единомышленников. В связи с этим одной из характерных стилистических черт журналистских произведений в газете «Правда Востока» является своеобразная собирательность, находящая свое выражение в особенностях значений и функционировании языковых единиц. Собирательность как лингвистический признак стиля газеты «Правда Востока» находит воплощение и в своеобразии категории лица (использование 1-го и 3-го лица в обобщенном значении), и в сравнительно повышенной частотности местоимений мы, вы, наш, ваш и в особенностях их употребления.

***Наша** команда вернулась на Родину с дипломами победителей по всем творческим номинациям.⁵⁶*

*Результаты, с которыми вернулись **наши** ребята с этого престижного конкурса, впечатляют.⁵⁷*

*Отрадно, что все чаще проводятся такие акции, выводящие **наше** искусство на международный уровень и позволяющие знакомиться с лучшими образцами мирового.⁵⁸*

*Для этого **мы** должны бороться за чистое небо, проявлять самоотверженность.⁵⁹*

⁵⁶ Правда Востока, №71, 13 апреля 2013 год

⁵⁷ Правда Востока, №71, 13 апреля, 2013 год

⁵⁸ Правда Востока, №95, 18 мая 2013 год

⁵⁹ Правда Востока, №90, 10 мая 2013 год

*Пекинцы слегка запаниковали, не ожидали столь активных действий наших земляков.*⁶⁰

*В нашей стране совершенствуются законодательные основы сферы, действуют общественные организации, проводятся мероприятия для повышения квалификации журналистов.*⁶¹

Другая сторона стилеобразующего единства текстов газеты «Правда Востока» - информационная функция - воплощается в таких особенностях публицистического стиля, которые связаны с проявлением интеллектуальности речи. Такими стилевыми чертами являются:

1) документализм, проявляющийся в объективности и проверенной фактологичности изложения, что в терминах стилистики можно определить как подчеркнутую документально-фактологическую точность выражения; документально-фактологическая точность проявляется в терминированности речи, ограниченности метафоризации терминов (кроме общепринятой), широком употреблении профессионализмов;

2) сдержанность, официальность, подчеркивающие значимость фактов, информации; эти черты реализуются в именном характере речи, своеобразии фразеологии (клише) и т. д.;

3) известная обобщенность, абстрагированность и понятийность изложения как итог аналитичности и фактографичное (нередко в единстве с образной конкретностью выражения).

Такова сложная стилевая структура газеты «Правда Востока».

Для газеты характерно также частое использование оценочной лексики, чаще всего положительной оценочной лексики.

⁶⁰ Правда Востока, №70, 12 апреля 2013 год

⁶¹ Правда Востока, №85, 3 мая 2013 год

Также необходимо обратить внимание на то, что все журналистские произведения в газете «Правда Востока» являются литературно грамотным. А стремление к стандартизации языковых средств отражает информационную функцию газеты и в еще большей мере – условия ее функционирования.

Таким образом, на стилистику речи газеты «Правда Востока» сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. Журналистские произведения, публикуемые на страницах данного издания, относятся к публицистическому стилю, но необходимо подчеркнуть, что в текстах присутствуют также элементы научного и официально-делового стилей. В свою очередь тематическая и стилистическая неограниченность журналистских произведений в газете «Правда Востока» определяет необычайную широту и разнообразие его лексики.

«Аргументы и факты» (АиФ) – российская еженедельная газета. Учредителем, издателем является ЗАО «Аргументы и факты». Общий тираж газеты 2 804 211 экземпляров. В ней представлены все газетные жанры.

Каждый жанр журналистики имеет определенные особенности, которые отличают его от других жанров. Различаются они по форме и способу подачи, эмоционально-выразительными средствами и др. Рассмотрим особенности интервью на примере интервью в газете «Аргументы и факты» (далее АиФ). Мы рассмотрели речевую культуру данной газеты на примере материалов в жанре интервью.

В газете АиФ интервью занимают значительное место. В основном это проблемные и экспертные интервью, встречаются портретные, реже информативные. Во многих интервью газеты АиФ ответы гораздо объемнее по сравнению с вопросами. Мы будем исследовать интервью из двух полос газеты: главное и свободное время. В полосе главное все интервью о личности. Это известные люди, например, писатели, режиссеры, продюсеры

и др. Эта постоянная полоса находится на третьей странице газеты. В полосе свободное время мы будем исследовать интервью о спорте и культуре. Эта полоса находится на последних страницах газеты. Взятые нами шесть интервью относятся к рубрике «Культура» («В поисках смысла», «Быть или не быть стыду и совести?», «Героев нам не надо?», «Надо петь о России!», «Знать себе цену», «Мама Вилли Винки») и два к рубрике «Спорт» («Растопившая лёд», «Чудо Скворцовой»).

Интервью из АиФ № 7 «Быть или не быть стыду и совести?», автор Максим Володин. Для начала рассмотрим заголовочный комплекс. Основной его компонент – заголовок. Фазиль Искандер: «Быть или не быть стыду и совести?» вызывает интерес у читателя. Заголовок отражает суть разговора, авторское понимание происходящего. Цитата из слов собеседника - довольно распространенный заголовок для этого жанра. Стиль этого высказывания удачно вписывается в характер и содержание беседы.

Помимо заглавия, заголовочный комплекс содержит в себе подзаголовок Известный писатель - о кассовой борьбе и декорации прав человека сообщает читателям, о чем пойдет речь в данном интервью.

Далее следует вступление. В нем сообщается информационный повод и сведения о интервьюируемом. Вступление практически передает нам содержание беседы:

Недавно писатель Фазиль Искандер получил сразу две награды за свой труд: литературную премию «Ясная Поляна» в номинации «Современная классика» и премию Правительства РФ в области культуры.

Однако патриарх отечественной и мировой литературы, которому в марте исполнится 83 года, не почивает на лаврах, а продолжает творить и, кроме того, довольно резко высказывается по поводу российской действительности. «Иллюзии насчёт демократии развеялись без следа», - констатирует он сегодня. Чего же ждать в будущем? На этот и другие вопросы автор «Детства Чика», романа-эпопеи «Сандро из Чегема» и повести-притчи «Кролики и удавы» ответил «АиФ».

За вступлением следует, как и положено в интервью, вопросно-ответная часть. Обычно вопросы журналиста как-то выделены, в нашем случае - жирным шрифтом. Это делается для облегчения восприятия интервью. Заключение обычно ставит точку в беседе. Прочитав последнее предложение ответа на вопрос, мы увидим, что интервью логически завершено:

Книги - другое дело. Надо щадить людей, но мыслить нужно беспощадно. Писать - это редактировать жизнь так, чтобы в ней можно было жить. Чем я и занимаюсь.

Итак, на примере данного материала нам удалось рассмотреть структурные особенности интервью как жанра. Отметим также, что подобная форма присуща каждому интервью, несмотря на его вид. С точки зрения речевой культуры язык и стиль выдержаны. Экспрессивные средства выражения встречаются редко. Синтаксически предложения соответствуют литературной форме построения.

Рассмотрим несколько видов интервью по классификации, которая дана в «Справочнике журналиста» Н.Г. Богданова и Б.А. Вяземского: интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета.

Интервью из АиФ № 3 «В поисках смысла», автор Юлия Шигарева. Условно это интервью можно отнести к интервью-диалогу. Нужно сказать, что, согласно классификации М. Шостак, это интервью является еще и проблемным.

Такое интервью ценно точностью и меткостью высказываний, формулировок, ясностью оценок, компетентностью. Еще необходимо отметить роль журналиста. Здесь он равноправный партнер, имеющий свое мнение и делающий свои выводы, он так же компетентен выбранной теме:

К вопросу о героях... У Брехта в пьесе «Жизнь Галилея» есть фраза «Несчастлива та страна, которая нуждается в героях». Мы, видимо, несчастны в двойне - мы нуждаемся в героях, созвучных новому времени, потому как

старых поскидывали с пьедесталов. Но их нет и не предвидится!

Интервью из АиФ № 4 «Чудо Скворцовой», автор Мария Позднякова. Это интервью-монолог. В нем собеседник рассказывает о себе сам. Здесь рассказывается о Ирине Скворцовой - спортсменке, которая попала в аварию на соревнованиях по бобслею и чудом осталась жива. Нужно заметить, что в этом интервью-монологе повествование ведется от третьего лица, то есть от лица журналиста:

В аварию Ирина попала 23 ноября 2009 года и до 13 января 2010-го была в искусственной коме.

Иногда рассказывает сама Ирина:

Очнулась, вижу - белые стены. Появляется лицо мамы: «Со старым Новым годом, дочка!»

Повествование ведется спокойно. Для того чтобы придать немного динамики, вставлены реплики Ирины.

Интервью из АиФ №6 «Мама Вилли Винки», автор Полина Иванушкина. Это интервью-зарисовка. Автор вкрапливает в интервью зарисовочные моменты. Описывает внешний вид писательницы Ирины Токмаковой и обстановку:

Красная помада, красная кофта, коралловые бусы. Вчера только из кардиореанимации. На столе присланная издательством гора из «Трёх поросят» в переводе И. Токмаковой и отпечатанные на компьютере («Смогла освоить, хоть и старые мои мозги скрипят!») свежие стихи про 10 гномов - тех, про которых она начала писать ещё в прошлой жизни: «К нам по утрам приходит гном. В Москве приходит, прямо в дом!»

Это интервью является не только зарисовочным, но и экспертным. В нем собеседник И. Токмакова рассуждает о современной детской литературе и о книгах, которые нужны сегодняшним детям. Очевидно, что интервьюер заинтересован в собеседнике, настроен к нему положительно, осведомлен о некоторых сведениях из жизни. Это проявляется и в стиле манере выражения журналиста, задающего вопросы.

Она надевает очки, наклоняется к строчкам, набранным на компьютере, и читает про «свежего гнома», его голубую кастрюльку, стряпню с корицей, «кашу, суп или жаркое или что ещё другое». Говорит: «Я взяла добрую тональность, а то всё вокруг слишком яростное». А я удивляюсь, как в этом яростном мире выживают её добрые стихи.

Журналист подмечает реакцию собеседника:

Делает паузу. Гладит кошку и всё-таки отвечает - не только про литературу.

Также оно имеет эмоционально-экспрессивную окраску, которая обеспечивается речевыми элементами, выразительными фигурами речи, восклицательными предложениями.

В форме соцопросов проводится анкетирование людей, ответы которых переводятся в процентное соотношение. Например, на вопрос: Влияет ли погода на ваше самочувствие? 41% ответило «да, но неоднозначно», 33% - «да, сильно», 17% - «нет», 9% - «не обращал(а) внимание». От участника анкеты ничего больше не требуется, как честно ответить на вопрос. Анкеты чаще всего проводятся анонимно, чтобы люди отвечали честно и не боялись определенного давления со стороны. Оно проводится для того, чтобы читатель знал общее процентное соотношение на поставленную газетой проблему, что поможет ему сориентироваться в своем выборе. Более того на страницах газет анкеты компактны и хорошо воспринимаются читателями.

Таким образом, в этой главе мы привели примеры, опираясь на теоретическую базу первой главы. Мы выяснили, что в «Аргументах и фактах» преобладают экспертное интервью и проблемное интервью, реже - информативное. По форме чаще всего встречается интервью-диалог, затем анкетирование или соцопросы, часто - интервью-зарисовка, реже всего интервью-монолог. Еще видно, что практически все интервью построены и поданы на страницы газеты лингвистически и стилистически очень грамотно. Это и объясняет тот факт, что газета «АиФ» пользуется достаточно хорошим спросом у общества, способствует повышению речевой культуры общества.

2.2. РЕЧЕВЫЕ ОШИБКИ В ГАЗЕТАХ «НАРОДНОЕ СЛОВО», «ПРАВДА ВОСТОКА» И «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ». СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В настоящее время достаточно распространен стереотип, что все средства массовой информации являют собой образец грамотности. Нынешняя молодёжь тоже учится правильной речи и манерам поведения у СМИ, в которых, к сожалению, нередко встречаются языково-стилистические ошибки. Поэтому тема ошибок в средствах массовой информации настолько популярна сейчас среди исследователей, и поэтому мы попытаемся рассмотреть её ближе на примере двух отечественных газет «Народное слово» и «Правда Востока», а также российского издания «Аргументы и факты».

Самыми популярными речевыми ошибками в исследуемых нами газетах сегодня являются избыточная лексика (словесные излишества), ошибки в употреблении имен числительных и слов с количественным значением.

Избыточной лексикой называются те слова, которые, находясь в предложении, не сообщают ничего нового, необходимого для точного понимания текста. К примеру, ничего нового не сообщает слово «вверх» в предложении *«Звезда Алишера Навои стала стремительно восходить **вверх**»*⁶² («Правда Востока»). Здесь избыточным будет слово «вверх», которое необходимо изъять, поскольку глагол «восходить» уже указывает на направление движения вверх, а не вниз и не вбок. В предложении *«Число членов кредитного союза не превышает две тысячи **человек**»* (Народное слово) можно изъять слово «человек»: ...не превышает двух тысяч.

Кроме того, в ходе анализа газет «Правда Востока» и «Народное слово» в газете «Правда Востока» было замечено неверное употребление

⁶² Правда Востока, №56, 21 марта 2012 год

местоимения «кто»: *Ведь те, кто сильны телом, — сильны и духом!*⁶³ («Правда Востока»). Здесь необходимо напомнить, что относительное местоимение «кто» употребляется только в форме единственного числа. Будучи в предложении подлежащим, оно согласуется в числе со сказуемым.

Также в газете «Правда Востока» был допущен небольшой недочет, связанный с избыточной лексикой: *И опять тут все тот же Артур, использовав психологический психологический перевес своей команды, вновь забивает гол – 5:4.*⁶⁴ «И опять тут все тот же» - ненужные уточнения не делают предложение стилистически безукоризненным.

Кроме того, в данных изданиях встречаются ошибки в употреблении имен числительных: *эти предложения снижают налоговую нагрузку на малый бизнес в два и более раз; для нормального состояния общества нужно, чтобы в каждой-семье было 2,2 ребенка.*

Подчеркнем, что наиболее распространенные стилистические ошибки в СМИ связаны с неточным словоупотреблением, нарушением лексической сочетаемости и формообразования, неверным построением предложения, неудачным порядком слов, нарушением согласования и управления.

Неточность словоупотребления:

*«Спутник по комплексу – специалист Аъзамжон Муродиллаев прошел обучение и стажировку в лучших животноводческих хозяйствах Германии, что предусмотрено договором с фермерским хозяйством»*⁶⁵ («Правда Востока»). Правильным было бы: сопровождавший нас по комплексу...

*Казалось бы совсем недавно наша страна с успехом принимала это масштабное соревнование юных талантов разных стран.*⁶⁶ («Правда Востока») Правильно: проводила.

⁶³ Правда Востока, №54, 17 марта, 2012 год

⁶⁴ Правда Востока, №82, 30 апреля 2013 года

⁶⁵ Правда Востока, №87, 7 мая 2013 год

⁶⁶ Правда Востока, №77, 23 апреля 2013 год

*Ему и вышивную рубаху пошили, и папаху подарили, и лезгинку научили танцевать, и бурановских бабушек представили*⁶⁷. («Аргументы и факты»)

Правильно: вышитую.

Неверное построение предложений:

*Нафиса с четырех лет увлеклась шахматами*⁶⁸. («Народное слово»)

*Не забываем и о кадровом вопросе: до сегодняшнего дня подготовили лридцать специалистов.*⁶⁹

*В годы независимости в нашей стране ежегодго широко празднуется день рождения Сахибкирана.*⁷⁰

*По традиции, 9 апреля в дни празднования дня рождения Амира Темура в центральном парке Ташкента, названном его именем, состоялось торжественное мероприятие.*⁷¹

Нарушение лексической сочетаемости: *«А дешевой ипотеки как не было, так и нет»*⁷² («Аргументы и факты»), *«Малый бизнес играет большое значение в развитии страны»*⁷³ («Народное слово»).

Нарушения стилистических норм: *Тамошний контингент дисциплинирован и не пишет докладов.*⁷⁴ («Аргументы и факты»)

*В Чечне если от кого и можно средь бела дня в морду получить - так только от самого главы республики...*⁷⁵ («Аргументы и факты»)

Особого внимания заслуживает излишняя длина предложений. Данный недочет присутствует в текстах республиканских газет.

⁶⁷ Аргументы и факты, №12 2013 год

⁶⁸ Народное слово, №47, 8 марта 2013 год

⁶⁹ Правда Востока, №93, 16 мая 2013 год

⁷⁰ Правда Востока, №68, 10 апреля 2013 год

⁷¹ Правда Востока, №68, 10 апреля 2013 год

⁷² Аргументы и факты, №19, 2013 год

⁷³ Народное слово, №225, 19 ноября 2011 год

⁷⁴ Аргументы и факты, №12, 2013 год

⁷⁵ Аргументы и факты, №19, 2013 год

*В акции «Один предприниматель - три партнера», организованной Ташкентским городским управлением Торгово-промышленной палаты Узбекистана на основе гранта Общественного фонда по поддержке негосударственных некоммерческих организаций и других институтов гражданского общества при Олий Мажлисе Республики Узбекистан, приняли участие действующие в столице субъекты малого бизнеса и выпускники профессиональных колледжей».*⁷⁶

*Отмечу, что с 2009 года подрядные организации в части объемов работ, осуществляемых ими в рамках строительства индивидуального жилья на условиях «под ключ» по договорам, заключенным с инжиниринговой компанией «Кишлок курилиш инвест», и вновь создаваемые специализированные ремонтно – строительные организации были освобождены до 1 января 2014 года от уплаты всех видов налогов и обязательных отчислений в государственные целевые фонды, кроме внебюджетного Пенсионного фонда и таможенных платежей (за исключением сборов за таможенное оформление) за строительную технику средства малой механизации, завозимые на территорию республики по специально утвержденным перечням».*⁷⁷

Также изучив теорию стилистических ошибок, можно выделить категории ошибок, наиболее распространенных в текстах рассматриваемых газет.

Нарушение порядка слов в предложении «*Есть не мало книг, которые рассказывают об этом, на прилавках книжных магазинов*» («Правда Востока»).

Тавтология - употребление рядом или близко однокоренных слов:

⁷⁶ Правда Востока, №87, 7 мая 2013 год

⁷⁷ Народное слово, №72, 16 апреля 2013 год

*«Изделия национального **ремесленничества**, мастерски и со вкусом изготовленные этой семьей **ремесленников**, привлекают внимание многих, в частности иностранных туристов⁷⁸» («Народное слово»).*

***Тренеры** сомневаются, что главного **тренера** снимут⁷⁹. («Аргументы и факты»*

Наиболее распространённые грамматические ошибки:

- в падежном управлении (*согласно законов, оплачивать за услуги*);
- в образовании словоформ (*сколько время необходимо для решения данного вопроса*);
- в согласовании (*обоих кафедр, обеих сторон*).

К наиболее распространенной лексической ошибке в рассматриваемых газетах относится недопустимость употребления *познакомиться* вместо *ознакомиться*, а также *выделили* вместо *отметили*.

Познакомиться с тем, насколько готовы организаторы к главному старту года, приехали представители Международной и Азиатской ассоциации по гребле.⁸⁰ («Правда Востока»)

Они выделили также выступления тех, кто не пробился в тройку призеров, но включен в список стажеров.⁸¹ («Правда Востока»)

Сопоставив рассмотренные ранее ошибки и проанализировав полученные результаты, можно сделать следующие выводы:

⁷⁸ Народное слово, №48, 12 марта 2013 год

⁷⁹ Аргументы и факты, №12, 2013 год

⁸⁰ Правда Востока, №82, 30 апреля 2013 год

⁸¹ Правда Востока, №82, 30 апреля 2013 год

1) В проанализированных номерах республиканских газет «Народное слово» и «Правда Востока», также российской газете «АиФ» выявлены грамматические и стилистические ошибки;

2) По сравнению с материалами из республиканских газет, материалы АиФ написаны довольно грамотно. В газете «АиФ» ошибки грамматического и стилистического характера немногочисленны.

3) Во всех трёх газетах выявлены пунктуационные ошибки. Чаше опускаются кавычки (в прямой речи), в некоторых статьях газеты «АиФ» после заголовков поставлены точки. Во многих материалах газет «Народное слово» и «Правда Востока» пропущены запяты.

5) Стилль изложения в газетах «Народное слово», «Правда Востока» и «АиФ» соответствует жанровым особенностям и специфике газет. Правда, случаются иногда отклонения от норм (неуместное использование разговорной, жаргонной лексики в информационных материалах).

6) Достоинством «АиФ» является сложенная, богатая русская речь, использование разнообразных газетных фразеологизмов. Естественно, в этом плане, по сравнению с республиканскими газетами, «АиФ» в «выигрыше». Правда, в некоторых случаях бросается в глаза неуместное использование жаргонизмов, просторечной лексики в материалах научного и информационного характера.

Как видим, степень лингвистического отклонения от культурно-речевой нормы бывает различной. Так, от обычной оговорки или опечатки не застрахован даже носитель элитарной речевой культуры. Такие бессознательные, неконтролируемые случаи нарушений правильности всегда замечаются читателями, останавливают их внимание, но не разрушают адекватное восприятие речи.

Таким образом, мы видим, что речевые ошибки в средствах массовой информации не являются редким явлением. Наше мнение заключается в том, что грамотные в языковом и стилистическом плане средства массовой

информации являются залогом сохранения чистоты языка, и ни в коем случае нельзя пренебрегать работой специалистов над текстами. И когда человек с самого детства будет слышать правильную речь по радио и телевидению, читать грамотные тексты в газетах или журналах, тогда можно будет смело сказать, что этот человек вырастет культурным, грамотным и ценящим язык.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

О культуре языка современных СМИ ведется много споров. Можно ли считать язык современных журналистов эталоном речевой культуры? Судя по речевым ошибкам, допускаемым в текстах газет, далеко не всегда можно дать положительный ответ на данный вопрос. Чтобы быть доказательными, приведем примеры: *Через ее добрые руки проходит основная помощь ученикам; Решать задачи из задачников; Возможна доставка на дом такси ТНТ; Среди населения этих населенных пунктов; Число членов этого союза составляет в городе восемь человек, но с каждым годом ряды его становятся все сплоченнее; Театр – это такая кафедра, с которой можно много сказать миру добра.* Из примеров мы видим, что речь журналистов далеко не всегда может претендовать на звание элитарной. В чем причина подобной ситуации?

Главная проблема в том, что у многих из них отсутствуют элементарные навыки письменной речи. Выход один – нужно больше читать, больше работать, потому что только с опытом приходят профессиональные навыки. Мы думаем, есть незримая граница между старшим поколением журналистов, теми журналистами, которые уже по двадцать-тридцать лет в профессии и теми журналистами, которые начинают работать сегодня. У опытных журналистов проблем с речью нет вообще, можно говорить о том, что у одних чуть больше таланта, у других чуть меньше. Но, как правило, это люди, которые умеют грамотно выражать свои мысли на бумаге. А вот новое поколение этим не отличается. Обидно видеть, когда у молодого журналиста есть способности к ремеслу, есть творческая жилка и при этом нет необходимой базы.

Любой журналист, прежде всего, личность. Самое главное, насколько трепетно он относится к качеству своей речи. Если журналист занимается этим постоянно и считает это делом чести, он, как правило,

совершенствуется, и слушать его приятно. Если он пользуется речью как средством привычным, обиходным, в этом случае к нему иногда бывают претензии.

Так нужно ли быть грамотным? Является ли речь современных журналистов образцом для подражания? Нужно ли соблюдать нормы речевой культуры, и таким образом демонстрировать уважение к собеседнику? Конечно, да. Так как главным потребителем информации является непосредственно аудитория. Как простые читатели и зрители они реагируют на речевые ошибки журналистов. Люди замечают недочеты в речи журналистов и небезосновательно их критикуют. Но кроме речевой культуры, есть еще и элементарные этические нормы, которые выражают уважение к аудитории и собеседнику. Соблюдать их также необходимо.

Если журналист обладает правильной и хорошей речью, он достигает высшего уровня речевой культуры. Это значит, что он не только не допускает ошибок, но и умеет наилучшим образом строить высказывания в соответствии с целью общения, отбирать наиболее подходящие в каждом случае слова и конструкции, учитывая при этом, к кому и при каких обстоятельствах он обращается. Высокий уровень речевой культуры — неотъемлемая черта культурного человека. Совершенствовать свою речь — задача каждого журналиста.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Законы и другие нормативные документы

Республики Узбекистан

- 1.1. Конституция Республики Узбекистан. –Т.: Узбекистан, 2012.
- 1.2. О средствах массовой информации (новая редакция). Закон Республики Узбекистан, 15.01.2007. № 78.
- 1.3. О защите журналистской деятельности. Закон Республики Узбекистан, 24.04.1997. № 402–I.

2. Выступления, Постановления и произведения

Президента Республики Узбекистан Каримова И.А.

- 2.1. Каримов И.А. Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. Доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан // Народное слово, 2010, 13 ноября.
- 2.2. Каримов И.А. Модернизация страны и построение сильного гражданского общества – наш главный приоритет. Доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан// Народное слово, 2010, 28 января.
- 2.3. Каримов И.А. Самое главное - это правильное отображение действительности.- Т.: Узбекистон, 2009. - С.11.
- 2.4. Работникам печати и средств массовой информации// По пути модернизации страны и устойчивого развития экономики.- Т.: Узбекистон, 2008.
- 2.5. Каримов И.А. Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны. – Т.: Узбекистон, 2005. - С.88.
- 2.6. Каримов И. За процветание Родины каждый из нас в ответе.- Т.:Узбекистон, 2001.

2.7. Каримов И. О средствах массовой информации.// Четвёртая власть.- Т.:Узбекистон, 1998.

2.8. Каримов И.А. Сотрудникам печати и средств массовой информации // Народное слово, 2010, 26 июня.

2.9. Каримов И.А. Основные направления углубления демократических реформ и формирования основ гражданского общества в Узбекистане. Доклад Президента РУз на IX сессии Олий Мажлиса// Народное слово, 2002, 30 августа.

2.10. Идеология – это флаг, объединяющий нацию, общество, государство.- Т.: Узбекистон, 1998.

2.11. Законы, регулирующие правовую деятельность СМИ в РУз.-Т.: Жахон, 1998.

2.12. Каримов И.А. О средствах массовой информации. // Четвёртая власть.- Т.: Узбекистан, 1998. - С. 63-67.

2.13. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса.- Т.: Узбекистон, 1997.

3. Литература по теме

3.1. Бовин А. Профессия журналист / /Журналист. – М., 2001, №3. - С.45-48.

3.2. Волков А. А. Основы русской риторики. - М., 1996. - С.62-63.

3.3. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика. – Ростов-на-Дону, 2000.

3.4. Гуревич, С.М. Газета вчера, сегодня, завтра.- М.: Аспект-Пресс, 2004.

3.5. Дроняева Т.С. К вопросу о речевой норме жанров массовой коммуникации // Журналистика и культура русской речи на переломе тысячелетий. Москва, 18–19 апреля 2002 г. - М., 2002. -С. 27–31.

3.6. Дружинина О.Б. Агрессивность в речевой практике газеты // Язык и стиль современных средств массовой информации. -М., 2007.- С. 112- 120.

3.7. Конецкая В.П. Социология коммуникации.- М., 1997. -302 с.

3.8. Коньков В.И., Потсар А.Н., Сметанина С.И. Язык СМИ: Современное состояние и тенденции развития.// Современная русская речь: состояние и функционирование. – СПб, 2004. -С. 67-82.

3.11. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. (Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа).- М.: Педагогика-Пресс, 1994. -С. 17.

3.12. Кубрякова Е.С, Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2.- М.: МГУ, 2004. -С. 128.

3.11. Кузнецова Н.В. Русский язык и культура речи . – М., 2009. – 368 с.

3.12. Маров В. Н. Похвальное слово «общим местам» / В. Н. Мааров // Риторика: специализированный проблемный журнал о человеческой речи. – М., 1996, №1 (3). -С.7.

3.13. Проскуряков М.С. Дискурс власти (очерки культуры политической речи) // Современная русская речь: состояние и функционирование. – СПб, 2004. -С. 82-106.

3.15. Саъдуллаев Д.С. Язык и стиль средств массовой информации.-Т.: Заркалам, 2002.

3.16. Сиротинина О.Б. Культура речи.- М., 2003.-С. 82.

3.16. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. - СПб, 2002.

3.17. Солганик Г.Я. О специфике газетно-публицистической метафоры //Журналистика и культура русской речи.- М. 2002, № 2.

3.18. Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования // Под ред. М.Н.Володиной. Ч.1.- М., 2003. -С. 261-268.

3.19. Химик В.В. Живая русская речь нового времени. Тексты лекции на семинаре «Преподавание культуры речи в вузах России». – СПб, 2005.

3.20. Чаковская М.С. Текст как сообщение и воздействие. -М., 1986.

3.21. Чужакин А. Русский уходит по-английски // Труд, № 25, 2005.- С. 10.

3.22. Юнина Е. А. Педагогическая риторика: Учебн. пособие. – Пермь, 1995. -С.114.

3.23. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебн.пособие. Часть 2.- М.: МГУ, 2004.-416 с.

4. Периодические издания

4.1. Народное слово, 2011-2013.

4.2. Правда Востока, 2013.

4.3. Аргументы и факты, 2013.

5. Интернет-ресурсы

5.1. www.google.ru.

5.2. www.press.uz.

5.3. www.zakonuz.com

5.4. www.ziyonet.uz.