

Минибаева Светлана Винеровна, Алексеева Инна Вячеславовна

**СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ)**

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме анализа языка современной публицистики: в центре внимания уровень, изучение и описание которого остается за пределами научных интересов современных лингвистов, - синтаксический. В качестве источника языкового материала взято печатное региональное издание, язык которого отражает основные тенденции, характеризующие синтаксис современной публицистики в целом, причем мы зафиксировали как свойства, традиционно выделяемые при описании текста публицистического стиля, так и новые, говорящие о том, что язык современной публицистики может быть выделен в качестве особого феномена.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2017/8-1/34.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/8-1/34.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 8(74): в 2-х ч. Ч. 1. С. 112-114. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2017/8-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2017/8-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 81'42

*Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме анализа языка современной публицистики: в центре внимания уровень, изучение и описание которого остается за пределами научных интересов современных лингвистов, – синтаксический. В качестве источника языкового материала взято печатное региональное издание, язык которого отражает основные тенденции, характеризующие синтаксис современной публицистики в целом, причем мы зафиксировали как свойства, традиционно выделяемые при описании текста публицистического стиля, так и новые, говорящие о том, что язык современной публицистики может быть выделен в качестве особого феномена.*

*Ключевые слова и фразы:* публицистика; публицистический текст; синтаксические особенности; региональное издание; печатное издание; средства массовой информации.

**Минибаева Светлана Винеровна**, к. филол. н., доцент  
**Алексеева Инна Вячеславовна**

*Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета*  
sveta.minibaeva@yandex.ru; inna\_alekseeva@ro.ru

### СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ)

*Работа выполнена при финансовой поддержке Стерлитамакского филиала  
Башкирского государственного университета, проект № В17-71.*

С момента возникновения средств массовой информации интерес к ним не снижается, а после смены политического режима в нашей стране, наоборот, только увеличивается. На протяжении уже более двух десятилетий публицистический стиль интенсивно развивается. В современных учебниках, посвященных стилистике русского языка, особое место среди всех функциональных разновидностей языка отводится именно публицистическому стилю. Это связано с развитием самих средств массовой информации: появлением новых жанров, распространением Интернета, обилием рекламных текстов, которые начинают «играть», с одной стороны, со словом, а с другой – со своим адресатом. Несмотря на повышенный интерес к языку и стилю современных средств массовой информации, очень многие вопросы остаются нерешенными, так как сам язык средств массовой информации остается динамичным, подвижным феноменом и, следовательно, требует постоянного изучения. Кроме того, исследования, посвященные языку современной публицистики, ограничиваются описанием лексико-семантического уровня и крайне редко – морфологического. Синтаксический уровень языка современных печатных изданий остается за пределами интересов современных исследователей, поэтому не изучен в достаточной степени. В основе нашего описания синтаксических особенностей современной публицистики – анализ регионального издания – общественно-политической газеты «Стерлитамакский рабочий», сокращенно «СР» (Республика Башкортостан; выборка сделана за 2015-2017 гг.).

Несомненно, синтаксический уровень языка современных газет также богат, как и лексико-семантический. Можно утверждать, что те тенденции, которые будут перечислены ниже, с одной стороны, свойственны речи современного носителя русского языка, с другой – это тенденции, характеризующие синтаксис современной газеты.

Первая тенденция – включение элементов диалога в монолог – вопросно-ответная форма, позволяющая «оживить» письменную речь корреспондента. Например: *В парке на Старой площади установлены видеокамеры и полицейский пост. Работают ли они? В том смысле, что ищут ли потом тех, кто распивал пиво в общественном месте или нырнул в фонтан за упавшей монеткой?* (Ситдикова Г. Житель или горожанин? СР. 01.08.2016) [3]. Внутренний диалог ориентирован на раскрытие темы, расшифровку вопроса: *Работают ли они [видеокамеры и полицейский пост]?*

*Или: Зачем кому-то понадобилось откалывать бороду симпатичному рудокопу? Или зачем надо было отламывать кусочек у гигантского топора? Хорошо, положим, разрушили, но дальше-то что? Счастье наступило?* (Ситдикова Г. Пощечина общественному вкусу // СР. 26.09.2016) [Там же]. Заданные вопросы остаются без ответа, тем самым напоминая риторические вопросы. Они оставляют читателя наедине с собой, то есть заставляют самому поразмышлять над проблемой, затронутой в статье.

Вопросно-ответная форма становится выражением внутритекстового диалога автора с читателем: *Отношения писателя со своей аудиторией всегда интересны. Вот, казалось бы, многотомный граф Толстой, знакомый и близкий нам, как бы он реагировал на читательские отклики? Когда читаешь книжку талантливого автора, ты веришь ему: мир художника захватывает и не отпускает, возникает иллюзия близости и родства – это про нас* (Ситдикова Г. На побегушках у Чехова // СР. 17.10.2016) [Там же]. Автор статьи изначально оставляет за читателем право самому предположить, какова была бы реакция Л. Н. Толстого на «читательские отклики».

Вторая тенденция – частотность парцелляций. По определению Ю. В. Ванникова, который и ввел термин в лингвистическую науку, парцелляция – «способ речевого представления единой синтаксической структуры – предложения – несколькими коммуникативно самостоятельными единицами – фразами» [2, с. 328]. Ю. В. Богоявленская под парцелляцией понимает «прием коммуникативно-стилистической организации

текста, используемый для усиленного интеллектуального и эмоционального воздействия на читателя» [1, с. 36]. С точки зрения синтаксической структуры парцелляция – расчлененное предложение, которое представлено основной частью и «парцеллятом», отделяющимся точкой. Парцеллированные конструкции частотны в современной публицистике: *Весна – это хорошо. Только не для лыжника, который всю зиму, в любой мороз и непогоду, бегал. Только-только вошел в спортивную форму, окреп. Поддержат бы эту форму. А нет. <...> На лыжне всякие мысли приходят в голову. Нужные и ненужные* (Андреев А. Музыка марта // СР. 30.03.2016) [3]. Одной из основных функций парцелляции является эмоционально-выделительная – создание нового коммуникативно-значимого центра предложения. Кроме того, можно говорить и об игровой функции парцеллированных конструкций. Например: *Несмотря на запрет демонстраций, собираются стихийные митинги в память о погибших. Открываются кафе* (Ситдикова Г. Мировая скорбь // СР. 17.11.2015) [Там же]. Парцеллят является и синтаксическим средством создания эффекта неожиданности. Частотность парцеллированных конструкций в современных печатных изданиях можно объяснить и тем, что сознание человека приобрело клиповость (фрагментарность), сформированную средствами массовой информации. В связи с этим парцеллированные конструкции воспринимаются современным человеком лучше и, зная это, журналист, как правило, самую важную свою мысль излагает парцеллятом.

Третья тенденция – нереализованность предполагаемой анафорической функции местоимения. Например: *Таких детей во всем мире называют особенными. И это, безусловно, правильно. Их отличают особый взгляд на мир, особая манера поведения и восприятия всего происходящего вокруг. К ним нужен особый подход, особенное, более внимательное и вдумчивое отношение, им требуется особая забота. В своем подавляющем большинстве это очень достойные, образованные, ответственные люди, которые не покладая рук трудятся над тем, чтобы поддерживать своих детей, развивать их, помогать им социализироваться. Сегодня мой – рассказ о некоторых из них* (Об особенных детях и ответственных родителях // СР. 29.09.2015) [Там же]. В приведенном фрагменте суть смысла авторского высказывания ясна, но с синтаксической точки зрения предложение получилось некорректным.

Четвертая тенденция – нарушение логичности предложения. Логичность – одно из главных качеств речи; ее отсутствие приводит к стиранию смысловых маркеров и осложняет понимание. Например: *Зависимость простая: совершил поступок – отвечай за него. И тогда будет чисто не только там, где убирают, потому что сорить будут осознанно и очень дозированно – где видеокамер нет* (Ситдикова Г. Пощечина общественному вкусу // СР. 26.09.2016) [Там же]. Синтаксически второе предложение выстроено верно, хотя после *не только* невольной напрашивается продолжение *но и*, которое в данном примере отсутствует. Придаточное причины со смысловой точки зрения вызывает вопросы, поскольку нарушена валентность слова *сорить*.

Нередко логичность предложения нарушается из-за нанизывания метафор: *Советский солдат в Афганистане сажал не аллеи, а, наступив на мину, превращался в полведра мяса, так и не осознав, за что он воевал. Чернобыльская катастрофа дала новый мир, в котором зараженную землю хоронили в земле, где нельзя было пить обычную на вид воду и прикасаться к палой листве. Враг был невидимым, о нем преступно замалчивали* (Ситдикова Г. Памятник страданию и мужеству // СР. 15.12.2015) [Там же]. Уместным в теме войны и смерти является эвфемизация речи, поскольку затрагиваемая тема неприглядна с позиций представления человека о жизни. Такой подход отсутствует в приведенном примере, поэтому получившийся прямолинейный контекст получился эстетически неприглядным.

Пятая тенденция – употребление предложений с многоточием. Как правило, многоточие в конце высказывания свидетельствует о незаконченности мысли, но в публицистическом тексте реализуются сразу несколько функций многоточия: все зависит от места употребления и контекста. Например: *Фронт катился на Восток...* (СР. 20.02.2017) [Там же]. Данное предложение является заголовком статьи Алексея Матвеева, рассказывающей о Великой Отечественной войне. С одной стороны, перед нами незаконченное высказывание, поэтому автор ставит многоточие. С другой – этим многоточием журналист привлекает внимание читателя, позволяет ему создать образ движущегося фронта. Однако после прочтения самой статьи становится понятно, что заголовок является отсылкой к предыдущей статье автора, поэтому многоточие становится связующим звеном с ранее высказанным вопросом в заголовке предыдущей статьи: *После выхода статьи «Разве это было зря?» («СР» № 31 от 15 февраля) последовал читательский отклик с вопросом, не было ли у автора родственников, воевавших в годы Великой Отечественной во власовской армии (читателя задела неудачная фраза, «...когда фронт, сверкая пятками, катился на Восток»)* (Матвеев А. Фронт катился на Восток... // СР. 20.02.2017) [Там же].

Шестая тенденция – назовем ее лексико-синтаксической, так как в приведенном ниже примере лексика и синтаксис находятся в теснейшей взаимосвязи: происходит обогащение контекста за счет одного слова: *К счастью, жизнь – штука разнообразная, и наряду с остроумными текстами равнодушных людей по-прежнему популярны видео, где на протяжении 40 минут на экране вы видите, как методично, раз за разом, разворачивают киндер-сюрпризы. И посмотревших это видео – миллионы* (Ситдикова Г. О любви к языку и народной гордости // СР. 18.05.2016) [Там же]. Киндер-сюрприз – шоколад в форме яйца, содержащий внутри сюрприз-игрушку. В приведенном предложении реализуется только часть семантики – «сюрприз», т.е. что-то неожиданное, неизвестное, как при разламывании шоколадного яйца: неизвестно, какая будет игрушка. Семантика же лексического элемента *киндер* (нем. *Kinder* – ребенок, дети) остается нереализованной. Текст же статьи в целом посвящен современному обществу, живущему виртуальной жизнью. Употребление слова *киндер-сюрприз* работает больше на текстовую ассоциацию, обогащая контекст: неизвестность, которая скрывается в виртуальности, подобна неизвестности сюрприза в шоколадном яйце.

Таким образом, анализ синтаксического уровня такого регионального издания, как общественно-политическая газета «Стерлитамакский рабочий», показал, что на современном этапе наблюдается стремление публицистики к простоте, разговорности.

*Список источников*

1. **Богоявленская Ю. В.** Парцелляция как средство повышения привлекательности газетного заголовка // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2014. Т. 14. № 3. С. 35-39.
2. **Ванников Ю. В.** Парцелляция // Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ю. Н. Караулов. М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1997. С. 328.
3. **Стерлитамакский рабочий (СР)** [Электронный ресурс]. URL: <http://srgazeta.ru> (дата обращения: 09.11.2016).

**SYNTACTICAL PECULIARITIES OF MODERN PUBLICISTICS  
(BY THE MATERIAL OF REGIONAL EDITION)**

**Minibaeva Svetlana Vinerovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
**Alekseeva Inna Vyacheslavovna**  
*Sterlitamak Branch of the Bashkir State University*  
*sveta.minibaeva@yandex.ru; inna\_alekseeva@ro.ru*

The article is devoted to the relevant problem of studying the language of modern publicistics: the authors focus on the level the analysis and description of which lies beyond the scope of modern linguists' scientific inquiry – syntactical one. As a source of linguistic material the authors use regional printed edition the language of which represents the basic tendencies typical for the syntax of whole modern publicistics. The paper identifies both the features traditionally distinguished while describing a publicistic text and the new ones indicating that the language of modern publicistics can be considered a special phenomenon.

*Key words and phrases:* publicistics; publicistic text; syntactical peculiarities; regional edition; printed edition; mass media.

УДК 81-25

*Статья посвящена анализу смыслообразующего потенциала авторской метафоры в современном публицистическом дискурсе на примере статей из американской газеты «Independent». Авторы рассматривают метафору как эффективное средство тексто- и смыслопостроения, выполняющее в публицистическом дискурсе ассоциативно-оценочную функцию. Проанализированные данные позволили сделать вывод о том, что в публицистическом дискурсе метафора имеет интенциональную заданность, воздействуя на мнение и поведение адресата.*

*Ключевые слова и фразы:* метафора; публицистический дискурс; авторская метафора; продуктивные метафорические переносы; концептуализация.

**Пономаренко Лариса Николаевна**, к. пед. н.  
**Мишутинская Елена Алексеевна**, к. филол. н., доцент  
*Вятский государственный университет*  
*vsu\_pom-ko@mail.ru; elenamishutinskaya@yandex.ru*

**ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ МЕТАФОР  
В АМЕРИКАНСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Метафора продолжает активно использоваться в современном публицистическом дискурсе, увеличивая информативную значимость сообщения благодаря своей ассоциативности, при этом выполняя основные функции публицистики – убеждения, побуждения, эмоционального воздействия. Метафора как одно из самых распространенных выразительных средств помогает представить сложное понятие как простое, хорошо известное – как новое, банальное – как оригинальное.

В данной статье будут рассмотрены случаи употребления метафор и метафорических выражений в американских газетных статьях политической направленности. Цель данной статьи – проследить, как те или иные метафоры, образованные на основе продуктивных переносов, способны повлиять на мнение общественности, сформировать негативное или положительное отношение к известным политическим деятелям или конкретной ситуации.

По мнению Л. Н. Синельниковой, метафора как непрямая номинация, представляющая нечто на границе иллюзии и реальности, становится средством манипуляции, а тот факт, что политическая метафора содержит информацию о позиции говорящего, делает ее средством воздействия [4].

Помимо прагматического использования, метафора, безусловно, является средством концептуализации действительности. Вслед за Дж. Лакоффом, М. Джонсоном [1], Р. Лангаккером [2], М. Н. Лапшиной [3], Г. Н. Складневской [5], мы полагаем, что большинство метафор основаны на нескольких продуктивных переносах и реализуются в рамках определенных концептуальных сфер.