Лекция 7.1

Средства массовой информации и культура речи

План

1. **Общая характеристика публицистического стиля.**
2. **Конструктивные особенности публицистического стиля.**
3. **Языковые особенности публицистического стиля.**
4. **Подстили и жанры публицистики.**

Общая характеристика публицистического стиля Публицистический стиль (слово **публицистика** от латинского

publicus – общественный) обслуживает сферу общественных отношений: политико-идеологическую, общественно-экономическую, культурную и др. Он является наиболее популярным из всех книжных стилей, поскольку его распространению способствуют средства массовой информации — пресса, радио, кино, телевидение. Он используется также в речи выступающих на собраниях и митингах, в лекциях пропагандистов и агитаторов и представлен на страницах газет и журналов, в оперативно издаваемых книгах и брошюрах, в материалах радио-, кино- и тележурналистики, в публичных лекциях.

Публицистический стиль, как и вышерассмотренные стили, научный и официально – деловой, формируется на основе конструктивных (внеязыковых) и языковых особенностей, представляющих «некий целостный комплекс». Но, как мы отмечали в предыдущих лекциях, функциональные стили не имеют непроницаемых границ, зачастую происходит взаимопроникновение стилей, их слияние. Особенно это слияние характерно для публицистического стиля. Так, исследователи отмечают, что в различных жанрах стиля соединяются черты научного стиля и черты языка художественной литературы: в статьях можно заметить сближение с научным стилем (логичность, точность, ясность); в очерках, фельетонах – с языком художественной литературы (яркая эмоционально – экспрессивная окрашенность). Но это не значит, что публицистический стиль – механическое объединение двух стилей.

Итак, рассмотрим конструктивные (экстралингвистические) черты публицистического стиля.

**Конструктивные особенности публицистического стиля.**

1.Основная конструктивная черта данного стиля заключается в единстве информационной и воздействующей функций: публицистика призвана, с одной стороны, впрочем, как и научный стиль, информировать широкие круги читателей, слушателей, зрителей по наиболее актуальным вопросам, а с другой, и это ее, публицистики, отличительная черта, призвана воздействовать на сознание людей путем убеждения и формировать определенное общественное мнение, причем автор должен не просто передавать факты, но в явной форме выражать к ним свое отношение, стремясь убедить адресата в своей правоте.

2. Отсюда функционирование второй конструктивной черты, отличающей публицистический стиль в ряду других стилей – его яркая эмоционально – экспрессивная окрашенность, не характерная в общем ни для научного стиля (хотя нужно заметить осторожное проникновение этой конструктивной особенности в научный (авторское – я, использование фразеологизмов, риторических вопросов), ни для официально-делового (жанр резюме).

**3.** Рассматривая научный и особенно официально – деловой стили, мы подробно анализировали стандартность, признак, присущий этим стилям, с помощью которого реализуется функция информации. Для публицистического стиля также характерна эта черта, но в единстве с экспрессией**.**

Вспомним, что стандарты — нейтрально-стилистическая категория. Являясь готовыми речевыми формами, соотнесенными с определенной ситуацией, они значительно облегчают общение, поэтому особенно удобны для использования их в средствах массовой информации**.**

Преобладающая часть общественно-политических ситуаций обладает повторяемостью, длительностью, что и вызывает необходимость использования для стереотипных событий, стереотипных описаний. Характер работы журналиста требует оперативности подачи информации, умения писать быстро. Однако писать быстро и о сходных явлениях, не прибегая к стандартам, почти невозможно.

Языковые стандарты облегчают и читателю получение нужной ему информации, поскольку текст, воспринимаемый в привычной форме, усваивается быстро, целыми смысловыми блоками.

В противоположность стандартам **штампы** — отрицательное стилистическое явление публицистической речи. В штампах слова теряют свое лексическое значение и присущую им образность. Например: *небесная (воздушная, огненная) стихия, белое (черное, зеленое, жидкое, ароматное)*

*золото.* Штампы придают речи сухость,безликость,они могут сделать дажесамую важную и интересную мысль неубедительной.

Речевые стереотипы чаще всего используются в тех жанрах, которые требуют экономичной и сжатой формы и которые оперативно связаны с самим событием, например: официальное сообщение, информация и т. п. В других жанрах (очерке, фельетоне, эссе и т. п.) речевых стандартов значительно меньше, на первый план выдвигаются оригинальные выразительные приемы, речь индивидуализирована.

Рассмотрим языковые особенности публицистического стиля.

**Языковые особенности публицистического стиля речи.**

1. *Фонетические особенности публицистического стиля.*

Фонетические особенности публицистического стиля речи связаны с устной формой его реализации. В устной публицистике используется все богатство и разнообразие интонации: от высокой, торжественной, митинговой до разговорно-бытовой, от приподнятой до сниженной. Каждому жанру устной публицистики свойственно свое произношение. Например, книжное нейтральное произношение у диктора, читающего официальную хронику (программа «Время», «Новости»), книжное торжественное — у диктора, читающего важное правительственное сообщение.

В современной устной публицистике, по сравнению с предыдущими периодами ее развития, существенно изменился стиль произношения. Известный киножурналист Роман Кармен писал: «Сейчас кажется архаической крикливая, назойливая, излишне патетическая, граничащая с напыщенностью тональность дикторского текста. Зритель предпочитает сейчас лишенный профессионализма актерской дикции человечный, задушевный разговор».

Итак, основой произношения в устной публицистике является нейтральный и книжный стили. Как отклонение, имеющее стилистическую значимость, воспринимаются возвышенный (митинговый) и разговорный стили. Интонация в публичной речи, в отличие от разговорной, является осознанным, преднамеренным средством воздействия на слушателя с целью вызвать у него определенную эмоциональную и волевую реакцию.

**2. Лексические особенности публицистического стиля**

СТАНДАРТНО-ИНФОРМАТИВНЫЕ ЕДИНИЦЫ ТЕКСТА

Лексико-фразеологический состав публицистического стиля разнообразен так же, как разнообразен сам круг тем, получивших отражение в публицистике: область идеологии, политики, производства, общественной жизни, культуры, спорта и т. п. Но наибольшую активность и частотность имеет

- **общественно-политическая лексика:** *идеология,**неонацизм,*

*коммюнике, постановление, экология;*

- **книжная лексика общего значения:** *идея,**направление,*

*действительность;*

- **собственные имена:** *Европа,**Москва,**французский еженедельник*

*«Монд»;*

* **аббревиатуры** (сложносокращенные слова):*ООН,**ЕС,**Н*АТО;

|  |  |
| --- | --- |
| - | **устойчивые словосочетания фразеологического типа:** *желтая* |
|  | *пресса, прогрессивное человечество, выражать интересы*, *уровень жизни,* |
|  | *положить конец, брать обязательство, вести борьбу, вести переговоры;* |
| - | **числовые сведения** (даты,показатели в цифрах и процентах). |
|  | ЭКСПРЕССИВНО-ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЕ ЕДИНИЦЫ ТЕКСТА |
|  | Функция воздействия выражается прежде всего в присущей |
|  | публицистическому стилю особой экспрессии и оценочной эмо- |
|  | циональности. В создании этих черт публицистического стиля |
|  | участвуют следующие лексические единицы: |
|  | - газетизмы – это книжные слова и устойчивые обороты, стилевая |
|  | окраска которых сочетается с положительной или отрицательной |
|  | эмоционально-экспрессивной окраской: *ультраправые,* *прихвостень,* |
|  | *профашистский, чистоган, толстосумы, держиморды, мракобес, шулер,* |
|  | *ловчила, выжига, выжиматель, высокомерный сноб, ретроград,* |
|  | *закулисная возня* и др; |
|  | - специальная лексика в переносном значении: *заповедник расизма,* |
|  | *предвыборный марафон, драма народа, политический фарс, пародия на* |
|  | *демократию*, *грязная война, бандитское нападение, черная тень;* |
|  | - лексика разной стилистической окрашенности: *захворать,* *неумеха,* |
|  | *рукотворная (красота);* |
|  | - клише экпрессивно-воздействующего характера*:* *претворить в* |
|  | *жизнь, заклеймить позором.* |

- заимствования:конверсия(преобразование),консенсус(согласие),

плюрализм (множественность мнений), презентация (представление). Иностранное слово оказывается привлекательным потому, что с ним

не связано каких-либо ассоциаций. Английские слова получают распространение и в оригинальной записи и произношении: *«ноу-хау»,*

*паблик-релейшн, секонд хэнд.*

- всякий поворот общественной истории моментально создает свою

фразеологию:*новые русские,**богатенькие буратино,**открытым текстом,**силовые структуры, постсоветское пространство.*

**Словообразовательные особенности публицистического стиля речи**

1. Публицистический стиль характеризуется продуктивностью приставок, заимствованных по происхождению: **анти-,** **про-,** **нео-,** **ультра-** **и**

**др.,** например:*антиглобалистский,**профашистский,**ультралевый,**неолиберализм*.

1. Активность суффиксов иноязычного происхождения ***-ци(я), -аци(я),*** **-изаци(я)** (продукция,организация,механизация),*суффиксов* **-изм** (коллективизм), **-щин(а)** (штурмовщина), **-ни-ча(ть)** (хозяйничать) *и др.*

3. Суффиксальные образования для обозначения лица по профессии или роду занятий (*укладчик,* *заочник,* *бетонщик*), по политическим взглядам

(*коммунист,* *экстремист,* *реваншист*).

Процессы демократизации затронули все сферы общественной жизни. В целом литературно языковая норма становится менее определенной и обязательной, литературный стандарт становится менее стандартным. Особенно изменился язык средств массовой информации. Многие отмечают эпидемию недостоверности, искажения цифр, слов, вкусовое безразличие пишущих и говорящих. Особенно раскрепощенными стали полемические тексты в области политики, дискуссий о власти. Эти процессы затронули и область словообразования.

**Морфологические особенности публицистического стиля речи**

1. Одной из главных особенностей публицистики является «от-крытое», прямое, непосредственное выражение в ней авторского «я». Повествование во многих публицистических жанрах (репортаже, корреспонденции, очерке и др.) нередко ведется **от** **1-го лица** и воспринимается как рассказ об очевидном, увиденном конкретным лицом.

Например: *Со Старой Ригой знаком я давно,* *поэтому,* *сойдя с подножки* *поезда, искал бросающиеся в глаза перемены* (Из газеты); *Знаю его давно, но при каждой встрече испытываю чувство радостного приобретения* (Изгазеты).

Но даже в тех публицистических текстах, где повествование ведется от 3-го лица, слышен голос автора, его оценка событий и фактов. При этом автор публицистического текста — лицо собирательное (по терминологии А. Н. Васильевой), представитель определенной социальной группы людей, позицию которых он выражает. Поэтому оценочность в публицистике носит надличностный, надындивидуальный характер. Прямое «вмешательство» автора в материал, оценка и анализ увиденного усиливают воздействие публицистического текста, увлеченность автора передается читателю или слушателю.

* 1. Частной особенностью публицистического стиля является

**употребление несчитаемых существительных в форме множественного числа**:*разговоры,**поиски,**власти,**свободы,**инициативы,**настроения,**круги,**нужды* и др.

* 1. Стилевую окраску получает **субстантивация прилагательных и** **причастий со значением лица**:*правофланговые,**пример лучших,**работать**без отстающих.*

1. Местоимения в тексте телепередачи отсылают не к тому, что уже названо, а к синхронно идущему изображению. Так, например, в телеочерке В. Зорина «Владыки без масок», показанному по центральному телевидению, три раза употреблено местоимение ***это*:** *Это—* *Техас.* *И это—Техас.* *И это*

*—тоже Техас.* Синхронно с первым шло изображение спокойного,мирноголандшафта; со вторым — вышки, факел газового пламени; с третьим — машина президента Кеннеди, прицел винтовки, выстрелы, вдова над гробом.

5. Введение в текст **обращений к читателю** **(слушателю**), элементов спора с возможным оппонентом, использование императивных форм.

**Повелительное наклонение глагола** используется и как средствоактивизации внимания собеседника: *посмотрите,* *давайте подумаем,*

*давайте совершим путешествие* и др.

6. Максимальная приближенность текста к собеседнику усиливает его воздействующее влияние. Поэтому в публицистическом стиле имеется большой выбор средств, помогающих сблизить автора с собеседником, то есть способных создать «интимизацию» изложения: **обращение, местоимения *мы* и *вы,* модальные слова и частицы**,например:*Поглядите**внимательно на лицо женщины. Кем она была в жизни? Вы скажете: это учительница. Школа непостижимым путем отмечает лица своих служителей. Зинаида Петровна Кокорина почти тридцать лет была учителем и директором школы.* (В.Песков).

Обращенность к собеседнику особенно характерна для телепередач, когда автор привлекает зрителя к совместному осмыслению событий:

*Вдумайтесь в это. Я хочу попросить вас вглядеться в лица. Обратите внимание на его жест* и т.п.

**Синтаксические особенности публицистического стиля речи**

Наблюдения за синтаксисом нынешнего языка масс-медиа свидетельствуют об активности тех же тенденций, которые наблюдаются в лексике, - одновременного обращения к подчеркнуто книжным (иногда иноязычным) образцам и к оборотам раскованной разговорной речи и просторечия.

* 1. **Использование конструкций книжно-письменного синтаксиса и синтаксиса повседневной устной речи**,нередко рядоположенно,усиливаетконстатируемое сегодня на всех уровнях языка сближение и смешение языковых единиц, принципиально противопоставленных в традиционном русском сознании.

Это, в свою очередь, ведет к снятию или, по крайней мере, к нивелировке противоположности письменной и устной форм речи, книжных и разговорных стилей. В сфере предложения – это синтаксис, организуемый образом автора, непосредственно общающегося с читателем. *Пожалуй,* *еще* *интереснее были сообщения М. Челнокова –* ***это тот******–******помните?*** *– он еще на заседании парламента швырнул свой ваучер в лицо вице-премьеру (*Изгазеты*).*

* 1. Включение собеседника в речь существенно изменяет тип монолога в публицистике. Монологическая речь своей обращенностью к собеседнику воспринимается как «односторонний» диалог. Такую форму речи Н. Ю. Шведова называет разговорным монологом. «Разговорный монолог есть форма непринужденного рассказа, непосредственно обращенного к слушателю или слушателям».

*Приглядитесь, как бережно берут куриловцы ломтики хлеба...*

*Обратите внимание, с какой важностью... надевают новый костюм в гости*

(Из газеты).

* + 1. **Риторические вопросы**,например:*Наш современник* ***…*** *какой он?**Чем он живет, о чем думает, как работается ему и отдыхается, о чем он мечтает, к чему стремится?*
    2. **Вопросы, целью которых является оживление речи**,стремлениепридать ей форму диалога с адресатом, например: *Разве Рушкин объяснялся* *без конца в любви к народу? Нет, он писал для народа.*
  1. **Использование различных интонационных типов предложения:** *Наш современник!**Каков он?*
  2. По подсчетам исследователей, в современной публицистике на 100 предложений текста в среднем приходится 35,8 сложных предложений и 44,1 предложений с обособлением. Эти черты книжного синтаксиса в большей степени присущи таким жанрам публицистического стиля, как передовая статья, международный обзор, лекции на общественно-политические темы. В этих жанрах большую роль играют стилистические фигуры украшения речи: анафора, параллелизм, антитеза, инверсия, градация и др.
* таких газетных жанрах, как репортаж, очерк, фельетон, и в жанрах радио- и тележурналистики заметно влияние разговорного синтаксиса.

7. В настоящее время расширяется сфера использования

**присоединительных конструкций.** Например,двучленныесегментированные конструкции стали часто употребляться в последние годы в произведениях газетного жанра. Например: *Спартакиадная лыжня.* *На* *этот раз на нее вышли женщины* (Из газеты).

Расчленение высказывания на части не только облегчает восприятие его смысла (что особенно важно для устной формы публицистики), но и придает тексту напряженность, динамичность, экспрессивное подчеркивание той или иной части высказывания. Максимальная выразительность достигается при использовании **присоединения с повтором**. Например, начало очерка О. Очаковской «Память обязывает»:

*Чем дальше по времени от нас война, тем пристальнее вглядываемся мы в ее лицо. Жестокое, суровое, горькое. Уже выросли и стали взрослыми дети, рожденные в военные годы. И юные вдовы состарились и сделались бабушками. И только мертвые остались молодыми.*

***Мы*** *много вспоминаем о прошлом.* ***Мы*** *разыскиваем без вести пропавших**и семьи погибших.* ***Мы*** *ищем храбрецов, живых и павших, чтобы воздать им*

*по заслугам. Так появляются новые фильмы о войне, новые книги, новые песни. И новые имена героев, которые еще вчера считались безымянными.*

Большую роль в усилении экспрессии текста играют и **неязыковые** **средства: графические** —в письменной форме публицистики(знакипрепинания, шрифтовое выделение и т. п.), сочетание слова со звуком и изображением — в радио- и телепублицистике. Интересным является и прием, связанный с **использованием вставок**, которые содержат меткие, образные, эмоциональные замечания по поводу сказанного, обычно используемые в качестве комментария при цитировании. Например: *Разве* *тот самый г. Струве, идеально-умеренный и аккуратный г. Струве, не говорит (увы, только говорит, чтобы отговориться!) о том, что «открытый характер революционных действий» (вот мы как нынче!) «в настоящее время есть одно из важнейших условий воспитательного влияния на народные массы?*

**Подстили и жанры публицистики**

В публицистическом стиле речи можно выделить **два подстиля**:

официальный подстиль (доминирует информативная функция) и неофициальный подстиль (информативная и воздействующая функции одинаково существенны).

Отличительной особенностью публицистики является ее многожанровость и связанное с ней большое разнообразие стилевого оформления текстов. Каждый **жанр** – это определенный способ организации речи, определенная речевая форма, в которой главную роль играет образ автора.

Однако все жанры публицистики, все тексты имеют много общих черт, позволяющих объединить их в одно сложное единство и рассматривать как проявление одного стиля.

Публицистические жанры противопоставлены прежде всего по степени выраженности в них индивидуально-авторского стиля. Очень слабо авторское «я» выражено в заметке.

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ЗАМЕТКА –** краткое сообщение в СМИ.Например:

*Среди бела дня был в упор расстрелян микроавтобус, в котором перевозилась зарплата для работников одного из предприятий. Убиты шофер, кассир, которые находились в салоне. Похищено более 250 тысяч рублей …*

Для стиля заметки характерна устремленность на сообщение. Главное

– точно выразить суть информации, лаконично сообщить о факте, событии без комментариев, оценок, выводов.

Жанр **ХРОНИКА** **– (**от французского Chronikos) – сообщения информационного характера о текущих событиях», - требует полной устраненности авторского «я». Эти информации предельно объективны и обычно строятся по определенному шаблону. Например: *Сегодня...* *по* *приглашению ... с официальным (дружеским) визитом прибыл ... На аэродроме, украшенном государственными флагами, ... главу ... государства встречали официальные лица.*

**РЕПОРТАЖ –** сообщение о событиях дня,оперативная информация(в печати, по радио или телевидению). Репортаж дает читателю наглядное представление о событии. Репортаж – это глаза и уши читателя. Автором репортажа может быть только человек, сам наблюдавший событие, а нередко

участвующий в нем. Авторское «я» исключено из речевой структуры репортажа. Оно – в подтексте: в отборе синтаксических конструкций, в редких и немногословных репликах.

Менее стандартна неофициальная информация, но и она лишена индивидуально-авторского стиля, поскольку все «творчество» пишущего обычно направлено на конструирование текста из готовых блоков-стереотипов. Когда говорят о специфичной газетной лексике, стандартах газетного стиля, то в большей степени это относится именно к жанру информации. Прямую противоположность информативным жанрам по степени отраженности авторского «я» представляет собой очерк.

**ОЧЕРК** —небольшое литературное произведение,краткое описаниежизненных событий (обычно социально значимых). Публицистический, в том числе документальный, очерк излагает и анализирует различные факты и явления общественной жизни, как правило в сопровождении прямого истолкования их автором. Это самый «субъективный» публицистический жанр. Любое слово в очерке воспринимается от автора, все языковые средства отражают его индивидуальную манеру, авторскими эмоциями окрашено все повествование.

Характерной особенностью очерка является документальность, достоверность фактов, событий, о которых идет речь. В нем называются подлинные имена и фамилии изображаемых лиц, действительные места событий, описывается реальная обстановка, указывается время действия. В очерке, как и в художественном произведении, действительность отражается в образах. Образы обычно создаются путем использования метафоры, эпитета или иного тропа.

Различают:

* **очерк путевой**,в котором рассказывается о дорожных впечатлениях:даются зарисовки природы, быта людей;
* **очерк портретный** –раскрывает личность человека,его характер;
* **проблемный очерк**,в котором поднимается какая-то социальнозначимая проблема, анализируются пути ее решения.

Нередко в очерке сочетаются все его разновидности: в путевом - встречаются портретные зарисовки или волнующая автора проблема.

Жанрами неофициального подстиля, где информативная и воздействующая функции одинаково существенны, являются, помимо очерка, фельетон, интервью.

**ФЕЛЬЕТОН** –жанр СМИ,представляющий собой небольшое литературно-публицистическое произведение на злободневную тему, написанное в насмешливом, часто сатирическом тоне. Сатира определяет и используемые речевые средства, такие прежде всего, как: гипербола (резкое преувеличение), каламбур, фразеология. Например:

*С того дня я стал ходить по инстанциям, хлопотать насчет газа и насчет обуздания ретивых газификаторов. Но схлопотал лишь репутацию кляузника.*

**ИНТЕРВЬЮ –** 1)предназначенная в печати,по радио,телевидению **и** в интернетебеседа в форме вопросов и ответов с государственным или каким-л. Другим деятелем; 2) в социологических исследованиях – беседа исследователя по заранее намеченному плану с лицом или группой лиц, ответы которых на вопросы служат исходным эмпирическим материалом для обобщений.

**РЕЦЕНЗИЯ –** (латинск.осмотр,обследование)статья,целью которойявляется критический разбор какого-л. произведения, спектакля, киноконцерта. (Существует также научная рецензия.)

На язык публицистики активное воздействие оказывает разговорная речь. Особенно сильное влияние разговорная речь оказывает на **устную** **форму публицистики** —в жанрах радио-,теле-и киножурналистики.

Специфику стиля речи в СМИ прежде всего определяет характер передач. Есть передачи подготовленные, то есть передачи с заранее написанным текстом, который воспроизводится диктором (например, официальная информация в программе «Время», «Новости»). Есть передачи неподготовленные, то есть текст заранее не готовится или служит опорой для импровизации, например, выступления журналистов перед телекамерой.

Первый тип передач ориентирован на книжную письменную речь, второй представляет книжно-разговорный вариант литературного языка. Прослушайте отрывок из телепередачи в жанре интервью:

— А что вас здесь привлекает?

— Ну, как вам сказать что... Здесь очень природа красивая, воздух чистый... Романтика (хотя я уже старая для романтики).

— Значит, романтика вас привлекает?.. А условия здесь хорошие жилищные?

— Жилищные хорошие.

— А другие?

— Ну, а другие не очень.

— Не очень... Скучно?

— Да нет, не очень. По сравнению с городами, конечно, скучно'.

Вопросно-ответное построение диалога, переспросы, паузы, порядок слов, эллиптические конструкции — все эти приметы устно-разговорного стиля порождены ситуацией непосредственного общения журналиста.

**Жанры телепублицистики разграничены и формой речи** —однитяготеют к монологу (выступления телекомментаторов), другие — к диалогу (беседа, интервью). Но в отличие от газеты монологическое построение текста телепередач всегда ориентировано на невидимого собеседника.

**Отбор языковых средств, их организация для текстов СМИ**

производится с учетом законов восприятия устной речи при двухканальном способе передачи информации, то есть при помощи слова и изображения. В сфере телевидения имеются свои закономерности функционирования языковых единиц, свои стилистические возможности их использования.

Рассмотрим некоторые из этих особенностей. В телевизионной речи возрастает нагрузка на слово, в словесный текст, сопровождающий изображение, отбирается только такая информация, которая не дублирует экранную. Все, что может быть показано, из текста исключается. Поэтому, по мнению тележурналистов, газетную информацию для телевидения можно сократить на 75%. Только 15% словесной информации совпадает со зрительной: слово и изображение выступают в роли своеобразных синонимов, если совпадают по смыслу, или становятся антонимами при смысловом контрасте. Используя эти возможности, тележурналисты добиваются лучшего восприятия: информация становится легче усвояемой и тверже запечатлеваемой.

Итак, публицистика – особый род литературы, своеобразный по форме, методу подхода к действительности, средствам воздействия. Публицистика тематически неисчерпаема, огромен ее жанровый диапазон, велики выразительные ресурсы. По силе воздействия публицистика не уступает художественной литературе, а кое в чем и превосходит ее. Вот как писал, например, турецкий поэт Назым Хикмет о произведениях русских писателей: «Репортаж Чехова, написанный им во время поездки на остров Сахалин, - это, по-моему, произведение искусства…».

О произведениях искусства, о языке художественных произведений мы будем говорить в дальнейшем.