# Лекция 6. Публицистический стиль русского языка. Ораторское искусство.

План

1. Общая характеристика публицистического стиля.
2. Система подстилей публицистического стиля.
3. Стилевые черты публицистической речи.
4. Лексические особенности языка публицистического стиля.
5. Грамматические особенности языка публицистического стиля.

# 1. Общая характеристика публицистического стиля

Публицистический стиль реализуется в текстах средств массовой информации (телевидение, радио, газеты и журналы), рассчитанных на широкую аудиторию, в публичных выступлениях, которые могут быть посвящены разнообразной тематике – политической, экономической, культурной, морально-нравственной и др. Таким образом, публицистический стиль обслуживает прежде всего ***общественно-политическую*** и ***культурную*** сферы массового общения. Он используется для освещения актуальных проблем и явлений текущей жизни общества, формирования общественного мнения. В публицистической речи, наряду с информативной целью общения, часто бывает представлена ***побудительная*** (воздействующая) цель: автор текста намерен не толькоинформироватьчитателей или слушателей о чем-либо, но и повлиять на них, их отношение к обсуждаемой проблеме, мировоззрение.

 **2. Система подстилей публицистического стиля**

В публицистическом стиле речи можно выделить два подстиля: официальный (доминирует информативная функция) и неофициальный (информативная и воздействующая функции одинаково существенны). Каждый подстиль представлен определенными жанрами, реализующимися в письменной или устной форме.

Для данного стиля обе формы речи – устная и письменная – являются в равной степени актуальными. Он занимает промежуточное положение между разговорно-обиходным стилем (разговорной речью) и книжными стилями (научным, официально-деловым, художественным), включая в себя компоненты этих четырех стилей языка.

К письменным жанрам публицистического стиля относятся газетная статья, короткая заметка, очерк, фельетон, рецензия (на фильм, спектакль, книгу и пр.). Устные монологи в публицистическом стиле – это, например, парламентская речь, презентационная речь, предвыборная агитационная речь и пр.; в числе диалогических жанров находятся дебаты (парламентские, теледебаты), ток-шоу. Такие жанры, как репортаж и интервью, могут реализовываться и в устной, и в письменной форме.

# 3. Стилевые черты публицистической речи

Для публицистической речи характерны следующие стилевые черты:

* ***понятность*** текста для массовой аудитории, которая достигается за счет преобладания общеупотребительной лексики, отказа от узкоспециальной терминологии;
* ***актуальность*** текста, объясняющаяся тем, что публицистический текст привязан к конкретной ситуации, значимой на сегодняшний день проблеме и быстро устаревает; с данной чертой связано использование в публицистических текстах новой заимствованной лексики;
* ***объективность*** изложения информации, которая проявляется в широком включении в текст реальных имен, названий, цифр, цитат, высказываний конкретных людей, ссылок на документы и других авторитетных источников;
* ***личностное*** отношение автора к предмету речи, стремление продемонстрировать свою точку зрения и убедить аудиторию в ее правильности, что достигается за счет активного употребления оценочной лексики, ведения речи от 1-го лица единственного числа (с местоимением *я*);
* ***агитационность***, воздействующая направленностьтекста, которая может проявляться в использовании фраз-обращений к публике, глаголов в повелительном наклонении;
* ***выразительность***, ***эмоциональность***изложения, достигающаяся за счет разнообразных средств (сниженной разговорной и жаргонной лексики, художественных средств выразительности, фразеологии, прецедентных текстов, неологизмов и пр.);
* ***консервативность***, ***стандартизованность***, проявляющиеся в использовании газетно-публицистических штампов, клише-канцеляризмов;
* незначительная грамматическая усложненность текста, ***доступность*** его для быстрого восприятия, что выражается в преобладании несложных грамматических структур, незначительной длине предложений, незначительной их осложненности; кроме того, письменные тексты часто сопровождаются фотоматериалами, иллюстрациями, оформляются с использованием различных приемов (текст в рамке, различные шрифты и пр.), что привлекает внимание читателя и облегчает восприятие текста;
* ***лаконичность***, ***сжатость*** изложения, что связано с требованиями пространственного и временного регламента; проявляется в том, что тексты обычно невелики по объему, в них нередко используются сокращенные обозначения и аббревиатуры.

В соответствии с перечисленными стилевыми чертами публицистический текст обладает рядом языковых особенностей.

# 4. Лексические особенности языка публицистического стиля

Публицистический текст ориентирован на широкую общественность, поэтому его содержание должно быть доступно для понимания массовой аудиторией. В связи с этим большинство слов текста относится к разряду ***общеупотребительных***. В зависимости от темы текста (политика, право, экономика, искусство и др.) широко используется лексика соответствующих тематических групп: например, в текстах, связанных с политической и правовой проблематикой, достаточно частотны следующие лексемы: *государство*, *президент*, *выборы*, *граждане*, *закон*, *права* и т. п., в текстах, рассматривающих вопросы экономики, будут, например, использоваться слова *доходы*, *налоги*, *экономические* *показатели*, *банк*, *валюта* и т. п. Разумеется, большой процент лексики здесь составит ***терминология***, однако в публицистических текстах принято употреблять в основном те термины, которые широко распространены в обществе и известны неспециалистам (*инфляция*, *приватизация*, *инаугурация* и т. п.). Если автор использует узкоспециальный термин, в тексте обычно содержится его объяснение.

Актуальность публицистического текста влечет за собой такую его языковую особенность, как активное использование ***новой заимствованной*** лексики. Именно благодаря средствам массовой информации в широкий оборот русскоязычного сообщества нашей страны за последние несколько лет вошли такие слова, как *дефолт*, *пиар* (и его производные *пиарщик*, *пропиарить*), *топ-модель*, *вип-персона, экстрим* и т. п.

Исходя из требования объективности изложения, автор включает в текст реальные ***имена собственные***: имена конкретных людей (часто с указанием их должности или социального статуса), названия государств, населенных пунктов, предприятий и организаций, товаров. При этом нередко выбирается сокращенный вариант названия, аббревиатура: *РФ, Мингособразования, ООО, гендиректор, спецназ.*

Требованием объективности обусловлено активное использование в тексте разнообразных ***цифровых*** данных: дат, номеров, сумм, расстояний и пр.

Типичное для публицистического текста стремление автора выразить свое отношение к предмету речи ведет к широкому употреблению ***эмоционально-оценочных*** слов и выражений (некоторые из них относятся к разряду сниженной разговорной или жаргонной лексики): *зарвавшийся чиновник, журналистская болтовня, беспредел на заводе, опротивевший предвыборный пиар, олигарх обнаглел,* *достойно зарабатывать, замечательное увлечение, в клубе классно оторвались* и т. п.

С целью придания речи выразительности и эмоциональности автор может использовать ***сниженные*** разговорные слова и выражения, ***жаргонизмы*** (*первый раз в пещере – это офигительные ощущения; документ состряпали абы как; за такой ответ можно и по морде получить; а обещал ведь замочить боевиков в сортире; подрулил не на какой-нибудь «десятке», а на «мерсе»* и т. п.). Численность этих языковых единиц в тексте зависит от статуса издания (в так называемой «желтой прессе» их будет много), аудитории, на которую ориентирован текст (в молодежных изданиях и программах широко используются слова из подросткового сленга), от тематики текста (например, в статье о компьютерных играх будут употребляться жаргонизмы компьютерщиков и «геймеров»).

Выразительность, яркость, оригинальность изложения достигается за счет использования автором следующих ***художественных*** средств и приемов:

* сравнение: *акции переходят из рук в руки, как фишки в казино; пытаться управлять своей собственностью – это все равно что вести автомобиль и при этом регулировать дорожное движение; гитарист реагировал на орущую публику не больше, чем пингвин на сугроб*;
* метафора: *каменные стены мэрии остались равнодушны к пикетчикам; неожиданное появление поп-звезды буквально взорвало зал; просочились слухи, что в команде будет новый вратарь*; *этот кандидат – марионетка в руках областных властей*;
* эпитет: *климат на острове ласковый и некапризный; на краю поля стоял одинокий печальный трактор, плакал ржавыми слезами*.

Некоторые метафоры, возникшие в публицистической речи, становятся устойчивыми, входят в «общее пользование» и могут какое-то время употребляться в связи с соответствующим явлением: *оборотни* – о милиционерах-преступниках.

Фразеологизмы, пословицы, устойчивые обороты разговорной речи придают публицистической речи выразительность: *Мне известно, кто льет воду на мельницу моих противников* (*лить воду на чью-либо мельницу –* «помогать в чем-либо, способствовать осуществлению чего-либо»); *Он ушел из школы, потому что по-настоящему творческий подход и прокрустово ложе учебных программ посчитал несовместимыми* (*прокрустово ложе* – «мерка, под которую требуется подогнать что-либо, отказавшись от чего-либо важного, оригинального и т*.* п.»); *Все уволились, и я подал заявление: один в поле не воин!* (пословица); *Решили вернуться в родную деревню – да не тут-то было* (разговорный оборот).

Выразительность и оценочность могут также достигаться путем использования так называемых ***прецедентных имен*** и ***прецедентных текстов***. Под первыми понимаются имена известных людей или персонажей, используемые отчасти как нарицательные лексические единицы, для обращения к определенному образу или смыслу: *Пройдет время, и, возможно, городская школа модельеров выпустит своих Зайцевых и Юдашкиных; Выходит, успешный менеджер – это Остап Бендер с дипломом престижного экономического вуза?* Прецедентные тексты – широко известные фрагменты литературных, фольклорных произведений (например, анекдотов), которые автор-публицист цитирует или перефразирует: *Вот и приходится решать: быть или не быть детскому клубу;* *Коня на скаку остановит…* (заголовок статьи о женщине-дрессировщице).

Стремление к выразительности и оригинальности в публицистическом тексте может привести автора к созданию ***неологизмов***: *автокрады* – об угонщиках автомобилей.

Публицистический текст характеризуется определенной консервативностью языка, тенденцией к стандартизованности. Прежде всего это проявляется в использовании так называемых газетно-публицистических ***клише*** (штампов) *–* устойчивых словосочетаний, функционирующих главным образом в средствах массовой информации. Они весьма разнообразны как по функциональной, так и по стилистической окрашенности.

Можно выделить группу клише, которые имеют нейтральную или нейтрально-официальную окраску и особенно часто употребляются в малых жанрах (краткая заметка, краткая сводка новостей) в основном для достижения необходимой лаконичности и ясности: *сели за стол переговоров, посетил с дружественным визитом, провели антитеррористическую операцию*, *выступил с приветственной речью, по сообщениям официальных источников* и т. п. К этим выражениям близки клише-канцеляризмы – устойчивые словосочетания, функционирующие в рамках официально-делового стиля (*довести до сведения, приступить к проведению, освободить от занимаемой должности, принять надлежащие меры*); иногда они также могут включаться в публицистические тексты.

Другие газетно-публицистические штампы носят метафорический, образный характер, используются для придания речи оценочности и выразительности: *предвыборный марафон, ветер перемен, эстафета поколений, бушуют страсти, поле общественной деятельности, отцы города и т. п.*

# 5. Грамматические особенности языка публицистического стиля

Требование доступности публицистического текста для восприятия широкой публикой обусловило такую его черту, как несложность грамматических конструкций. Вообще, грамматика публицистического стиля так же, как и его лексический состав, свидетельствует о промежуточном положении этого варианта языка, испытывающего на себе влияние как разговорной речи, так и книжных стилей. С одной стороны, публицистический текст отличается от разговорно-обиходной речи большей сложностью и упорядоченностью грамматики: его предложения в большинстве своем грамматически правильные, завершенные по структуре, в них могут включаться типичные для книжной речи конструкции – причастные и деепричастные обороты. С другой стороны, в отличие от научного и официально-делового стилей, в публицистическом тексте предложения в основном недлинные, без большого числа осложняющих конструкций; при этом преобладают типичные для устной речи глаголы в личной форме (*побывали на форуме, выступает в защиту, собираются поступать в вуз*).

В некоторых случаях с целью демонстрации своей точки зрения автор строит свою речь от 1-го лица единственного числа, употребляя местоимения *я*, *мой* (*я считаю, мне кажется, по моему мнению*).

В текстах с ярко выраженной призывностью могут употребляться фразы-обращения к публике с глаголами в повелительном наклонении (*задумайтесь, вспомните*).

Ссылки на слова конкретных лиц, обеспечивающие объективность излагаемой информации, нередко оформляются автором в виде цитат, прямой речи, диалога.

Выразительность текста может обеспечиваться синтаксическими средствами, среди которых наиболее частотны следующие:

* вопросительные предложения, включенные в авторскую речь (в том числе риторический вопрос): *До каких же пор мы будем тратить время и деньги на просмотр таких бездарных американских фильмов? Что может противопоставить простой гражданин беспределу власть придержащих?*;
* восклицательные предложения: *Как здорово, что нам выпала такая удача! Я уверен, что вы выполните свой гражданский долг!*;
* фразы с разговорным синтаксисом: *Как тратить общественные деньги – так он впереди всех, а как отвечать – пускай начальник за него отвечает!*;
* антитеза: *Рабочие поселкового завода третий месяц не получают зарплату – его директор проводит отпуск на элитном заграничном курорте, полпоселка страдает без отопления – его глава достраивает второй особняк!;*
* инверсия: *Очень нужны избирателям тонны предвыборной макулатуры в почтовых ящиках*!;
* парцелляция: *После вмешательства прокуратуры деньги им вернули. Буквально сразу же. Все до рубля. С извинениями*.