

НОВЫЕ РЕЧЕВЫЕ ЯВЛЕНИЯ В ЯЗЫКЕ ГАЗЕТ

Язык — строго структурированная система, состоящая из многих подсистем. Одной из них является язык средств массовой информации или газетный язык.

Язык газеты (как и язык других СМИ) обладает огромными возможностями и сильнейшим влиянием на другие разновидности литературного языка и на общество в целом.

Свободное использование языка, расширение возможности взаимного влияния находящихся рядом слов делают газетный текст благодатной почвой для возникновения новых языковых явлений.

Стремление языка газеты к экспрессивности реализуется с помощью фигур речи.

Фигуры речи — отступления от нейтрального способа изложения с целью эмоционального и эстетического воздействия, в их основе лежат определенные схемы, которые в речи могут наполняться каждый раз новыми словами. Экспрессия возникает либо в результате ментальных операций сближения-противопоставления, либо вследствие разрушения привычных речевых формул и стереотипов, либо благодаря умелым изменениям речевой тактики. В газете встречаются практически все фигуры речи, однако значительно преобладают четыре группы: вопросы различных типов, повторы, создаваемые средствами различных языковых уровней, аппликации и структурно-графические выделения.

С первых страниц газет читатель встречается с такими разновидностями вопросов, как дубитация и объективизация. Дубитация — это ряд вопросов к воображаемому собеседнику, служащих для постановки проблемы и обоснования формы рассуждения, например: *«А потом. Оправдываться или отвечать? Надо помнить, что этого от нас прежде всего ждут те, кто давал команду»* [3, с. 2].

Дубитация является своего рода планом дальнейшего изложения, и способом установления контакта с читателем. Это своеобразный композиционный прием, который выполняет роль зачина. Благодаря своим интонационным особенностям дубитация формирует очень динамичное вступление.

Объективизация — это вопрос, на который автор отвечает сам, например: *«Беларусь — страна ярких красок, веселых людей и радостного настроения. Не знали? Китайцы тоже, а теперь вот знают»* [3, с. 2]; *«У них знаете, сколько сторонников? Чистых сторонников нашей оппозиции? 400 человек — это боевой отряд»* [4, с. 2].

Объективизация — это языковое средство, служащее для высвечивания отдельных сторон основного вопроса по мере развертывания текста. Фигуры этого типа располагаются главным образом в начале абзацев, имеют утвердительную интонацию на вопросительную, позволяет оживить внимание читателя, внести разнообразие в авторский монолог.

Аналогом и одновременно противоположностью объективизации является обсуждение. Это постановка вопроса с целью обсудить уже принятое авторитетными лицами решение или обнародованный вывод, например: *«У Россиян есть реформаторский потенциал — таков мой вывод из разговоров с россиянами. Конечно, сейчас не понятно, кто руководил бы этими реформами — премьер Путин, Президент Медведев? А может быть, кто-то совсем другой?»* [5, с. 6].

По структуре обсуждение является противоположностью объективизации: сначала — утверждение, затем — вопрос. Эта фигура замедляет рассуждение, как бы отбрасывает участников коммуникации назад, но она и учит сомневаться, перепроверять выводы авторитарных лиц. Решенная проблема на глазах у читателя вновь превращается в проблему, что наводит на мысль о непродуманности принятого решения и не может не подрывать авторитет тех, кто его вынес.

Риторический вопрос — это экспрессивное утверждение или отрицание, например: *«Теперь дом Муравьева, оставшийся без крыши, заливают дожди. Выдержат ли стены?»*; *«Хочется спросить: за чей, собственно, счет банкет?»* [5, с. 8].

Риторический вопрос интонационно выделяется на фоне повествовательных предложений, что вносит в речь элемент неожиданности и тем самым усиливает ее выразительность.

Речевыми средствами поддержания контакта с читателем служат также коммуникация, парантеза, риторическое восклицание, умолчание. Коммуникация — это мнимая передача трудной проблемы на рассмотрение слушающему, например: *«Ведь схема безумно удобна и выгодна. Смотрите сами. Чтобы получить кредит, надо будет накопить 30 процентов стоимости квартиры»*

Опознавательным знаком этой фигуры в газете служит формула «судите сами» или ее аналоги: «смотрите сами», «вот и решайте» и т.п. Независимо от частных особенностей коммуникация повышает убедительность рассуждений, поскольку читатель в них участвует сам.

Парантеза — самостоятельное, интонационно и графически выделенное высказывание, вставленное в основной текст и имеющее значение добавочного сообщения, разъяснения или авторской оценки, например: *«...начальник пассажирского отдела Витебского отделения железной дороги отметил, что в таких подвижных составах не только мягкие диваны (этим сейчас никого не удивишь), но и розетки на 220 вольт»* [2, с. 4].

Эта стилистическая фигура внутренне противоречива, поскольку, с одной стороны, разрушает барьер между автором и читателем, создает ощущение взаимного доверия и понимания, порождает иллюзию перехода от подготовленной речи к неподготовленной, живой, с другой стороны, как всякий «прием», она вносит некоторый элемент нарочитости. Не случайно парантеза нередко служит средством иронического, отстраненного изложения.

Риторическим восклицанием, по классическому определению, называется показное выражение эмоций. В письменном тексте эта псевдоэмоция оформляется графически (восклицательным знаком) и структурно: *«Нас пугают Северный поток», «Южный поток», откажемся от транзита через Беларусь. Не надо! Говорят, под Смоленском закроем задвижку. Закрывайте!»* [1, с. 3]. Восклицательный знак в этих высказываниях — способ привлечь внимание читателя и побудить его разделить авторское негодование, изумление, восхищение.

Умолчание — фигура речи, состоящая в экспрессивно-эмоциональном обрыве высказывания, предполагающем возможность для слушающего или читающего догадываться, что именно осталось невысказанным [1, с. 485]: *«Хотели как лучше, а получилось... как всегда»*. Многоточие — заговорщическое подмигивание автора читателю, намек на известные обоим факты или обоюдно разделяемые точки зрения.

В тексте газет часто употребляется аппликация — вкрапление общеизвестных выражений (фразеологических оборотов, пословиц, поговорок, газетных штампов, сложных терминов и т.п.), как правило, в несколько измененном виде, например: *«бедность в расцвете сил», «платить бы рад, расплачиваться тошно», «любишь кататься — люби и платить», «друг познается в еде», разделяй и здравствуй», «эфир струит зефир», «на Интернет и суда нет»* [4; 5].

Использованием аппликации создается иллюзия живого общения, автор демонстрирует свое остроумие, оживляется образ устойчивого выражения.

Все фигуры речи благодаря их формульной отточенности и завершенности прекрасно подходят для газетных заголовков, поэтому содержащие их фразы нередко оказываются графически выделенными, с них начинает читатель знакомство с газетой, их замечает раньше других речевых приемов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. — М., 2007.
2. Ерашова, В. Будьте как дома // Витебский рабочий. — 2010. — 21 окт. — № 121 (22084). — С. 4.
3. Объективности ради (По сообщениям пресс-службы Президента) // Советская Беларусь Сегодня. — 2010. 2 окт. — № 188. — С. 1–4.
4. Плескачева, И. Под нашу дуду // Советская Беларусь Сегодня. — 2010. — 2 окт. — № 194. — С. 2.
5. Попко, И. Долгострой не сдаются // Советская Беларусь Сегодня. 2010. — 6 окт. — № 190. — С. 8.