

МАРФАЛАГІЧНАЯ СТРАТЫФІКАЦЫЯ ПУБЛІЦЫСТЫЧНАГА ТЭКСТУ (НА ПРЫКЛАДЗЕ ГАЗЕТЫ «ЗВЯЗДА»)

Д. С. Арыпава

Дамінаванне назоўніка ў тэкстах СМІ – з’ява, якая ў апошні час звяртае на сябе ўвагу. У сувязі з тым, што публіцыстычны тэкст у значнай ступені фарміруе маўленне чалавека, значна ўплывае на яго культуру, мысленне і прывучае да манеры выкладу думкі, я вырашыла на канкрэтных прыкладах прасачыць становішчы і адмоўныя моманты ў актыўным ужыванні назоўніка.

Шляхам спантаннай выбаркі з аналізуемых матэрыялаў для якаснага вывучэння тэмы былі вылучаны 53 тэксты з першых палос газеты «Звязда» (сакавік 2010 года). Статыстыка паказала, што колькасць ужытых у матэрыялах назоўнікаў значна пераўзыходзіць колькасць дзеясловаў – 3,5 раза, прыметнікаў – у 4,5 раза, дзеепрыметнікаў – у 27 разоў, дзеепрыслоўяў – у 44 раза, лічэбнікаў – у 13,6 раза, займеннікаў – у 11 разоў. З агульнай колькасці 16 430 слоў назоўнікі складаюць 7 388 адзінак. Падлікі можна паглядзець у табліцах 1 і 2.

Такім чынам, можна назіраць дамінуючае становішча назоўніка ў СМІ. Нязменна назіраецца тэндэнцыя да высокачастотнага ўжывання ўласных назоўнікаў (870 з 7 388 вылучаных).

Аналіз марфалагічнай стратыфікацыі дэманструе тое, што семантычны аб’ём назоўніка эвалюцыянуе. Калі раней большай семантычнай ёмкасцю вылучаліся дзеясловы, то сёння вяршыніста належыць назоўніку.

Побач з назоўнікам на старонках беларускіх СМІ актыўна жыве і такі аглютынацыйны сродак як прыназоўнік. Па словах прафесара В.І. Іўчанкава, гэта з’ява асістэмная, бо складаецца ўражанне, быццам прыназоўнік кампенсуе недастатковасць марфалагічнай парадэгмы паказчыкаў флектыўнага тыпу. Ужыванне прыметнікаў і дзеясловаў значна саступае назоўніку і службовай часціне мовы, што не вельмі добра ўплывае на развіццё мовы.

Табліца 1

Назоўнік	Дзеяслоў	Прыметнік	Займеннік	Дзеепрыметнік	Дзеепрыслоўе
7 388	2 016	1110	490	213	131

Табліца 2

Лічэбнік	Кат. стану	Мад. словы	Прыназоўнік	Злучнік	Часціца
517	39	104	2 388	1 458	560

Выкарыстанне прыназоўніка ў прапорцыі 1:7 да агульнай колькасці лексем і 1:2 да субстанцыянальнай лексікі паказвае адваротны працэс у мове, прычым яе прыродзе.

У газеце «Звязда» прыназоўнік з'ява высокачастотная: 1) у фінансавай пірамідзе, у памеры, з узорами, пра рамонт, на рамонт, у грошах, у кішэню, у краіне, пры ўладзе, да прыкладу, да пенсіі, па працы, з дапамогай, ва ўзросце, на догляд, па заключэнні і інш.; 2) для атрымання, рэагаваць па, ляжаць па, складваецца на, размытыя да, спадзяюцца на, перабіраюцца з, не забыць пра, даручэнне аб, абароніць ад, пабудоваць за, разабрацца з, прызначаецца з і інш.

Ужыванне прыназоўніка звязана з дамінаваннем назоўніка ў тэксце СМІ. І яно характарызуе ў першую чаргу сухасць мовы газетных жанраў. Адсутнасць у поўнай меры дзеясловаў адлюстроўвае тое, што журналіст не можа выказаць сваю думку, уздзейнічаць на чытача, пераконваць і спрачацца.

Дамінаванне назоўніка прыводзіць да ланцужковага нанізвання іх: «Стаж, ранейшы заробак, а ў пэўных варунках – група інваліднасці...»; «Паводле заканадаўства, інвалідам I групы прадугледжваецца надбаўка на догляд у памеры...»; «У нядзелю характар надвор'я зменіцца»; «Пасля затрымання махляра міліцыянты сталі даваць абвесткі ў газетах...»; «Прыбаўка да пенсіі ў звязцы са статусам»; «Заробкі работнікаў бібліятэк і архівістаў Віцебскай вобласці павысяцца на 200 тысяч рублёў – за сродкі мясцовага бюджэту». У сваю чаргу ланцужковае нанізванне назоўніка спараджае невыразнасць мовы.

Аналіз марфалагічнай стратыфікацыі публіцыстычных матэрыялаў выразна прадэманстраваў тэндэнцыю да высокачастотнага выкарыстання аддзеяслоўных назоўнікаў: наведванне, абслугоўванне, захаванне, стварэнне, развіццё, продаж, абрабленне, расследаванне, затрыманне, пазбаўленне, атрыманне, выкарыстанне, вызначэнне, павышэнне, падтапленне, дабаўленне, даручэнне і інш.

Аддзеяслоўныя назоўнікі ў мове прэсы – гэта не паказчык яе развіцця, а хутчэй за ўсё яны даніна маўленчай традыцыі, якая склалася ў XX ст. Не дзіўна, што менавіта яны ўскладняюць успрыманне тэксту.

Такія назоўнікі ва ўнутранай форме ўтрымліваюць значэнне дзеяння, якое можа быць звязана з паняццямі выніку, прадукту дзеяння: затрыманне, продаж; дзеяння ў адцягненні ад яго ўтваральнікаў: абрабленне.

Ужыванне аддзеяслоўных назоўнікаў у аналізуемым нумары складае 154 адзінак. У прапорцыі да назоўніка гэта складае 1:47, у прапорцыі да дзеяслова – 1:13.

Разгледзеўшы становішча самастойных часцін мовы на старонках газет, можна казаць аб тым, што назоўнік – лідар ва ўжыванні. Дзеяслоў і прыметнік значна саступаюць свайму канкурэнту і дэманструюць

спрэчную з’яву. І гэта не гледзячы на тое, што семантычны аб’ём назоўніка больш вузкі, чым у дзеяслова.

Марфалагічная стратыфікацыя публіцыстычнага тэксту наглядна паказвае працэсы, што працякаюць у мове, а значыць і ў грамадстве. Дамінаванне назоўніка ў публіцыстычным тэксце – з’ява, якая ўзнікае там, дзе фактар творчага працэсу журналіста набліжаецца да нуля. Безумоўна, гэта звязана з функцыяй інфармавання, аднак празмернае ўжыванне назоўніка дэманструе негатыўную тэндэнцыю існавання тэксту, дзе адсутнічае выразнасць і жывасць.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕДАКЦИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

М. И. Батц

Цель: сообщить об основных этапах деятельности редакции по выпуску печатного издания.

В целом отражает направленность учебного процесса, который моделирует:

1. Основные производственные функции сотрудников редакции по подготовке издания;

2. Моделирование функций осуществляется путем ознакомления с профессиональными обязанностями сотрудников редакции, информацию о которых мы получаем в ходе лекционных занятий в распределении профессиональных и производственных функций среди студенческой группы (минимум 22 человека) исходя из количества учебных групп и графика практических занятий.

Важной задачей при распределении функций является выработка содержательно-тематической концепции планируемого издания. Для этого проводится несколько заседаний сотрудников, на которых обсуждаются поступающие предложения, название издания, основные рубрики, количество газетных полос и их примерное распределение при организации проекта.

На окончании обсуждения сотрудниками редакции предоставляется электронный проект планируемого издания, в котором есть:

- название;
- первая полоса;
- анонс основных материалов;
- расположение основных рубрик по полосам издания.

Определение графика подготовки и поступления материалов.

Для этого создается ответственная группа, которая должна следить за сроками. Материалы, предоставляются только в электронном варианте, что облегчает последующие задачи.

Если предложенные материалы не поступают в срок, редакция имеет право заменить материал и внести коррективы.