

The Features Of Publicist Style As A Stylistic Category

Rasulova Zulfiya Kholmurotovna,

lecturer of Russian language and literature, Denau branch of Termez State
University of the Republic of Uzbekistan

Norboeva Nilufar Tour Kizi,

Narzullaeva Maftuna Odilbek Kizi,

Students of Denau branch of Termez State University of the Republic of
Uzbekistan

shakhnoza.rasulova.02@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the characteristics of publicist style. The author distinguishes the functions of publicist style and stylistic peculiarities, determines the place of publicists' work among literary and inartistic texts. Obtained through analytical way knowledge adds up to knowledge of stylistic category of publicist style.

Key words: publicist style, particularity, function, influence, category, publicist, literary, inartistic text.

Газеты все привлекают внимание студентов. Видим, что у обучающихся появляется желание посмотреть и почитать газету.

В то же время, следует отметить, что последнее десятилетие и газетно-публицистический стиль получил огромный толчок в развитии.

Известно, что понятие публицистического стиля складывается из языка газет, общественно-политический журналов и памфлетов, а также из языка докладов, речей, выступлений, теле- и радио- бесед на политические

и другие социально значимые темы. Под политическими темами понимаются явления, события, факты политической жизни общества – отношения между классами, нациями и государствами. Сюда же мы можем отнести сообщения о событиях и явлениях, происходящих в других областях общественной жизни, прежде всего в экономике и культуре, имеющих политическое значение.

Признаком газетно-публицистического стиля является наличие у него двуединой функции: информационной функции (или информационно-содержательной) и воздействующей (агитационно-пропагандистской или функции убеждения). Иными словами, публицистика – это средство информации и средство убеждения.

Специфика информационно-содержательной функции заключается в том, что, во-первых, информация в этой сфере общественной деятельности адресуется не узкому кругу специалистов, а широким массам; во-вторых, в этой сфере необходима быстрота передачи информации, публицистические тексты всегда пишутся «на злобу дня» и бывают актуальными непродолжительное время. В соответствии с этим выделяются следующие черты реализации данной функции в публицистическом тексте:

1. Документализм, проявляющийся в объективности и проверенной фактологичности изложения, то, что в терминах стилистики можно определить как подчеркнутую документально-фактологическую точность выражения. Документально-фактологическая точность проявляется в терминированности речи, ограниченности метафоризации терминов (кроме общепринятой), широком употреблении профессионализмов.

2. Содержанность, официальность, подчеркивающие значимость фактов информации. Эти черты реализуются в именном характере речи, своеобразии фразеологии (клише).

3. Известная обобщенность, абстрагированность и понятийность изложения является итогом аналитичности и фактографичности.

Особый характер имеет и функция воздействия. Публицист убеждает путем эмоционального воздействия на читателя/слушателя и при этом в явной форме выражает свое отношение к сообщаемому, стремясь вызвать у аудитории такое же отношение к передаваемой информации. Очень важно также, что это отношение не является, как правило, сугубо-индивидуальным, оно есть выражение мнения определенной общественной или социальной группы, партии и группировки.

Язык публицистических текстов, реализующих функцию убеждения, характеризуется, соответственно, такими особенностями, как употребление стилистики и коннотативно-маркированной лексики, широкое распространение публицистической фразеологии, употребление в переносном значении терминов науки и искусства (например, атмосфера как дружественная атмосфера; уровень и т. д.).

Функция убеждения газетно-публицистического стиля особенно ярко проявляется в синтаксисе. Из разнообразного синтаксического конструкции, воздействия. публицистику конструкции разговорной речи. Они, как правило, сжаты, емки, лаконичны. Другое важное их качество – массовость, демократичность, доступность. На фоне книжного в целом синтаксиса публицистики разговорные конструкции выделяются стилистической новизной. Экспрессивная функция газеты характеризуется, кроме того, открытой оценочностью текста. В отличие от художественных произведений, в репертуара публицистика обладающие значительным

Именно выразительностью отбирает потенциал привлекают публицистике не подтекст, а сам текст вполне определенно выражает оценочное отношение к излагаемым фактам. Все это выдвигает на передний план основную функцию публицистики в ее прямом значении: оказывать на читателя идеологическое воздействие.

В соответствии с двуединой функцией газетно- публицистического стиля основной стилевой чертой публицистической речи является сопряжение экспрессии и стандарта, которое В.Г. Костомаров определяет как основной принцип публицистики. Стандарт необходим при учете таких факторов, как сохранение общего стиля печатного издания, а также такой черты публицистики, как массовость. Массовый характер коммуникации оказывает сильное влияние на стилистику этого вида речи. В газетах и журналах массовым оказывается и адресат, и автор. Собственно, издание и конкретный корреспондент выступают не от имени какого-то одного лица или узкой группы лиц, но, как правило, выражают позицию миллионов единомышленников.

Таким образом, собирательность также является одной из наиболее характерных черт публицистики, и соответственно находит свое отражение в употреблении языковых единиц. Как лингвистический признак газетного стиля, собирательность, находит воплощение и в своеобразии категории лица (использование 1-го и 3-го лица в обобщенном значении), и в сравнительно повышенной частотности местоимений мы, вы, наш и в особенностях их употребления.

Вспомнив понятие функций публицистического текста и проанализировав его стилистические особенности, мы хотели бы попытаться ответить на вопрос, к какой категории следует относить произведения публицистики – к художественным или нехудожественным

текстам? Считаем этот вопрос весьма важным, так как принадлежность к одной из вышеназванных групп будет определять способ анализа публицистического текста, интерпретацию его средств выразительности.

В основу наших размышлений берем сравнительную характеристику художественных и нехудожественных текстов Н.С. Валгиной:

1. Художественный текст строится по законам ассоциативно-образного мышления. Нехудожественный – по законам логического мышления.

2. В художественном тексте жизненный материал преобразуется в своего рода картину, увиденную глазами данного автора, и поэтому в художественном тексте за изображенными картинами жизни всегда присутствует подтекст, интерпретационный функциональный план, «вторичная действительность». Нехудожественный текст, как правило, одномерен и однопланов, действительность реальна и объективна.

3. Художественный текст и нехудожественный обнаруживают разные типы воздействия – на эмоциональную сферу человеческой личности и сферу интеллектуальную.

Тексты различаются по функции – коммуникативно-информационной (нехудожественный текст) и коммуникативно-эстетической (художественный) текст.

Рассмотрим публицистический текст с точки зрения перечисленных характеристик.

Исходя из функций публицистического стиля, можем утверждать, что данный тип текста апеллирует как к художественно-ассоциативному мышлению, обслуживая функцию убеждения, так и к логическому в рамках информационной функции мышлению. Очевидно, что автор публицистической статьи по сути своей является таким же творцом, как и

писатель, ему не удастся убедить читателя в верности своей позиции, если он ограничится формальным изложением фактов, ему необходимо оказывать воздействие на эмотивную сферу. Отсюда красочные сравнения, синекдохи в заголовках, привлекающие внимание и создающие диалог между автором и читателем. Однако публицистический текст реализует и информативную функцию, предполагая объективность излагаемых фактов, соответственно, без логических законов создать грамотный убеждающий текст не представлялось бы возможным. Соответственно, статья, особенно если это аналитическая статья, воздействует как на интеллектуальную, так и на эмоциональную сферу человеческой личности, чтобы наиболее полно оказывать воздействие на своего читателя. Кроме того, наличие подтекста, нам представляется неоднозначным в своей трактовке. Несомненно, что при написании любой статьи автор ее преследует цель, которая должна лежать на поверхности. Однако, исходя из стратегии убеждения, статья не предполагает вариативности в ее понимании, т.е. если статья предполагает наличие подтекста, он должен быть четко выражен и доступен для читателя.

Остановливаясь на функции публицистического текста, заметим, что она включает в себя как коммуникативно-информационную, так и коммуникативно-эстетическую. При всей важности задачи информировать читателя, публицистический текст не может быть лишен увлекательности и образности, соответственно нормой является употребление и рационально-логических, и эмоционально-риторических структур.

Подводя итог нашему сравнительному анализу, отметим, что публицистический текст нельзя однозначно отнести ни к художественным, ни к нехудожественным текстам, он находится на пересечении этих двух понятий, реализуя функции каждого из них. Подчеркнем, что

публицистический текст – это сложное стилистическое образование, в основе которого лежат функция информирования и убеждения. Он должен вызывать интерес читателя и, в свою очередь, подводить к своеобразному диалогу между читателем и автором статьи. В этом случае коммуникативная задача текста будет считаться выполненной.

Библиографический список

1. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка / М.П. Брандес. – М.: Высш. шк., 1983. – 271 с.
2. Арнольд И.В. стилистика современного английского языка / И.В. Арнольд. – Л.: «Просвещение», 1973. – 303 с.
3. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. - М.: Московский Государственный Университет, 1971.
4. Валгина Н.С. Теория текста: учебное пособие / Н.С. Валгин. – М.: Изд. МГУП «Мир книги», 2002. – 210 с.