



ӘЛ-ФАРАБИ атындағы КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ AL-FARABI KAZAKH
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ NATIONAL UNIVERSITY

ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ

ВЕСТНИК

СЕРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

BULLETIN

JOURNALISM SERIES

4(42) 2016

3-бөлім Раздел 3
Замансөз және Публицистика и
көркемсөз художественное слова

<i>Медеубекұлы С., Сейтжанова Ж.</i> Жыраулық-ақындық айтындар	130
<i>Бисенбаев П., Кәрбозов Е.</i> «Алпамыс батыр» жыры: тарихилығы мен типологиясы	136
<i>Рамазанова Ш.А.</i> Ақын поэмасындағы пафос	140
<i>Бекболатұлы Ж., Муканова Г.К.</i> Опыт редактирования национальной периодики: журнал «Аманат» Роллана Сейсенбаева	144
<i>Тлепбергенова А.А., Барлыбаева С.Х.</i> Ресурсы и прагматика взаимодействия традиционной публицистики и современных СМИ	148
<i>Саудабекова Э.К.</i> Генезис и эволюция семиотических средств культуры	152
<i>Мұхамбет С., Әмірғалиқызы Ш.</i> Шоқан шығармашылығындағы шыңдық пен шешім	160

4-бөлім Раздел 4
Электронды ақпарат Электронные средства
құралдары информации

<i>Абдраев М.К., Сейтжанова Ж.</i> Телевизиялық бейнеондеудің тілі мен мазмұндық стилі	166
<i>Ложникова О.П.</i> Современная форма представления радио в Интернете и ее развитие в Казахстане	172
<i>Ибрагимов Н.А., Ниязгулова А.А.</i> Маркетинг в социальных сетях как технология PR	176
<i>Алимжанова А.Б.</i> Мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологиялардың дамуы	182

5-бөлім Раздел 5
Жас ғалымдар мінбері Трибуна для молодых ученых

<i>Қалнаждарова Ш.</i> Казахстан телсарналарының ғаламторға кірігуі: даму болашағы	188
<i>Сайлауқызы А.</i> Алаш көсемсөзі: Жер мәселесі және оны демократиялық жолмен шешу жолдары	194
<i>Бүенбаева З.Қ.</i> Казахстанское телевидение в режиме онлайн	202
<i>Ормаханова Е.Н.</i> Ошибки словоупотребления в медиадискурсе Казахстана	208
<i>Мақұлбекова С.Б., Қапарова Е.</i> Медиабілім коғам дамуының зияткерлік тренді ретінде	214
<i>Омаржан Ж.Е.</i> Халықаралық өзекті мәселелердің әлемдік БАҚ-та жазылу сипаттары	220
<i>Белгараева А.Т.</i> Гендерные стереотипы в средствах массовой информации сегодня	224
<i>Уәдраого А.А.</i> Основные концепции экологической журналистики	230
<i>Утеева Д.С.</i> Несанкционированные методы сбора информации в современных СМИ	236
Авторлар туралы мәлімет	241

**РЕСУРСЫ И
ПРАГМАТИКА
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ТРАДИЦИОННОЙ
ПУБЛИЦИСТИКИ И
СОВРЕМЕННЫХ СМИ**

Сегодня судить об изменениях, происходивших в языке, можно главным образом на примере публицистики. Если есть общество, то должна быть и публицистика. Формирование современной публицистики происходило медленно, в напряженной борьбе противоположных тенденций, и нет оснований считать, что постсоветская эволюция публицистики полностью завершилась.

Существенные изменения в политической, экономической, социальной реальности привели к заметным сдвигам в общественном сознании и, соответственно, в речевой практике. Закономерно, что столь сложные процессы не могли быть ограничены узкими хронологическими рамками. История со всеми ее общественно-политическими перипетиями и новыми идеями даст современным филологам возможность пронаблюдать в развитии редкую и весьма интересную ситуацию активной языковой трансформации.

Известно, что публицистика – средство идеологического воздействия. Теперь же мы ориентируемся на западную модель, которая декларирует стремление к объективности, на первый план выходит журналистика факта. Возможен и более глубокий смысл этого явления: а именно в изменении отношения к человеку в современной цивилизации и культуре в постмодернистскую эпоху. По сути, журналистика отчуждается от человека, поскольку сам человек в постмодернистском мире не воспринимается как личность, он становится лишь комбинацией знаков или чем-то иным, публицистика же как наиболее личностная журналистика отходит на второй план.

В связи с этим нам представляется необходимым изучение стилистических особенностей современного языка средств массовой информации, а именно, языка публицистики.

Публицистика, которую называют летописью современности, так как она во всей полноте отражает текущую историю, обращена к злободневным проблемам общества – политическим, социальным, бытовым, философским и т. д., близка к художественной литературе. Так же, как и беллетристика, публицистика тематически неисчерпаема, огромен ее жанровый диапазон, велики выразительные ресурсы. Все эти особенности

обусловили своеобразие образной системы публицистического стиля.

Чтобы убедиться в тематической необозримо-сти, широте публицистики, достаточно открыть любой номер какой-либо газеты и просмотреть ее заголовки. Вы получите своеобразный конспект, моментальную фотографию содержания газеты. Публицистика – это род политической деятельности, в том числе, это прямое и непосредственное вторжение в область политической практики. Это область функционирования политики. Здесь отражение любого факта, любой ситуации несёт на себе печать взглядов, убеждений, идеалов пишущего. Публицистика также выступает идеологическим средством мобилизации общественной активности. Газета может писать о политике, о дипломатии, о спорте, об искусстве, общественных движениях, экономике, строительстве и т. д. Темы газетных публикаций трудно исчерпать, настолько они разнообразны. Итак, публицистический стиль, одну из разновидностей которого и составляет газетная речь (газетный подстиль), оказывается весьма сложным явлением из-за неоднородности его задач и условий общения.

Одной из важных функций публицистики (в частности ее газетно-журнальной разновидности) является информационная функция. Феномен публицистики неразрывно связан с феноменом идеологии. Мощная публицистика всегда существовала в условиях мощной идеологии. Так было в странах постсоветского пространства и в XX веке, и во времена так называемой «перестройки». Сейчас же в системе социум – государство правила игры стали более усредненными. Стремление в кратчайший срок сообщить о свежих новостях не могло не найти отражения и в характере коммуникативных задач, и в речевом их воплощении. Однако эта исторически изначальная функция газеты [1] постепенно отеснялась другой – агитационно-пропагандистской – или иначе – воздействующей. «Чистая» информативность оставалась лишь в некоторых жанрах, да и там благодаря отбору самих фактов и характеру подачи их оказывалась подчиненной главной, а именно агитационно-пропагандистской, функции. В силу этого публицистике, в особенности газетной, была свойственна ярко и непосредственно выраженная функция воздействия, или экспрессивная. Эти две основные функции, как и лингвостилистические особенности, реализующие их, и сегодня не расчленены в газетной речи.

Далее, в арсенал публициста входят и приёмы поэтической стилистики: эпитеты, метафоры, сравнения, средства пафоса, сатиры и юмора. Публицистике присуще образное мышление, зажигательная эмоциональная сила. То есть, это, конечно, и род литературы. Вообще, публицистика и журналистика относятся как род литературы и способ ее существования.

Богата публицистика и выразительными ресурсами. Как и художественная литература, она обладает значительной силой воздействия, использует самые разнообразные тропы, риторические фигуры, многообразные лексические и грамматические средства. Другой основной стилиевой чертой публицистической речи является наличие стандарта. Следует учитывать, что газета (отчасти и другие виды публицистики) отличается существенным своеобразием условий языкового творчества: она создается в кратчайшие сроки, порой не давая возможности довести до идеала обработку языкового материала. В то же время она создается не одним лицом, а множеством корреспондентов, которые готовят свои материалы часто в отрыве один от другого. На стилистику публицистической, прежде всего газетной, речи сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. Газета – одно из наиболее типичных средств массовой информации и пропаганды. Здесь массовым оказывается и адресат, и автор.

Уход личностного начала заметен особенно не только в журналистике, но и в других сферах общественной деятельности, личностность всё больше стирается, растворяется, становится комбинацией знаков; неким типическим носителем информации, который существует по сети (того же Интернета) и уже не связан с конкретным лицом. Уход из публицистики в журналистику – тоже некое выражение этой тенденции: от человека, чувствующего, вдохновляемого, которого нужно вдохновить, а также и от журналиста-личности. Нынешняя структура массового сознания является прагматической, функциональной. Журналистика нового времени – журналистика констатации факта. Она наиболее функциональна, она констатирует, выполняет чей-то заказ. Всё это происходит оттого, что произошло большое расслоение общества (по сферам деятельности, по политическим взглядам, по финансовым интересам, по социальному статусу и мн.др.).

Литература

- 1 Кожина М. Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1983.
- 2 Коньков В.И. Речевая структура газетного текста. – М., 1997. – С. 11-12.
- 3 Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. – Свердловск, 1987.
- 4 Розенталь Д. Э. «Стилистика газетных жанров». – М.: МГУ, 1981.
- 5 Русский язык и культура речи / под ред. В. Черняк. – М.: Высшая школа, 2002. – 127 с.
- 6 Солганик Г. Я. Стилистика русского языка. – М.: Дрофа, 1996. – 348 с.

References

- 1 Kozhina M. N. Stilistika russkogo jazyka. – M.: Prosveshhenie, 1983.
- 2 Kon'kov V.I. Rechevaja struktura gazetnogo teksta. – M., 1997. – S. 11-12.
- 3 Majdanova L.M. Stilisticheskie osobennosti gazetnyh zhanrov. – Sverdlovsk, 1987.
- 4 Rozental' D. Je. «Stilistika gazetnyh zhanrov». MGU, 1981 god.
- 5 Russkij jazyk i kul'tura rechi. Pod red. V. Chernjak. – M.: Vysshaja shkola, 2002. – 127 s.
- 6 Solganik G. Ja. Stilistika russkogo jazyka. – M.: Drofa, 1996. – 348 s.