

5. Суперанская, А.В. Структура имени собственного (фонология, морфология) / А.В. Суперанская. – Москва: Наука, 1969. – 207 с.

РЕЧЕВЫЕ КЛИШЕ В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ БЕЛАРУСИ

Е.Н. Горегляд

Витебск, УО «ВГУ им. П.М. Машерова»

Понятие «стереотип» впервые было введено в оборот американским публицистом и социологом У. Липманом в 1922 году в книге «Общественное мнение». По утверждению Липмана, такие стандарты ориентируют читателя в мире социальной информации и экономят усилия человека при восприятии сложных объектов. В современной лингвистике это понятие многозначно. По С.В.Ильинскому, стереотипы – шаблонные фразы, часто используемые в средствах массовой информации утверждения, которые в силу своей высокой частотности хорошо известны, узнаются аудиторией, легко вспоминаются при получении новых информационных посланий [3].

Важную роль в порождении стандартных формул речевого поведения играют средства массовой информации. Употребление стереотипных формулировок на страницах газет имеет разную мотивацию: социокультурную, бытовую, эмоционально-психологическую.

Материал и методы. Источником фактического материала для данного исследования послужили издания «Витьбичи», «Витебский проспект», «Комсомольская правда в Беларуси», «Аргументы и факты в Беларуси» за 2011 год. Методологической основой изучения стандартных формул в публицистическом тексте являются разработки ряда ученых-лингвистов – Г.О. Винокура, В.Г. Костомарова, Г.Я. Солганика, Д.Э. Розенталя, Е.В. Клюева, И.Б. Голуб и др.

Результаты и их обсуждение. По мнению Г.О. Винокура, характерной особенностью публицистической речи является её механизированность, шаблонность, штампованность. Однако это не недостаток, не порок, а отличительный признак, яркая примета, связанная с самой сущностью газеты. «В газетной речи нет почти ни одного слова, которое не было бы штампом, клише, шаблоном. Наиболее употребительные слова из газетного лексикона – уже не слова, а своего рода термины» [1]. Автоматизацию и стандартизацию средств выражения считал одним из отличительных свойств языка газеты и В.Г. Костомаров [4]. Н.И. Формановская утверждает, что невозможно «создать информационную заметку, если не воспользоваться “сеткой” стереотипных, клишированных компонентов» [6].

Клише – это речевые стереотипы, имеющие информативно-необходимый характер и относящиеся к целесообразному применению готовых формул в соответствии с коммуникативными требованиями той или иной речевой сферы [5; 588–589]. Термины «штамп» («речевой шаблон», «трафарет») и «клише» иногда не разграничивают. Однако клише, несмотря на частое употребление, сохраняют самостоятельное значение каждого компонента и выражения в целом (*деятели культуры, служба быта*). Клише дифференцированы по стилистической окраске и нередко несут в себе качественную оценку (*сильны традиции* – книжный стиль, *купить по дешевке* – разговорный стиль).

Мировой экономический кризис и активизация политической жизни обусловили частое появление на страницах газет выражений, включающих компоненты *политический* и *экономический* (экономика): *политические потрясения, экономическая интеграция, рыночная экономика, свободная экономическая зона* и др.:

Время политических потрясений, природных катаклизмов, экономической нестабильности, ломки устоев многих моральных норм досталось нашим детям («Витьбичи»).

Свободные экономические зоны – это оазисы благополучия в море слез («Комсомольская правда в Беларуси»).

Многие новые экономические понятия (*теневой бизнес, малый бизнес*) в результате частого их употребления в речи быстро превратились в удобные для использования, ходовые клише, построенные по модели «адъектив + субстантив»:

Поднимался вопрос о необходимости создания условий для развития частного предпринимательства («Комсомольская правда в Беларуси»).

Всемирная известность торговой марки “Nestlé” обязывает ее продукцию быть на высоте («Аргументы и факты в Беларуси»).

Часто на страницах газет журналисты оперируют выражением *материальные условия жизни*. Это понятие было актуально во все времена, но в период экономической нестабильности оно особенно важно, так как маркирует одну из основных потребностей человека.

Это касается как материальных условий жизни, так и духовной сферы в самом широком ее понимании («Аргументы и факты в Беларуси»).

Для анализируемых изданий характерны клише (нередко терминологического характера), связанные с работой прессы:

К месту события направились пожарные подразделения.

Наш собственный корреспондент сообщает из Иркутска, что...

Свои письма присылайте на адрес редакции с пометкой на конверте “Народный роман” или по электронной почте (все – «Комсомольская правда в Беларуси»).

Употребляющееся в печати клише *автор этих строк* заменяет личное местоимение я, позволяющее избежать выпячивания личности пишущего:

Автор этих строк, приняв участие в съемках, отдалась несколькими ссдинами («Комсомольская правда в Беларуси»).

Отдельную группу среди клише составляют стереотипы, служащие для обозначения определённого социального статуса человека.

И везде, начиная с мелких чиновников и кончая высокопоставленными лицами, наблюдается взяточничество («Витебский проспект»).

Личные морские суда являются необходимыми атрибутами первых лиц на Западе («Комсомольская правда в Беларуси»).

Стандартизированность клишированных выражений подчеркивается трафаретным созданием новых стереотипных конструкций на основе уже существующих. Так, нами зафиксированы выражения с базовой лексемой *синдром*: *афганский синдром, вьетнамский синдром, чеченский синдром*. Все они выявляют общее значение «длительная, затянувшаяся военная кампания, влекущая за собой неоправданно большое количество жертв как среди вооружённых сил, так и среди мирного населения».

Клише могут быть оформлены как синтаксические конструкции практически любой структуры. Журналист может ввести фрагмент-клише как чужую речь в предложение, где указание на автора заключено во вводной конструкции:

По заверению врачей, его здоровью ничто не угрожает.

Как пишут в романах, случилось непредвиденное (все – «Витебский проспект»).

Заключение. Стереотипизация речевого опыта свойственна любому языку. Шарль Балли отмечал: «Газетный стиль изобилует клише, как может быть иначе? Без этого нельзя было бы писать правильно и быстро». Е.В. Розен полагал, что

«наличие ... клише – свидетельство развития информационного жанра» [см. 2]. Анализ статей обозначенных выше периодических изданий показал, что используемые на страницах газет формулы-клише занимают второе место по употребительности после штампов, опережая канцеляризмы, универсальные слова, перифразы и др. Клише, обращаясь к фоновым знаниям реципиентов-читателей, позволяют одновременно обозначить ситуацию, они – своеобразное концентрированное выражение коллективного опыта людей.

Список литературы

1. Винокур, Г.О. Культура языка / Г.О.Винокур. – М.: Комкнига, 2010. – 352 с.
2. Дридзе, Т.М. Ассоциативный эксперимент в конкретном социологическом исследовании / Т.М. Дридзе // Семантическая структура слова. Психологические исследования. – М.: Наука, 1971. – С.169–178.
3. Ильинский, С.В. Общественные связи. Реклама. Маркетинг. Нейролингвистическое программирование / С.В.Ильинский. – М.: АСТ, 2006. – 479 с.
4. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г.Костомаров. – М.: Издательство Московского университета, 1971. – 276 с.
5. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н.Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 682 с.
6. Формановская, Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н.И.Формановская. – М.: Высшая школа, 1989. – 156 с.

ВИТЕБЛЯНИН М. МАРКС О СТУДЕНЧЕСКИХ КРУЖКАХ В ВИЛЕНСКОМ И МОСКОВСКОМ УНИВЕРСИТЕТАХ XIX ВЕКА

В.В. Горнак

Витебск, УО «ВГУ им. П.М. Машерова»

Максимилиан Осипович Маркс (1816–1893) в 1834 году окончил витебскую гимназию и поступил на естественный (медицинский) факультет Московского университета. В 60-е годы XIX века М.Маркс был одним из руководителей польского общества в Москве.

В 1887–1888 гг. М. Маркс пишет мемуары «Записки старика» с целью их публикации в журнале «Русская старина». К сожалению, при жизни автора «Записки» не издавались.

В 1971 году Т.Ф. Федосова опубликовала две главы (III и IV) из «Записок старика» [1]. В 1995–97 гг. журнал «Віцебскі сшытак» напечатал раздел из воспоминаний, относящийся к периоду жизни М.Маркса в городе Витебске [2].

Материал и методы. Материалом для научного исследования послужили мемуары М.О. Маркса «Записки старика». Методы исследования – описательный, сопоставительный.

Результаты и их обсуждение. Хотя Максимилиан Осипович Маркс – выпускник Московского университета, мемуарист *невольно упоминает* Виленский.

Вся университетская молодёжь сомкнулась в кружки и общества с predetermined и ясно означенными целями, а чистая нравственность была общим идеалом всех. <...> Кто собирал народные сказки и предания, кто переводил их, кто изучал обычаи простонародной жизни и вникал в значение их и условия их происхождения, и все писали, писали и писали. Семнадцать типографий в одной Вильне день и ночь были заняты печатанием только того, что оказывалось будто достойным печати <...>