

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ

Пэк А.В.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преподаватель

Ключевые слова. Публицистический стиль, неологизм, лексика, сленг, жаргонизмы, диалектизмы, профессионализмы.

Keywords. Journalistic style, neologism, vocabulary, slang, jargon, dialectisms, professionalisms.

Ключевой целью публицистического стиля является воздействие на людей при помощи средств массовой информации. К ним можно отнести газеты, афиши, объявления, журналы, телевидение. Средства массовой информации являются главным звеном, влияющим на мышление человека, его общественное мнение. Изучение средств массовой информации, как и публицистики, – одно из современных научных направлений, в том числе и в лингвистике.

Целью публицистического стиля также является исследование и изучение различных проблем человечества, которые относятся к политике, экономике, культуре. Одна из главных частей публицистического стиля – это опора на настоящие события мира. Главные функции публицистического стиля – воздействующая и информативная.

Актуальность работы определяется усилением внимания лингвистов к источникам информации как средству воздействия на человека и необходимостью более полного изучения лексических характеристик публицистических текстов.

Цель нашего исследования – изучение языковых особенностей публицистического стиля.

Материал и методы. В данной работе были использованы материалы публицистического стиля, специализированная литература по данной теме. В качестве методов были использованы методы, анализа и лингвистического описания.

Результаты и их обсуждение. Ключевым направлением публицистического стиля является публикация разных современных событий (социальных, экономических, культурных и т. д.). Как правило, это события, актуальные для общества в данный период времени.

Публицистика – основная область появления и наиболее активный канал распространения неологизмов: словообразовательных, лексических, фразеологических. Благодаря этому публицистический стиль оказывает большое влияние на развитие языковой нормы.

Многие учёные разделяют лексику на три слоя. Внутри слоя литературно-книжной лексики выделяют группы слов, к которым относится общая литературно-книжная лексика и функциональная литературно-книжная лексика: термины, архаизмы, неологизмы, поэтизмы, варваризмы и иностранные слова. Второй слой составляет нейтральная лексика. К слою разговорной лексики относят общелитературную разговорную лексику и нелитературную разговорную лексику: жаргонизмы, сленг, профессионализмы, неологизмы, вульгаризмы.

К терминам относятся слова, обозначающие вновь появляющиеся понятия, которые связаны с развитием науки, техники и искусства. Термин – это слово или словосочетание, которое имеет специальное значение, которое, в свою очередь, формирует и выражает профессиональное понятие, применяемое в коммуникационном процессе общественного производства.

Архаизмы – это слова или выражения, которые устарели и перестали употребляться в обычной речи. Архаизмы используются в поэзии исторических новеллах для создания реальной для тех времён обстановки.

Неологизмы – новые словарные и фразеологические структуры, которые появляются в языке в настоящий момент времени. Они обозначают новые понятия, которые возникли благодаря развитию науки и техники, социальных и политических изменений. Также они могут выражать новыми словами уже существующие понятия.

В письменном типе речи литературно-книжной разновидности литературного языка используются поэтизмы. Это неоднородный пласт слов современного языка, который включает архаизмы. Они используются поэтами для создания торжественной, высокой окраски.

Варваризмы – слова и словосочетания, заимствованные из других языков, но в определённой степени приспособленные к нормам языка-реципиента. Они употребляются узуально, хотя их иноязычное происхождение ощущается отчетливо.

Жаргонизмами являются слова, которые существуют в каждом языке. Главная цель их использования заключается в сохранении секретности той или иной социальной группы. Поскольку большинство жаргонизмов непонятно людям, не состоящим в этой социальной или профессиональной группе, использующей их, они по своему характеру социальные.

Сленг обладает определённой тематической и этической направленностью. Ряд исследователей выделяет внутри сленга подгруппы: спортивный «сленг», военный «сленг», студенческий «сленг», театральный «сленг» и т.д.

Профессионализмы – это однозначные слова, использующиеся в определённой профессиональной сфере людьми, которые имеют общие интересы. Эти единицы дают новые имена уже существующим понятиям, предметам, объектам, инструментам.

Вульгаризмы – это выражения, использующиеся только в разговорной речи. Вульгаризмы не принято употреблять в обществе ввиду их непристойности или грубости.

Большая часть слов языка стилистически не маркированы. Стилистически немаркированная лексика используется во всех формах общения и ситуациях общения, независимо от цели высказывания. Стилистически маркированная лексика ограничена в своем применении. Она может быть использована отдельными группами людей, объединёнными одной общностью, функционирование её может быть ограничено определённой ситуацией или во времени и т.д.

Заключение. Публицистика – основная область возникновения и наиболее активный канал распространения языковых неологизмов. Многие учёные разделяют лексику на три слоя. Литературно-книжную лексику составляют термины, архаизмы, неологизмы, поэтизмы, варваризмы и иностранные слова. Второй слой составляет нейтральная лексика. К слою разговорной лексики относится общелитературная разговорная лексика и нелитературная разговорная лексика: сленг, жаргонизмы, диалектизмы, профессионализмы, неологизмы, вульгаризмы. Большинство слов языка стилистически не маркированы.

1. Наер, Н. М. Стилистика немецкого языка: Учеб. пособие / Н.М. Наер. – М.: Высшая школа, 2006. – 271 с. – На нем. яз.
2. Кожина, М.Н. Стилистика русского языка. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Просвещение, 1993. – 186 с.
3. Швец, А.В. Публицистический стиль современного русского литературного языка: (О некот. особ. синтакс. строя соврем. газет. речи и тенденция ее развития). - Киев, 1979. – 24 с.
4. Будагов, Р.А. К вопросу о языковых стилях. - М., 1958. – 220 с.
5. Забелин В.В. Стилиевая специфика языка газеты // Общая стилистика: теоретические и прикладные аспекты. Сборник научных трудов. - Калинин, 1990. – 325 с.

ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ НАЦИСТСКОЙ ГЕРМАНИИ ГЛАЗАМИ РЕБЁНКА В РОМАНЕ М. ЗУСАКА «КНИЖНЫЙ ВОР»

Радченко Т.А.,

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Гладкова А.А., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова. Роман, идеология, нацизм, этика, гуманизм, межнациональные отношения.

Keywords. Novel, ideology, Nazism, ethics, humanism, interethnic relations.

Проблема нравственного воспитания детей дошкольного возраста актуализируется в сложившейся ситуации современного общества. В данном возрасте ребёнок особенно восприимчив к социальным воздействиям и формирует собственные качества, соотнося своё поведение с поведением окружающих его людей. Роман М.Зусака «Книжный вор» за-