

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гадомский, А. Стилистический подход к изучению религиозного языка [Электронный ресурс] / А. Гадомский. – Режим доступа: http://rastko.org.rs/filologija/stil/pdf/02%20Gadomski_s7.pdf. – Дата доступа: 27.01.15.
2. Петрикова, А. Язык и культура / А. Петрикова // Категория интертекстуальности в жанре проповеди. – 2010. – № 1. – С. 7.
3. Бобырева, Е. В. Религиозный дискурс: Ценности, жанры и стратегии: на материале православного вероучения: автореф. дис. на соискание ученой степени. д-ра филол. наук: 10.02.19 / Е. В. Бобырева; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2007. – 385 с.

А.В. ГЕЛЬМЕР

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

НАРУШЕНИЕ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ В ГРАММАТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Речь является одним из важнейших показателей уровня развития человека: культуры, мышления, интеллекта. С самого раннего детства она проявляется в виде отдельных слов без достаточного грамматического оформления и развивается на протяжении всей нашей жизни, обогащается, усложняется.

В современном обществе особое место отводится соблюдению культуры речи в широком смысле этого слова. Культурная речь отличается смысловой точностью, богатством и разносторонностью словаря, грамматической правильностью, логической стройностью.

На состояние речевой культуры особо влияют средства массовой информации. Все мы каждый день вынуждены испытывать на себе воздействие речи, звучащей на телевидении или по радио, содержащейся в текстах газет и журналов. Стоит отметить, что именно СМИ для многих людей являются основным маяком представлений о языковой норме.

Рассмотрим понятие «грамматическая норма». Согласно толковому переводоведческому словарю Л. Л. Нелюбина, грамматическая норма представляет собой совокупности грамматических правил, практики, имеющая целью направлять и упорядочивать речевую деятельность говорящих на данном языке [4].

Грамматические нормы включают в себя морфологические нормы и синтаксические:

- морфологические нормы требуют правильного образования грамматических форм слов разных частей речи (род, число существительного, краткие формы и степени сравнения прилагательных и др.);
- синтаксические нормы предписывают правильное построение основных синтаксических единиц – словосочетаний и предложений.

Степень правильности и уместности речи определяется языковой и стилистической нормами, находится в прямой зависимости от общепринятых в языке правил словоупотребления, грамматики, орфографии и пунктуации. Соблюдение грамматической нормы – один из основных критериев правильности речи, речевой культуры [3].

Рассмотрим общие черты грамматических нарушений языка медийного дискурса:

1. Опускание артиклей, как определенных, так и неопределённых, личных и притяжательных местоимений – *Plane undergoes repairs after bomb blast, President tells civil servants to keep will to strike* [The New York Times]. Артикль может сохраняться лишь в тех случаях, когда его опускание может привести к неверной смысловой интерпретации заголовка, например: *National Gallery launches bid to buy the Titian* [The Times] – ‘национальная галерея пытается приобрести картину Тициана’. Здесь артикль указывает на то, что речь идет о картине [6].

2. Также, для привлечения внимания читателя и экономии места, в печатных медийных изданиях, как правило, наряду с артиклями и другими служебными словами, часто опускаются формы глагола *to be* в пассивном залоге и в именных сказуемых [6], например: *Russian athlete winning prize, houses smashed by hurricane* [The Times].

Временную форму *The Present Indefinite* обычно ставят вместо *the Past Indefinite* или *the Present Perfect* – *Washington seems paralyzed* [The New York Times] – Вашингтон, казалось, парализовало. Действия часто могут выражаться временной формой настоящего времени *The Present Continuous* – *Students blame poor teaching over degrees* [The Independent].

Будущее действие в текстах массовой информации часто передается с помощью инфинитива: *Costa Concordia operator to face US lawsuit* [the Times] – ‘Оператор Коста Конкордии предстанет перед американским судом’.

3. Синтаксической особенностью языка медийного дискурса является инверсия, то есть обратный порядок слов в предложении, например: *Sir Win Bischoff, chairman of Citigroup, today admitted that staff numbers in London and New York will be hit «heavily» as the US banking giant revealed plans to cut 52.000 staff across the globe* [The Times] – ‘именно сегодня глава Ситигрупп сэр Вин Бишофф объявил, что число персонала в Лондоне и Нью-Йорке значительно уменьшится, так как банковский гигант США осуществил свою угрозу сократить 52 тысячи сотрудников по всему миру’. По правилам грамматики английского языка, английское предложение имеет фиксированный порядок слов. Однако в некоторых случаях (по инициативе автора текста) порядок слов может меняться. Нарушение прямого порядка слов в повествовательном предложении в английском языке выглядит, как нечто необычное, как выразительное стилистическое средство. Цель такого приема – выделить главную тему предложения, поставив ее не на свое место [1].

4. Следующая синтаксическая особенность языка масс-медиа – довольно частое употребление восклицательных предложений и риторических вопросов. Восклицательные предложения и риторические вопросы используются для того, чтобы оказать некое эмоциональное и эстетическое воздействие на аудиторию, завлечь ее, заострить ее внимание на какой-либо детали [2], например: *We have gone from saying: «Oh, there the animal is!»* [The BBC News] – ‘мы еле удержались от возгласа: «Боже, это же животное!»’, *How could it be otherwise?* [The New York Post]. – ‘А разве может быть иначе?’.

Подводя итог, можно отметить, что язык медийного дискурса обладает особым стилем и подчинен особым грамматическим правилам, которые заметно отличаются от общепринятых правил английского языка. Данные особенности успешно используются журналистами британских и американских газет при освещении важных международных событий для воздействия на читателя, для активного привлечения его внимания к данным темам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аполлова, М. А. Specific English (грамматические трудности перевода) / М. А. Аполлова – М.: Международные отношения, 1977. –136 с.
2. Гальперин, И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М.: Изд. литературы на ин. языках, 1988. – 458 с.
3. Ксензенко, О. А. Mass Media Language: Учебное пособие по языку современных англоязычных СМИ / О. А. Ксензенко, Е. О. Менджеричкая. – М.: Издательство МГУ, 2005. –72 с.
4. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 306 с.
5. Солганик, Г. Я. Специфика языка газеты как формы массовой коммуникации / Г. Я. Солганик. – М.: Логман, 2007. –345 с.
6. Швец, А. В. Публицистический стиль / А. В. Швец. – Киев: Освита Украины, 2008. – 543 с.

И. Л. ИЛЬИЧЕВА, П. В. КУРИЛИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ЯЗЫКА СМИ

Средства массовой информации прочно вошли в жизнь человеческого общества. Они являются мощным средством воздействия на человеческий разум. Под «текстами СМИ» – в самом широком толковании этого понятия – следует понимать не только газетно-журнальные тексты, но и разнообразные звучащие материалы: радио- и телерепортажи, интервью, различные программы, ток-шоу, фильмы и т. п. – то, что иногда называют «электронной прессой». Слово в массовой коммуникации обладает повышенной престижностью. Общеизвестна магия печатного слова и особенно слова, звучащего по радио или телевидению [1, с. 2]. По мнению многих, именно средства массовой информации должны служить общественным интересам, стоять на страже общественного благосостояния.

Текст массовой информации обладает целым рядом особенностей, которые еще недостаточно изучены. Сложность изучения текста массовой информации связана со многими разнородными факторами: жанровой неопределенностью, «привязанностью» к каналу передачи, смешением устной и письменной речи, «коллективностью» создания и получения текста и др. Все это стимулирует не только анализ отдельных «языков СМИ» – прессы, радиовещания, кино, телевидения и т. д., но и поиск некоторой общей теории, которая позволила бы дать трактовку массовой информации как единого тек-