

РЕЧЕВЫЕ ШТАМПЫ В ПУБЛИЦИСТИКЕ

Мирошник Анастасия Николаевна, Беларусь

*Белорусский государственный технологический университет,
Беларусь, Минск*

Научный консультант – ст. преподаватель Гусева О. Н.

В статье идет речь об основных речевых ошибках в газетно-публицистическом стиле, употреблении в средствах массовой информации штампов, клише и языковых стандартов. На примерах показывается, как речевые штампы снижают информативность газет; предлагаются методы борьбы с их частым употреблением.

Ключевые слова: речевые штампы, публицистика, клише, языковые стандарты.

SPEECH STAMPS IN JOURNALISM

Miroshnik Anastasiya, Belarus

*Belarusian State Technological University,
Belarus, Minsk*

Scientific supervisor – senior lecturer Guseva O. N.

The article is about the main speech errors in the newspaper-journalistic style, the use of stamps, clichés and language standards in the media. We can see from the example how the speech stamps reduce the informative quality of newspapers; methods are proposed to combat their frequent use.

Keywords: speech stamps, journalism, clichés, language standards.

Средства массовой информации играют немаловажную роль в нашей жизни. Исследование газетного текста, языка прессы всегда привлекало и привлекает внимание лингвистов. Через газеты и статьи в интернете мы узнаем, о происходящем в мире. Для того, чтобы заинтересовать читателя и повлиять на эффективность восприятия информации, журналисты используют средства речевой выразительности. В этой связи лексика газетно-публицистического стиля отличается разнообразием, в ней происходят постоянные процессы стандартизации, изменения и обновления. При этом часто встречаемые слова и устойчивые сочетания превращаются в газетные стандарты и нередко становятся штампами.

Речевыми штампами называются избитые выражения, которые настолько часто употребляют, что их лексическое значение и экспрессивность потускнели. Подобные слова, словосочетания и даже целые предложения, были новизной в речи, но в результате частого употребления утратили первоначальную образность, например, *горячая поддержка, живой отклик, резкая критика прозвучала в адрес, в целях распространения, наведение элементарного порядка, лес рук* и т.д. Штампом может стать всякое часто повторяемое речевое средство, например метафоры, определения, потерявшие свою образную силу из-за постоянного обращения к ним [1].

Второй вид штампов – парные слова, или слова-спутники, использование одного из них обязательно подсказывает и употребление другого: *проблема – нерешенная, назревшая; мероприятие – проведенное; размах – широкий* и т.д. Становясь штампами, такие сочетания превращают речь в тусклую и невыразительную, утрачивают экспрессивно-оценочное звучание. Они избавляют от необходимости искать нужные, точные слова, лишают речь конкретности. Например: *Нынешний сезон провели на высоком организационном уровне* – это предложение можно вставить в отчет и об уборке сена, и о сборе винограда, и о спортивных соревнованиях, и о подготовке жилого фонда к зиме [2].

Штампом может быть даже конструкция, состоящая из предлога *с* и концовки слова *-инкой*: *с хитринкой, со смешинкой*.

Основной областью распространения речевых штампов являются административная и газетно-публицистическая сферы. Если для административной сферы употребление штампов является удобным, т. к. помогает быстрому составлению деловых бумаг и передачи информации, то

сфера средств массовой информации и публицистики должна опасаться увеличения количества речевых штампов в своих текстах. Часто используют такие выражения журналисты, речь которых должна быть яркой и интересной. Когда репортеров критикуют за стереотипный «привкус» их статей, они говорят, что это происходит из-за постоянного дефицита времени [3]. Практически в любом издании вы найдете такие штампы, как *белая смерть* (наркомания), *стражи правопорядка* (милиция), *черное золото* (нефть), *белые халаты* (врачи), *голубое золото*, *голубое топливо* (газ), *артерия голубого топлива* (газопровод). Использование готовых оборотов в текстах, которым необходима образность и яркость, снижает качество подачи информации.

Обилие речевых штампов часто влечет за собой неспособность журналистов донести самые интересные факты и актуальные вопросы. Для читателей газет и слушателей новостей переизбыток штампов ведет к утрате информативности, следовательно, к снижению популярности и востребованности издания.

Клише – стереотипные выражения, устойчивые обороты, используемые в качестве легко воспроизводимого в определенных условиях и контекстах, несмотря на частое употребление, сохраняют свою семантику. Некоторые журналисты собрали большую коллекцию общих фраз, используемых ими в каждой статье, когда не знают, чем закончить текст:

Поживем – увидим.

Как дальше будут развиваться события – покажет время. А мы будем информировать вас о развитии событий.

Мы продолжаем следить за развитием событий

От речевых штампов нужно отличать языковые стандарты. Стандарты – это готовые, воспроизводимые в речи средства выражения, соотнесенные с определенной ситуацией. Используются для передачи готовой информации: *растущие духовные потребности*, *встреча в верхах*. Они значительно облегчают общение, поэтому они удобны в средствах массовой информации, дают возможность быстро получить и усвоить информацию [4]. К ним относятся такие сочетания, как *работники бюджетной сферы*, *служба занятости*, *международная гуманитарная помощь*, *коммерческие структуры*, *силовые ведомства*, *ветви власти*, *служба быта*, *служба здоровья* и др. Такие речевые единицы широко используются журналистами, так как невозможно в каждом конкретном случае придумать новые средства выражения [5].

Набор речевых штампов с годами изменяется: одни постепенно забываются, другие становятся «модными», поэтому невозможно перечислить и описать все случаи их употребления. Можно избежать большинства газетных штампов, если журналисты и редакторы будут следовать разговорному стилю. То есть они должны спрашивать себя: «Сказал бы я так или нет?» и если нет, то что-то поменять. Разговорная речь более свободна и не настолько подчинена грамматическим правилам, как письменная, потому что автор менее раскован и более осторожен, чем оратор. В то же время разговорная речь полна фразеологизмов и менее чопорна, чем письменная. Следовательно, чтобы статья привлекала внимание, была популярной и востребованной, а главное –

оказывала на читателя желаемое воздействие, необходимо уменьшать количество речевых штампов. Важно уяснить, что речевые штампы лишают речь образности и выразительности, и препятствовать их возникновению и распространению.

Литература

1. Розенталь, Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке: учеб. пособ / Е.В. Джанджакова, Н.П. Кабанова.— М.: Айрис-Пресс, 2009.— 368 с.
2. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка.— М.: Рольф, Айрис-пресс, 1997.— 448 с.
3. Газетный штамп. Газетный язык [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://journalism.narod.ru/pressa/0022.html>.— Дата доступа: 10.10.2017.
4. Штампы и стандарты речи в современной публицистике [Электронный ресурс].— Режим доступа: https://interactive-plus.ru/ru/article/14629/discussion_platform. – Дата доступа: 10.10.2017.
5. Речевые штампы и языковые стандарты [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://www.profmedia.by/pub/sec/art/43641/>. – Дата доступа: 10.10.2017.