

5. Szatmari P. Morphologie. 3. Das Nomen / P. Szatmari // Arbeitsmaterialien des Lehrstuhls für Germanistik an der Westungarischen Universität. – Campus savaria-Sprachwissenschaft, 2011. – 63 S.
6. Groß M. Etymologie und Wortgeschichte im DaF-Unterricht / M. Groß // In: Deutsch als Fremdsprache 43. – 2006/3. – S. 157–162.

ТЕНДЕНЦІ У МОВІ ІСПАНСЬКОЇ ПРЕСИ

Маталігіна Л.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Статівка Н.Ю.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

На сьогодні у науковій літературі існує велика кількість підходів до визначення функцій газетних текстів. Історично головною функцією вважається інформативна, в межах якої засоби масової інформації (ЗМІ) виступають як інформативно-комунікаційний канал передачі інформації адресату. Саме інформативна функція зумовлює такі риси газетного тексту, як об'єктивність, стислість, послідовність викладу, аргументованість та логічність.

Проте останнім часом спостерігається тенденція до виділення функції впливу як превалюючої функції сучасних ЗМІ. Так, А. Коваль наголошує на тому, що основним призначенням газетно-публіцистичного стилю є формування громадської думки [1, с. 10], а вплив газетних текстів має “концентрований, відкритий, підкреслено агітаційний характер, тому добір та використання мовних засобів визначається насамперед їх здатністю ефективно впливати на масового читача. Теоретик публіцистичного стилю Желтухіна М. Р. виокремлює регулятивну функцію текстів, яка полягає в організації та регулюванні процесів впливу на аудиторію, контролюванні суспільної думки, а також у забезпеченні процесів соціалізації [2, с. 111]. Серед різновидів регулятивної функції розрізняють апелятивну, аргументативну, оцінну, персуазивну, пропагандистську, маніпуляційну, сугестивну, рекламну, політичну тощо. Оскільки текст одночасно може виконувати як інформативну, так і функцію впливу, у текстах ЗМІ спостерігається поєднання експресивності зі стандартизованими стилістично нейтральними структурами [2, с. 114–115].

В науковій літературі, присвяченій власне іспанським друкованим ЗМІ, окрім інформативної функції та функції впливу в усіх її проявах, виділяють також розважальну функцію, освітню та рекламну [3, с. 57].

Сучасна мова іспанських друкованих засобів масової інформації відрізняється особливою гнучкістю та чутливістю до змін у функціонуванні мови в суспільстві. На даному етапі розвитку у мові газет спостерігаються:

- поєднання експресивності та стандартизованого характеру зумовлюється реалізацією як інформативної функції, з характерними стислістю та об'єктивністю викладу подій, так і функції впливу, зі значними обсягами лексичних та граматичних засобів посилення емоційності висловлення;

- тенденція до розмивання чітких меж стилю, що призводить до появи

великої кількості дифузних жанрів або міжжанрових утворень, які можуть мати мовно-функціональні варіації;

- тенденція до демократизації публіцистичного стилю та розширення нормативних меж мови газет, який проявляється у проникненні характерних для розмовного стилю явищ на сторінки газет та мотивується більш легким засвоєнням інформації широким загалом. Фернандо Лазаро Карретер, проте, зазначає, що ця тенденція загрожує примітивізацією та вульгаризацією публіцистичного дискурсу [4, с. 16]. Схожої думки дотримується Марія Ромеро Гуальда: відходячи від стандартизованої мови, журналіст віддаляється від об'єктивності [5, с. 16].

- дотримання так званої “мовної моди” [6, с. 46], яка визначається як “наявність у суспільстві, переважно серед окремих категорій мовців, [...] смаків в уживанні тих чи інших мовних одиниць, творенні мовних моделей”. До прояву цієї тенденції можна віднести вживання на сторінках ЗМІ сленгу, жаргону, оновлення лексичного складу мови ЗМІ англіцизмами, неологізмами, розширення валентності лексем тощо;

- тенденція до прояву “я” автора. На думку Мануеля Касадо, в сучасній іспанській періодиці все частіше спостерігаються прояви індивідуальності автора, здебільшого на лексико-стилістичному рівні [7, с. 78], особливо у текстах жанру колонки.

Отже, функція впливу вважається провідною функцією друкованих ЗМІ. Газетні тексти не тільки інформують читача, але й сприяють формуванню певної позиції, думки, спонукають до певної реакції тощо. Сучасний етап розвитку іспанської друкованої преси характеризується тенденцією до поєднання експресивності та стандартизованості, розмивання чітких жанрових меж та прояву “я” автора, проникнення елементів розмовного стилю та наслідування “мовної моди.

ЛІТЕРАТУРА

1. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української мови / А.П. Коваль. – К.: Вища школа, 1987. – 352 с.
2. Желтухина М.Р. Язык СМИ: информирование и/или воздействие // Методы современной коммуникации / Под. ред. В.М. Переверзева. – М.: МГЛУ, 2003. – Вып.1. – С. 101–115.
3. Martínez Albertos J. Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos / José Martínez Albertos // Redacción para periodistas: informar e interpretar / José Martínez Albertos. – Barcelona: Ariel, 2004. – С. 51–75.
4. Lázaro Carreter F. El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar / Fernando Lázaro Carreter // Lenguaje en periodismo escrito / Fernando Lázaro Carreter. – Madrid: Fundación Juan March, 1997.
5. Romero Gualda M. El español en los medios de comunicación / M^a Victoria Romero Gualda. – Madrid: Arco/Libros, S.L., 1993. – 71 с.
6. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие [Електронний ресурс] // М.: Директ-Медиа. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>.

7. Casado M. Nuevas tendencias del lenguaje periodístico [Електронний ресурс] / Manuel Casado // Universidad del País Vasco. – 1992. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdl.handle.net/10171/18429>.

ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

Матвієнко Т.І.

*Київський національний університет театру,
кіно і телебачення ім. І. Карпенка-Карого*

Прагнучи покращити реальну мовну ситуацію, більшість навчальних закладів дбає не лише про фахову, а й про мовну компетентність своїх студентів. Тому поряд із спеціальними предметами викладають культуру ділового мовлення, культуру спілкування, адже комунікативна компетенція – це здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми. Це міра задовільного оволодіння знаннями з мови, практичне опанування техніки спілкування, правил увічливості, норм поведінки тощо. Сьогодні у середовищі сучасних студентів можна почути непогане англійське або німецьке мовлення, примітивно-прагматичне російське і вже зовсім збідніле мовлення українське. Не секрет, що сучасна молодь більше інформації бере з Інтернету, а інтелектуальні задачі розв'язує за допомогою комп'ютера. Мова країни-виробника персональних комп'ютерів і програм до них формалізована, і доступ до їх знання здійснюється штучною мовою, що привчає до збіднювання мови. Українська мова ще досить повільно вводиться до програмного забезпечення банків даних комп'ютерів. До знань же ведуть три шляхи: шлях роздумів, шлях наслідування і шлях досвіду. Мабуть, постійно йти лише одним шляхом для мислячої та обдарованої людини неможливо. Мислення – це думка. Виловлювати та поширювати її – одна з головних потреб людини. Поширювати багато й емоційно, логічною й чистою літературною мовою.

Ділове мовлення майже не допускає суб'єктивного добору мовних засобів, і лише сфера функціонування визначає форму документів. Замкнутість форм ділового стилю визначає і замкнутість мовних засобів. Спостерігається стилістична маркованість паралельних граматичних і лексико-граматичних форм. Наприклад, підрядні обставини й означальні речення заступаються синонімічними дієприкметниковими зворотами; складнопідрядні речення часто мають своїми варіантами двоскладові речення. Вибір стилістичного варіанта залежить і від знання мовної системи, і від багатства індивідуального словника, відчуття мови, яке формується тренуванням мислення, естетичними зразками, навичками вмілого, обґрунтованого використання якомога більшої частини загальнонародного словника літературної мови. Культура ділового мовлення передбачає точність і послідовність викладу фактів, об'єктивність оцінок, чіткість висловлень, логічність висловленої думки – все те, що базується на нейтральному емоційно-експресивному тоні мовлення, відсутності засобів образності, позалітературних лексичних одиниць (діалектизмів, жаргонізмів,