Министерство просвещения ПМР

Приднестровский государственный университет

им. Т. Г. Шевченко

институт языка и литературы

кафедра функциональной лингвистики

Курсовая работа

**Объективизация как способ скрытого диалога с читателем на газетной полосе**

**Содержание**

Введение

1.СМИ как способ коммуникации с массовой аудиторией

1.1 Особенности языка публицистики

1.2 Осуществление скрытого диалога с читателем на газетной полосе

2.Классификация объективизации на материале газет и аналитических сайтов

Выводы

Список использованных источников

**Введение**

На современном этапе средства массовой информации играют ведущую роль в информировании аудитории. Среди всего многообразия журналисткой продукции в нашей работе мы остановимся преимущественно на печатных изданиях – газетах, так как тиражируемые во времени и пространстве журналистские тексты включены в единую систему регулярного информационного обслуживания населения. Как известно, система информационного обслуживания тем эффективнее, чем больше учитываются информационные потребности аудитории.

Публицистический текст несет в себе особый вид информации — журналистскую информацию**.** Она характеризуется комплексом свойств, вызывающих определенные типы реакций на публикации. Именно аудитория является целенаправленным объектом журналистских материалов. Приёмы, используемые в публицистике, направлены на, так называемый, скрытый диалог с читателем. С этой целью в публицистическом стиле используется множество стилистических приёмов и риторических фигур. В нашей работе мы остановимся на такой фигуре речи, как объективизация.

Применение объективизации позволяет автору не просто изложить и прокомментировать точку зрения свою и редакции, но и приобщить к ней читателя. Суть объективизации заключается в том, что автор, задавая вопрос, сам же на него и отвечает. В свою очередь читатель решает сам: соглашаться ему с авторским видением либо остаться при своём мнении.

Общей **целью** работы является выявление, описание, определение специфики объективизации как приёма скрытого диалога с читателем.

Для достижения поставленной цели нами был разработан ряд **задач**:

1. ознакомиться с особенностями создания журналистского текста;

2. отобрать примеры объективизации в периодических изданиях (газеты).

3. рассмотреть приём объективизации с точки зрения стилистической значимости;

4. найти стилистические приёмы, являющиеся своеобразным аналогом объективизации (дубитация, риторический вопрос).

Указанная цель и задачи предопределили структуру нашей работы. **Структура** нашей работы определяется следующим образом: вводная часть, две главы основной части (теоретическая часть), практическая часть (отобрано и проработано больше ста примеров из газет) и заключительная часть.

Особенности подачи журналистами информации определяют реакцию аудитории на эту самую информацию. Именно поэтому важно знать, с помощью каких приёмов СМИ удаётся воздействовать на массовую аудиторию. В данной работе изучен не только приём объективизации, но и различные варианты его использования в публицистике, включая его сочетание с другими стилистическими приёмами. В этом заключена **актуальность** нашей работы.

В ходе работы нами были использованы следующие **методы**: научный, метод анализа, сравнительный метод.

В процессе исследования мы опирались на труды таких лингвистов, как: Солганик Г. Я. «Лексика газеты», Граудина Л.К. и Ширяевой Е.Н «Культура русской речи», а также Баранова А.Н., Паршина В.В. «Роль языка в средствах массовой информации».

Приём объективизации является мало изученным в современной лингвистике. В данной работе указанный приём рассмотрен максимально полно. Изучено его назначение в публицистическом стиле. Определены основные функции, выполняемые объективизацией в журналистском тексте. Данная работа представляет интерес в качестве источника информации о таком относительно новом стилистическом приёме как объективизация. В этом заключается **теоретическая значимость** нашей работы.

Говоря о **практической значимости** данной работы, можно отметить следующее:

1. Теоретический материал, собранный в работе, может быть использован при подготовке рефератов на тему публицистики;
2. Собранные из разных публицистических источников (газет, аналитических сайтов) примеры объективизации могут быть использованы при подготовке к научной конференции (также касательно особенностей современной публицистики);
3. Представленный в работе материал, как теоретический, так и практический могут представлять интерес для студентов, желающих расширить свои знания о стилистических приёмах на газетной полосе.

Объективизация – интересный и в то же время сложный приём в публицистике. Более подробно о назначении, основных функциях и особенностях использования объективизации на газетной полосе изложено в основной части нашей работы.

**1. СМИ как способ коммуникации с массовой аудиторией**

Средства массовой информации (СМИ) - основной источник информации в нашей повседневной жизни. Ежедневно мы смотрим телевидение, слушаем радио, читаем газеты.

Среди основных функций СМИ выделяют следующие:

- информационную (часто изложение фактов сопровождается комментарием к ним, их анализом и оценкой)

- познавательно-просветительную (передавая многообразную культурную, историческую научную информацию, СМИ способствуют пополнению фонда знаний своих читателей, слушателей, зрителей)

- функцию воздействия (СМИ не случайно называют четвертой властью: их влияние на взгляды и поведение людей достаточно очевидно, особенно в периоды так называемых инверсионных изменений общества или во время проведения массовых социально-политических акций, например, в ходе всеобщих выборов главы государства)

- гедонистическую (здесь речь идет не просто о развлекательной информации, но и о том, что любая информация воспринимается с большим положительным эффектом, когда сам способ ее передачи вызывает чувство удовольствия, отвечает эстетическим потребностям адресата).

Сегодня СМИ выполняют не только свои традиционные функции, но и приобретают новые. Среди них можно назвать манипулятивно - управленческую функцию, поскольку СМИ влияют на характер наших ценностей, изменяют установки, модели поведения и восприятия действительности.

Язык средств массовой информации, особенно газетной печати, – тема весьма интересная. К. Маркс писал: «Пресса является и должна являться не чем иным, как громким «выражением повседневных мыслей и чувств народа» [*Цит. по*: Солганик, 1981: с. 7]. Когда мы говорим о власти языка, то имеем в виду эмоционально-аффективную её сторону, трактуемую как навязывание чужой воли. Власть языка проявляется в институциональных формах общения. Существенную роль при этом играют стереотипные, клишированные формы языковойкоммуникации. Газета формирует и вызывает автоматизированную реакцию реципиента. Целенаправленное воздействие её на людей языковыми средствами заключается в формировании убеждений и предубеждений.

Главные качества журналистики – «её повседневное вмешательство в движение и возможность быть непосредственным рупором этого движения, отражение текущей истории во всей её полноте» [*Цит. по*: Согланик, 1981: с. 7]. Так как вопросы, трактуемые газетой, зачастую имеют политическое содержание, политическую окраску, то и выбор языковых средств, обусловленных во многом их социально оценочными качествами и возможностями с точки зрения эффективного и целеустремлённого воздействия на массовую аудиторию, носит осознанный, целеустремлённый характер.

Для газетно-публицистического стиля характерно стремление к созданию фонда специфических лексико-фразеологических средств, собственной внутристилевой лексической системы.

**1.1 Особенности языка публицистики**

На современном этапе развития публицистического стиля существует множество речевых фигур, с помощью которых журналисты доносят до читателя необходимую информацию, воздействуют на него, пропагандируют и агитируют. К числу подобных фигур речи относят:

1.**Оценочность** – одна из наименее изученных языковых категорий. О сущности оценочного, эмоционального, экспрессивного известно очень немного. Оценочные моменты слабо поддаются классификации, количественному измерению. Значительные трудности представляет и разграничение категорий экспрессивности, эмоциональности, оценочности. С точки зрения оценочной окраски все слова языка можно разделить на актуально и потенциально оценочные. Категорию оценочности применительно к лексике можно определить как часть лексического значения, способную выражать отношение говорящего к обозначаемому словом предмету или понятию. При этом в характере и направлении развития социально оценочных элементов решающую роль играет идеологическая позиция, мировоззрение языка. Оценочность охватывает весь лексический состав языка, по-разному проявляясь в различных его группах и пластах, и конституируется, прежде всего, как выражение отношения говорящего к предмету высказывания.

Что касается эмоциональности, экспрессивности, а так же стилистической окраски слова, то в рамках газетно-публицистического стиля их целесообразно рассматривать как видовые понятия по отношению к родовому - оценочности. Именно в публицистике эмоциональная, экспрессивная и стилистическая окраски преобразуются, как правило, в социально оценочную, выступая, прежде всего, в оценочной функции. Характеризуя оценочность языка газеты, важно отметить, что этот принцип имеет не индивидуальный, а подчёркнуто социальный характер. Социальная значимость слова в языке газеты выражается, с точки зрения производителя речи, в том, что оно принадлежит не только автору, но и редакции, общественной организации, чьё мнение, чью политику выражает газета как «коллективный пропагандист и коллективный агитатор».

**Метафоричность** - одна из тенденций развития современного языка публицистики. По мнению Арутюновой Н.Д., метафора – это механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений, для характеризации или наименования объекта, входящего в другой класс, либо для наименования другого класса объектов, аналогичного данного в каком-либо отношении.

Метафору можно рассматривать в нескольких значениях: 1. как слово с переносным значением; 2. как языковое выражение (некоторое высказывание, предложение и даже текст) с переносным значением и в этом случае метафорой можно считать пословицу, притчу, идиому и даже роман; 3. как троп в ряду других тропов (метонимии, синекдохи, оксюморона, сравнения и т.д.), которые тоже употребляются в переносном значении, но имеют свои особенности.

Метафоризация, тесно связанная с расширением значения, непосредственно ведёт к приобретению словом оценочности. Даже сам выбор источников метафоризации имеет оценочный характер. Процесс газетно-публицистической специализации, переносно используемой терминологической лексики завершается тем, что, расширяя свою семантику, слово приобретает определённую оценочную окраску, нередко при этом изменяя присущее ему в литературном языке значение. В результате одни слова закрепляются с положительной экспрессией (позитивнооценочные), другие - с отрицательной (негативнооценочные), третьи приобретают способность употребляться как в положительно -, так и в отрицательнооценочных контекстах (строевые слова).

**Риторичность** - высокопарность, велеречивость, выспренность, пышность, надутость, напыщенность (словарь русских синонимов). Риторическое усиление речи, например, путем использования фигур и тропов, один из важнейших стилистических приемов и в тоже время средство повышения эстетического уровня текста.

**Риторический вопрос** – это экспрессивное утверждение или отрицание, применяющееся для усиления выразительности (выделения, подчёркивания) той или иной фразы. Характерной чертой этих оборотов является условность, то есть употребление грамматической формы и интонации вопроса в случаях, которые, по существу, её не требуют. Риторический вопрос, так же, как риторическое восклицание и риторическое обращение, — своеобразные обороты речи, усиливающие её выразительность. Отличительной чертой этих оборотов является их условность, то есть употребление вопросительной, восклицательной и иной интонации в случаях, которые по существу её не требуют, благодаря чему фраза, в которой употреблены эти обороты, приобретает особо подчёркнутый оттенок, усиливающий её выразительность. Так, риторический вопрос представляет собой, в сущности, утверждение, высказанное лишь в вопросительной форме, в силу чего ответ на такой вопрос заранее уже известен, например: *“Куда вы смотрите, товарищи?”1* [«Приднестровье», 23.11.09г., Я. Гайдук]*= “Так почему же кто-то позволяет себе глумиться над символами и образами, дорогими для многих людей. Тем более, в канун дня, на государственном уровне признанного у нас как праздничный?”2* [«Приднестровье», 23.11.09г., Я. Гайдук]*.*

Риторический вопрос интонационно и структурно выделяется на фоне повествовательных предложений, что вносит в речь элемент неожиданности и тем самым усиливает ее выразительность. Некоторая театральность этого приема повышает стилистический статус текста, поднимая его над обыденной речью. Риторический вопрос служит эффектным завершением статьи, например: “*Может пора, наконец, остановиться и посмотреть вокруг себя?!” 3* [«Приднестровье», 23.11.09г., Палесика И.].

Открытый вопрос провоцирует читателя на ответ – в виде письма в редакцию или публичного выражения своего, а точнее, подготовленного газетой мнения. Высокая эмотивность вопроса вызывает столь же эмоциональную ответную реакцию. Речевыми средствами поддержания контакта с читателем служат также коммуникация, парантеза, риторическое восклицание, умолчание.

**Риторическим восклицанием**, по классическому определению, называется показное выражение эмоций. В письменном тексте эта псевдоэмоция оформляется графически (восклицательным знаком) и структурно: *"Все в "Экватор”4= "Верной дорогой идете, товарищи!"5* [«Приднестровье»,23.11.09г., Я. Гайдук]*.* Восклицательный знак в этих высказываниях – способ привлечь внимание читателя и побудить его разделить авторское негодование, изумление, восхищение.

**Коммуникация** – это мнимая передача трудной проблемы на рассмотрение слушающему, например: “*Ведь схема безумно удобна и выгодна. Смотрите сами. Чтобы получить кредит, надо будет накопить 30 процентов стоимости квартиры"1*[«Московский Комсомолец», 1996].

Опознавательным знаком этой фигуры в газете служит формула «судите сами» или ее аналоги: «смотрите сами», «вот и решайте» и т.п. Независимо от частных особенностей коммуникация повышает убедительность рассуждений, поскольку читатель в них участвует сам.

**Парантеза** – самостоятельное, интонационно и графически выделенное высказывание, вставленное в основной текст и имеющее значение добавочного сообщения, разъяснения или авторской оценки, например: *«В США от сальмонеллы (это вам не куриная слепота!) ежегодно умирает 4000 человек, и болеют около 5 миллионов»2* [«Известия», 1996]. Эта стилистическая фигура внутренне противоречива, поскольку, с одной стороны, разрушает барьер между автором и читателем, создает ощущение взаимного доверия и понимания, порождает иллюзию перехода от подготовленной речи к неподготовленной, живой, с другой стороны, как всякий «прием», она вносит некоторый элемент нарочитости.

Не случайно парантеза нередко служит средством иронического, отстраненного изложения.

**Умолчание** – указание в письменном тексте графическими средствами (многоточием) невысказанность части мысли: *“Америка готовит удар…по России?”3*[«Возрождение», 25.11.02, Красильников В.]. Многоточие – заговорщическое подмигивание автора читателю, намек на известные обоим факты или обоюдно разделяемые точки зрения: “*Конечно. Это же все равно, как если бы пчелы агитировали против меда…»4 =*

«*НАТО - это образ врага, угроза, которая объединяет. Убери этот камушек, и все посыплется...»5*[«Возрождение», 25.11.02, Красильников В.].

**Дубитация –** это ряд вопросов к воображаемому собеседнику. Служащих для постановки проблемы и обоснования формы рассуждения. Например:

«*Где взять деньги? Ответ простой – нам нужна коалиция с Китаем»*

*«Почему же США не ратифицировали этот документ, уничтожающий столь ненавистные им ракеты «Сатана», от которых у США нет ни сейчас. Ни на десятилетия вперёд никакой защиты? Неужели пожалели полсотни стареющих, значительно более слабых ракет МХ? Да нет, они собираются ликвидировать их без всяких договоров»2* [«Возрождение», 25.11.02, Красильников В.].

Дубитация — это и своего рода план дальнейшего изложения, и способ установить контакт с читателем. Вопрос всегда обращен к собеседнику и требует от него ответной реакции. Таким образом, высвечивание тех или иных граней проблемы происходит как бы на глазах у читателя и при его участии. От этого убедительность вывода возрастает. Дубитация является важным композиционным приемом: она выполняет роль зачина, который может находиться как перед, так и после краткого изложения сути дела. Благодаря своим интонационным особенностям дубитация формирует очень динамичное вступление [Виноградов, Платонова, http://www.i-u.ru].

Ещё одной интересной фигурой речи в языке публицистики является объективизация. Именно этот стилистический приём рассмотрен в нашей работе более детально.

**Объективизация** – это вопрос, на который автор отвечает сам, например: *«Почему? Потому что в ближайшем будущем пока еще невозможен полный "дистанционный" контроль США над Россией»3*[«Возрождение», 25.11.02, Красильников В.] =

*«Спрашивается, им что, не нужны эти деньги? Да нет, конечно, нужны»4* [«Известия», 18.02.10, Чернаков А.]*.*

Объективизация – это языковое средство, служащее для высвечивания отдельных сторон основного вопроса по мере развертывания текста. [4: с. 264]

Фигуры этого типа располагаются главным образом в начале абзацев. Наряду с метатекстом они создают каркас рассуждения, причем не только фиксируют поворотные пункты мысли, но и продвигают рассуждение вперед. Смена утвердительной интонации на вопросительную позволяет оживить внимание читателя, восстановить ослабший контакт с ним, внести разнообразие в авторский монолог, создав иллюзию диалога. Объективизация – это отголосок сократического диалога – распространенного в эпоху античности способа установления истины путем предложения вопросов мнимому собеседнику, обычно образованному современнику, например: «*Очередной Майдан? А вот это маловероятно*»1[«Комсомольская правда», 23.11.09, Рукобратский В.].

На поставленные вопросы философ отвечал сам, но с учетом точки зрения мнимого собеседника. Только диалог, полагали древние, мог привести к постижению абсолютной истины. В последующих научных трактатах этот метод выродился в современную объективизацию, которая, надо признать, в отличие от риторического вопроса не содержит элементов нарочитости и театральности. Использование такого приёма, как объективизация, указывает на то, что автор:

1. Хорошо осведомлён в той области, к которой принадлежит изложенная им информация;

2. Неплохой психолог, так как способен не только заинтересовать читателя (зрителя), но и направить его на нужный путь;

3. Является своего рода художником слова, так как способен передать информацию правильным литературным языком.

Говоря об употреблении объективизации на газетной полосе, можно отметить, что чаще этот приём используется в основной части материала. Однако возможны варианты использования объективизации в качестве:

- **лида**: «*Объединение Молдовы и Румынии может спровоцировать вооруженный конфликт с Россией?»2* [«Комсомольская правда» со ссылкой на «Новый регион», 18.02.09, Ткач Л.]*;*

*-***заголовка**: «*Миллиарды – на ветер или на борьбу с гриппом?*»3 [«Независимая газета», 26.01.10, Горбачёва А.];

-**заключительной части**: «*Но что именно? На каверзные расспросы журналистов отвечали лаконично — дескать, обсуждать изменение Конституции нечего, ведутся переговоры, подробности узнаете позже*»1[«Комсомольская Правда» 27.02.10,Сиротенко И.]. Имеются случаи применения объективизации и в качестве эпиграфа к материалу, например: *«Зачем летаем мы в мечтах? Да чтоб жилось нам легче!»2* [очерк «Мирок», 2007, Палесика И.]*.* Конечно, последний вариант использования объективизации предпочтителен более художественному стилю, нежели публицистическому. Однако в таких жанрах, как очерк, вполне резонно применение данного приёма. Более подробно о примерах объективизации и их классификации мы расскажем в практической части нашей работы.

Аналогом и одновременно противоположностью объективизации является **обсуждение**. Это постановка вопроса с целью обсудить уже принятое авторитетными лицами решение или обнародованный вывод, например:

*«Людям, реально смотрящим на вещи, давно предложено позаботится о себе самим. Какие маневры может предпринять обычный москвич?»3[«Московский Комсомолец»,1996]= «Я не понимаю, почему до сих пор не опрошены в качестве свидетелей все те депутаты (в том числе от ПКРМ), которые находились заблокированными в здании Парламента? Они что, лишние свидетели?»4* [http://www.newsmoldova.ru].

По структуре обсуждение является зеркальной противоположностью объективизации: сначала – утверждение, затем – вопрос. Эта фигура замедляет рассуждение, как бы отбрасывает участников коммуникации назад, но она и учит сомневаться, перепроверять выводы авторитарных лиц. Решенная проблема на глазах у читателя вновь превращается в проблему, что наводит на мысль о непродуманности принятого решения и не может не подрывать авторитет тех, кто его вынес [4: с. 264].

Использование той или иной фигуры речи, представленной выше, определяется как типом и стилем печатного издания, так и индивидуальным стилем самого автора – журналиста.

**1.2 Осуществление скрытого диалога с читателем на газетной полосе**

Автор в современной массовой коммуникации не просто функционален - он выступает как личность со всеми особенностями ее менталитета, причем в структуре его интенций все большую роль начинает играть стремление к самовыражению. Автор художественного текста, как правило, не обнаруживает своей позиции. Её часто приходится искать, строя различные предположения относительно отношения писателя к тем проблемам и персонажам, о которых он пишет в своём художественном произведении, кроме того, он имеет право на вымысел. Журналист же обычно ярко и открыто проявляет свои взгляды, активно выражает свою позицию, и не важно, как она выражена, эксплицитно или имплицитно. В любом случае она должна быть понятна читателю, ошибки редки. [Валгина, http://evartist.narod.ru] Как правило, на газетной полосе между автором и читателем устанавливается «скрытый» диалог. Не стоит путать такие понятия как «скрытый диалог» и «подтекстовое содержание». **Подтекстовое содержание – это намек, о котором читатель должен догадаться сам. Скрытый диалог – это способ общения между журналистом и читателем. Читатель, ознакомившись с вопросами, поставленными в тексте, имеет возможность либо согласиться с мнением автора либо противопоставить ему свою точку зрения. Таким образом, от аудитории не требуется «читать между строк».**

Важным условием возникновения диалога является потребность в общении. Она возникает тогда, когда субъекту (аудитории) не хватает имеющихся знаний о предмете общения. Присутствие партнера, который может быть источником неизвестной информации (журналист), делает возможным возникновение диалога. Для диалога необходимы общие языковые знания: партнеры должны разговаривать на одном языке, использовать примерно одни и те же термины и понятия и так далее [Валгина, http://evartist.narod.ru]. Между автором и читателем должна установиться взаимосвязь. Лишь учитывая перечисленные особенности работы с аудиторией, периодическое издание может быть интересным для читателя.

Само понятие «публицистичность» уже предполагает яркость выражения мыслей и чувств, страстность и аргументированность речи. Именно автор-журналист, руководствуясь желанием воздействовать на читателя, определяет способ речевой организации своего материала. Существенно, что он имеет право на домысел, но не искажающий факты. Журналист, по роду своей деятельности, наделён правом, так или иначе, оценивать ситуацию. Основания для отрицательных оценок третьих лиц, порой весьма резких, обусловлены его компетенцией в определённой области. Он автор и текста, и заголовка.

Публицистика эмоциональна, выразительна, но природа её действенности иная, чем у художественной литературы, - не образная. Экспрессия в газетно-публицистической речи носит подчёркнуто социальный характер. Это, прежде всего экспрессия целенаправленная, избирательная, оценочная. Социальная значимость слова в языке газеты выражается, с точки зрения производителя речи, в том, что оно принадлежит не только автору, но и редакции, общественной организации, чьё мнение, чью политику выражает газета как «коллективный пропагандист и коллективный агитатор» [7: с. 11].

С точки зрения общественных интересов, публицистика адаптирует часть научно-практического знания данных групп для восприятия массовым сознанием в целях принятия другими социальными группами моделей поведения, идеологии (культуры, морали, этики, эстетики) и способов развития.

**Выводы**:

СМИ – мощный осведомительный орган, способный не только информировать, но и агитировать, пропагандировать, рекламировать. На данном этапе развития журналистики существует множество стилистических приёмов и риторических фигур, осуществляющих те или иные функции:

-информирование аудитории;

-привлечение к волнующим проблемам современности;

-побуждение на какие-либо действия или поступки;

Примером реализации перечисленных функций в публицистике является такой стилистический приём как объективизация. Более подробно основные функции и особенности использования объективизации изложены в практической части нашей работы.

**2. Классификация объективизации на материале газет и аналитических сайтов**

Для практического подтверждения теоретических объяснений, изложенных в первой главе нашей работы, мы обратились к материалам периодических изданий. За основной источник примеров для данной работы были взяты газеты: «Приднестровье», «Новая газета», «Комсомольская правда», «Известия», «Независимая газета» и «Российская правда». Также в качестве примеров нами использованы материалы из аналитических интернет-сайтов, таких как «Возрождение Державы», «Правда.ru» и информационного агентства «Новый регион». В общей сложности объём практического материала данной работы составляет более ста единиц.

В своей курсовой мы приводим классификацию отобранных примеров объективизации. По значению и роли в журналистском тексте (опираясь на отобранные примеры из газет и аналитических сайтов) объективизацию можно разделить на следующие группы:

1. **По структуре предложений**

Это вид классификации самый простой и понятный, так как подразумевает группировку предложений по их структуре. Среди рассмотренных нами примеров можно выделить:

-простые предложения:

«*Уместен ли такой «этикет» в современном обществе? Нет*» [7, 15];

*«В чем их особенность? Высокая скрытность применения»*

[15: Красильников В., 25.11.02]*;*

*«А на что это там тратит свои денежки ЦРУ? Только в прошлом году (2001г.) разведывательная авиация США выполнила более 800 полетов вдоль наших границ и больше ста раз вторгалась на нашу территорию3*»

[15: Красильников В., 25.11.02].

-сложные предложения:

«*Почему же США не ратифицировали этот документ, уничтожающий столь ненавистные им ракеты "Сатана", от которых у США нет ни сейчас, ни на десятилетия вперед никакой защиты? Да нет, они собираются ликвидировать их без всяких договоров*» [15: Красильников В., 25.11.02];

*«Возникает естественный вопрос: так почему же сам Император Николай Александрович пошел на нарушение Основных законов? Ответ простой: никакого отречения Государя Николая Александровича не было!»*

[15:Романевик А.];

*«В самом деле, что хорошего можно вынести из этого состояния непоняток, фрагментарности, раздробленности? Некоторые из любимых философов учат нас, что приобрести помимо цепей, положенных нам при любом раскладе, мы можем саму способность к рефлексии*»

[9: Белоусова Е.,30.03.10].

-полные предложения:

«*Молдова может остаться без врачей? Для решения проблем эмигрантов необходимо заключить двустороннее соглашение о сотрудничестве с профильными министерствами стран, куда эмигрируют врачи и медсёстры из Молдовы*» [7: 5.02.10];

*«Что можно сделать, чтобы не закоснеть в своей идентичности и не сойти с ума от опустошающего релятивизма? Ответом может быть игра, творчество игры»* [9: Белоусова Е., 30.03.10]*;*

*«В чем же состоят эти критические для существования России факторы? Особенность географического положения России в том, что большая ее часть расположена в высоких широтах с самой низкой среднеянварской температурой среди экономически развитых стран»*

[15: Малыгин, Жданов, 3.03.00].

-неполные предложения:

*«Почему? Потому что в ближайшем будущем пока ещё невозможен полный «дистанционный» контроль США над Россией*»

[15:Красильников В., 25.11.02];

*«В чем их особенность? Сверхмалая мощность ядерных зарядов для ударов по ракетным шахтам и командным пунктам*»

[15: Красильников В., 25.11.02];

*«Как? Мы найдем своих единомышленников, своих помощников и союзников в самой России»* [15: Красильников В., 25.11.02]*.*

Эти четыре приведённые выше подгруппы основываются на наличии грамматических основ в предложении. Следующие две подгруппы будут направлены на наличие второстепенных членов предложения:

-распространённые предложения:

*«Из такой бесконечности, перед которой вся наша Вселенная просто ноль? Качество соответствует количеству»* [15: Кузин А.,2002];

*«Что за болезнь сразила этого гиганта, обладавшего самой мощной в мире армией, самыми совершенными в мире технологиями, первым проложившего дорогу в космос? Демократы утверждают - СССР не вынес экономического соревнования с Западом*» [15: Арзамасцева И.];

*«Что же привело Россию к такому состоянию? Пятьдесят последних лет прошедшего тысячелетия человечество вело мировую войну»* [15:Арзамасцева И.].

-нераспространённые предложения:

*«Но что это такое? Опять образы, слова, метафоры»[15];*

*«А может, прорвемся? Прорвавшуюся в космос ракету будет ждать стая спутников-истребителей баллистических боеголовок»*

[15: Красильников В., 25.11.02]*;*

*«Что же изменилось? Уничтожена глобальная система сдерживания – система гарантированного уничтожения массированным ядерным ударом»* [15: Красильников В., 25.11.02]*.*

Использование в журналистских текстах примеров, приведённых выше, объясняется разными причинами: это может быть стремление к чёткой и краткой подаче информации либо, наоборот, желание расширить и углубить описываемую тему.

Ещё одним критерием классификации найденных нами примеров может служить их семантика. Итак, следующий вид классификации:

1. **По семантике**

В зависимости от тематической специфики печатного издания либо от предпочтений читательской аудитории использованная журналистом объективизация в отобранных нами примерах имеет следующую семантику:

-философской направленности:

Обратившись к материалам аналитического сайта «Возрождение державы», мы нашли множество примеров объективизации философской тематики. Это обуславливается проблемами и вопросами, волнующими современность. Вот некоторые примеры:

*«Теперь осталось только осознать, что это значит: материя не имеет границ во времени и пространстве? А это значит, что материя настолько бесконечна во времени, что перед этой вечностью время существования нашей Вселенной (20 млрд. лет) - ничтожно мало»* [15: Кузин А.,2002]*;*

*«Так кому же сегодня на Руси жить хорошо? А никому*» [15];

*«Вы думаете, что хотя бы в таком контексте речь заходит о целомудрии? Ошибаетесь!»* [15: Кузин А.,2002]*;.*

Автор задаёт читателю вопрос, размышляет и пытается дать полный ответ на свой вопрос.

Среди всех отобранных примеров есть также материалы, касающиеся бытовых ситуаций, каких-либо жизненных моментов. Такие материалы взяты нами из раздела «Жизнь » газеты «Комсомольская правда». Основная тематика: проблемы ЖКХ, семьи и брака в целом, вопросы охраны здоровья и тому подобное. Итак, следующая группа примеров:

-бытовой направленности:

*«Виновата ли жена в измене мужа? Есть такое мнение, что любовница неизбежна в жизни каждого мужчины как красный день календаря»* [7: Огнева Т.,19.09.09];

*«Куда бегут россияне? Самым популярным направлением переезда для россиян из регионов является Москва и Московская область, тогда как решившие покинуть столицу чаще всего выбирают Белгород, Уфу или Санкт-Петербург, говорится в исследовании агентства недвижимости МИАН»* [7:19.03.10];

*«Какова сумма единовременного пособия при рождении малыша? Для детей, рожденных в 2009 году, размер этого пособия составляет 1400 леев на первого ребенка и 1700 - на последующих малышей»* [7: Ткач Л.,7.10.09].

Преимущественный жанр, в котором используются указанные выше примеры, заметка, статья. Журналист ставит волнующие общественность вопросы, проводит журналистские расследования, чтобы представить читателю правдивые факты. Таким образом, автор с помощью объективизации выступает своеобразным «народным микрофоном».

Немало было найдено примеров социальной тематики. Это позволило нам выделить ещё одну группу:

-социальной направленности:

*«Очередной Майдан? А вот это маловероятно*» [7];

*«7 апреля стало для коммунистов Ватерлоо? Коммунисты после того какое-то время еще продержались, но только до новых парламентских выборов. И именно 7 апреля настало их Ватерлоо. Это все-таки был захват власти»* [7:24.03.10];

*«Но кто сказал, что делить будут поровну? Впрочем, это - естественное следствие демократии*» [15].

Анализируя материалы раздела «экономика» газеты «Комсомольская правда», нами были найдены примеры объективизации экономической направленности. Это позволило нам выделить ещё одну группу примеров:

- экономической направленности:

*«А теперь давайте вспомним, чего нам всем десять лет назад больше всего не хватало? Вспомнили?.. Правильно. Денег!»* [15: Арзамасцева И.];

*«Куда же все-таки пропали наши капиталистические деньги? Вопрос этот, как вы все понимаете, отнюдь не риторический»* [15: Арзамасцева И.];

*«Но где НАШИ деньги? Чтобы правильно ответить на этот вопрос, нужно сначала выяснить КТО вы»* [15: Арзамасцева И.]*.*

Материалы экономической направленности составили двадцать процентов от всех отобранных нами примеров. Этот факт объясняется тем, что:

во-первых, в связи с экономическим кризисом, тема экономики является самой актуальный на данный момент, во-вторых, примеры отобраны из газеты «Комсомольская правда», основные тематики которой политика и экономика соответственно.

Поставить вопрос и дать на него вразумительный ответ – вот основная функция, выполняемая при использовании приёма объективизации. Существует множество способов привлечь внимание читателя к поставленной в материале проблеме. Одним из таких способов является использование художественно - изобразительных средств. Метафоры, метонимии, различного рода эпитеты – всё это помогает автору журналистского текста разнообразить его, сделать более эмоциональным. Отсюда возникает эмоциональная оценочность текста, передающаяся и читателю. Таким образом, все отобранные примеры объективизации можно классифицировать

1. **по наличию художественно – изобразительных средств**:

*-* с содержанием метафор:

*«Ну и что случится? Небо на землю, что ли упадёт? А случится вот что»* [15: Красильников В., 25.11.02]*;*

*«Нас куда с вами повели из "развитого социализма", размахивая перед носом рыночным рублем? В разлитой капитализм»* [15: Арзамасцева И.]*;*

*«И правда, зачем? НАТО - это образ врага, угроза, которая объединяет. Убери этот камушек, и все посыплется...»* [15: Красильников В., 25.11.02]*.*

Использование метафор придаёт журналистскому тексту живости, современности, актуальности. Автору удаётся, не указывая определённых имён и лиц, показать посредством метафоры проблемы власти и денег, власти и народа, власти и власти. Так читатель понимает суть журналистского текста, а автор в свою очередь практически застрахован от притязаний на свою работу. Метафора - один из наиболее распространённых тропов на газетной полосе, используемый и в заголовке, и в Лид, непосредственно в самом тексте.

Следующим по частоте применения в журналистском материале является такой приём как сравнение. Следующая подгруппа в указанной выше классификации это:

- с содержанием сравнений:

*«У них что, есть агрессивные соседи? В отличие от России, у США никогда не было реальных врагов»* [15: Красильников В., 25.11.02]*;*

*«Но каков же рост производительности труда при столь производительной рыночной экономике? Он даже меньше, чем нулевой*» [15];

*«Виновата ли жена в измене мужа? Есть такое мнение, что любовница неизбежна в жизни каждого мужчины как красный день календаря»* [7: Огнева Т.,19.09.09]*.*

Сопоставление, сравнение двух понятий, определений даёт читателю возможность выбора. Иногда этот же приём позволяет узнать о предмете что-то новое, увидеть его в другом ракурсе.

Не менее интересно использование в журналистском тексте таких художественно-изобразительных средств как эпитеты.

-с содержанием эпитетов: Эпитеты придают тексту большую выразительность, помогают автору лучше раскрыть выбранную тематику. Подобно художнику, журналист добавляет красок в свой материал, благодаря использованию эпитетов. Например:

*«До чего же, наконец, все-таки додумались* ***русские люди****, загнанные в темный угол* ***людоедского капитализма****? Прежде всего: "Все 7500 работников "Агрокомплекса" получают зарплату по единым для всех подразделений фирмы нормам выработки и тарифным ставкам»* [5];

*«Затем, когда страна,* ***нищая****, но еще* ***свободная****, поставлена на колени, легко поверили в то, что это уже все, конец, с колен не подняться, мы проданы, надежд на возрождение нет, можно успокоиться и без спешки и нервов копить на гробы себе и детям. Затем, спустя еще десять лет, среди* ***разбомбленной*** *и* ***разорванной*** *на клочья* ***страны*** *вопрошать – чего же мы ждали?»* [15: Красильников В.,25.11.02];

*«Что за болезнь сразила этого гиганта, обладавшего самой* ***мощной*** *в мире* ***армией****, самыми* ***совершенными*** *в мире* ***технологиями****, первым проложившего дорогу в космос? Демократы утверждают - СССР не вынес экономического соревнования с Западом*» [15: Красильников В., 25.11.02].

Благодаря использованию эпитетов, журналисту удаётся точнее передать информацию, раскрыть её с разных сторон в своём материале.

Помимо указанных выше художественно – изобразительных средств в журналистском тексте используются и другие тропы. Их мы вывели в отдельную подгруппу:

-с содержанием иных средств выразительности:

**Каламбур**:

*«А может, прорвёмся? Прорвавшуюся в космос ракету будет ждать стая спутников-истребителей баллистических боеголовок»*

[15: Красильников В.,25.11.02]*;*

*«В самом деле, что хорошего можно вынести из этого состояния непоняток, фрагментарности, раздробленности? Получаем «свободу», мы свободны! – мы опять внутри мифа, и быть свободным от него, похоже, нельзя»* [9:Белоусова Е.,30.03.10].

**Синекдоха**:

*«Может ли* ***Запад*** *ждать медленного угасания России еще несколько десятков лет? Если Вы на оба вопроса ответили "нет", значит неизбежно силовое решение проблемы и опыт десятков стран, попавших под американские бомбы – наглядное тому подтверждение»* [15: Красильников В.,25.11.02]*;*

*«Не начинать же очередную национализацию частнособственнического барахла наших* ***"новых" нерусских*** *со всеми вытекающими из этого последствиями в виде гражданской войны? Ну, конечно же, нет!»* [15: Арзамасцева И., 31.11.1996].

Таким образом, использование тропов в журналистском тексте имеет множество плюсов, главные из которых:

-более глубокое раскрытие выбранной тематики;

-отход от штампов и клише, используемых в публицистике;

-актуализация уже известных вещей и фактов.

Совместив указанные выше тропы с объективизацией, автор способен не только привлечь внимание аудитории, но и донести до неё полезную информацию.

Говоря о заинтересованности читателя в газетном материале, возникает вопрос: «На что же в первую очередь обращает внимание человек, когда берёт в руки газету?». Для поиска ответа нами был проведён опрос среди читающей аудитории. Из всех опрошенных 73% ответили, что обращают внимание, прежде всего, на заголовки и лишь потом просматривают непосредственно материалы. Результаты опроса полностью оправдывают уже укоренившийся в языке публицистики штамп «Газеты пестрят заголовками». Поэтому большинство авторов стараются создать яркий, почти кричащий заголовок к своему материалу. Использование объективизации в таком случае является одним из самых удачных приёмов.

Классифицируя отобранные нами примеры. Мы можем выделить следующий критерий группировки:

1. **По расположению объективизации в журналистском тексте**

-в заголовке:

*«Чем ответят на ПРО? Президент России Дмитрий Медведев, обращаясь в среду с посланием Федеральному собранию, поставил точку в вопросе, как именно Россия планирует ответить на развертывание в Европе третьего позиционного района ПРО США*» [7];

*«Опасно ли оплачивать покупки через Интернет? Интернет - настоящий рай для последователей Остапа Бендера. В силовом ведомстве был даже создан специальный отдел, который занимается борьбой с киберпреступностью»* [7: Поляков С., 11.11.09];

*«Вера Алентова будет судиться за испорченное лицо? Общество защиты пострадавших от пластической хирургии обратилось к Вере Алентовой с предложением защищать ее права в суде*» [7: Велигжанина А.,21.01.10];

*«Георге Урски заразили свиным гриппом?**Некоторые молдавские СМИ сообщили о том, что после прививки от вируса А(H1N1) знаменитому артисту стало плохо*» [7: Рябков Л., 27.01.10].

Используя приём объективизации в заголовке, автор, таким образом, решает главную проблему – заинтересовывает читателя, заставляет остановиться взглядом, а затем и ознакомиться со всем материалом.

Также указанный выше приём может использоваться и в качестве Лида. Отсюда и следующая группа примеров расположения объективизации в журналистском тексте:

- в качестве Лида:

*«Зачем Михай Гимпу летал в Брюссель? И.о. президента намеревался показать еврочиновникам проект новой Конституции, но удалось ли ему это, неизвестно»* [7: Ткач Л.,29.03.10]*;*

*«Кто 7 апреля провоцировал молодежь к погромам и штурму? Публикуем выступление председателя ПКРМ Владимира Воронина на заседании комиссии по расследованию событий 7 апреля*» [7: 24.03.2010];

*«АвтоВАЗ" рассчитается с долгами?* ***«АвтоВАЗ» подписал с*** *кредиторами* ***меморандум о реструктуризации*** *задолженности****, составляющей порядка 38 млрд. руб., и в ближайшее время получит государственную поддержку в*** *размере* ***28 млрд. руб. для урегулирования вопросов с банками и модернизации предприятия***» [7: 13.04.10];

***«****Кто из молдавских политиков самый богатый? Чиновники обнародовали декларации о своих доходах и имуществе*» [7: 19.04.10].

В приведённых выше примерах объективизация использована в качестве жёсткого вида Лида, а именно: Лида – вешалки (автор сразу «навешивает» ответы на вопросы), Лида обобщения (используется, если в информации есть несколько важных элементов, например, человек и его действия), Лида комментария (объективная новость, содержащая попутный комментарий журналиста).

Если заголовок лишь частично указывает читателю на тематику материала, то Лид непосредственно вводит в суть описываемого, служит своеобразным «первым ходом, сборной частью».

Более распространённым использованием объективизации является применение её в основной части журналистского текста. Таким способом автор получает возможность максимально полно ответить на поставленный им вопрос, рассмотреть его с разных позиций, с разных ракурсов общественной жизни. Следующая группа примеров, выделенная нами в рамках указанной классификации:

-в основной части текста материала:

*«Стоит ли ходить далеко за примером? США вначале устраивают себе 11 сентября. Сами себе бьют по символу*» [15]*;*

*«К чему привел этот запрет? К снижению роли армии в обществе, ко всеобщему пацифизму и, в конечном итоге, к национальной катастрофе*» [15]*;*

*«Где взять деньги? Ответ простой – нам нужна коалиция с Китаем*» [15];

*«И почему собственно война, кому мы нужны? На последний вопрос могу ответить сразу. Мы – никому. Теперь о паритете*» [15].

Двигаясь далее по привычной структуре текста, можно выделить следующую группу примеров по расположению в материале:

-в заключительной части:

Используя приём объективизации в заключительной части, журналист выполняет сразу несколько задач:

- завершает свою мысль рассуждением, что говорит о способности автора анализировать, прогнозировать, давать чёткую оценку описываемого им объекта, события;

-оставляет за читателем право согласиться либо опровергнуть предложенную точку зрения. Таким образом, возникает скрытый диалог с читателем. Газетная полоса выступает в таком случае своеобразной трибуной, где могут происходить дискуссии между автором и аудиторией (посредством читательских писем в редакцию).

В зависимости от расположения объективизации в тексте, выполняемые ею функции меняются от простого стремления привлечь внимание аудитории (как, например, в заголовке) до скрытого диалога с читателем (как, например, в заключительной части материала).

Широко применяется в журналистской практике синтез объективизации с другими фигурами речи, например, дубитацией или риторическим вопросом. Такое совмещение разных приёмов позволяет автору расширить границы своих возможностей как аналитика, психолога или критика.

1. **По способу формирования объективизации:**

- чистая объективизация:

«*Что можно сделать, чтобы не закоснеть в своей идентичности и не сойти с ума от опустошающего релятивизма? Ответом может быть игра, творчество игры»* [7:Огнева Т.,19.09.09];

*«****В чем причина отставания нашей столицы? Еда в московских магазинах на порядок дешевле ресторанной, да и место под заведение найти непросто*...**» [7];

*«Сколько стоит отдохнуть? Как правило, более выгодные предложения проще найти до начала высоко сезона, в период, когда время каникул и массовых отпусков еще не началось или уже закончилось»* [7:11.04.10]*.*

*-* с содержанием риторического вопроса:

*«Спрашивается, им что, не нужны эти деньги? Да нет, конечно, нужны. Просто там не могут доказать свою состоятельность в научной сфере, поскольку практически не ведут исследований. И зачем нам в XXI веке такие университеты, академии и институты? А если слить их с теми вузами, где есть нормальная наука, качество подготовки повысится*» [«Известия», Чернаков А.];

*«Неужели это главный результат «оранжевой» революции? Демократия, доведенная до абсурда? Евросоюз ближе не стал, отношения с Россией - хуже некуда»* [7: 27.01.10];

*«Кто же следующий после Ирака? Саудовская Аравия, Северная Корея? А вот это уже неважно. Причина для нападения найдется сама собой»* [15: Красильников В., 25.11.02]*.*

Риторический вопрос, подразумевающий однозначный ответ, является отличным вспомогательным приёмом: автор подтверждает свои слова, задавая вопрос, ответ на который для всех очевиден. Журналисту не приходится объяснять читателю сути описываемых событий: объективизация совместно с использованием риторического вопроса сделают всё за него.

Ещё одной отличной дополняющей объективизации может служить дубитация. Примеры такой сочетаемости мы собрали в следующую группу:

-с содержанием дубитации:

*«Сколь долго может продолжаться подобная ситуация? И чем она чревата для страны? С одной стороны бартер и неденежные расчеты явились для внутренних производств на какое-то время единственным возможным спасением в ситуации, когда власти отказались от суверенного права национальной денежной эмиссии, прекратив, по сути, всякую государственную кредитно-денежнуюполитику,предварительно уничтожив и государственное планирование»* [15]*;*

*«Почему ракеты США не ратифицировали этот документ, уничтожающий столь ненавистные им ракеты «Сатана», от которых у США нет ни сейчас. Ни на десятилетия вперёд никакой защиты? Неужели пожалели полсотни стареющих, значительно более слабых ракет МХ? Да нет, они собираются ликвидировать их без всяких договоров*» [15];

*«Услышит ли кто меня? В конце концов, если русские предали сами себя (не без упорной помощи Запада), великую державу, созданную духом, умом и волей наших отцов и прадедов, то кого же винить? Вот только жаль будет тех, кто в те страшные ощущением бессилия и невосполнимости часы будет, матерясь и плача, срывая кожу с рук, запускать в небо уцелевшие “Тополя” и “трехсотки”, моля Бога об одном – успеть»* [15: Красильников В.,25.11.02].

Все приведённые выше примеры, классифицированные по тем или иным признакам, являются наилучшим показателем эффективности использования в публицистике такого приёма как объективизация. Объективизация как фигура речи осуществляет следующие функции:

1. эстетическую;
2. агитационно-пропагандистскую;
3. психологическую.

Задавая вопрос и предлагая на него ответ, автор заинтересовывает читателя, заставляет его не просто прочесть материал, но и задуматься над прочитанным.

**Вывод:**

На современном этапе развития публицистики появилось множество стилистических приёмов. С их помощь журналисту удаётся наиболее полно передать информацию аудитории, раскрыть и описать событие, факт с разных сторон социальной действительности. Объективизация представляет собой один из наиболее интересных приёмов, используемых на газетной полосе. С помощью объективизации осуществляется связь «газета-читатель»: автор даёт читателю информацию для размышления. Соответственно читатель реагирует на предложенную ему информацию (письма либо звонки читателей в редакцию).

Изучив примеры объективизации, найденные в газетах и интернет-сайтах, мы смогли классифицировать их по тем или иным признакам (по структуре, по семантике и т. д.). Использование объективизации в сочетании с другими стилистическими приёмами или с художественно-изобразительными средствами также применяется журналистами при создании материала. Такой синтез позволяет максимально раскрыть тематику материала, делая его понятным для аудитории.

**Заключение**

В нашей повседневной жизни средства массовой информации (СМИ) играют важную роль. Будучи своеобразным окном в мир, СМИ информируют нас о важнейших событиях, как в стране, так и в мире в целом. Освещая главные события в мире политики, экономики, культуры, общественной жизни, СМИ выполняют одновременно и целый ряд функций:

-информационную;

-познавательно-просветительную;

-функцию воздействия на аудиторию.

Последняя функция СМИ заслуживает особого внимания. На современном этапе развития журналистики (в особенности публицистики) появилось множество стилистических приёмов и риторических фигур, с помощью которых достигается эффект воздействия на аудиторию. К числу таких приёмов относятся:

-дубитация;

-риторические вопросы, риторические восклицания;

-обращения;

-обсуждения;

-объективизация.

Более детально в данной работе мы рассмотрели приём объективизации. Так как данный приём сравнительно недавно появился на газетной полосе, было интересно узнать, с какой целью он используется в публицистике.

Изучив примеры объективизации, взятые из газет и аналитических сайтов, мы обратили внимание на следующий факт: с помощью приёма объективизации автор вступает с читателем в скрытый диалог. Задавая вопрос и давая на него ответ, автор словно обращается к читателю, призывает его принять участие в обсуждении предложенной им (автором) темы. Распространено в публицистическом стиле использование объективизации в сочетании с другими фигурами речи, например: дубитацией, риторическими вопросами, художественно-изобразительными средствами (тропами). Такой способ использования приёма объективизации позволяет автору не просто наиболее полно раскрыть тематику материала, но и заинтересовать читателя. Так устанавливается связь «Читатель - газета», которая первостепенна по значимости для любого периодического издания, в частности, газеты.

Ознакомившись с примерами объективизации, в своей работе мы предложили также их классификацию по таким признакам, как:

-структура;

-семантика;

-наличие художественно-изобразительных средств (тропов);

-расположение объективизации в тексте;

-способ формирования объективизации.

Таким образом, опираясь на труды лингвистов, таких как Солганик Г. Я. «Лексика газеты», Граудина Л.К. и Ширяевой Е.Н «Культура русской речи», в данной курсовой работе мы постарались наиболее полно рассмотреть объективизацию с точки зрения, как фигуры речи, так и стилистического приёма в публицистике.

**Список использованных источников**

1. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. - М., 2003 - 383 с.;
2. Баранов А.Н., Паршин В.В. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание//Роль языка в средствах массовой информации. - М., 1986;
3. Валгина Н.С. Теория текста. – М., 2003;
4. Виноградов С.И., Платонова О.В. Культура русской речи. – М., 1999;
5. Граудин Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. – М., 1999;
6. Григорьева О.Н. Язык в аспекте культуры речи. – М., 2000;
7. Газета «Комсомольская правда»
8. Газета «Московский комсомолец»
9. Газета «Независимая газета»
10. Газета «Приднестровье»
11. Солганик Г.Я. Лексика газеты. – М.,1981
12. http://evartist.narod.ru
13. http://revolution.
14. http://kp.md
15. http://ruek.narod.ru
16. http://www.pravda.ru
17. http://www.referats.5-ka.ru