

*Базарбаева Г.Д.*

**ПУБЛИЦИСТИКАЛЫК ТЕКСТТЕГИ НЕОЛОГИЗМДЕР**

*Базарбаева Г.Д.*

**НЕОЛОГИЗМЫ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ**

*G.D. Bazarbaeva*

**THE NEOLOGISMS IN THE PUBLICISTIC TEXTS**

УДК: 809.434.1

*Бул макалада неологизмдер публицистикалык текст изилдөөнүн негизги объектиси катары каралат. Гезит тилинин негизги өзгөчөлүктөрү көрсөтүлөт. Публицистика менен көркөм адабияттын айырмачылыктары, алардагы сөз колдонуу жолдору каралат. Гезиттик-публицистикалык тексттерде неологизмдерди колдонуу өзгөчөлүктөрү аныкталат.*

**Негизги сөздөр:** *неологизмдер, публицистика, стиль, газета, гезиттик-публицистикалык, текст, жанр, эмоционалдуу, экспрессивдүү, гезиттик стандарт.*

*Эта статья посвящается исследованию неологизма как основного объекта публицистического текста. Рассматриваются основные особенности газетного языка. Рассматриваются различия между художественной литературой и газетной публистикой, пути использования слов в этих жанрах. Определяются особенности использования неологизмов в газетно-публицистических текстах.*

**Ключевые слова:** *неологизмы, публицистика, стиль, газета, газетно-публицистическое, текст, жанр, эмоциональное, экспрессивное, газетный стандарт.*

*This article is dedicated to the study of neologism as the main subject of a nonfiction text. Describes the main features of newspaper language. Discusses the difference between art literature and a news publicistic, ways of using words in these genres. Is determined by the peculiarities of using neologisms in newspaper and publicistic texts.*

**Key words:** *neologisms, journalism, style, newspaper, newspaper-publicistic, text, genre, emotional, expressive, newspaper standard.*

Неологизмдерди публицистикада колдонуу өзгөчөлүгүн аныктоо – илимий иштин негизги максаты болуп саналат. Пайдалануунун жана колдонуунун шарты боюнча гезит кескин түрдө башка жанрлардан айрмаланарын эске алуу керек. Ал кээде тилдик материалды аягына чейин толук иштеп чыкканга мүмкүнчүлүк болбогон, кыска мөөнөттө жаралат. Гезиттик жанрлардын көптөгөн түрлөрү, штаттан тышкары кабарчылардын көптүгү (ар бир окурман тилдик маданият жана билим деңгээлине карабастан, кабарчы боло алат), гезиттик тилдин стилдик өзгөчөлүгүнө өз таасирин тийгизбей коё албайт. Жыйынтыгында гезиттик стандарт пайда болот.

Гезиттин тили өзүнө дайыма карама каршы мамиле жаратат. «Пусть будет язык Карамзина, Филарета, попа Аввакума, но только не наш газетный», - деген Лев Толстой [4]. 1889 жылы А.П.Чехов В.А.Тихоновго жазган катында (жазуучу): «...я и

неподозревал, что Вы так хорошо владеете газетным языком. Чрезвычайно складно, гладко, протокольно и резонно. Я даже позавидовал, ибо этот газетный язык мне никогда не давался» - деп белгилеген [4]. Азыркы жазуучу А.Прохановдагы мындай пикирди айткан «принято нападать на газетный язык,- мы называем его “суконным”. Но этот стиль универсален, незаменим и, если хотите, изыскан: он отшлифован, экономичен, он прошел отсев, отбор временем, которое убрало из него все лишнее» [6].

Гезит тилинин негизги өзгөчөлү деп социалдык баалоочулукту атаса болот. Жалпыга маалымдоо каражаттары окурмандын акылына жана сезимине таасир тийгизиш үчүн бардык мүмкүнчүлүктөрдү пайдаланат. Башка адабий тилдеги стилдерден айырмаланып, гезит-публицистикалыкта ынандыруу тилдин негизги функциясы болуп аткарат, анткени газетада агитация мүнөзү өзгөчө күчтүү болот. Ал эми эгерде публицистикада чагылдырылган маселелер саясий мазмуунда, саясий боёкчодо болсо, анда тилдик каражатты тандоодо максаттуу, аң сезим менен мамиле кылынат.

Сөздөрдү колдонууда, өзгөчө идеологиялык түшүнүктөр менен байланыштуу болсо, ар кандай мазмуунду, кээде бир эле сөзгө ар кандай бааны кошкон социалдык топтордун, класстардын таасири тийбей койбойт, окшош абалда жана контексттерде дайыма колдонуунун жыйынтыгында сөздө тиешелүү бир социалдык боёкчо, сөздүн маанисинде саясий кошумча маани өнүгөт. Мисалы, *сiтоуен* «жаран» деген сөзү азыркы француз тилиндей, революцияны каалаган француздар үчүн анчалык жагымдуу эмес.

Гезиттик-публицистикалык стилде баалоо категориясы өзгөчө роль ойнойт. Баалоолук публицистикада ошондой эле спецификалык чөйрөдөгү жеке атты да камтыйт.

Баалоолук принцип жеке, индивидуалдуу эмес социалдык мүнөздө экенин белгилеп кетүү зарыл. Анткени гезиттеги сөз жеке авторго тиешелүү эмес, ошондой эле уюштургуч катары кимдин пикирин, кимдин саясатын билдиргиси келсе, редакцияга, жалпы группага, мекемеге, союзга, партияга, класска коллективдүү пропагандистке, агитаторго тиешелүү болот. Гезиттик сөздүн күчү жана салмактуулугу дал ушунда жатат.

Гезит-публицистикалык сөз биринчи кезекте жалпы окурманга тийгизген таасири менен айырма-

ланат, ошол үчүн окурмандын кызыкчылыгын максималдуу эске алат. Журналисттик чыгармачылык процессинде тиешелүү форма, каражат, баалоонун ыгы, ар кандай кубулушка, предметке, адамга, коомдук-саясий жашоонун процессине мамиле иштелип чыгат. Ушул форма жана баалоонун ыгы жалпыга таралып, социалдык түрдө бекилип, салттуу гезиттик болуп калат.

Гезиттик тилдин эң негизги өзгөчөлүгү—анын жалпыга түшүнүктүүлүгү, комуникативдик жалпы коомго маанилүүлүгү эсептелет. «Особенность газетного слова, заключается в том, что оно обращено ко всем, всем, всем. Газету читают академики и рядовые рабочие, старики и молодые, учителя инженеры, врачи... Газету читает народ. Через газету партия ежедневно разговаривает с народными массами о самых важных первостепенных политических, хозяйственных, культурных вопросах, в том числе и о художественной литературе. Поэтому газетное слово должно быть простое слово, обладающее, однако, способностью очень ясно и очень точно выражать самые сложные понятия» деп белгилүү журналист Д. Заславский айткан [2].

Гезиттик материалдар окурмандардын составынын ар түрдүүлүгүнө карабай баардыгына бирдей, түшүнүктүү каражаттарды тандоо принциби аныкталат. Эң негизгиси бул жерде тилдин перифериясында турган жана түшүнүгү бүдөмүк, оор маанидеги сөздү алып салуу тенденциясы күч алган. Гезит тилине жеке адистик терминдерди, диалектизм, арготизм, поэтизмдер, варваризм, жеке неологизм ж.б. сөздөрдү колдонууга мүмкүн болсо да, аларды колдонуу анча практикаланбайт. Маалыматты түшүнүү үчүн эмне кыйынчылык туудурса, алардын баары алынып салынат. Бирок Б.В. Кривенко белгилегендей: Следует отметить и противоположную тенденцию, вызываемую к жизни о строй потребностью газеты в экспрессивных обозначениях, - появление средств индивидуального словоупотребления [2].

Гезиттик-публицистикалык стилге экспрессивдүүлүк өзгөчө мүнөздүү. Эгерде көркөм адабиятын негизги принциптин образдуулук түзсө, башка стилдерде ал анчалык зарыл эмес. Көркөм адабиятта жазуучу публицистикалык чегинүүгө дайыма кайрылат. Ал эми публицистикада ар кандай көркөм сөздүн элементтерин ар түрдүү багытта колдонууга болот, бирок публицистикалык жанрды аткарган башка стилдин да колдонулушу газеталык жанрдын өзгөчөлүгүн түзөт. Публицистиканын экспрессивдүүлүгү, ачыктыгы образдуулукка барып такалбайт жана аны менен чектелбейт. Дегеле белгилеп кетүүчү жагдай, публицистикалык экспрессивдүүлүк гезит-публицистикалык сөздүн ачыктыктыгын көрсөтүүчү компоненттердин бири болуп эсептелет.

Публицистика эмоционалдуу, таасирдүү, ачык, бирок анын ачыктык жаратылышы көркөм адабияттан башкача берилет. Публицистикада жана көркөм адабиятта чындыкка болгон мамиленин өзү айырмаланып турат. Жазуучунун милдети — чындыкты элестетип, сүрөттөп көрсөтүү, алар жараткан сүрөт,

персонаж аркылуу өзүнүн симпатия жана антипатиясын көрсөтө алат. Бул жерде ишендирүү, баалоо экинчи орунда турат. Публицист түз жана ачык агитациялайт, ишендирет, пропагандалайт. Бул жерде ишендирүү функциясы биринчи орунда турат, ал эми сөздүн мааниси — эмоционалдык боёкчону чагылдырат [2].

Гезит экспрессивдүү каражатка абдан муктаж, бирок бул экспрессия социалдык мүнөздө, максатка багытталган баалоо экендигин белгилеп кетет. Метафора, эпитет, салыштыруулар өзгөчө роль ойнойгондуктан, гезиттик-публицистикалык жанрда кеңири колдонулат. Татаал жасалма метафоралар, эпитеттер, мисалы, поэзияда же прозаикалык жанрларда кеңири колдонулса, ал эми алар жалпы коммуникациянын жаратылышына карама-каршы келет. Гезиттик жанрдын өзгөчөлүгүнүн эстетикалык критерийи болуп жөнөкөйлүк жана ачыктык аткарат.

Г.Я. Солганик белгилегендей «метафоры в газетно-публицистической речи используются не столько для образности, сколько для создания оценочного эффекта, положительного или отрицательного (торжественности, утверждения, осуждения, иронии и т.п.)», ошондой эле гезиттен төмөнкү мисалдарды келтирет: *космический успех, дирижер команды: дирижеры движения, конструкторы запахов* (о парфюмерах), *композиторы моды, ледовая симфония* и др. Обычно метафоризации подвергаются понятия, важные видео логическом, экономическом отношении, например: *хлеб промышленности, стальные артерии, нефтяная целина, электрические реки, рисовая житница* [4].

Эгерде гезиттик-публицистикалык стилдин жалпы экспрессивдүүлүгү жөнүндө айта турган болсок, анда метафора, эпитет, салыштыруулардын негизи болбойт. Экспрессивдүү манилүү болуп бардык каражаттар саналат, анткени алар публицистикалык идеяларды ишке ашырат. Мына ошол үчүн публицистикада (көркөм адабияттагыдай) так жана ачык, таасирдүү жана ачык-айкындуу сөздү тандоо маанилүү болуп эсептелет.

Публицистикалык сөздүн эң негизги принциби, аны уюштурууга негиз болгон, тикеден-тике автордук «мен» болот, ал эми көркөм кепте бул маселе шарттуу түрдө берилет. Көркөм чыгармада көркөм сөз каражаттары көп колдонулса, ал эми гезиттик-публицистикалык жанрда андай шартуулук болбойт. Публицистикада авторлук «мен» ачык чыгат, бул баяндоонун тону жана жанры менен шартталат. Ошол үчүн публицисттин жекелиги, анын сезими, ою, идеясы чоң мааниде болот, ал эми публицистикадагы кептик —жанрдык түзүлүш эмоционалдуу-жекелик мүнөздө болот [2].

Көркөм текстте бир канча кептик катмарларды (автордун образдары, персонаждар, аңгемечи) айкалыштырса болот. Публицистикага стилистикалык катмар — автордун сөзү болот. Бирок, бул пландуу публицистикалык кептин кедейлигин көргөзбөйт. Тескерисинче, анын ачык-айкындык жана күч касиети так ошондо. Публицист эмнени кана айтпа-

сын, сөзүнүн структурасында түз жана тикеден-тике өзүнүн «үнү», эмоция баасы, ой-пикири, кызыгуусу, темага болгон мамилеси көрсөтүлөт. Автордун активдүү позициясы көркөм адабиятка салыштырмалуу публицистиканы күчтүү, таасирлүү кылат.

«К особенностям газетно-публицистической речи следует отнести и особый характер ее стандартизованности» деп белгилейт В.Г Костомаров [2]. Стандарт – гезиттик тилдин өзгөчө жана мүнөздүү касиети. Коомдук ишмердүүлүктүн бардык түрүндө публицистикалык жанрды колдонбой коюу мүмкүн эмес. Сөздү стандартташтыруу деген белгилүү бир коомдук чөйрөнүн, тарыхый доордун, адабий агымдын, жанрдын, жазуучулук жеке манерасынын өзгөчөлүктөрүнө ылайык уюштуруу. Жанрдык стандартташтырууда биринчи планга тексттердин композициялык-кептик түзүлүшүнүн принциптери, синтаксистик курулушунун өзгөчөлүгү чыгат.

Ошондуктан гезиттик сөз стандартташтыруунун негизги спецификасы – социалдык-баалоо мүнөздө тургандыгында. Гезиттик клишенин көбүнчөсү (кеп стереотиби) позитивдүү же негитивдүү болот. Гезит өзүнүн көп түрдүү жанрлары менен аларды колдонуу аркылуу эмоционалдуу өзгөчөлүк берип агитациялаган, пропагандалаган, баалаган стандартка багытталат.

Гезиттик клишелер көркөм сөздөргө караганда

консервативдүү жана туруктуу келет, бирок алар «эскирүүгө» дуушар болушат. «Любое выражение, особенно то, которое рассчитано на эмоциональное, экспрессивное воздействие, стечением времени теряет свою выразительную силу, превращается в штамп и подлежит замене или обновлению» дейт Е.И. Журбина [2].

Жыйынтыктап айтканда, гезиттин тили – өзүнүн ачыктык, таасирдүүлүк, эмоционалдуулук, өзүнүн эстетикалык идеалы, ресурстары бар адабий тилдин өзгөчө бир түрү.

#### Адабияттар:

1. Ахманова, 1968, 521 Солганик Г.Я. Лексика газеты / Г.Я. Солганик. - М.: Наука, 1981.-153с.
2. Белова, В.Ф. Употребление артикля в жанрах английской газеты: Автореф.дисс.... канд. филол. наук/ В.Ф. Белова. - М., 1978.-24с.
3. Костомаров В.Г. Мой гений, мой язык: Размышления языковеда в связи с общественной дискуссией о языке / В.Г. Костомаров. - М.: Знание, 1991.-63с.
4. Солганик, Г.Я. Лексика газеты / Г.Я. Солганик. - М.: Наука, 1981. -153с.
5. Солганик, Г.Я. Стиль репортажа / Г.Я. Солганик. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1970.- 75с.
6. Языки стиль средств массовой информации и пропаганды, 1980, с.52.

Рецензент: к.филол.н., доцент Жумалиева Г.Э.