

## Секция «Журналистика»

**Стиль журналиста в качественной и массовой прессе Испании (на примере Интернет-версий газет «El País», «El Mundo» и журналов «Hola», «Mujer hoy», за 2004-2010 гг.)**

**Нацвина Полина Игоревна**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Щербинка, Россия*

*E-mail: pol.ya@mail.ru*

Язык того или иного издания во многом зависит от двух факторов – от аудитории данного СМИ и от целей журналистских публикаций. Ставя своими первейшими целями информирование и просвещение читателей и ориентируясь на высокообразованную аудиторию, такие качественные издания Испании, как ежедневные газеты «El País» и «El Mundo» [6, 7, 8], стремятся к объективности и непредвзятости в подаче материалов, в то время массовая пресса (еженедельные журналы «Hola», «Mujer hoy» [9, 10]), большая часть аудитории которой – женщины 25-54 лет, [11] ориентирована прежде всего на развлечение читателей и только потом – на их информирование. Подобные издания ставят своей целью максимальное сближение с аудиторией, что часто достигается намеренным «снижением» стиля журналистских публикаций. [4] Это в свою очередь приводит «к употреблению просторечных, жаргонных слов вместо их литературных синонимов», а следовательно, и к ухудшению качества речи. [3]

Публикации в качественной прессе различаются по стилю изложения и по языку в зависимости от жанра того или иного материала. Новости о политике, экономике, экологии и пр., имеющие значительный информационный повод, обычно написаны строгим официальным языком, материал подается как пресс-релиз, по принципу «перевернутой пирамиды» – от главной новости – к мнениям и комментариям, далее – к истории подобных событий (другими словами, каждый последующий абзац менее важен, чем предыдущий). При такой подаче читатель, ознакомившись с первым абзацем статьи, понимает, что, где, когда и с кем произошло. По-другому написаны международные хроники и блоги. Здесь журналисты используют намного больше средств художественной выразительности, композиция публикации и способы подачи материала могут варьироваться. Так, корреспондент может начать статью с цитаты или с какого-либо незначительной, но яркой, говорящей детали. [5] В этом случае журналистский материал приближается к художественному произведению.

Язык массовых изданий Испании отличается доступностью, а следовательно, большим количеством разговорных выражений. Основные характеристики языка публикаций – сенсационность, субъективность мнений, простота (иногда – примитивность), разговорный (иногда даже просторечный) язык. «Желтые» издания не боятся ни оценочных, ни экспрессивных, ни даже пренебрежительных выражений. При этом подобная оценочность высказываний не всегда обоснована.

Принципиально отличие в манере повествования и в обращении к читателю в качественной и массовой испанской прессе. Так, повествование в публикациях качественных газет чаще всего безлично, тогда как массовые журналы обычно персонифицируют речь, ведя повествование от первого лица единственного числа («я»), иногда от первого

лица множественного числа («мы») и зачастую обращаясь к читателям на «vosotros» – «вы» второго лица множественного числа: как к множеству людей, к каждому из которых журналист обращается на «ты». Таким образом, автор большинства публикаций в качественной прессе – это автор-повествователь, автор-наблюдатель, автор же в массовом издании – это частный человек, говорящий от своего имени, автор-собеседник.

В публикациях массовых газет наблюдается частое использование существительных с уменьшительными и с увеличительными суффиксами, глаголов в повелительном наклонении, вводных конструкций. Журналисты не избегают «штампов». Эмоциональность придается публикациям не только лексическими средствами, но и при помощи пунктуации – обилием вопросительных и восклицательных знаков, многоточий. При этом лексика материалов разнообразна и так же, как и в качественных изданиях, зависит от жанра публикации: в хрониках, исследованиях, репортажах о событиях в мире искусства и пр. стиль журналистских текстов приближается к языку материалов в качественной прессе. Поэтому однозначно говорить о скудости и «заниженности» стиля в массовых изданиях Испании нельзя.

Однако также нельзя утверждать, что при всей своей строгости публикации качественной прессы лишены оценочности и образности и «скупы» на средства языковой выразительности по сравнению с массовыми изданиями.

Так, блоги Интернет-версий качественных газет изобилуют метафорами и яркими, образными сравнениями; для придания тексту колорита журналисты качественных изданий так же, как и массовых, используют уменьшительные формы слов, пренебрежительную и экспрессивно окрашенную лексику, выразительные эпитеты, олицетворения; иногда цитируются разговорные и просторечные выражения, вводятся фразеологические обороты.

Тем не менее использование названных выше средств языковой выразительности к качественной прессе Испании, во-первых, несравнимо меньше, чем в массовой. Во-вторых, те же приемы в массовой прессе имеют другие цели – не создать определенную картину мира [2], но повысить доверие читателя, удержать его внимание и интерес. Качественные газеты фактически не нуждаются в этом: «кредит доверия» к ним аудитории априори выше, чем к массовым.

Таким образом, качественная пресса Испании во многом ориентируется на европейские стандарты качественной ежедневной печати. [1] Важнейшей чертой языка качественных СМИ Испании становится когнитивность, [2] что вряд ли можно сказать о стиле публикаций в массовой прессе, главной чертой которого с учетом как целей материалов, так и аудитории подобных изданий, является эмоциональность.

### **Литература**

1. Паисова А.А. Роль газеты «Эль Паис» в современных медиапроцессах Испании (информационная политика в 1996-2001 гг.). Дисс. канд. филол. наук. Москва, 2005. С.64.
2. Солганик Г. Я. О новых аспектах изучения языка СМИ. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2000. №3. С. 33.
3. Солганик Г. Я. Язык современных СМИ // Журналистика и культура русской речи. 2004, №1. С. 4-5.

4. Celdrán Gomariz, P. &#191;Quiere usted hablar mejor?. Ediciones Temas de Hoy. 2010. p. 10.
5. Grijelmo, A. El estilo del periodista. Taurus. 2003. p. 75.
6. Olmos, V. Un día en la vida de “El Mundo”. La Esfera de los Libros, S.L. 2004.
7. [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)
8. [www.elpais.com](http://www.elpais.com)
9. [www.hola.com](http://www.hola.com)
10. [www.hoymujer.com](http://www.hoymujer.com)
11. [www.ojd.es](http://www.ojd.es)

#### **Слова благодарности**

Выражаю благодарность своему научному руководителю Григорию Владимировичу Прутцкову за консультацию при составлении тезисов и поддержку.