

## Секция «Востоковедение, африканистика»

### Особенности языка современных российских и турецких СМИ

*Гюрзел Ниса*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Институт стран Азии и Африки, Москва, Россия*

*E-mail: nisa\_gurzel@live.com*

Изучение языковых особенностей средств массовой информацией (СМИ) является весьма актуальным, поскольку сопоставительных работ по языку российских и турецких СМИ представлено не достаточно. СМИ является основным средством освещения событий как внутри наших стран, так и во всем мире. СМИ понимаются как средство донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широковещательного канала, охватывающее массовую аудиторию и действующее на постоянной основе. К СМИ относятся печатные издания (газеты, журналы) и электронные СМИ (телевидение, радио, интернет)[5]. Определение СМИ в широком смысле позволяет значительно раздвинуть границы понятия, включив в него такие формы массового распространения информации, как кино, книгоиздание, звуко и видеозапись, реклама, а также новые компьютерные технологии в виде глобальной сети Интернет [1]. Возникший в 90-х годах 20-го века в англоязычной научной литературе этот термин (медиа-текст) стал широко использоваться в российских исследованиях последних лет, посвящённых массовым коммуникациям. Зарубежные специалисты (Теун Ван Дейк, Мартин Монтомери, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер) изучали и функционально-стилевые особенности языка СМИ, и типологию медиа-текстов, и лингво-медийные технологии. Опираясь на лингво-дидактические труды своих предшественников (Д. Н. Шмелёва, В. Г. Костомарова, Ю. В. Рождественского, Г. Я. Солганика, Д. Э. Розенталя, Н. Н. Кохтева и др.), в 21-м веке российские учёные исследуют целый круг вопросов, связанных с медиа-текстом [2]. Профессор МГУ Т. Г. Добросклонская предложила выделить исследования подобного рода в особую дисциплину «медиалингвистику», «рамки которой обеспечивают системный научный подход к изучению языка СМИ, а также позволяют выделить в качестве основной категории анализа медиа-текст» [3].

В османской империи СМИ зародились в середине XIX века, но полное развитие они получили в годы республиканской Турции. В России СМИ развивались на протяжении нескольких веков и в настоящее время стали такими же актуальными как в Турции и вообще в мире. Одной из центральных особенностей современных СМИ является интерактивность, предполагающая широкое использование разговорной речи.

Разговорная речь нами рассматривается как функциональная разновидность, соответственно, русского и турецкого литературных языков. Особенности разговорной речи на различных уровнях языка следующие. 1) В лексике (например, тур. *telemek*, рус. *барахлить*). 2) В строении предложения: а) незамещенность синтаксической позиции (тур. *Sen nereye sabah sabah ?*, рус. Ты куда так рано? - отсутствие вербальной выраженности сказуемого); б) парная замещенность синтаксической позиции (тур. *Akli fikri bu kizda* «Он только и думает об этой девушке», рус. Иду, вижу знакомого); в) разговорные предикативные конструкции. Последние могут строиться на а) простом повторе, который часто оказывается универсалией (тур. *Okuyogum, okuyogum, anlamiyogum*, рус.

Читаю, читаю, не понимаю); б) повторе с фиксированным элементом (тур. Oku ha oku, рус. Читай себе читай); в) повторе с фиксированным полнозначным элементом (тур. Vana ne söylese beğenirsin, Kıza ne dese beğenirsin, Ona neredede rastlasam beğenirsin, рус. Что ты думаешь он мне сказал, Что ты думаешь он сказал девушке, Где это думаешь, я его встретил).

Наше исследование показало, что как в русских, так и турецких СМИ активно используются все указанные особенности разговорной речи. Но в российских СМИ более четко выражена литературная основа разговорной речи (разговорная речь как функциональная разновидность стандартного языка). В турецких же СМИ, особенно в развлекательных программах и в сериалах, диалектные элементы активно используются и выполняют определенную художественную роль. &#199;abik: &#199;abuk, tez. [ Derleme Sözlüğü c: 3 ] , dëmi (III):Değil mi anlamında. [ Derleme Sözlüğü c: 4 ] , nörüyon: Ne yapıyorsun. [ Derleme Sözlüğü c: 9 ] , he (I):1. Evet anlamında gerçekleştirme edati olup soruların olumlu olduğunu belirtir. [ Derleme Sözlüğü c: 7 ] , he (I):2. Ne? Anlamadım anlamında kullanılır. [ Derleme Sözlüğü c: 7 ] he (I):3. Al anlamında kullanılır: Öğretmenim kalemi he. [ Derleme Sözlüğü c: 7 ] , (he He, evet [ Diyarbakir ]he Evet; değil mi || hee || he mi: değil mi || he tav: evet, ne, diyorsun! || ya he ya yoh: ya evet ya hayir [ Erzurum ] heNe; ne var? hea: öyle mi? || hee: öyle mi? || hien: ne var? [ Erzurum ] [4].

### Литература

1. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи - М.: Красанд, 2010 - 288 стр.
2. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации – М.: КДУ, 2012, 116 стр.
3. <http://rosanaliz.ru/Post.aspx?Post=181>
4. <http://www.tdkterim.gov.tr/ttas/>
5. <http://ru.wikipedia.org>

### Слова благодарности

Автор выражает признательность профессору, д-ру филол.наук Щеке Ю.В. за помощь в подготовке тезисов