Курсовая работа

**Газетные тексты как отражение языковой действительности**

Оглавление

Введение

Глава 1. Свойства текста

1.1 Понятие "текст"

1.2 Свойства текста

1.3 Журналистский текст

1.4 Жаргонная лексика на страницах газет

1.5 Заимствованные слова в прессе

Глава 2. Способы отражения действительности в федеральных и региональных газетах

2.1 Газета "Собеседник"

2.2 Газета "Комсомольская правда"

2.3 Газета "Аргументы и факты Югра"

2.4 Газета "Югорское время"

2.5 Газета "Самарово - Ханты-Мансийск"

Заключение

Список используемой литературы

## Введение

Наш язык - отражение нашей жизнедеятельности, тех процессов, которые происходят в нашей стране. История языка напрямую связана с историей народа. Следовательно, перемены, происходящие в экономической, политической и культурной жизни общества, приводят к изменению его языковых особенностей.

В периодической печати отражается современная действительность, а язык газетных текстов выступает как социальная сила, средство формирования взглядов и управления поведением людей. Постоянные изменение в языке привели к тому, что в настоящее время имеет место быть новый тип личности читателя и современный газетный текст. И журналистское произведение должно быть ориентировано на определенный тип читателя, чтобы читатель смог адекватно воспринимать прочитанный им текст.

Таким образом, **актуальность** работы обусловлена необходимостью систематизации сведений о современном газетном тексте и его анализа с точки зрения лингвистики.

Новизна работы заключается в том, что данные газетные публикации подвергаются лингвистическому анализу впервые.

**Цель работы** - рассмотреть способы отражения языковой действительности в газетных текстах.

**Задачи:**

Проанализировать научно-учебную литературу по данной тематике;

Рассмотреть понятия "текст", "журналистский текст" в теории лингвистики и журналистики;

Проанализировать языковые единицы, входящие в состав газетных текстов;

Выяснить специфику функционирования современных газетных текстов на примере федеральных и региональных газет.

**Объект исследования** - газетный текст.

**Предмет исследования** - способы отображения языковой действительности в публикациях федеральных и региональных газет.

**Методы исследования** - описательный, типологический, сравнительный.

**Методологическая база** - Основы творческой деятельности журналиста под ред. Корконосенко, Валгина Н.С. Теория текста, Беззубов, А.Н. Стилистические приемы в газетной речи.

## Глава 1. Свойства текста

В настоящее время текст как объект изучения привлекает специалистов разных областей знания, в первую очередь - лингвистов, сосредоточивших внимание на функционально-коммуникативных качествах языка, средства выражения которого и составляют текстовую ткань. Хотя в языкознании понятие "текст" до сих пор не получило еще четкого определения. Видимо, свести это понятие только к категориям языкового плана невозможно из-за его многоаспектности. Следовательно, можно допустить и различные определения этого понятия [8, с.8].

## 1.1 Понятие "текст"

Текст определяют как информационное пространство, как речевое произведение, как знаковую последовательность.

В семиотике под текстом понимается осмысленная последовательность любых знаков, любая форма коммуникации, в том числе обряд, танец, ритуал и т.п. В филологии, в частности языкознании, под текстом понимается последовательность вербальных (словесных) знаков [8, с.8].

Российский гуманитарный энциклопедический словарь дает следующее определение понятия:

**Текст** - (от лат. textus - ткань, сплетение) - в лингвистике понимается как продукт речевой деятельности, относящийся к "речи" в ее противопоставлении "языку". Обладает определенной прагматической установкой, жанровой и стилистической принадлежностью, специфическими внутренними и внешними связями, характеризуется связностью и цельностью. Представляет собой предмет изучения ряда дисциплин, исследующих различные аспекты структуры и функционирования текста [18].

В Большой советской энциклопедии о понятии "текст" говорится следующим образом:

**Текст** [от лат. textus - ткань, соединение (слов)]:

1. Словесное произведение, напечатанное, написанное или бытующее в устной форме; произведение литературы, фольклора, любое произведение письменности.

2. В языкознании последовательность из нескольких (или многих) предложений, построенных согласно правилам языка. Связность обеспечивается грамматическими средствами (согласование времён или наклонений глагола в смежных предложениях, личные местоимения 3-го лица вместо повторяющихся существительных, расстановка артиклей, которые выделяют существительные, уже известные из предыдущего изложения) и смысловыми соотношениями (в каждом следующем предложении используется смысловая информация предыдущего текста) [17].

## 1.2 Свойства текста

Само слово "**текст",** исходя из вышеперечисленных определений, означает ткань, сплетение, соединение. Поэтому важно установить и то, что соединяется, и то, как и зачем соединяется. В любом случае текст представляет собой объединенную по смыслу последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связанность и цельность. Текст может быть письменным и устным по форме своего воспроизведения. Та и другая форма требует своей "текстуальности" - внешней связанности, внутренней осмысленности, направленности на восприятие.

Понятие "текст" может быть применено не только по отношению к цельному литературно оформленному произведению, но и к его части, достаточно самостоятельной с точки зрения микротемы и языкового оформления. Так, можно говорить о тексте главы, раздела, параграфа; тексте введения, заключения и т.п. [8, с.12-13].

Создание текста осуществляется под влиянием цели самого текста и цели ее автора. Первое диктуется самим текстом, его типом, жанром, задачами, которые он реализует. Второе всецело связано с авторской модальностью, так как любое сообщение заключает в себе не только информацию, но и отношение автора к сообщаемой информации. Последнее особенно важно в установлении прагматики текста, поскольку связано с интерпретационной стороной текста. Автор не только формирует собственно текст, но и направляет читателя в его интерпретации текста [8, с.24-25].

Основной из признаков текста - его знаковость, поскольку он всегда зафиксирован и представлен в конкретных знаках. Знаки могут быть письменными - средства естественного языка, генетически неразрывно связанного с появлением и существованием человека. В процессе текстообразования используются иконические знаки - для создания иконических (изобразительных) текстов, которые, в частности, явно доминируют в журнальной иллюстрированной печати [14].

## 1.3 Журналистский текст

Текст в периодических изданиях хоть и обладает своими специфическими качественными признаками, но все же является текстом в универсальном его понятии. Он отвечает всем пунктам теоретических определений понятия - воссоздается с учетом осмысленной и логически оправданной целесообразности, характеризуется цельностью и наличием единого смысла.

Стать цельным произведением, не рассыпаться на отдельные чужеродные ингредиенты тексту позволяет соответствующая структурность - внутренняя организация.

Печатная продукция, прежде всего газетно-журнальная периодика, обращена к широким читательским кругам, и поэтому при разработке ее текстовой модели следует использовать понятные и общеупотребительные стилеобразующие средства, избегать искусственно усложненных вариантов сюжетопостроения. Незыблемое правило журналистики - добиться такого уровня четкости и конкретности материала, который был бы в состоянии обеспечить адекватную передачу сообщения. Кроме этого, создание журналистского текста - процесс творческий, большую роль играет авторское видение и понимание проблемы, его суждения и выводы.

Даже действуя в профессионально ограниченном текстовом пространстве, журналист имеет возможность создавать яркие, самобытные произведения. Но положительный результат будет достигнут только в том случае, если автор сполна и, главное, творчески использует имеющийся потенциал текстообразования, выберет верное направление в моделировании материала [13].

## 1.4 Жаргонная лексика на страницах газет

Существует два способа употребления языковых единиц - обычное и необычное. Если о каком-то человеке говорят, что он красавец, то это обычное оценочное высказывание. А в повести Шукшина "Калина красная" Егор Прокудин, глядя на себя в зеркало, говорит: "Красаве́ц!". Это необычное, нарушающее норму ударения, употребление слова. Сдвиг ударения изменил значение слова: положительная оценка превратилась в ироническую [7, с.3].

Также и журналист. Для того чтобы текст был понятен и интересен читателю, журналист не всегда считается с установленными ранее стереотипами газеты, стремится к "актерскому" мастерству в выражении мысли. Современный журналист обладает достаточной стилистической компетентностью, владеет культурой речи и в большинстве случаев четко обозначает свою позицию, свое отношение к описываемой ситуации или проблеме.

Сегодня газетный текст являет собой пример взаимодействия нормированного книжного языка, народно-речевой стихии и жаргона. Отступления от литературной нормы в процессе порождения текста создают определенную тональность, оценочность, экспрессивность, способствует созданию реалистичности при описании явлений. Но стоит заметить, что наличие в газетном тексте активно используемых разговорных и жаргонных слов - это не отражение "порчи" языка, а скорее, уже норма печатного текста [12].

Для чего журналисты широко используют в своих публикациях разговорную лексику? Разговорная речь осуществляется преимущественно в устной форме. В письменной она может проявляться в частных письмах, записках на бытовые темы. Экстралингвистические особенности разговорного стиля - непринужденность, ситуативность, необратимость, многоканальность свойственны любой разновидности устной речи, но в разговорном стиле их влияние достигает максимальной степени. Как пишет С. Сметанина, непринужденность связана с наличием неофициальных отношений между говорящими, с отсутствием установки на официальность, публичность сообщения, с особыми доверительными отношениями, в которых протекает процесс общения, личные симпатии и антипатии. Позволение шутить и балагурить способствует большей свободе в выборе языковых средств, образно-метафорической передаче информации, эмоциональной и оценочной выразительности высказывания, допускающей использование как разговорной, так и просторечной лексики, иногда и жаргона. [10, с.1]

## 1.5 Заимствованные слова в прессе

Наблюдаемые в последние годы перемены в русской лексике связаны преимущественно с социокультурными изменениями, происходящими в обществе. Через СМИ получают распространение англицизмы, американизмы (митинг, инфляция, интервью, консалтинг, браузер). Обилие производственных, компьютерных и денежно-финансовых терминов ведет к непонятности языка: нововведения и неясность смысла стали частью содержания новых слов.

Глобальные изменения в современном информационном обществе связаны с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, они влияют не только на условия жизни, но, прежде всего, на способ мышления, систему восприятия современного человека и его язык [9].

Будучи проводником новых социальных и культурных явлений жизни, масс-медиа внедряют в язык новые понятия, новые грамматические нормы. Иноязычные слова, попадая в наш язык, постепенно ассимилируются, приспосабливаются к звуковой системе русского языка, подчиняясь правилам русского словообразования и словоизменения, в той или иной степени утрачивая, таким образом, черты своего изначального происхождения.

Интенсивное использование заимствованных слов в газетных текстах обусловлено такими свойствами СМИ, как сжатость и повышенная информативность. Из синонимического ряда словесных конструкций выбираются самые простые по форме и экономные, позволяющие максимально "сжать" информацию.

Часто используются транслитерированные и транскрибированные термины (роуминг, ангажирование, шоу-бизнес, аудиторская проверка, ноу-хау, риэлтер, тайм-чартер, фондирование). Чаще всего заимствованные слова можно заметить в СМИ, специализирующихся на политике и экономике ("Эксперт", "Forbes", "Финанс", "Деньги") [16].

## Глава 2. Способы отражения действительности в федеральных и региональных газетах

Среди собственно языковых и стилевых особенностей языка СМИ, совокупность которых отличает его от языка других функциональных стилей, можно назвать:

Высокую степень стандартизации используемых средств - устойчивые и клишированные выражения, штампы, стандартные термины и названия;

Использование экспрессивных слов и выражений;

Использование разговорной, сниженной, сленговой и ненормативной лексики;

Использование идиоматической лексики;

Необычные газетные заголовки, построенные на игре слов, каламбурах [15].

## 2.1 Газета "Собеседник"

Общероссийская еженедельная газета, одно из популярнейших в России изданий. Первая в СССР полноцветная газета, которая с самого начала выделялась наличием острых, дерзких, непривычных публикаций. И на сегодняшний день газета придерживается данного формата.

В одном из последних номеров газеты, как и в остальных выпусках, журналистами широко используется разговорная лексика. Авторы нередко употребляют такие слова, как "круто" (выражение эмоций), "прогулы" (отсутствие на работе), "болячки" (болезни), "обитатели кремля" (чиновники), "деньжища". Причем тематика данной лексики разнообразна. Первое место по количеству слов занимает политика ("единоросы", "однобокий политик", "берлога" - место проживания делегатов, "отчитался" - рассказал, "суперсекретно"). Также часто разговорные слова и выражения можно встретить в материалах о:

криминале (папашки - криминальные авторитеты, "скрутили" - арестовали, загремел в тюрьму, залет за решетку, гаишники);

экономике (задранные цены, на халяву, богачи, фортель), медицине (грипповуха, гриппозный);

Интернете (безлимитка, ворошить сеть, аська);

шоу-бизнесе (бойфренд, стырила, лежка - время, проведенное в больнице).

Кроме того, зачастую можно увидеть сниженную лексику: "мелкая баба", "дармовщина", "сортир", "зажрались", "стырила". Во многих материалах используются устойчивые выражения, фразеологизмы: "принял на грудь", "серый кардинал", "акулы бизнеса", "подмоченная репутация", "черное золото", "филькина грамота", "зайти на огонек".

Можно отметить, что использование разговорных слов и выражений помогает авторам материалов выразить в тексте собственное мнение, передать иронию и сарказм, создать определенный эффект. Формат издания, направленный на массового читателя, позволяет журналистам использовать разговорную и сниженную лексику, чтобы общаться с читателями на их языке и на более понятном уровне освещать актуальные события.

Также на страницах "Собеседника" можно заметить немалое количество терминов, аббревиатур и заимствованных слов. Такие слова, как "медиапространство", "акцизный", "бациллярный" не всегда понятны читателю, поэтому авторы употребляют их в совокупности с нейтральными или разговорными словами, таким образом частично пояснив их значение. По тематике используемые термины и заимствованные слова также разнообразны:

политика (спикер, ЦИК ЕР, политобозреватель, МИСиС, предвыборная дискуссия, ГД, "ленэкспо");

экономика (холдинг, ФСО, акциз, номенклатура, фриган - человек, питающийся отходами из магазинов, банкротство, дистрибьютор);

криминал (ГИБДД, взятка, легализация доходов);

Интернет (трафик, провайдер, безлимитный);

медицина (грипп A/H1N1, пандемия, флюорография);

журналистика (СМИ, ВГТРК, аналитик, папарацци).

Названия рубрик и материалов в газете также содержат в себе разговорную лексику или построены на игре слов. Так, одна из рубрик носит название "погодка" вместо нейтрального "погода". В политических материалах популярно использование слова "медведь" и его производных ("Лошадиный налог и медвежья болезнь", "Издевательство над медведями"). Такие названия отражают саркастическое отношение авторов к самой партии и ее методам. А использование слов "медведь", "медвежья" можно понять двояко - не только как символ партии, но и как ссылку на фамилию президента. Название материала "Как я отоваривалась на помойке" говорит само за себя: автор, рассказывая о людях, которые берут продукты из отходов супермаркетов, выражает свое мнение при помощи разговорного слова "помойка". А название рубрики о звездах "Люди на блюде" говорит о том, что читатели буквально "съедают" новости о знаменитостях.

## 2.2 Газета "Комсомольская правда"

Федеральный еженедельник таблоидного характера, изначально ориентировался на молодёжную аудиторию, поэтому содержал много научно-популярных и приключенческих статей. С началом перестройки в газете начали появляться социально-критические статьи, которые ещё больше повысили популярность газеты. Публикации журналистов "Комсомолки" вызывают скандалы и судебные разбирательства в отношении газеты. Зачастую критики отмечают наличие в материалах таких негативных факторов, как пропаганда алкоголизма или конфронтация между различными странами.

Последние выпуски газеты отвечают требованиям СМИ, освещая самую актуальную информацию. Таким образом, в одном материале 12 раз встречается слово "кризис", термин "капитализм" повторяется 10 раз, а основными темами в трех последних номерах стали пандемия гриппа, финансовый кризис, жизнь криминальных авторитетов.

Разговорную и сниженную лексику в данной газете также можно разделить на тематики:

экономика (жалкие ручейки - количество денег, просаживать наличку, буржуазное логово, обменник, отгрохали казино, бомжи);

криминал (разборки, кланы, тусовки, отмазал, продулся основательно)

медицина (переполошили, зараза, бабулька, убогое подобие - по отношению к скорой помощи, хреновый санитар).

Устойчивые выражения используются авторами для создания определенного эффекта, чаще всего - комического, или выражения иронии и сарказма: "надутые губки", "великая депрессия", "качать права", "затянуть поясок", "свирепствует грипп", "разевать рот на каравай".

Также в материалах можно найти немалое количество терминов и заимствованных слов: эксплуатация биосферы, кредитные карты, потребительские кредиты, глобальное потепление, активы, пандемия, партноменклатура, медсанчасть, тенденция, легализация доходов. Все эти слова и фразы используются для большей информативности, так как они позволяют "сжать" информацию и при меньшем объеме осветить как можно больше событий.

В названиях публикаций присутствует доля иронии: "Русские олигархи тратят свои миллионы в Минске на казино и девочек" - автор делает упор на олигархов, которые бесполезно тратят деньги в чужой стране. "Весь мир капитализма мы разрушим" - журналист критикует современную экономическую обстановку. "Прибежали санитары и зафиксировали грипп" - автор иронически описывает людей, которые паникуют по поводу пандемии и вызывают скорую по любому случаю.

## 2.3 Газета "Аргументы и факты Югра"

Региональная еженедельная массовая газета, продолжение федеральной газеты "АиФ", которая первоначально представляла собой бюллетень для лекторов и пропагандистов с информацией, статистическими данными, анализом событий и цифрами. Сегодня газета является одним из самых популярных изданий и пользуется успехом среди широкого круга читателей. Газета поднимает актуальные для читателей темы (здоровье, экология, отдых), рассказывает об интересных людях, ведет прямой разговор с читателем.

Концепция издания близка "Собеседнику" и "Комсомолке", его публикации хоть и менее остры, но содержат достаточно много разговорной лексики. Широко используются такие слова как "киноманы", "чушь", "мобильник", "пьянки", "отвратительный", "бабник". Также можно найти много устойчивых словосочетаний: дурные привычки, жрицы любви, разгульная молодость.

Термины и заимствованные слова в основном дополняют общую картину, помогают автору более полно изобразить ситуацию. Часто можно встретить слова "коррупция", "ипотечные кредиты", "бюрократия", "унификация", "генпрокурор", "импичмент".

Названия помогают авторам публикаций выразить свое негативное или саркастическое отношение к данной теме. В материале "Кто ОПоГанил Россию" рассказывает о коррупции в среде кинематографа и сравнивает кино с организованной преступностью, а название "Политики легкого поведения" говорит о том, как журналист относится к власти и ее представителям. Благодаря названию "Сигареты кишат микробами" можно понять, о че6м будет идти речь в материале, и каково отношение автора к курению.

## 2.4 Газета "Югорское время"

Региональное еженедельное общественно-политическое издание, рассказывает о последних событиях из жизни округа. Учредителями являются Правительство и Дума ХМАО, поэтому язык газеты не настолько яркий и разнообразный, как в федеральных изданиях, анализируемых ранее.

Наибольшую свободу можно почувствовать в "Дневнике редактора", причем даже без использования разговорной или сниженной лексики. Словосочетание "политический бомонд" позволяет судить об отношении автора к власти. При описании кандидатов главный редактор использует фразу "большая честь", что говорит о том, насколько им повезло быть потенциальными губернаторами ХМАО.

В остальном же газета содержит большое количество терминов, понятий и стандартизированных конструкций. Это один из признаков региональных изданий, которые не имеют большой свободы в возможности выразить свое мнение с помощью использования разговорных слов или устойчивых выражений. Часто на страницах газет можно встретить такие слова как "субъект федерации", "аппарат правительства", "стратегия развития", "квалифицированные кадры". Даже названия получаются слишком громоздкими и неудобочитаемыми: "Филипенко начали согласовывать", "Документопереворот".

## 2.5 Газета "Самарово - Ханты-Мансийск"

Городская еженедельная общественно-политическая газета, рассказывает о событиях Ханты-Мансийска. Так же, как и в газете "Югорское время", материалы имеют нейтральный характер и содержат много стандартизированных выражений, терминов и понятий. Так, авторы используют слова "дезоморфин", "грипп", "инфицированный", "ротоглотка", ИППП, ОРВИ, ОРЗ. И лишь иногда можно заметить слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами (шиншиленок, шерстка, зверьки) или молодежную лексику (поколение "next", субкультуры, хэви-металл). Названия также не отличаются оригинальностью ("Вакцинопрофилактика").

Таким образом, можно сказать, что главные события последних месяцев - мировой финансовый кризис, пандемия гриппа, жизнь и смерть криминальных авторитетов - широко освещаются в прессе. Для того чтобы массовому читателю были понятны не только сами факты, но и их причинно-следственные связи с другими событиями, журналисты активно используют не только нейтральную лексику, но также заимствованные слова, термины, разговорные и просторечные выражения.

## Заключение

Исследование газетных текстов привело нас к нескольким выводам:

1. В тексте периодических изданий должны соединяться объективное и субъективное: журналистский текст должен быть четким и конкретным, чтобы обеспечить адекватную передачу сообщения, кроме того, важную роль играет авторское видение и понимание проблемы. Чтобы текст был не просто понятен, но и интересен читателю, журналист обогащает его разговорными фразами, терминами, заимствованными словами и устойчивыми выражениями.

2. Главная цель периодических изданий - информирование читателей, освещение актуальных событий на страницах газет и журналов. Поэтому для описания различных событий журналистам требуется разный набор словесных конструкций, которые помогут более подробно, ярко и эффективно донести до читателя суть той или иной новости.

Общероссийская газета "Собеседник" содержит очень много разговорных слов, причем почти все они относятся к экономике, политике и криминалу. Кроме того, журналисты этого издания не стесняются в выражениях, используют сниженную лексику для того, чтобы выразить отношение к героям своих произведений или событию в целом.

Федеральное издание "Комсомольская правда", по мнению большинства критиков, близко к таблоидам, поэтому и содержание у него соответствующее. Газета ориентирована на молодежную аудиторию, поэтому также содержит много разговорных слов, сниженной лексики на экономическую и политическую тематику.

Несмотря на то, что "АиФ Югра" является региональным изданием, его материалы близки по сути к публикациям "Собеседника" и "КП".

Использование разговорной лексики можно объяснить желанием журналистов привлечь внимание читателя, расставить оценочные акценты, выразить свое мнение по поводу произошедших событий. Разговорные слова создают имитацию диалога, беседы, а также помогают создать эффект доверительных отношений между читателем и журналистом.

Заимствованные слова и термины также можно найти на страницах федеральных и региональных изданий. Они помогают максимально сжать информацию, чтобы материал был достаточно информативным и в то же время уместился на небольшой площади газеты. Термины, понятия и англицизмы характерны для экономических и политических материалов, поэтому во всероссийских еженедельниках они встречаются в аналитике, а в региональных изданиях - в большинстве публикаций. Кроме того, в окружной газете "Югорское время" и городской газете "Самарово-Ханты-Мансийск" часто встречаются штампы, стандартизированные выражения, журналистские клише. Это объясняется тем, что основную часть этих изданий занимают новостные материалы, событийные и познавательные репортажи. Благодаря штампам журналисты могут создать впечатление абсолютной объективности и беспристрастности.

В целом можно сказать, что мы выполнили все поставленные задачи и выяснили, что языковая действительность напрямую влияет на газетные тексты и отражается в материалах федеральных и региональных изданий.

## Список используемой литературы

Источники:

1. Аргументы и факты ЮГРА. - Ханты-Мансийск, 2009. - №48 (1517). - 25нояб. - 1дек.
2. Комсомольская правда. - М., 2009. - №174т-47 (24397-т). - 19-26 нояб.
3. Самарово-Ханты-Мансийск. - Ханты-Мансийск, 2009. - №46 (512). – 19 нояб.
4. Собеседник. - М., 2009. - №45 (1288). - 25нояб. - 1дек.
5. Югорское время. - Нягань, 2009. - №48 (473). - 3дек.

Общетеоретическая литература:

1. Башкеев М.С. Влияние рынка на журнальную периодику: новые технологии и решения / М.С. Башкеев // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. - 2009. - №2. - С.231.
2. Беззубов, А.Н. Стилистические приемы в газетной речи / А.Н. Беззубов. - СПб.: Лаборатория оперативной печати, 2000. - 56с.
3. Валгина, Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина. - М.: Логос, 2003. - 280с.
4. Володина М.Н. Язык СМИ - основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. - М, 2003. - С.23-24.
5. Сметанина, С.И. Разговорный стиль / С.И. Сметанина. - СПб.: Лаборатория оперативной печати, 1998. - 36с.
6. Солганик, Г.Я. Стилистика текста: учеб. пособие / Г.Я. Солганик. - М.: Флинта, 2007. - 254с.
7. Электронные ресурсы
8. Абдрахманова Г. Жаргонная лексика в языке современных газет [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://revolution. /journalism/00027601.html. - Загл. с экрана.
9. Мисонжников Б.Я. Отражение действительности в тексте / Б.Я. Мисонжников // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С.Г. Корконосенко. - СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. - С.82-97.
10. Основы творческой деятельности журналиста / ред. - сост. С.Г. Корконосенко [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://evartist. narod.ru/text5/58. htm. - Загл. с экрана.
11. Передача экспрессивной функции при переводе газетных статей [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://otherreferats. /languages/0000001536.html. - Загл. с экрана.
12. Синтаксические структуры - англицизмы в языке масс-медиа [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://revolution. /languages/00008306\_0.html. - Загл. с экрана.
13. Яндекс-словари [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://slovari. yandex.ru/dict/bse/article/00078/09800. htm. - Загл. с экрана.
14. Яндекс-словари [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://slovari. yandex.ru/dict/rges/article/rg3/rg3-1505. htm. - Загл. с экрана.