

ЛИТЕРАТУРА

1. *Боброва, Л. Г.* Прагматика сетевого информационного текста (на материале английского языка) / Л. Г. Боброва [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций «DisserCat». – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/pragmatika-setevogo-informatsionnogo-teksta-na-materiale-angliiskogo-yazyka>. – Дата доступа : 19.04.2018.
2. *Морослин, В. П.* Структурно-семантические параметры веб-блогов как особого речевого жанра / В. П. Морослин // Вестн. ТГУ. – № 12 (80). – 2009.
3. *Ушаков, А. А.* Интернет-дискурс как особый тип речи / А. А. Ушаков [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-diskurs-kak-osobyuy-tip-rechi-retsenzirovana>. – Дата доступа : 23.04.2018.
4. *Чурилина, Л. Н.* Лексическая структура текста в психологическом аспекте (Часть первая) / Л. Н. Чурилина // Вестн. Череповец. гос. ун-та. – № 2. – Т. 2. – 2012.
5. *Чурилина, Л. Н.* Лексическая структура текста в психологическом аспекте (Часть вторая) / Л. Н. Чурилина // Вестн. Череповец. гос. ун-та. – № 2. – Т. 2. – 2012.

The article deals with the features of lexical organization of Belarusian news public pages. The public pages structural elements are identified. The semantics and pragmatics of the lexical organization as well as the frequency of language units and site elements used to organize public data are determined.

С. А. Клишевич (МИНСК, МГЛУ)

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛИТЕРАТУРНО-РАЗГОВОРНОЙ ЛЕКСИКИ В РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРАХ МЕДИАДИСКУРСА

Установлен частеречный состав литературно-разговорной лексики из медиажанров «письмо читателя в газету» и «репортаж» и его количественные характеристики. Выявлены семантические классы литературно-разговорной лексики, функционирующей в вышеупомянутых медиажанрах. Раскрыты особенности употребления выделенного класса разговорной лексики в письмах читателей в газету и репортажах.

В условиях нынешних тенденций в мировом сообществе, которые связаны с развитием информационных технологий, глобализацией и интеграцией, изменениями в культурном укладе и языке, взаимопроникновение лингвистических образований происходит в контексте различных дискурсов. На сегодняшний день можно утверждать, что массовая коммуникация ориентирована на живую непринужденную речь, что проявляется в проникновении разговорных элементов различных уровней языка в медиадискурс. Данная тенденция обусловлена стремлением адресанта к выразительности, к созданию эффекта интерактивности, непринужденности, спонтанности.

На сегодняшний день речевая реализация одной из таких основных функций медиадискурса, как воздействующая и информативная, «почти немислима вне явной, открытой, порой резкой оценочности, эмоциональности (с использованием соответствующих языковых единиц)» [4, с. 363]. Указанные черты наиболее ярко проявляются через разговорные элементы разных языковых уровней. Несомненно, что самыми выразительными и частотными

в этом плане являются элементы лексического уровня. Язык средств массовой информации достаточно отчетливо и быстро отражает изменения, происходящие во всех сферах жизнедеятельности. Это связано с тем, что средства массовой информации популярны и востребованы в обществе, они оказывают влияние на повседневную жизнь и в то же время отражают ее особенности.

В ходе исследования на основе комплекса методов (дефиниционного, контекстуального и логического) было установлено, что самым употребительным классом разговорной лексики, функционирующей в письмах читателей в газету и репортажах в таких качественных англоязычных изданиях, как «The Times», «The Telegraph», «The Guardian», является литературно-разговорная лексика. Разговорная разновидность литературного языка – это самостоятельная и самодостаточная система внутри общей системы литературного языка, со своим набором единиц и правилами их сочетания друг с другом, используемая носителями языка в условиях непосредственного, заранее не подготовленного общения при неофициальных отношениях между говорящими. Разговорный литературный язык не кодифицирован: в нем, безусловно, действуют определенные нормы, но эти нормы сложились исторически и никем сознательно не регулируются и не закрепляются в виде каких-либо правил и рекомендаций. «Функционирование данной лексики в современной англоязычной прессе несёт социально-детерминированный характер, иначе говоря, зависит от направленности на ту или иную читательскую аудиторию» [3, с. 16], а также определяется во многом ее социально-оценочными качествами и возможностями с точки зрения эффективного и целеустремленного воздействия на массовую аудиторию.

Прежде всего мы проследили частеречную принадлежность разговорных единиц и выяснили, что среди всего массива лексических единиц, как в письмах читателей, так и в репортажах, преобладают фразовые глаголы – 44, 4 % (письма) и 31,9 % (репортажи) – например, *lash out* ‘наброситься с бранью, руганью’, *clamp down* ‘прекращать’, *rev up* ‘обновлять’, *vote out* ‘провалить (предложение), не выбрать’. Следует сказать, что глаголы создают динамический рисунок, задают тон тексту, «оживляют» его. Посредством глагола создаются необходимая энергия и напряженность, автор может передать динамику окружающего и внутреннего мира человека. И в письмах, и в репортажах преобладает класс фразовых глаголов, содержащих в себе сему «характер действия» (*miss out* ‘упускать’, *let down* ‘предавать’, *tot up* ‘суммировать’, *get out* ‘оставлять должность’). Приведем пример использования фразовых глаголов с данным значением в одном из писем читателей: ... *the entirely arbitrary target **dreamt up** by Tony Blair in his early days in office* («The Telegraph») ‘Совершенно необоснованная цель, о которой Тони Блэр **фантазировал** в первые дни пребывания на своем посту’. В одном из репортажей: ... *Tom explained, and was initially a way to **help out** male miners* («The Guardian») ‘Том объяснил, что изначально это был способ **выручить** мужчин-шахтёров’.

Само по себе преобладание лексики определенных частей речи в тексте уже характеризует и обуславливает какой бы то ни было жанр, а преобладание разговорных единиц определенной части речи свидетельствует о том,

что выбор этих единиц не является случайным, а тщательно продуман, т.к. он должен произвести конкретный эффект на аудиторию. Как правило, «если автор стремится облечь информацию в газетной статье в стандартизованную форму, то он использует, в основном, именные конструкции, которые являются закономерным и естественным ее выражением. Однако именно характер речи уступает глагольному, если автор текста избирает жанры, близкие к художественным, и отдает предпочтение разговорной форме изложения» [1]. Более того, глаголы выполняют функцию описания сиюминутной ситуации общения. «Это особый тип коммуникации – дистантный дискурс: передача сообщения индивидуально-коллективным субъектом массовому рассредоточенному адресату, неизвестному и неопределенному количественно получателю информации. Наблюдаются обусловленность коммуникации социокультурной ситуацией и возможность вызывать изменение этой ситуации» [2].

Если сравнить употребление разговорных прилагательных и существительных в письмах и репортажах, то мы заметим некоторые различия: существительные преобладают в репортажах – 31,9 %, в то время, как в письмах их доля составляет 28,9 % (*tie-up* ‘связь, договор’, *tip* ‘грязное, неубранное место’, *turncoat* ‘перебежчик’, *spot-on* ‘нечто, сказанное «в тему», актуальное»). Что касается семантических характеристик, то в письмах читателей преобладают абстрактные существительные, т.к. читатели выражают свои мнения и суждения, используя существительные, обозначающие причину, следствие, состояние, действие. Так, например, в словаре Longman Dictionary of Contemporary English Online [7] даются следующие дефиниции: *cut-above* – to be much better than someone else or something else – ‘нечто, являющееся лучшим остального’ или *in-between* – in the middle between two points – ‘подвешенное состояние’. А в репортажах чаще всего речь идет о конкретных предметах и личностях, поэтому абстрактных существительных в репортажах меньше (*ring* ‘банда, шайка’, *pills* ‘таблетки (наркотики)'). Тем не менее, как в письмах читателей, так и в репортажах преобладают лексические единицы с семой ‘лицо’. Так, в словаре Cambridge Dictionary Online [6] находим такие дефиниции обнаруженных нами разговорных слов: *passenger* – someone who does not work as hard as others in a group – ‘неспособный работник’, *troll* – someone who leaves an intentionally annoying message on the internet, in order to get attention or cause trouble – ‘провокаатор’, *weirdo* – a person who behaves strangely – ‘чудак’. В данных медиажанрах в центре внимания чаще всего находится некая личность (к примеру, политическая или медийная) которая, как правило, подвергается описанию в репортажах, а в письмах осуществляется ее поддержка или критика, выражается согласие или одобрение по поводу ее действий. Рассмотрим следующие примеры из писем читателей: *The parliamentary whips need to have a few words with Tory loose cannons* («The Telegraph») ‘Парламентские кнуты должны поговорить с **пустозвонами** Тори’, а также из репортажей: *However, Steve Moore, a think tank on drug policy, said there had been an explosion in poor-quality or adulterated drugs in universities, which put students in serious danger*

(«The Times») ‘Тем не менее, Стив Мур, **эксперт** по наркополитике, сказал, что в университетах произошел резкий рост некачественных или фальсифицированных препаратов, что подвергает студентов серьезной опасности’.

Что касается прилагательных, то в письмах читателей их доля составляет 26,7 %, тогда как в репортажах лишь 8,8 %, но в обоих случаях преобладают качественные прилагательные, имеющие в семантической структуре сему ‘оценка’ (*pretty* ‘симпатичный’, *phony* ‘липовый’, *once-splendid* ‘некогда пышный’, *savage* ‘взбешенный’). Преобладание данных прилагательных в письмах обуславливается спецификой данного медиажанра: авторы писем чаще всего пишут в газету с целью высказать свое личное мнение по поводу какой-либо статьи или затрагиваемой в статье проблемы, а любое высказывание мнения не обходится без оценки, без уточнения степени проявления свойства или признака, без обнаружения сходства и подобия. Таким образом, авторы писем стремятся к высокой степени экспрессивности и эмоциональности, иногда преувеличивая ситуацию, переходя из одной крайности в другую. В случае с репортажами большинство оценочных прилагательных проникает в текст через прямое цитирование участников репортажа. Покажем употребление разговорных прилагательных на примере из корпуса писем читателей в газету: *Is this better than that **phony** Washington White House correspondents thing? he asked the crowd* («The Telegraph») ‘Неужели это лучше, чем **фальшивый** вечер корреспондентов в Белом доме в Вашингтоне? – спросил он толпу’; *Our obsession with accessibility rather than quality has also led to such a **bloated** higher education sector...* («The Guardian») ‘Наша одержимость количеством поступающих, а не качеством также привела к **раздутому** сектору высшего образования...’. А также из корпуса репортажей: *One-by-one students from Parkland took to the stage to offer a series of combative, direct and emotionally **raw** speeches* («The Guardian») ‘Один за другим студенты из Парклэнда вышли на сцену, чтобы предложить ряд агрессивных, прямых и эмоционально **незрелых** речей’.

Письма читателей в газету и репортажи имеют разные задачи, отсюда и разные семантические характеристики лексических единиц. Письма читателей в газету являются в подавляющем большинстве отзывами и впечатлениями о прочитанном и увиденном на ее страницах. Они пропитаны лично-заинтересованным отношением читателей к предмету и к автору опубликованного в печати материала, а также стремлением высказать личное мнение по затронутой проблеме. Главной задачей репортажей является оперативная передача информации с места событий, которая должна быть передана в хронологическом порядке, наглядно и в соответствии с реальной действительностью. Было установлено, что, несмотря на природу разговорных средств, характеризующихся спонтанностью, их проникновение в текстовую ткань медийного дискурса не является случайным и спонтанным. Посредством лексических разговорных единиц активизируется внимание реципиента, создается эффект интерактивности, осуществляется апелляция к эмоциям адресата.

Если посмотреть на общий лексический состав писем, то можно обнаружить здесь относительно большое количество слов, которые в словаре Cambridge Dictionary [6] даны с пометой ‘*disapproving*’, например: *to make use of smb.* ‘воспользоваться кем-л.; эксплуатировать кого-л.’; *bickering* ‘препирачься о ерунде’, *to indoctrinate* ‘навязывать (идеи, представления)’. И это неудивительно, так как многие статьи в СМИ имеют дискуссионный характер, затрагивают острые и актуальные проблемы современности, тем самым достаточно часто вызывая негативный отклик читателей.

Еще одной яркой чертой писем в газету является использование книжной лексики (*to repudiate* ‘отвергать’, *impoverished* ‘обедневший’) в сочетании с разговорной. Приведем следующий пример из корпуса текстов писем читателей в газету: *Is our nation so **impoverished** and **needy** of foreign cash that **a blind eye is cast**?* («The Telegraph») ‘Неужели наша нация настолько **бедна** и **нуждается** в деньгах, что на **это закрывают глаза** [политика государства в отношении финансов]?’. Как точно отметил В. Г. Костомаров: «публицистический стиль в целом подчиняется одному конструктивному принципу – чередованию экспрессии и стандарта» [5, с. 95].

В исследуемых письмах читателей в газету не было обнаружено ни жаргонизмов, ни просторечных слов, сленг составил не больше 1 %. Отсюда следует, что в качественную газету пишут в основном представители среднего класса, чья речь вполне соответствует нормам английского языка. При этом вполне логично, что чем выше статус и профессиональная должность читателя, пишущего в газету, тем меньше в ней разговорных слов, однако больше терминов, относящихся к теме статьи, книжной лексики и клишированных фраз.

Если говорить о репортажах, то здесь выбор лексических единиц можно охарактеризовать большей степенью свободы, которая выражается в использовании сленга (например, *chippie* ‘плотник’, *tweet* ‘сообщение в социальной сети Твиттер’), лексических единиц, характерных для газетного стиля (например, *smear* ‘клевета’, *catch the bug* ‘подхватить идею’, *disturbing trend* ‘волнующая тенденция’). Более того, эффект разговорности достигается за счет включения в текст репортажей, оформленных в виде прямой речи, которые также содержат большое количество разговорных единиц, как, например, включение реплики президента Дональда Трампа, высказанные им об ужине, устроенном для журналистов в Белом доме: *Everyone is talking about the fact that the White House Correspondents Dinner was a very big, boring **bust** ... the so-called comedian really “**bombed**”* ‘Все говорят о том, что ужин для журналистов в Белом доме был большим и скучным **празднеством**.. так называемый комик действительно **“бомбил”**’ («The Guardian»).

Однако помимо литературно-разговорных слов в данных медиажанрах функционируют и другие единицы, которые придают эмоциональность и выразительность текстам, – это идиоматичные выражения, метафоры (*out of the blue* ‘как снег на голову’, *to paint the picture* ‘обрисовать ситуацию’) и др.

Таким образом, на сегодняшний день наблюдается взаимодействие различных дискурсов, в частности, персонального и медийного, что проявляется в насыщении медийных жанров различными средствами разговорной

лексики. Причиной этому служит растущая потребность носителей языка в экспрессивных средствах общения, определенная демократизация медиа-дискурса, общий отказ от чопорности, а также изменения стилистической нормы. Было выявлено, что наиболее употребительным пластом разговорной лексики в письмах читателей в газету и репортажах являются литературные разговорные слова, то есть данный вид составляет основу разговорных единиц, употребляющихся в британской качественной прессе. Употребление лексических разговорных средств характеризуется эмоциональной окрашенностью и постоянной модальной насыщенностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие / И. Б. Голуб. – М. : Рольф ; Айрис-пресс, 1997. – 448 с.
2. Жеребило, Т. В. Динамика языковых процессов в визуальных СМИ (2003–2005 гг.) / Т. В. Жеребило [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://gerebilo.ucoz.ru/load/stati_v_sbornikakh_i_zhurnalakh/stati_v_regionalnykh_izdaniyakh/dinamika_jazykovykh_processov_v_vizualnykh_smi/28-1-0-93. – Дата доступа : 05.05.2018.
3. Заводовская, Т. А. Стилистические особенности функционирования просторечной лексики в языке английской газеты : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. А. Заводовская. – Моск. гос. ин-т иностр. яз. им. Мориса Тореза. – М., 1989. – 21 с.
4. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка : учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – 4-е изд., стереотип. – М. : Флинта ; Наука, 2008. – 464 с.
5. Костомаров, В. Г. Разговорные элементы в языке газеты / В. Г. Костомаров // Русская речь. – 1967. – № 5. – С. 48–53.
6. Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/>. – Дата доступа : 05.03.2018.
7. Longman Dictionary of Contemporary English Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ldoceonline.com/>. – Date of access: 05.03.2019.
8. ‘They hate your guts’: Trump attacks media and Democrats at Michigan rally [Electronic resource] // The Guardian. – 2018. – 29 Apr. – Mode of access : <https://www.theguardian.com/us-news/2018/apr/29/donald-trump-michigan-rally>. – Date of access: 05.03.2019.
9. No bride, no groom, I do: Montana’s proxy weddings on film [Electronic resource] // The Guardian. – 2018. – 24 March. – Mode of access : <https://www.theguardian.com/film/2018/mar/24/no-bride-no-groom-i-do-montanas-proxy-weddings-on-film>. – Date of access: 05.03.2019.
10. The Telegraph. – 2017. – 15 Nov [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.telegraph.co.uk/opinion/2017/11/15/lettersmps-delay-brexit-process-will-harm-chances-good-deal/>. – Date of access: 05.03.2018.
11. The Telegraph. – 2018. – 5 Jan. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.telegraph.co.uk/opinion/2018/01/05/letters-short-sighted-management-real-reason-behind-nhs-crisis/>. – Date of access: 05.03.2019.
12. The Times. – 2018. – 23 March. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.thetimes.co.uk/article/letters-to-the-editor-nt0dcc63b>.
13. Universities ‘failing’ students over drugs as punishments soar [Electronic resource] // The Times. – 2018. – 29 Apr. – Mode of access : <https://www.thetimes.co.uk/article/universities-failing-students-on-drugs-as-punishments-soar-kkxnm9k7>. – Date of access: 05.03.2019.

The article describes some differences in the usage of colloquial lexis in such media genres as “Letters to the editor” and “Report”. Classes of colloquial lexis used by readers in letters to the editor and by reporters have been identified. The peculiarities of these classes of colloquial lexis in the above-mentioned media genres are compared.