

заморозила поставки в ЕС 13 апреля из-за подозрений в наличии у этой вакцины опасных побочных эффектов (ТАСС, 19.04.2021).

2. *Вакцинный продукт*: Если в эти бактерии, которые ферментируют, скажем, молоко, введем например, бактерии, которые несут в себе белок коронавируса, то получим **вакцинный продукт**, который защитит от COVID-19 (rg.ru, 26.04.2021).

Выводы. Вакцинация как единственная возможность справиться с пандемией COVID-19 постоянно присутствовала в информационной повестке в 2020–2021 гг., порождая в языке СМИ новации, которые служили способом реализации господствующей в обществе идеологии. В связи с этим важно отметить, что в дискурсе масс-медиа милитарные образы связываются не только с опасным вирусом, но и с вакциной. Новые сочетания с адъективом *вакцинный* описывают вакцину как причину геополитического противостояния, как средство регулирования дипломатических отношений, как нереализованную возможность побороть пандемию.

Библиографический список

1. Алексеева, А.Е. Дискурсные особенности текстов СМИ: публичность и достоверность / А.Е. Алексеева // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2014. Том 13, вып. 6: Журналистика. С. 124–129.
2. Козловская, Н.В. Военная метафора в медиадискурсе коронавирусной эпохи: от слова к тексту // Русский язык коронавирусной эпохи. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. С. 234–254.
3. Словарь русского языка коронавирусной эпохи. Сост. Е.С. Громенко, А.Ю. Кожевников, Н.В. Козловская, Н.А. Козулина, С.Д. Левина, В.М. Мокиенко, А.С. Павлова, М.Н. Приемышева, Ю.С. Ридецкая / Ред. коллегия Е.С. Громенко, А.С. Павлова, М.Н. Приемышева (отв. ред.), Ю.С. Ридецкая / СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. 550 с.

УДК 81.25

ФУНКЦИЯ РАЗГОВОРНОЙ ЛЕКСИКИ В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ

Чжан Хуншуан

г. Казань, Российская Федерация

Статья посвящена анализу функций и приемов употребления разговорной лексики в периодических изданиях. В статье приводятся результаты анализа примеров употребления разговорной лексики в составе газетного дискурса (на материале газеты «Казанский университет»). Целью статьи является типологизация функций разговорной лексики в газетно-журнальном тексте.

Ключевые слова: разговорная лексика, разговорный стиль, публицистический стиль, функции разговорной лексики.

THE FUNCTION OF COLLOQUIAL VOCABULARY IN PERIODICALS

Zhang Hongshuang
Kazan, Russian Federation

The article is devoted to the analysis of the functions and uses of colloquial vocabulary in periodicals. The article presents the results of the analysis of examples of the use of colloquial vocabulary in the newspaper discourse (on the material of the newspaper "Kazan University"). The aim of the article is to conduct a typological analysis of the function of colloquial vocabulary in newspaper and magazine texts.

Key words: colloquial vocabulary, conversational style, publicist style/journalistic style, function of colloquial vocabulary.

Введение. Язык и его трансформации, связанные с социально-политическими и культурно-историческими преобразованиями в современном обществе, всегда являлись предметом пристального изучения в лингвистике. Особое внимание обращают на себя стилистические аспекты языка, их преобразование и взаимопроникновение. Стилистика современного русского языка, по мнению многих современных авторов, характеризуется стремлением к полистилизму, т.е. к межстилистическому смешению, комбинированному использованию языковых средств, принадлежащих к различным видам литературного языка, в том числе книжного и разговорного. В частности, Е.А. Свиридова отмечает явление «проникновения в нейтральное литературное употребление слов, принадлежащих внелитературным языковым образованиям, – диалектам, профессиональным и социальным жаргонам, просторечию, компьютерному сленгу и др.» [5, с. 3]. Конечно, средства массовой информации (СМИ), в частности, периодическая пресса, в наибольшей степени демонстрируют в своих текстах эти стилистические вариации, поскольку являются своеобразным отражением современных веяний развития языка через описание актуальных и общественно значимых текущих событий. Именно СМИ, пожалуй, можно считать основоположниками новых способов словоупотребления и трансформаций стилей. Это, по мнению С.И. Виноградова и О.В. Платоновой, происходит отчасти и потому, что популярная в современной прессе автороцентрическая модель газетно-журнального текста, связанная с повышением значимости личного авторского мнения (зачастую субъективного) и уникального стиля (часто сопровождающегося намеренным или случайным пренебрежением правилами и нормативами), напрямую влияют на языковую и стилистическую специфику современных СМИ [2, с. 255-256].

Результаты исследования. Такое проявление свободы стиля вообще довольно характерно для современного информационного общества. Парадигма свободы (личности, мнения, слова) является приоритетной в цифровом мире. Речь идет, в первую очередь, о свободе самовыражения личности в цифровом пространстве, о свободе производства всех видов текстовой информации, обмена данной информацией, ее хранения и аналитики данных. Однако свобода в цифровой среде парадоксально превращается в фактор информационной и языковой несамостоятельности, нескритичности и зависимости. Человек не всегда может критически отнестись к читаемому тексту в периодическом издании, он зачастую воспринимает как должное и правильное то, что содержит очевидные огрехи, является поверхностным, необоснованным, ошибочным или безграмотным, стилистически неверным. Но в любом случае все перечисленные изменения отображаются в дискурсе современных СМИ.

Конечно, элементы разговорной лексики довольно часто применяются в газетно-журнальных текстах. При этом такого рода тексты, в основном, относятся к текстам публицистического стиля, который, в свою очередь, характеризуется как книжный. Хотя, справедливости ради, следует уточнить, что далеко не все тексты в периодических изданиях могут быть отнесены к публицистическим, так как существуют периодические научные издания (например, научные журналы «Образование и саморазвитие», «Казанская наука», «Вопросы языкознания» и др.), в которых применяется научный язык, а также литературные периодические издания (например, «Литературная газета», «Арион», «Юность» и др.), в которых используется художественная речь.

Для выявления причинно-следственных связей включения элементов разговорной лексики в тексты периодических изданий публицистического характера, остановимся подробнее на ключевых характеристиках публицистического стиля. Публицистический стиль представляет собой функциональный подвид книжного стиля, применяемый в области общественных отношений (в языке политики, культуры, экономики, спорта и др.), а также как подвид литературного стиля в средствах массовой информации, политической литературе. Газетные статьи являются наиболее типичным и широко распространенным типом публицистических текстов, именно в них публицистический стиль проявляется в своем многообразии и динамике непрерывного развития [1, с. 37].

Ключевыми функциями публицистического стиля являются информационная и воздействующая [4, с. 15]. К важным особенностям публицистического стиля можно отнести то, что он сочетает в себе информационность с высоким уровнем эмоциональности, образности, наличием авторских оценочных суждений. То есть, с одной стороны, информационная функция данного стиля предполагает использование достоверной, полной и актуальной

информации, опирающейся на конкретные факты; с другой стороны, реализация функции воздействия требует эмоциональности, экспрессивности, убедительного выражения личного авторского мнения. Кроме того, нужно при характеристике данного стиля в периодических изданиях учитывать специфику самой сферы СМИ, которая заключается в массовости и оперативности предоставления информации. Тот есть, ориентироваться при работе с газетным текстом нужно на широкие слои населения с разными культурными, социальными, политическими запросами, взглядами и предпочтениями, учитывая непрерывно изменяющиеся общественно-политические и культурологические обстоятельства.

Следовательно, языковой стиль современных газетно-журнальных текстов в СМИ можно охарактеризовать как динамичный, свободный, склонный к трансформации и полистилизму.

Проблемы и темы, освещаемые в СМИ, требуют от автора не только осведомленности относительно излагаемых событий, наличия экспертного мнения и развитого критического мышления, но также и компетентности в области применения языковых средств для последовательного, логичного и доступного изложения авторских мыслей и собственного отношения к происходящему, что, в свою очередь, требует применения эмоциональных средств языка. К таковым можно отнести как лексические, так и грамматические средства: широкое применение метафоры, многозначных слов, постановка риторических вопросов, использование умолчаний, повторов, аппликаций глаголов в повелительном наклонении и др. Описанные выше функции публицистического стиля и особенности его применения в периодических изданиях делают очевидными причины включения элементов разговорной речи в газетные и журнальные статьи: такое проявление полистилизма весьма характерно для публицистики и является следствием стремления усилить эмоциональность и экспрессивность текста, сделать его более понятным и эмоционально близким для широких слоев населения, а также доступно и просто выразить авторское эмоционально-оценочное отношение к повествуемым событиям.

Интеграция элементов разговорной лексики в тексты изданий периодической печати можно охарактеризовать как одну из основных типичных черт трансформации и развития языка современной прессы. Ци Сьюй отмечает, что «в языке газеты получают распространение, прежде всего, те разговорные элементы, которые помогают газете лучше выполнить функции информации и воздействия» [6, с. 259]. Для разговорного стиля, как правило, присущи простота, непринужденность, образность, эмоциональность и в некоторой степени фамильярность. Когда мы говорим о газетно-журнальных текстах, очевидно, что их публицистический стиль предполагает оказания влияния на восприятие и сознание большого количества людей. Выполняя побудительную и оценочную функции, публицистический стиль предполагает довольно

высокий уровень эмоциональности, что в рамках стиля достигается применением восклицательных предложений, эмоционально окрашенных слов, постановкой риторических вопросов, повторениями и другими приемами. Именно стремление автора усилить экспрессивность текста, установить эмоциональный контакт с читателем и произвести более сильное воздействие на него приводит к достаточно частому использованию разговорной лексики в периодических изданиях. Стилистические особенности разговорной лексики, такие, как эмоциональная окрашенность, яркость, образность и выразительность, соотносясь с функциями публицистического стиля, делают ее элементы такой привлекательной для языка СМИ.

Итак, элементы разговорной лексики в периодических изданиях выполняют следующие функции:

- усиление эмоционально-оценочной парадигмы речи;
- привлечение внимания читателя (слушателя);
- упрощение излагаемого материала для его лучшего восприятия и понимания широкими слоями населения;
- эпатирование;
- создание эмоционально-доверительной непринужденной атмосферы личного обращения.

Следовательно, разговорная лексика призвана обогатить стилистику газетной публикации, сделать ее более привлекательной, доступной, живой и динамичной. В то же время очень важно понимать, что такое взаимодействие стилей может иметь и негативные последствия. Совершенно очевидно, что неумелое и неумеренное применение разговорной лексики в газетно-журнальных текстах может дать совершенно противоположный эффект, искажая восприятие текста, снижая его ценность и привлекательность для читателей, умаляя профессионализм автора и авторитет издания в их глазах. Следовательно, включение разговорной лексики в тексты периодических изданий можно расценивать как средство художественной выразительности, но лишь в том случае, когда автор достаточно хорошо чувствует границы стиля и обладает достаточной компетентностью, чтобы не делать недопустимых грубых выходов за их пределы. Функционально-стилистические особенности книжной речи предполагают отсутствие в текстах жаргонизмов, нецензурной лексики и т.п. Если же таковые встречаются в тексте, то это, как правило, негативно влияет на качество текста и воспринимается как нарушение, ошибка [2, 7]. С осторожностью следует использовать в газетных статьях сленг и обиходно-бытовые просторечия, а использование грубых просторечий (вульгаризмов, обсценных слов) в периодической печати ставит под вопрос профессиональную этику автора.

Реализация функции влияния в публикациях периодических изданий отражается в синтаксических особенностях публицистического стиля. Рассмотрим приемы использования разговорной лексики в газетных текстах на

материале газеты «Казанский университет». Газета существует уже более 80 лет, в ней еженедельно по вторникам и пятницам публикуются новости научной, общественной и студенческой жизни КФУ. Сейчас газета выходит в электронном формате. Для исследования функций разговорной лексики в периодических изданиях были проанализированы 32 статьи из рандомно отобранных номеров газеты за последние пять лет (период с 2016 по 2021 годы). Образцы использования приемов и лексических единиц, относящихся к разговорной лексике, были выявлены в тексте 13 статей, что составляет 41 % от общего количества статей в представленной выборке. В электронной версии газеты не указывается нумерация ее изданий, поэтому в представленных образцах приведены названия и даты публикаций.

Анализ результатов исследования позволил определить следующие приемы использования разговорной лексики в исследуемых газетных текстах: использование коротких предложений (т.н. «рубленных» фраз), эллиптических конструкций, разговорно-литературных и разговорно-бытовых слов, сленга, клише с разговорной стилистической окраской, неологизмов. Остановимся на исследуемых образцах подробнее.

Использование коротких предложений (т.н. «рубленных» фраз) Разговорная лексика характеризуется лаконичностью, емкостью. Рубленая проза, являющаяся особенностью разговорного стиля, представляет собой короткие фразы или отрывистые предложения, эскизно и ярко характеризующие явление или событие. Применение таких фраз и предложений несет функцию повышения экспрессивности высказывания. Например: «*Пять утра, второе августа, картина маслом*» [3] («А эти ночи в Крыму теперь кому?»), публикация от 12.08.2016), «*Стажировка в клинике Цукуба. Делимся опытом с японскими врачами.*» [Там же] («Стажировка в Японии», публикация от 16.03.2020), «*Ответ достаточно прост. Мы априори лучшие.*» [Там же] («13.3-800 – те, кто делают меня счастливым», публикация от 25.03.2019).

Использование эллиптических конструкций, представляющих собой неполные придаточные предложения, что также характерно, в основном, для разговорной речи. В качестве стилистического приема используется в целях повышения динамичности фразы, создания непринужденной атмосферы беседы. Например: «*Инструмент хирурга – его руки.*» [Там же] («Наше будущее в наших руках!»), публикация от 16.03.2020).

Использование сленга. Сленг рассматривается как разновидность разговорной речи, как правило, сленг отражает специфику языковой картины мира представителей определенного сообщества, культуры или субкультуры. Поэтому включение сленга в текст газетной статьи производится с целью усиления влияния за счет создания эффекта неформальности, воспроизводства атмосферы непринужденной речи живого общения единомышленников, объединенных общими элементами языковой картины мира. Например: «*вы сможете стать чемпионом в следующих игровых жанрах: action, 3D-шу-*

теры, «бродилки-стрелялки», тактические шутеры, слэшер, аркада, стелс-экишен, стратегии и многое другое» [Там же] («Набережночелнинский институт КФУ приглашает на "Ночь науки"», публикация от 13 июня 2017), «по достоинству и точнее всего оценят новый мем про Жириновского» [Там же], «достаточно просто прийти на пары в конце недели» [Там же] (Записки политологини, публикация от 27.03.2018).

Использование разговорно-литературных и разговорно-бытовых слов. Разговорно-литературные и разговорно-бытовые слова представляют собой элементы разговорной речи, которые часто применяются в устном неофициальном общении и в быту. Такие слова имеют выраженную эмоциональную окрашенность и (в случае употребления разговорно-бытовой разновидности) некоторый оттенок сниженной речи, многие из них употребляются в переносном значении. Употребление разговорно-бытовых слов и выражений в газетных текстах несет в себе ту же функцию, что и применение сленга, а именно: усиление влияния путем создания непринужденности и придания фразам дополнительного эмоционального колорита, близкого читателю. Например: «в результате **нехитрых подсчетов можно установить**» [Там же] («Записки политологини», публикация от 27.03.2018), «**Наши студенты, как трутни, паирут во славу группы**» [Там же] («13.3-800 – те, кто делают меня счастливым», публикация от 25.03.2019), «Она сама **давнишняя «квантовка»**» [Там же] («Ситуация с "Квантом": мнения pro et contra», публикация от 11 ноября 2016), «**Недолго думая, он за копейки продал свой хороший дом в центре Саранска**» [Там же] («Воспоминания астронома Казанского университета Антонины Невфедьевой», публикация от 01.06.2021), «**поработать по программе Work and Travel в Штатах**» [Там же] («В Норвегию со своей гречкой», публикация от 08.05.2018), «**Что для ФАРК сегодня в приоритете: получение «коврижек» от власти или продолжение войны**» [Там же] («Колумбия: поставлена ли точка в гражданской войне?», публикация от 27. 10. 2016), «**кто, как не наши политологи заведуют всей кухней студсовета**» [Там же] («Записки политологини», публикация от 27.03.2018).

Использование клише с разговорной стилистической окраской. Речевые штампы и клише свойственны газетным статьям, т.к. одной из специфических черт публицистического стиля в газетно-журнальных текстах является чередование или смешение стандартного и экспрессивного. Применение устойчивых выражений метафорического характера, в том числе в структуре фраз и предложений, имеющих разговорную стилистическую окрашенность, используется как прием художественной выразительности. Например: «**В окружающем страну «железном занавесе» появились первые дырочки**» [Там же]; («Экскурсия по памятным страницам», публикация от 17 ноября 2016), «**Отрываясь от земли в железной птице по имени Boeing A320**» [Там же] («А эти ночи в Крыму теперь кому?», публикация от 12.08.2016).

Использование разговорных неологизмов. Неологизмы производятся в языке для обозначения новых явлений, до сих пор не имевших названия в практике повседневной жизни. Например, на сегодняшний день такие слова как *антиваксер* (противник прививки против COVID -19), *хайп* (модное веяние), *ватсапиться* (общаться с помощью мессенджера WotsApp), образованные разными способами, применяются в разговорной речи, отражая актуальные события и явления социальной жизни. В газетных статьях используются неологизмы, заимствованные из разговорной речи или созданные самим автором, чтобы дать актуальное наименование и одновременно эмоционально-оценочную характеристику тому или иному событию или явлению. Например: «*Она сама давнишняя «квантовка», долго преподает в лагере*» [Там же] («Ситуация с "Квантом": мнения pro et contra», публикация от 11 ноября 2016), «*Основу группы составляют лучшие выпускники – «краснодипломники»*» [Там же] («ЕСТЬ ТАКАЯ ГРУППА – СПАСАТЕЛИ !!!!!» публикация от 15.03.2020).

Следует отметить, что в представленной выборке наибольшее количество образцов (54%) относится к использованию разговорно-бытовых слов.

Выводы. Интеграция элементов разговорной лексики в тексты изданий периодической печати является одной из основных типичных черт трансформации и развития языка современной прессы. Для разговорной лексики присущи простота, непринужденность, образность и эмоциональность, именно эти качества, соотносясь с информационной и воздействующей функциями публицистического стиля, делают ее элементы такой привлекательной для языка СМИ. Стремление усилить экспрессивность текста, установить эмоциональный контакт с читателем и произвести более сильное воздействие на него приводит к достаточно частому использованию разговорной лексики в периодических изданиях. Исследование показало, что основными функциями разговорной лексики в периодических изданиях являются усиление эмоционально-оценочной парадигмы речи; привлечение внимания читателя (слушателя); упрощение излагаемого материала для его лучшего восприятия и понимания широкими слоями населения; создание эмоционально-доверительной непринужденной атмосферы личного обращения; эпатирование. Следует отметить, что, стилистические особенности разговорной лексики, отражая динамические и функциональные аспекты живой речи, а также особенности трансформации речевой картины мира, позволяют ей оказывать существенное влияние на развитие литературного языка современной публицистики.

Библиографический список

1. Бикмуканова, С. И. Публицистический стиль и его функционирование // Science Time. 2014. №12 (12). С. 35 – 38.

2. Виноградов, С.И., Платонова О.В. Средства массовой информации и культура речи // Культура русской речи: учеб. для вузов / отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М.: НОРМА: ИНФРА М. 2005. С. 238-280.
3. Газета «Казанский университет» (официальный сайт) <http://kpfu.ru/gazeta-39kazanskij-universitet39-951.html>
4. Коньков, В. И. Стилистические явления в речевой практике СМИ // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2009. №6. С. 14 – 18.
5. Свиридова, Е. А. Взаимодействие книжной и разговорно-просторечной лексики в современной прессе : автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Свиридова Екатерина Александровна. Мичуринск, 2013. 26 с.
6. Ци, Суй. Разговорная лексика в газетном контексте // Ученые записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. 2009. №3. С. 258 – 260.
7. Хади, А. А. Типовые функции разговорно-сниженных слов в русском газетно-публицистическом тексте // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. №31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipovye-funktsii-razgovorno-snizhenyih-slov-v-russkom-gazetno-publitsisticheskom-tekste> (дата обращения: 16.11.2021).