

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

**СТАРООСКОЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

КАФЕДРА ФИЛОЛОГИИ

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ЛЕКСИКИ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование
профиль Русский язык и литература
очной формы обучения, группы 92061302
Крековой Ангилины Михайловны

Научный руководитель
к.фил.н., доцент
Шубина Н.Г.

СТАРЫЙ ОСКОЛ 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава I. Особенности современного публицистического дискурса: коммуникативный и лингвистический аспекты.....	7
§1. Общая характеристика современной публицистики.....	7
§2. Основные факторы формирования медиаязыка.....	14
Глава II. Функционально-стилистические характеристики лексических средств русского языка, представленных в текстах газеты «Новости Оскола».....	25
§1. Лексика с точки зрения стилистической окраски.....	26
1.1. Стилистически нейтральная лексика	26
1.2. Стилистически маркированная лексика	27
1.2.1. Книжная лексика	27
1.2.2. Сниженная лексика.....	32
§2. Лексика с точки зрения употребления	34
2.1. Общеупотребительная лексика	34
2.2. Диалектная лексика.....	35
2.3. Профессиональная и специальная лексика	38
2.4. Жаргонная лексика.....	41
§3. Лексика активного и пассивного запаса.....	42
§4. Методические аспекты работы с текстами публицистического стиля в процессе обучения русскому языку.....	49
Заключение.....	52
Библиографический список использованной литературы.....	54
Приложение.....	61

ВВЕДЕНИЕ

Увеличение общественного и научного интереса к культурно-речевой практике предопределило необходимость многоаспектного исследования публицистического дискурса, языка и стиля средств массовой информации (СМИ). Серьезное теоретическое осмысление основных речевых стратегий и языковых приемов, создающих лингвостилистическую и коммуникативную уникальность медиапространства современной России, обусловлено развитием информационно-коммуникационных технологий и рядом социокультурных изменений в жизни не только российских СМИ, но всего общества.

Появлением неожиданных речевых практик, характерных для последних десятилетий, позволило лингвистам (Н.Д. Арутюновой, Ю.Д. Апресяну, Ю.Н. Караулову, В.Г. Костомарову, Г.Я. Солганику, Е.П. Прохорову и др.) высказать мнение о смещении центра нормообразования в коммуникативную сферу, которая обслуживается средствами массовой информации. Медiateкстами начинают культивироваться изменения в правилах словоупотребления, формироваться новые стандарты современной языковой личности, разрабатываться новые изобразительно-выразительные средства и приемы. Именно поэтому медiateксты привлекают внимание лингвистов с точки зрения лингвостилистической и лингвокультурологической проблемы: исследования, посвященные названным проблемам, позволят рассмотреть процесс формирования современной речевой ситуации с позиции и нормативного аспекта, и коммуникативного.

Язык СМИ сегодня не только является одной из самых востребованных форм языка, но и принимает на себя функцию языка-эталона. Современные масс-медиа заняли центральное положение в культуре и обозначили в ней свое абсолютное господство, выразив его через особую стилистику, ставшую действенным механизмом деконструкции устоявшихся социокультурных и речевых традиций. Г.Я. Солганик, отмечая изменение аспектов интереса

языкознания к средствам массовой информации – «прежде язык СМИ изучался по преимуществу как «вещь в себе», то сейчас остро актуальными становятся такие аспекты, как язык СМИ и мышление, язык СМИ и общество, язык СМИ и культура...», пишет о необходимости при анализе языка СМИ учитывать и те социально-культурные процессы, которые характерны для современного общества [Солганик 2002: 14 - 15].

Исследуя язык современных СМИ, специалисты отмечают тенденции, связанные с изменением соотношения устной и письменной форм речи, с преобладанием разговорного стиля над книжным даже в письменной речи [Винокур 2007: 68]). Современная речевая практика представляет активное межстилевое взаимодействие, характеризуется проникновением в публицистический дискурс нелитературной лексики, контаминацией различных изобразительно-выразительных средств языка. Изменяются и расширяются функции языка СМИ: реализуется в медиатекстах специфическая разговорная функция – фатическая, усиливается экспрессия, создаются лексические окказиональные образования.

Сама природа лексических единиц включает в себе огромный лингвостилистический потенциал. Грамотное, уместное и талантливое использование возможностей лексических средств придает публицистическому тексту многочисленные достоинства: выразительность, афористичность, смысловую многослойность и образность.

Исследование семантических и структурных особенностей лексических единиц в публицистическом дискурсе позволяет определить, какие изменения происходят на современном этапе развития стилистики средств массовой информации, как меняется лексическая система русского языка в целом.

Актуальность темы продиктована необходимостью всестороннего изучения функционирования лексических средств в публицистических текстах. Исследование функционально-стилистических особенностей лексики в современной публицистике позволит проследить новейшие

изменения в лексической системе русского языка, определить, как меняется активный словарный состав. Всестороннее изучение функционирования лексической системы современного русского языка в публицистическом дискурсе позволит получить представление об основных структурно-семантических особенностях лексических средств, об основных направлениях развития семантической структуры лексем, поможет лингвистически объективно оценить творческие поиски современных журналистов. Также углубление знаний о специфике публицистического текста, о широте палитры языковых средств, сопряженное с антропологическим и аксиологическим аспектами обучения русскому языку.

Объектом исследования являются языковые особенности современной публицистики.

Предметом исследования становится специфика употребления лексических единиц в современных печатных СМИ.

Цель работы состоит в изучении лексических средств в текстах современной газетной публицистики.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**:

- 1) определить роль СМИ в информационно-речевом пространстве и рассмотреть основные факторы формирования медиаязыка;
- 2) на основе изучения научной литературы рассмотреть теоретические аспекты исследования лексических средств русского языка;
- 3) проанализировать основные принципы использования лексических средств в современной публицистике, показать их влияние на содержание и стилистику газетных материалов;
- 4) охарактеризовать функционально-прагматические возможности лексических средств как средства выразительности в публицистическом дискурсе.

Материалом для исследования послужили лексические единицы, представленные в газетных текстах различных жанров. Для характеристики

особенностей стилистики СМИ были использованы опубликованные в течение 10 лет (с 2005 по 2015 год) тексты 5 периодических печатных изданиях («Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Независимая газета», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец»). Исследование лексического материала проводилось на основе статей газеты «Новости Оскола» за 2017 год, публикующей материалы о жизни города Старый Оскол. В ходе исследования в результате сплошной выборки нами было собрано более 250 языковых единиц, ставших материалом для анализа языка современной публицистики.

Многие лингвисты рассматривали особенность языка СМИ. Так, И.В. Анненкова, Т.Г. Добросклонская, Н.И. Клушина, В.Г. Костомаров, Е.В. Покровский, Г.Я. Солганик, Е.Ю. Скороходова и др. посвятили свои научные труды стилистике публицистических текстов, что и стало теоретической и методологической базой нашего исследования.

В данной работе использовались следующие **методы исследования**: метод непосредственных наблюдений при сборе материала (наблюдения над лексическими элементами, функционирующих в публицистических текстах); метод лексико-семантического анализа слова (анализ лексического значения слова); описательный метод, включающий в себя классификацию и обобщение собранного материала; метод компонентного анализа, который включает в себя приемы семного анализа.

Работа состоит из Введения, двух глав, Заключения, Библиографического списка использованной литературы и Приложения.

Глава I. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: КОММУНИКАТИВНЫЙ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

1. Общая характеристика современной публицистики

Сравнивать язык с зеркалом, отражающим эпоху, стало привычным для работ, связанных с социалингвистическим аспектом. СМИ представляют социальную жизнь человека, транслируя и тиражируя представление о жизни современного общества. По мнению Т.Г. Добросклонской, «механизм функционирования СМИ предполагает не только и даже не столько отражение окружающей действительности, сколько, и это гораздо более важно, ее интерпретацию, комментарий, оценку, способствующую созданию определенного идеологического фона» [Добросклонская 2014: 213]. При этом, как справедливо подчеркивает Н.И. Клушина, неотъемлемой частью публицистического дискурса становится «лингвистика убеждения», наиболее заметная и востребованная в эпоху перемен [Клушина 2008: 9-10].

Исследователи И.В. Анненкова, С.И. Виноградов, В.Г. Костомаров, Т.Г. Добросклонская, М.Ю. Казак, Е.В. Покровская, Г.Я. Солганик, Е.П. Прохоров, Е.Ю. Скороходова, С.И. Сметанина и др., характеризуя социалингвистические процессы последних десятилетий, пишут о тех значимых чертах речевой ситуации рубежа веков, которые и формируют своеобразие публицистического дискурса:

1) Современные СМИ характеризуются практически отсутствием цензуры и автоцензуры, которые ранее полностью определяли характер речевого поведения журналиста: «Широкая экспансия ненормированной русской речевой стихии, которая наблюдалась в годы перестройки и наблюдается до сих пор, расшатывает сложившуюся систему литературных норм» [Скороходова 2006: 100]. При этом перед СМИ проблема речевой культуры стоит как никогда остро и остается одной из самых серьезных на сегодняшний день нравственно-этических, социальных и лингвистических

проблем. «Журналисты должны знать, что они доносят до нас не только передаваемые ими новости, не только формируют общественное мнение, но и либо развивают русский язык, сохраняя его основу, либо просто убивают его, подменяя один из богатейших языков мира бедным и уродливым жаргоном» [Сиротинина 2003: 82].

2) Созданием особой речевой среды и включением в понятие образцового языкового средства характеристики «удобности», СМИ способствуют смещению в русском языке центра нормообразования [Валгина 2001]. Справедливо замечает В.Г. Костомаров, что современники воспринимают язык медиадискурса как нормативный и как образец для подражания [Костомаров 2003: 10]. Следовательно, масс-медиа, имея огромное влияние речевую практику носителей русского языка, вызывает изменения в языковой картине мира русских людей.

3) С начала 90-х годов XX века состав участников массовой коммуникации значительно расширяется: возможность публичного выступления получили люди, имеющие разный уровень общей и речевой культуры. «Современный субъект-создатель медиа-текста предстает перед читателем как личность, самостоятельно осмысляющая и оценивающая реальную ситуацию, демонстрирующая свою мировоззренческую позицию и индивидуальность языковой раскрепощенностью» [Сметанина 2002: 34]. Все это становится факторами, разрушающими клише газетно-публицистического стиля.

4) В публичной и личной коммуникация формируются новые жанры общения, в связи с чем в арсенале языковых средств выразительности появляются новые элементы, ирония, интертекстуальность, разговорность и языковая игра в текстах массмедиа развиваются как языковые и текстовые инструменты [Клушина 2010: 62]. «Директивность» тоталитарного языка, способствующая «формированию тоталитарного общественного языкового сознания, деформированию языковой картины мира, которую отличают примитивизм, однонаправленное движение времени, замкнутость

пространства, постоянные очаги напряжения, виртуальность истинного, мифологизм, наличие единой коллективной точки зрения, редукция человеческой, в том числе языковой, индивидуальности, находящейся за пределами системы ценностей» [Купина 2003: 552], сменяется раскованной речью. Язык средств массовой информации рубежа XX и XXI веков, по мнению специалистов, формируется как ответная реакция на тоталитарный язык советской прессы: «Отсюда ироническое переосмысление советских идеологических клише, установка на языковую игру» [Клушина 2010: 62], которая способствует повышению экспрессивности речевого воздействия, с одной стороны, и разрушает стилевую систему языка публицистики советского периода.

5) Устная и письменная формы коммуникации меняют условия реализации, так как Интернет создает возможности непосредственного общения говорящего и слушающего – возможна обратная связь слушающих с говорящими. Следовательно при расширении сферы спонтанного общения возрастает его диалогичность, полилогичность, характеризующие неподготовленную речь, развиваются новые формы речевого этикета.

Размышляя о ценностной составляющей языка современных СМИ, Н. И. Клушина выделяет некоторые инвариантные черты, определенные константы публицистического дискурса, такие как шкала ценностей, оценочность, идеологема, образ автора [Клушина 2004: 51].

Шкала ценностей, основывающаяся на семантической оппозиции *свой – чужой*, является фактором, предопределяющим выбор и распределение оценочных средств в медиадискурсе. На ее основе в языке СМИ создается оппозиция, включающая в себя слова, «близкие по значению, но резко противоположные по вызываемому ими стилистическому впечатлению: "наши" союзники / "их" приспешники, "наша" убежденность / "их" фанатизм и т. п.» [там же]. Как мы видим, в современной речевой ситуации *чужое* все чаще воспринимается как недопустимое, неприемлемое, недостойное уважения, и следовательно, порицаемое или отрицаемое. При

этом способы отрицания другого получили свое развитие, прежде всего, в СМИ: «Мир журналистов – это мир различий, в котором существуют конфликты, конкуренция и вражда» [Бурдые 2002: 36-37].

В основе дифференциации своего и чужого лежат теперь более частные признаки, например, принадлежность к социальной группе или определенной субкультуре, вероисповедание и т.д. становится новым критерием социальной оценки слов. При рассмотрении в целом современной публицистической картины мира можно увидеть ее усложнение по сравнению с предшествующим периодом: в публицистическую картину мира включаются все виды оценки: общесоциальная (цивилизованный мир/ террористы), политическая (правительство/ оппозиция), индивидуальная (нравится/не нравится) и т.п. Вербальные же знаки оценки (лексемы и фраземы) в языке массовой коммуникации полностью обусловлены если не позицией журналиста или редактора, то владельца издания.

Еще одной константой языка публицистики, которую выделяет Н.И. Клушина, является идеологема, предполагающая целенаправленное воздействие со стороны адресанта на сознание адресата с помощью заранее заданной идеи [Клушина 2004: 52]. Для такой идеи свойственен обобщенный характер и ориентация на массовое сознание в заданном направлении с помощью стереотипных номинаций, устойчивых языковых клише.

Для современных СМИ неотъемлемой чертой становится образ автора. Именно этим вызвано появление во многих издания авторских колонок, персональных страничек популярных журналистов на сайтах газет и журналов. Деятельность колумниста, единолично ведущего колонку, раздел или рубрику, требует от журналиста умения быть не только индивидуальным, но и образцовым, что не всегда реализуется.

Следует заметить, что для каждой эпохи характерен определенный образ автора. Так, в постсоветский период сформировался тип адресанта, для которого важен не бюрократический авторитет, а творческая индивидуальность. Это обусловило значимость культурного и

профессионального уровня журналиста, его мировоззренческой и этической позиции. Поэтому для журналиста важно уметь интерпретировать тот или иной национальный культурный стереотип, опираясь «на общий запас культурных ценностей, на инвентарь культуры, на образование (в том числе и лингвориторическое). Владение всем комплексом культурных парадигм неизбежно будет очерчивать тот круг допустимых интерпретаций и изменений, который позволит сохранить, обновлять и оживлять культуру, а не разрушать ее» [Анненкова 2006: 77].

Отличительными особенностями современного медиатекста специалисты называют его прагматическую направленность и способность быть востребованным большой читательской или зрительской аудиторией.

Лингвистическая прагматика, занимающаяся спецификой языковых средств в коммуникативных ситуациях, рассматривает не только составляющие таких ситуации (цели собеседников, время и место речевого акта, предмет общения), но и социально-психологические особенности коммуникантов (уровень их знаний, социальные статусы и психологический настрой, конвенциональные особенности речевого поведения в том или ином обществе). Условиями, в которых языковые средства реализуют различные свои функции, определяется и дифференциация контекста (лингвистических условий), конситуации (экстралингвистических условий) и коэмпиири (уровня лингвистических и энциклопедических знаний коммуникантов)» [Богданов 1996: 268]. Прагматика учитывает влияние, оказываемое данными условиями, и в первую очередь лингвистическими факторами, на языковые средства, обеспечивающие коммуникативные процессы.

Прагматическое направление современной лингвистики рассматривает и адресанта с его особенностями видением окружающего мира (Н.Д. Арутюнова, Ю.С. Степанов и др.); взаимодействие адресата с адресантом и его воздействие на последнего (В.В. Богданов, Т.Г. Добросклонская и др.); факторы, определяющие адекватный,

целенаправленный и эффективный выбор единиц языка в различных коммуникативных стилях и ситуациях (Е.В. Покровская, Г.Я. Солганик и др.).

Исследователи прагматической специфики языка СМИ опираются на теорию В.Г. Костомарова о конструктивном принципе языка публицистики, который проявляется в одновременной и равноправной ориентации на стандарт и экспрессию. «Описывая газетный текст, нельзя не отметить его экспрессивный и оценочный характер, его информационную и воздействующую функцию, которая создается особой языковой тканью, сочетанием стандарта и экспрессии» [Покровская 2006: 81].

Основными функциями языка средств массовой информации и газетно-публицистического стиля в частности являются информационная и воздействующая функции. Информационную функцию реализуют средства разных уровней, что предполагает, в первую очередь, обработку информации с учетом фоновых знаний массового реципиента. Психолингвистами подчеркивается прежде всего релевантность информации, ее широту или глубину (разнообразные аргументации для обоснования основной мысли); плотность информации (чем больше времени требуется для прочтения, прослушивания сообщений, чтобы получить нужную информацию, тем меньше ее плотность).

Еще один аспект лингвопрагматики, связанный с восприятием информации, преподносимой современными СМИ, – стремление человека к определенности, ясности, целостности впечатления. Если эта потребность не удовлетворяется, то психолингвистические механизмы восприятия осознанно или неосознанно пытаются компенсировать этот недостаток, что приводит к появлению слухов и домыслов и т.д., к так называемому когнитивному диссонансу. А когда это делается осознанно, то говорят о манипулятивном воздействии на сознание людей в результате соответствующей расстановки акцентов (идейная тенденциозность текста, повышенная экспрессивность, подбор определенной стилистики и др.).

Для характеристики медийного текста важна прагматическая ориентация, под которой специалисты понимают передачу информации с запрограммированной установкой на ее социальную оценку в заданном направлении. Создатель медиainформации понимает реакцию читателя как основную цель, поэтому читательское восприятие должно быть сознательно запрограммировано, а все используемые средства должны служить реализации этой основной цели.

Интересны в этом отношении и суггестивные свойства слов, например, «свойстве создавать подготавливающую установку на восприятие и предопределяющую эмоционально-оценочную реакцию на информацию. Готовность извлечь из информации определенный смысл и вынести те или иные суждения зависит не только от социальной установки, но также от формы построения материала и отдельных слов. Эти слова как бы заранее задают направленность нашему вниманию и подразумевают конкретные прагматические выводы и заключения, которые в законченном виде могут даже не формулироваться» [Покровская 2006: 83].

Таким образом, исследование лингвистических особенностей современного медиадискурса выступает за рамки языкознания, необходимо привлекать данные других социально ориентированных наук: психологии и психолингвистики, социологии и социолингвистики, культурологи и лингвокультурологии, юриспруденции и юрислингвистики и т.д. В развитии языкознания наступает эпоха изучения языка как целостной структуры в его соотношении к различным сферам социально-культурной жизни.

2. Основные факторы формирования медиаязыка

Демократизация в различных сферах социокультурной деятельности обусловила и демократизацию языка массовой коммуникации. Сегодня мы являемся свидетелями изменения литературно-языковой нормы и создания новой культурно-речевой ситуации. Публичное слово стало не только эффективным средством «форматирования» массового сознания, но и

полноценным его выразителем. Из декларируемой ценности свобода превратилась в реальный фактор творческой языковой деятельности, более не скованной никакими правилами, в том числе лингвостилистическими.

За последние десятилетия появились новые формы публицистических текстов. Это происходит потому, что язык прессы стал более открытым по отношению к другим сферам речеупотребления. Особенно большое влияние на развитие медиаязыка оказывает разговорная речь.

В связи с этим особый интерес представляет концепция В.Г. Костомарова (2005). Ученый ставит вопрос о новом и «очень влиятельном стилевом явлении» [Костомаров 2005: 32], сформировавшемся в массовой коммуникации. Медиатексты синтезируют, органически сближают «книжность и разговорность на фундаменте смешения письменных, устных и невербальных форм передачи информации» [там же]. Речевая практика в массовой коммуникации серьезно отличается от исторически- традиционных стилевых построений. «Это наводит на мысль, что здесь складывается то, что по образцу книжных (книжно-письменных) и разговорных (разговорно-устных) разновидностей современного русского языка можно было бы назвать его массово-коммуникативной разновидностью» [Костомаров 2005: 218]. Целостность этого стилевого образования, столь несхожего в своем лингвистическом воплощении, зиждется на общем конструктивном принципе чередования экспрессии и стандарта и ориентации на свою, так называемую «целевую» аудиторию. В распоряжении создателей текстов оказывается весь национальный язык, в том числе ресурсы разговорной речи.

Речевая практика современных СМИ характеризуется резким расширением сферы устной речи: в обществе все больше слушающих и все меньше читающих. Технические средства: диктофоны, магнитофоны, компьютеры, плееры и многое другое – позволяют как сохранять, так и тиражировать образцы устной речи. По данным исследователей, восприятие звучащей речи (слушание) в среднем занимает у человека 45%, говорение – 30%, письмо – 9%, а чтение – 16% времени, Эти данные свидетельствуют о

том, что в количественном отношении самой влиятельной становится звучащая речь, которая в значительной своей части разговорная, даже просторечная [Рынкович 2007: 72].

В начале XXI в яркой приметой языка современных СМИ называют резкий рост вариативности средств выражения. Вариантные формы в речевой практике, замечает В.Г. Гак, позволяют решить коммуникативную и экспрессивную задачи. Вариантность позволяет бесконечно разнообразиться выразительным средствам языка для оформления тончайших оттенков мысли, с чем и связана экспрессивная функция вариантности. Ее же коммуникативная функция заключается в обеспечении успеха коммуникации. «Быстрота обеспечивается использованием сокращенных форм слов и предложений. А также сдвигами в значении слов, что позволяет обозначить объект, если даже точная номинация осталась забытой» [Гак 1998: 178]. Выход за пределы нормы публицистического стиля, связанный с тем, что современные СМИ чаще находят варианты в разговорной лексике, отражая не только общую тенденцию к либерализации прессы, но и ее разрыв с прежней ориентацией на нормативные установки публичной речи.

При этом языком прессы из разговорной речи заимствуются сформированные в бытовом общении концепции речевого поведения: коммуникативные стратегия и тактика, речевой этикет, этические формы в отношении собеседника.

Рассмотрим характеристики нескольких разговорных стратегий, реализованных в СМИ двух последних десятилетий.

Контактная подстройка, которая основана на идее сходства автора и массовой аудитории, – «хочу быть похожим на вас». Реализация данной речевой стратегии происходит посредством использования разговорной лексики и разговорного синтаксиса. Такое речевое поведение помогает установить близкие отношения с читателем, так как эти элементы соотносятся с ситуацией беседы, разговора, непринужденного общения.

Речевая мимикрия, то есть потеря автором собственного голоса, являющаяся продолжением первой стратегии, связана с намеренной трансформацией журналистом своего словаря. Стремления автора установить со своей аудиторией более тесный языковой контакт обусловил появление в публицистических текстах все большего количества внелитературных элементов (просторечий и даже жаргона). Такие факты несут опасность, в первую очередь, для адресата: читатель или слушатель, не использующий подобных языковых средств в обычной жизни, неизбежно привыкает к «чужому языку» и перенимает его как образцовый.

Диалогичность печатных текстов XXI века, свидетельствующая о позитивном стремлении автора услышать своего читателя, установить с ним близкий контакт, – это ответная реакция на стилистику предшествующей эпохи [Рынкович 2007: 73-75], которая и предопределила широкое применение сегодня журналистами данной речевой стратегии.

Все перечисленные стратегии имеют определенные сигналы разговорности, которые проявляются в лексических, морфологических и синтаксических средствах публицистического текста.

Учеными И.В. Анненковой, В.Г. Костомаровым, Н.И. Клушиной, Е.В. Покровской, О.Б. Сиротининой, Г.Я. Солганик и др., кроме данных констант, выделяются параметры, относительно недавно ставшие устойчивыми характеристиками современной речи и публицистического дискурса. К таковым относят включение в язык СМИ внелитературных элементов, трансформация идиоматических выражений, различные виды иронии, которые выступают в роли не просто стилистических приемов, а ключевых стилеобразующих черт.

Основной прагматической характеристикой медиадискурса, по мнению В.Г. Костомарова, Е.В. Покровской, Г.Я. Солганик, С.И. Сметаниной, Е.Ю. Скороходовой, А.П. Сковородникова, является аксиологическая характеристика. Оценочный фактор может не восприниматься носителем языка явно, осознанно, но присутствует, однако, в тексте и внедряется

исподволь в сознание адресата. Например, это может иметь место при реализации нескольких частных прагматических установок, свойственных современным СМИ:

1. Привлечение внимания аудитории, выделение при помощи определенных образно-языковых средств и таким образом выражение предпочтения чему-либо.
2. Прямое указание, как следует понимать что-либо, как действовать, каким образом реагировать на предложенную информацию.
3. Представление чего-либо в рамках оппозиции *свое – чужое, плохое – хорошее, истинное – ложное* (чаще всего используются антонимы, метафоры, фразеологические обороты, клишированные конструкции, аллюзии).
4. Предоставление как бы свободы выбора и при этом манипуляция с воздействием различных речевых приемов, то есть вовлечение читателя в свои рассуждения и подведение его к нужному выводу, который будто бы он делает сам.
5. Намеренное преувеличение или преуменьшение значения комментируемой информации; посеять сомнение; ввести в заблуждение.

Исследователи языка и стиля СМИ утверждают, «что в настоящее время происходит парадоксальное поглощение традиционных газетных жанров речевыми жанрами с оценочной доминантой» [Николаева 2011: 75-76]. Так, в современной публицистике формируется жанр трэш, основой которого становится смещение традиционного соотношения «стандарт - экспрессия» в сторону экспрессии. Главное в таких статьях – «оценка, которая всегда оформляется как мнение частного лица, носит демонстративно-личностный характер. Как правило, это крайне безапелляционное и категоричное суждение, не допускающее никаких сослагательных наклонений. Цель автора (стратегия) не больше и не меньше, чем изменить картину мира читателя, заставить его принять авторский, в данном случае всегда неординарный взгляд на мир» [Николаева 2011: 76].

Рассмотрение современного медиатекста невозможно без учета такого принципа современной журналистики и рекламы, как нарушение нормы литературного языка. Сюда можно отнести разные виды каламбуров (использование омонимии, полисемии и звукового сходства слов для создания игры смыслов), фразеологическую трансформацию, модификацию прецедентных текстов и т.д. Активно используется языковая игра, под которой в данном случае понимается «намеренное нарушение языковых норм с прагматической целью установления и поддержания экспрессивного фатического контакта со слушателями и зрителями через создание комического эффекта» [Куранова 2008: 7]. Языковую игру определяют как процесс взаимодействия журналиста с аудиторией. Эффективность же этого взаимодействия и успешность реализации поставленных задач зависят не только от автора текста (умения выбрать экспрессивные и эмоциональные средства воздействия языка), но и от адресата, от его способности принять и дешифровать игровой, юмористический смысл высказывания. Читателю важно понять особенности языковой игры, которую используют как средство экспрессии: журналист с помощью языковой игры создает креативный идиостиль, который способен привлечь внимание читателя. Языковая игра всегда связана с преднамеренным и осозанным нарушением нормы, но предполагается, что ее инициатор не просто знаком с нормами современного русского литературного языка, а обладает достаточным уровнем языкового мастерства и языковым чутьем. То есть для реализации языковой игры, построенной на нарушении нормы, необходима серьезная филологическая подготовка журналиста и высокий уровень владения не только средствами литературного, но и всего национального языка.

Реализации актуальных прагматических установок в современных средствах массовой информации служат самые разнообразные языковые средства (лексические, словообразовательные, грамматические, стилистические, текстовые, орфографические, пунктуационные) и внеязыковые средства (иконические знаки, сопровождающие текст;

использование графических средств – шрифта разной величины и разного цвета; расположение материала на газетной или журнальной полосе; система ссылок, приемлемая на страницах интернет-публицистики и т.д.).

В современной медиакulturе часто представлены тексты, в которых встречается лексика, имеющая различные функционально-стилистические характеристики или относящаяся к разным разным временным пластам. Лингвостилистический эффект в таких текстах достигается контрастом, когда вместе с нейтральными или специальными единицами употребляются разговорные или устаревшие. Предельно неожиданным становится текст (особенно посвященный какой-либо действительно серьезной теме, например политической), в котором книжная лексика (в том числе высокая, торжественная или терминологическая) объединяется с просторечием и жаргонизмами:

*К сожалению, 20 прожитых новой Россией лет - это время потерь. Не хочу говорить про социальные потери - все и так знают, что они чудовищны. Потери в образовании очевидны. **Новации**, которые в этой сфере пытаются сейчас проделать, - это **диверсия** какая-то! Порвались общинные, семейные связи, а без этого России нельзя. Деревня погибает, а без неё России не выжить. Фабрика, завод - они тоже исчезают. А ведь завод - это не просто предприятие. Трудовые **династии** - мощные культурные слои. Сегодня же всё покрыто плесенью **гламура**. У молодёжи целей других нет, кроме как **пробиться** и **засветиться**. И вот это я считаю самым страшным - что вся культура оказалась вынесена в сферу коммерции. Слава богу, государство ещё частично финансирует кино, поддерживают театры - иначе они **загнулись** бы. Но в общем на этом пути в новую жизнь мы растеряли всё, все цели, кроме одной - заработать денег! Хотя ещё лет 40 назад гениальнейший художник Зверев, к примеру, мог, довольствуясь тем бытовым минимумом, что имел, создавать **шедевры**. И таких, как он, гениальных **аскетов** было множество! И уж намного больше*

было людей, которых в этой жизни интересовало ещё что-то помимо идеи «срубить бабок» (АиФ 19.12.12).

К стилистическим и коммуникативным интенсификаторам, составляющим контраст на фоне русской лексики, относятся и заимствования из различных языков, в первую очередь последнего времени. В наше время через СМИ заимствуются не только экономические (*маркетинг, менеджмент*) и профессиональные наименования (*бенефициар, супервайзер*), но и наименования политических реалий (*спикер, лобби, истеблишмент*), наименования, связанные с государственным устройством (*электорат, инаугурация*), с организацией судебной деятельности и правового государства (*медиатор*).

Вместе с тем некоторые исследователи, например Е.В. Покровская, отмечают, что встречается большая группа слов, которые имеют точный русский эквивалент, и употребление иностранных слов на их месте можно рассматривать как дань моде, формирующей языковой вкус: *консенсус (соглашение), мониторинг (контроль), легитимность (законность), легализовать (узаконить)* и т.п. «Несмотря на наличие русских эквивалентов, журналисты предпочитают заимствования часто потому, чтобы сделать газетный текст более современным, не отстать от моды» [Покровская 2006: 83].

Иногда иностранное слово становится частотным, даже более удобным, чем соответствующее слово в русском языке, так как, обладая богатой морфологией и сочетаемостью, русский язык придает заимствованию более колоритный контрастный оттенок, привлекающий внимание читателей. Так, например, произошло с англоязычной заимствованной аббревиатурой PR (*public relations – пиар*), которая породила длинный словообразовательный ряд, в основном использующий сложение (*PR-рынок, пиар-деятельность, пиар-круги, пиар-агентство, пиар-фигуры, пиар-технологии, пиарщики, пиарить*), а также ряд клишированных конструкций (*эффективный пиар, пиар войны, черный пиар* и т.д.).

Еще одну группу лингвостилистических единиц представляют антонимы, широкое использование которых говорит о стремлении журналистов реализовать оппозицию «свой – чужой». Большой прагматический эффект достигается авторами, если они используют не только традиционные узуальные антитезы (*Вместо кнута Дума подарила городам пряник* (АиФ 28.07.05), но и нетрадиционные (контекстуальные) (*Между Жегловым и Шараповым* (НГ 13.03.13)).

Немалый эффект имеет оксюморон – прием, который объединяет логически несовместимые понятия в одно словосочетание: *Могу лишь сообщить, что лучший экспромт тот, который хорошо подготовлен.* (КП 30.09.15); *Лидеры БРИКС собираются на громкий саммит, чтобы поговорить в тишине о важном* (МК 12.04.11).

Нередко современные журналисты задействуют эффект каламбура, который может быть реализован на использовании антонимов, синонимов, омонимов, столкновении созвучных слов (парономасия), а также создании окказиональных единиц: *Сидетель по делу* (*В апреле в Мосгорсуде осудят Константина Лебедева*) (Коммерсант 15.04.13); *Уходит оппозиция – приходит инквизиция* (Коммерсант 07.12.11); *Владислав Сурков взял замоотвод* (*Бывший замглавы администрации президента стал бывшим вице-премьером*) (Коммерсант 13.05.13).

Кроме лексико-фразеологических средств, к инструментам современной медийной прагматики относятся и синтаксические конструкции, например синтаксическая конвергенция, представленная группой однородных членов предложения либо группой придаточных предложений: *Интеллект, аскеза и власть (умение властвовать) - это, конечно, главное, что позволяет сегодня успешно руководить любыми большими социальными, политическими и государственными системами* (НГ 18.04.12); *Публика же к театру имени Ермоловой с декабря по март стала относиться лучше – продажи выросли в два раза, что, вероятно, поддержит планы Меньшикова по проведению выставок, перфомансов,*

киносеансов и показов мод (НГ 05.04.13). Интенсивность текста в таком случае создается за счет накопления синонимов, нагнетания однородных членов, использования вставных конструкций, парцелляции, синтаксического параллелизма: Однако родители не обеспокоены, не обрывают телефоны разных инстанций и не пишут возмущенные письма президенту и мэру (МК 10.04.11). Часто эти тексты сопровождаются тропами, сравнением, гиперболой: Гражданское общество в современной России зашифровано, запечатано, загримировано, как гримируют развалины фанерными, ярко раскрашенными щитами, запечатывают в сокровенный ларец таинственный амулет (МК 12.06.09); Политкорректность — зловещий идол, олицетворяющий перерождение современной либеральной доктрины, — нависает над христианским Западом не менее угрожающе, чем ваххабизм нависает над мусульманским Востоком (НГ 12.04.12).

Следует заметить, что многие исследователи сегодня указывают на не всегда корректный прагматический замысел, реализуемый в языке СМИ. Так, О.И. Валентинова считает, что нередко «жертвой заданного маркетингового подхода, то есть подхода, нацеленного на активное воздействие на потребительский спрос во имя расширения сбыта производимого информационного товара, становится смысл» [Валентинова 2010: 63]. Ученый приводит пример прагматического казуса, появившегося в результате семантического и логического несоответствия. Так, в одном из ток-шоу новость журналистами была анонсирована так: «Убить или усыновить» (речь шла о том, чтобы убедить беременных женщин, решившихся по социальным причинам на аборт, отказаться от своего намерения: лучше выносить ребенка, родить и отдать бездетной паре на усыновление) [там же]. В этом примере мы сталкиваемся с абсурдом: построенная на логико-языковой альтернативе фраза теряет смысл, так как первое действие относимо к одним людям, а второе действие будут совершать другие.

Успешность коммуникации возможна только в том случае, если актуализируемые в тексте СМИ фрагменты культурного фонда адресанта и адресата в значительной степени совмещены. При этом прагматическая целеустановка предполагает не только простой отбор необходимых фактов, но и подачу их в определенном ракурсе, то есть она вынуждает автора не только соответствующим образом организовать текст, но и обуславливает композицию и характер языковых средств, а также требует от журналиста эрудиции, знания конвенциональной нормы и этической состоятельности: *Прокрустово ложе унифицированной школы (Одинаковые учителя, учебники, учебные учреждения... мысли)* (НГ 30.04.13).

К прежним признакам современной публицистики (повседневная доступность, расширенный диапазон тем, оперативность и т.д.), добавляются новые характеристики: «активная, иногда агрессивная оценочно-воздейственная направленность газетного текста, усиление личностного начала, смысловая многослойность, ориентация на разного адресата, стилистическое разнообразие, смещение приоритетов. Открытость, композиционное варьирование, жанровая размытость делают газетные тексты популярными в любой читательской аудитории» [Покровская 2005: 69]. Современный публицистический текст не просто сообщает, а интригует, убеждает, делает читателя своим соавтором, выстраивает между адресатом и адресантом неофициальные отношения, характерные для непринужденного общения, живой беседы: *За 13 (счастлиное число!) с лишним лет нынешняя власть привыкла, что прогрессивная общественность «разводится» как угодно, причем легко и непринужденно. Брось ей (общественности) чахлую информационную кость — она ее обгложет так, словно не ела шесть дней, подобно бывшему депутату Государственной думы от кадетской фракции И.М. Воробьянинову* (МК 19.04.13).

В языке СМИ активно используются разговорные речевые стратегии, происходит намеренная трансформация медиастилистики, усиливается диалогизация, что свидетельствует о стремлении журналиста сблизиться с

широкой аудиторией, установить коммуникативный контакт с представителями различных социальных групп: *После череды сколковских инноваций у Суркова была альтернатива: оставаться мальчиком для битья, привязанным к стулу - или этот стул от себя отпихнуть. Зная его характер легко было понять какой вариант он выберет... Последний по времени (но уверен, не последний на его веку) проект - Сколково. И если по тем или иным причинам, судить о которых я не берусь, этот проект "нанокрылся медным тазом" - то что ж ему в правительстве сидеть? (НГ 08.05.13).* Сближение стилистики СМИ с разговорной речью дает современным журналистам больше возможностей для успешного осуществления своего творческого плана, полноценного проявления своей индивидуальности, эффективного коммуникативного воздействия на читателей.

Таким образом, средства массовой информации современной России демонстрируют в своей культурно-речевой практике усиление личностного начала, трансформацию приоритетов и ценностей, расширение стилистического разнообразия. Такое состояние обусловлено рядом особенностей современного публицистического дискурса: его демократичностью, оценочно-воздействующей направленностью, отрицанием нормы литературного языка, которое связано с включение в газетные и журнальные тексты, в радио- и телевыступления лексики и фразеологии ограниченного употребления.

Как мы выяснили, значительным количество информационных потоков, характерных для современной жизни, и усложнением прагматических целей обусловлено значительное усиление диалогичности публичной речи. Журналисты XXI века, создавая диалогическое взаимодействие и стремясь установить контакт с читателями, настраиваются на их возможности восприятия. В газетные тексты активно входят тропеические средства, разговорная лексика и т.п. Образность, экспрессия, характерная для стилистически маркированных средств лексики, помогают избежать шаблонности и безликости в современной печатной публицистике,

делают медиастилистику нестандартной и творческой. Создавая атмосферу диалога и доверительную интонацию, узуальные и окказиональные фраземы сокращают дистанцию между адресантом и адресатом, помогают публицисту эффективно решать задачу воздействия на читателей.

Итак, прагматическая установка современной журналистики предполагает не только отбор определенной информации, но и ее подачу аудитории в определенной языковой «оболочке», что обуславливает жанровое и композиционное разнообразие текстов, становится причиной развития разнообразных лингвостилистических приемов, в том числе связанных с использованием ресурсов русской лексики.

Глава II. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЕКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ РУССКОГО ЯЗЫКА, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В ТЕКСТАХ ГАЗЕТЫ «НОВОСТИ ОСКОЛА»

Лексику русского национального языка специалисты дифференцируют по сферам ее употребления. Одни слова известны всем говорящим на русском языке (*земля, идти, белый, хорошо, вот* и др.), другие употребляются в какой-то определенной местности, а за ее пределами не известны и не понятны (*гайно* ‘гнездо’ в северных говорах, *кочет* ‘петух’ в южнорусских говорах и т.п.), третьи используются людьми определенной профессии (специальные технические термины) или обособленных социальных групп (воровское аргю) и т.д.

В зависимости от стилистической маркированности, сферы употребления и актуальности использования лексика русского языка может быть подразделена на несколько групп: 1) лексика нейтральная и стилистически маркированная; 2) лексика общенародная (общеупотребительная) и ограниченной сферы употребления; 3) лексика активного употребления и пассивная лексика [Касаткин 2004: 213].

Рассмотрим функционально-стилистические характеристики лексических средств, представленных в газетно-публицистических жанрах печатного издания «Новости Оскола». Еженедельная газета издается в Старом Осколе тиражом более 8000 и содержит разнообразную информацию о городских, районных и областных событиях.

1. Лексика с точки зрения стилистической маркированности

1.1. Стилистически нейтральная лексика

Стилистически нейтральная лексика составляет основу лексических средств языка, используется во всех разновидностях устной и письменной речи. Нейтральные слова служат для наименования предметов, действий, состояний и свойств и для сообщения какой-либо информации, без какой-либо оценки называемого со стороны говорящего. Среди слов некоторых частей речи преобладает лексика нейтральная; таковы, например, числительные (*один, два* и т.д., *первый, десятый, тысячный* и т.д.), местоимения (*я, ты, он, мой, твой, наш, свой* и др.), большая часть предлогов и союзов (*в, на, о, по, перед, и, а, но, потому что* и др.) [Винокур 1980: 157].

В текстах газеты «Новости Оскола» стилистически нейтральная лексика составляет основу речевых произведений и выступает как средство общего восприятия. Например: *Проверили во время конкурса у участников и их интеллектуальные способности, а также на что способны парни в быту: нужно было почистить картошку, забить гвоздь и правильно завязать галстук. И все это — как можно быстрее. Если с первыми заданиями наши богатыри справлялись кто-то лучше, кто-то хуже, то вот галстук вызвал затруднения. Но не у Фарруха Умирзакова, который и картофель отделил от кожуры, и галстук завязал мгновенно. По итогам всех конкурсов он-то и завоевал звание «Защитника Оскола -2017»!* (НО 24.02.2017). *Как всегда, Центр декоративно-прикладного творчества не перестает удивлять. Регулярно в его стенах проводятся всевозможные*

выставки, на которых есть, что посмотреть. Опытные мастера и просто любители выставляют на суд зрителей работы, от которых трудно отвести глаз. 2 июня любители декоративного искусства продемонстрировали различные виды вышивки. Чего тут только не было: картины, панно, подушечки, вышитые крестиком, гладью... Присутствовала также смешанная техника, алмазная вышивка, вышивка лентами... (НО 08.06.2017).

Следует заметить, что, являясь основой газетного дискурса, стилистически нейтральная лексика в анализируемом печатном издании за 2017, составляет всего лишь около 45% и сравнительно редко является единственным текстообразующим средством. Информирование о событиях современной жизни требует от журналиста и иных средств: практически не встречаются тексты без лексики специальной и стилистически маркированной.

1.2. Стилистически маркированная лексика

1.2.1. Книжная лексика

В силу особенностей письменного текста, рассчитанного на групповую и массовую коммуникацию, а также в связи с субстанциональной значимостью письменной речи для литературного языка книжная речь, исторически складывавшаяся в современных литературных языках, прежде всего, как речь письменная, имеет несравненно более разработанную функционально-стилевую дифференциацию по сравнению с разговорной речью. Этим важным обстоятельством обусловлена глубоко структурированная стилистическая дифференциация словаря книжной речи с достаточно четко выявленным его подразделением в экспрессивно-стилистическом и функционально-речевом аспектах [Бельчиков 2005: 44].

Книжную лексику составляют слова, которые используются преимущественно в письменных и устных функциональных вариантах

книжной речи. Предметно-тематический репертуар книжной речи определен идейно-содержательным и модально-эмоциональным характером тематики и проблематики письменно-книжных текстов.

Книжная лексика группируется в крупные предметно-тематические объединения: общественно-политическая, научная и научно-техническая, общенаучная, официальная лексика [Бельчиков 2005: 44].

Рассмотрим группы лексики на примере анализируемого материала:

1) общественно-политическая лексика (*субботник, государство, гражданин, ответственность, акция, качество жизни, выборы, труд* и т.п.), например: *Политика администрации нашей области направлена на повышение качества жизни каждого белгородца, уделяя особое внимание потребностям пожилого населения. По мнению главы региона, в реальном секторе экономики не должно быть ни одного предприятия, где оплата труда сотрудника составляла бы меньше 22 тыс. рублей (НО 14.09.2017).; ...Они шли на несогласованную акцию протеста, эти ожидания были более чем уместны. Но всё прошло на редкость тихо и мирно. Власти дали разрешение проводить митинг сторонников Навального в отдалённом, глухом месте — в парке Железнодорожников. (НО 01.02.2018).*

2) научная и научно-техническая терминология (*алкоголь, бродяжничество, девиантный, словесность, энцефалопатия, искусство, билингвизм, языкознание, гиперактивность, асоциальный* и т.п.), например: *Около 83% детей, отмечает доцент, рождается с перинатальной энцефалопатией. Говоря простым языком, ребенок имеет фоновое возбуждение коры головного мозга. В будущем это может привести к диагнозу «синдром дефицита внимания» или «гиперактивность». Поэтому контроль над ребенком должен быть постоянным. Важен точный режим дня, чтобы выработать дисциплинированность (НО 01.02.2018).;*

3) общенаучная лексика (*конференция, структура, новаторский, анализ, семинар, тезис, положение, принцип, программа, вывод, резюме, обобщение, заключение, дефиниция, систематизировать, теория* и т.п.),

например: *На семинарах* присутствовали не только новички, но и те, кто уже неоднократно принимал участие в социальной **программе** *Металлоинвеста*. В Старом Осколе она стартовала в 2014 году, в Губкине годом ранее. И за это время поддержано немало **новаторских** идей в области детского здравоохранения. В Старом Осколе, Губкине, Железногорске и Новотроицке **программа** «Здоровый ребёнок» показывает хорошие **результаты**. Многие **проекты** направлены на решение комплексных проблем, имеются и команды, где совместно работают и врачи, и педагоги, и узкие **специалисты**. О том, зачем нужны обучающие семинары, о своей работе над проектами, рассказали авторы проектных работ, уже получивших **грантовую** поддержку (НО 02.11.2017);

4) официальная лексика, включающая в себя словарь делопроизводства, юридическую, дипломатическую лексику (*правонарушение, ведомство, благодарность, выговор, исполнение, рабочий день, тариф, диплом, выявить, сессия, трафик, следствие, абонент, договор, соглашение* и т. п.), например: *На предприятиях, имеющих статус юридического лица, ответственными лицами за найм и оформление работников является директор и сотрудники отдела кадров. Если нарушение незначительно и заключается лишь в сравнительно небольшой просрочке или неточностях в оформлении, а также если речь идет об одном или двух работниках, штраф* будет выписан не лично на ответственных лиц, а на **предприятие**. Суммы **штрафа** – от 100 тыс. руб. за каждого неправильно или поздно оформленного **сотрудника**. Если такие **правонарушения** выявляются неоднократно, а также масштаб их значителен, речь идет об особо крупных размерах **ущерба** (НО 21.09.2017).

Среди книжных слов есть многочисленная группировка, которую можно обозначить как общекнижная лексика. Ее составляют лексемы весьма разнообразного предметно-тематического характера, многие из них отличаются большой смысловой емкостью, такие слова обычно выступают в расширительно-переносных значениях, поскольку по происхождению

связаны с той или иной специальной терминосферой. Например, *абсолютный, актуальный, адаптироваться, интенсивный, дискуссионный, дискутировать, конкуренция, лимитировать, масштаб, перинатальный, противоположный, результативный, реконструкция, элементарный* и т.п.. Подобные слова употребительны в жанрах книжной речи. Достаточно активны они и в речевой практике публицистических материалов. Например: *...В Норвегии практически нет бедных и богатых — абсолютное большинство страны составляет средний класс (НО 21.12.2017). 16 июня в Центре культуры и искусств прошло торжественное мероприятие, посвященное Дню медицинского работника. В этот день чествовали тех, кто своим трудом дарит исцеление и возвращает полноту здоровой жизни. Каждый день люди в белых халатах приходят на помощь людям, которые доверяют им самое дорогое — здоровье свое и своих близких. Медицинский работник — призвание и ответственность. Это — любовь и забота, умение помогать и сопереживать (НО 22.06.2017).*

В составе книжной лексики выделяют такие пласты экспрессивно окрашенных слов: лексика торжественная, поэтическая, с экспрессивной окраской «книжности» (книжная), официальная.

Книжная или торжественная лексика – высокие слова – используются в особых, торжественных ситуациях, в динамичных контекстах ораторской речи и публицистики, исполненных гражданского пафоса. Это такие слова, как *водрузить, воспеть, величественный, грядущий, отважный, припадать, поборник, поприще, ратовать, страждущий, священный, столп, светоч, тернии* и т. п.. Например: *Что год грядущий нам готовит (НО 12.01.2017). ... Проработал на комбинате «КМАруда» до того самого трагического момента, когда в июле 1967 года перестало биться его доброе, отважное сердце... (НО 12.05.2016). Нам показалось, что она не очень возрадовалась нашему визиту. На вопрос, где Владимир Васильевич, молча указала на отдельный вход, который привел в комнату, выгороженную из просторной горницы (НО 30.03.2017).*

В состав лексики высокой входит большое количество особой устаревшей лексики – архаизмов. Это связано с тем, что, во-первых, среди архаизмов много слов, наделенных экспрессией торжественности, а во-вторых, видимо, сама по себе характеристика слова как устаревшего, архаизированного, придает ему особую выразительность в контексте современной речи. Например: *Именно тут будущий артист начал делать свои первые шаги на творческом **поприще**, режиссируя школьные представления (НО 17.11.2016). «Вышла такая «звёздочка», и нас всех потрясла. Ты так меняешь настроение, показываешь, танцуешь. Ты – **кладезь талантов**» (НО 14.12.2017).*

Поэтическую лексику, близко примыкающую к книжной лексике, составляют слова, употребляемые в стихотворной речи, а также в художественной прозе (в торжественных монологах героев, в лирических отступлениях и т. п.). Сюда относятся такие слова, как *врата, десница, золотой, лик, ладья, ночь, обитель, очи, челн, чело* и т. п. Эти и подобные слова в современной речи, за единичным исключением, практически не употребляемы [Бельчиков 2005: 45]. В текстах газеты «Новости Оскола» за 2017 год поэтическая лексика не представлена.

По экспрессивной окраске выделяется также официальная лексика, которая совпадает по составу слов с предметно-тематическим разрядом, объединяющим юридическую, делопроизводственную и дипломатическую лексику. Для официальной лексики характерна высокая степень обобщенности семантики и подчеркнута строгая, сдержанная тональность; используется преимущественно в жанрах делового стиля. К ней прибегают в текстах законодательных актов, в юридической, судебной документации, в деловой переписке, в газетных отчетах официальной хроники, в дипломатических документах, в административных инстанциях. Например: *В **преддверии** очередного **призыва** военные прокуроры 56-ой военной прокуратуры гарнизона **приступают** к **надзорному сопровождению** **призывных мероприятий** (НО 19.10.2017). В селе Песчанка успешно*

реализован проект по благоустройству прилегающей территории к храму Рождества Пресвятой Богородицы. На территории храма установлено ограждение, убран мусор, высажены деревья и кустарники (НО 26.10.2017).

Подчеркнутая официальность слов рассматриваемого лексического пласта наглядно видна при сопоставлении с параллельными способами обозначения тех же или аналогичных понятий, явлений, фактов и т.п. в официальных ситуациях, в текстах деловых бумаг и в неофициальной обстановке (например, в быту), в частном письме [Солганик 2000: 191]: *в преддверии – в начале, оказать помощь — помочь, следует — надо* и т.п. Специфическая окраска книжной лексики способствует использованию ее в качестве не только изобразительно-выразительных средств, но средств экспрессивности и коннотации.

1.2.2. Сниженная лексика

Сниженная лексика по степени экспрессивно-стилистической окраски делится на два разряда: лексику разговорную и лексику просторечную. В текстах газеты «Новости Оскола» нами были выявлены как разговорные, так и просторечные слова

Разговорная лексика, функционирующая в непринужденной речи, при неофициальных отношениях между собеседниками, часто содержит оценку (положительную или отрицательную) обозначаемого предмета, свойства или действия; такая оценка хорошо ощущается и сравнении разговорного слова с близкими ему по смыслу, но стилистически нейтральными или книжными словами *бездарь — бездарность, нагоняй — выговор, нынче — сегодня, ухитриться — изловчиться* и т.п. [Косоножкина 2004: 42]. Рассмотрим примеры газетного дискурса с применением средств разговорной лексики.

Были и такие педагоги, которые по необъяснимой причине считали ее бездарью (НО 26.10.2017).

В словаре русского языка мы находим указание на принадлежность слова *бездарь* к разряду разговорной лексики [СРЯ 1999, 1: 70].

И сама Надежда, и ее супруг перечислили массу недоделок, которые они обнаружили после переезда (НО 24.02.2017).

Слово *недоделка*, являясь многозначным, также классифицируется как разговорное [СРЯ 1999, 2: 436]. В анализируемом тексте у рассматриваемого слова определяется переносное значение «упущение, изъян в каком-л. изделии, сооружении и т. п.».

В тексте газетных статей слова *бездарь* и *недоделка* употреблены автором статьи как элементы разговорного дискурса, который содержал первоначальную информацию.

Просторечная лексика, отличаясь от разговорной большей силой экспрессии, употребительна главным образом в эмоциональных речевых ситуациях: при необходимости дать оценку называемому лицу, свойству, явлению, при дружеских и фамильярных отношениях между собеседниками например, такие слова, как *бедолага*, *оболтус*, *облапошить*, *пивнушка*, *ухмылка*, *ляпнуть*, *втемяшишься* и др. Например, в тексте газеты «Новости Оскола»: ... *Из малого и среднего бизнеса в Старом Осколе развиваются только пивнушки и будки микрофинансирования (НО 22.06.2017).* ... *Западные страны примазываются к нашим успехам в борьбе с террористами (НО 14.12.2017).*

Принадлежность слова *пивнушка* к разряду просторечной лексики подтверждается толковым словарем русского языка [СРЯ 1999, 3:120].

Глагол *примазываться* во всех своих значениях имеет стилистическую характеристику просторечное [СРЯ 1999, 3: 421].

Сниженная лексика часто встречается в современных средствах массовой информации, что специалисты объясняют экстралингвистическими социальными факторами (социальные катаклизмы, перемены в общественно-политической жизни общества) и общей тенденцией к расширению нормативных границ языка массовой коммуникации [Винокурова 2016: 306].

Кроме того, подчёркивается, что именно СМИ являются активным фактором, способствующим взаимопроникновению норм письменной и устной речи и ослаблению позиции нормы языка в сторону ее демократизации.

2. Лексика с точки зрения употребления

2.1. Общепотребительная (общеупотребительная) лексика

Слова, употребление которых свойственно всем говорящим по-русски и не ограничено какой-либо территорией, профессией или социальной средой, составляют общепотребительную (общеупотребительную) лексику русского языка. Общеупотребительные слова — ядро лексической системы языка; без них невозможно его существование, невозможно общение. К общеупотребительной лексике относятся слова, обозначающие жизненно и социально важные понятия, действия, свойства: *белый, быстро, видеть, вода, земля, злой, идти, мать, работать, светло, слышать, темно, хороший* и др. Они обычно имеют определенные и устойчивые значения, которые являются общими для всех носителей языка и не изменяются в течение длительных периодов времени. Стабильность и понятность общеупотребительной лексики служат взаимопониманию разных людей как в одном, так и в сменяющих друг друга поколениях [Солганик 2000: 105]. Общеупотребительная лексика не имеет стилистической маркированности.

Это не означает, что общеупотребительная лексика составляет замкнутую группу слов. Напротив, она может пополняться словами, которые ранее имели ограниченную (диалектную или профессиональную) сферу употребления. Например, сфера употребления слов *животрепещущий, разношерстный* еще в первой половине XIX века была ограничена профессиональной средой; а слов *неудачник, самодур, завсегда* — диалектной средой. С другой стороны некоторые общеупотребительные слова с течением времени могут выходить из общего оборота, сужать сферу своего употребления: например, слова *зобать — есть, брезг — рассвет*

сейчас встречаются только в некоторых русских говорах [Касаткин 2004: 213]. Бывают случаи, когда слово из общеупотребительного словаря уходит в профессиональные жаргоны.

2.2. Диалектная лексика

Слова, ограниченные территорией употребления, составляют диалектную лексику. Диалектные слова функционируют преимущественно в устной форме речи, так как и сам диалект – это главным образом устная разговорно-бытовая речь жителей определенной сельской местности.

Диалектная лексика отличается от общенародной не только более узкой сферой употребления, но и рядом фонетических, грамматических и лексико-семантических особенностей [Розенталь 1995: 78]. Это отчетливо проявляется, когда диалектные слова попадают в литературное употребление: своей формой (произношением, ударением, словоизменительными особенностями) или значением они отличаются от лексических средств, соответствующих литературной норме. Такие слова называются диалектизмами.

В зависимости от того, какими особенностями характеризуются диалектизмы (в отличие от литературной лексики), различают несколько их типов:

1) фонетические диалектизмы — слова, в которых отражаются фонетические особенности данного диалекта: *бочья, Ванька, тияток* (вместо бочка, Ванька, кипяток) - южнорусские диалектизмы; *курича, цясы, целовек, немчи* (вместо курица, часы, человек, немцы) — диалектизмы, отражающие звуковые особенности некоторых северо-западных говоров [Касаткин 2004: 112];

2) грамматические диалектизмы — слова, имеющие иные, чем в литературном языке, грамматические характеристики или отличающиеся от общенародной лексики по морфологической структуре [Фомина 2001: 211]. Так, в южных говорах существительные среднего рода нередко

употребляются как существительные женского рода (*вся поле, такая дело*); в северных говорах распространены формы *в клубу, в столу* (вместо в клубе, в столе), вместо общеупотребительных слов *сбоку, дождик, бежать, нора* и др. в диалектной речи употребляются слова с тем же корнем, но иные по морфологическому строению: *сбочь, дожджок, бечь, норь* и т. п..

3) лексические диалектизмы — слова, и по форме, и по значению отличающиеся от слов общенародной лексики: *гаман* 'карман', *карагод* 'хоровод', *летось* 'в прошлом году', *гутарить* 'говорить', *инда* 'даже' и т. п. Среди лексических диалектизмов выделяются местные названия вещей и понятий, распространенных в данной местности. Эти слова называются этнографизмами. Например, этнографизмом является слово *панева* — так в Белгородской, Воронежской, Курской и некоторых других областях называют особую разновидность юбки.

4) семантические диалектизмы. Диалектное слово может отличаться от общеупотребительного значением; в этом случае говорят о семантических диалектизмах. Так, глагол *угадать* используется в значении 'узнать кого-либо в лицо', *темно* — в значении 'очень, сильно' (темно люблю 'очень люблю'); в сибирских *дивно* означает 'много' и т. д.

В качестве выразительно-изобразительных средств диалектизмы нередко используются писателями и поэтами для создания художественных произведениях, с их помощью даются речевые характеристики персонажей, изображаются особенности жизни региона с уточнением названия некоторых вещей и понятий [Кузнецова 1989: 200]. Например: «Было морозно и колко, но с вечера стало *замолаживать*» (Л.Н.Толстой) — этот глагол в орловских и тульских говорах значит 'пасмурнеть, клониться к ненастью', как объясню это значение В.И. Даль [Даль 2004]; «— *Вся лицо так вроде как голубая стала*» (И. Бабель) и т.д.

Статьи в газете «Новости Оскола», освещающая жизнь провинциального русского города, создаются с помощью средств литературного языка, поэтому употребление диалектной лексики не характерно для стилистики

рассматриваемого периодического издания. Однако в материалах, ориентированных на краеведческую тематику, встречаются диалектизм. Например, лексические и семантические диалектизмы отмечены в статье Евгения Евсюкова, посвященной юбилею известного краеведа: *Открываем книгу, выпущенную в 2017 году, наугад. «Что общего между горшком и макитрой. И чем они различались?» – вопрошает автор на странице 94. Я, родившийся в селе, чувствую, что затрудняюсь ответить на простой, казалось бы, вопрос (НО 26.10.2017).*

Слово *горшок* отмечено в толковом словаре русского языка как однозначное и общеупотребительное: «Округлый глиняный сосуд с довольно узким дном, служащий для варки пищи, хранения молока и т. п. || Глиняный сосуд для цветов, расширяющийся кверху и с отверстием на дне для стока воды при поливке. || Сосуд для мочи и испражнений. *Ночной горшок*. [СРЯ 1999, 1: 337].

В то же время, являясь лексемой диалектного языка, слово *горшок* в говорах русского языка функционирует как многозначное: 1) Глиняная посуда, в которой ставят тесто из белой муки. Ленингр.// Пирожный горшок. Ленингр. 2) Глиняный сосуд с узким горлом для кипячения и хранения молока. Пск., Арх., южн. и центр, обл. к юго-вост. от Москвы, Краснояр., Сызр., Камышл. Куйбыш. Тамб. 3) Глиняный узкогорлый сосуд, употреблявшийся раньше у сахароваров. «Так называются сахароварами узкогорлые кувшины без ручек, глиняные, внутри обливные, дабы патока не проникала. Они подставляются под формы для стока патоки». Бурнашев [без указ, места]. 4) Корчага для варки пива. Волог., Арх., Твер. 5) Самовар. Чайная-то травка есть бы у меня, да горшка-то нет. Кадн. Волог. 6) Горшки, мн. Медицинские банки. Тамб., 1850-1851. 7) Большая яма в земле в детской уличной игре «из-за лом». Кольск., Арх., 1878. 8) Горшки, мн. Игра, при которой играющие становятся в круг попарно, причем в каждой паре «горшок» сидит, а продавец стоит. Твер., 1900. Игра [какая?]. Пошех., Волод., Яросл., 1929. 9) Горшки, мн. Способ ношения ребенка на спине.

Нижегор., 1894 [СРНГ 1972, 7: 78-79]. Сравнивая горшок и макитру, автор статьи не уточняет семантику слова, но, несомненно, называет предмет глиняной посуды.

Слово же *макитра* является собственно лексическим диалектизмом и представлено в «Словаре русских народных говоров» как наименование посуды в разных говорах русского языка: Макитра и макидра, ы, ж. Большой широкий горшок, в котором трут мак, табак, ставят опару; вообще большой глиняный сосуд. Орл., Иркут. Том., Новосиб., Ворон., Курск., Брян. Дон., Рост., Кубан., Краснодар., Терек., Ставроп., Южн., Зап., Свердл., Енис., Сиб. || Большой горшок с узким дном. Том., Саратов. || Большой широкий горшок с ручками, в котором ставят тесто, хранят сметану и т.д. Курск., Брян. [СРНГ 1981, 17: 310].

Такое использование диалектной лексики в публицистическом дискурсе обусловлено особенностями истории, этнографии и культуры региона.

2.3. Профессиональная и специальная лексика

Слова, употребление которых свойственно людям определенных профессий, имеющие сферой своего использования какую-либо специальную отрасль науки или техники, составляют лексику профессиональную и специальную: лексика специальная – официально принятые и регулярно употребляемые специальные термины; профессиональная лексика – свойственные многим профессиям переосмысленные слова и выражения, взятые из общего оборота [Винокур 1980: 115].

Специальная терминология обычно «покрывает» всю данную специальную область науки или техники: все основные понятия, идеи, отношения получают свое терминологическое наименование. Терминология той или иной отрасли знания или производства создается сознательными и цели направленными усилиями людей — специалистов в данной области. Здесь действует тенденция, с одной стороны, к устранению дублетов и

многозначных терминов, а с другой - к установлению строгих границ каждого термина и четки отношений его с остальными единицами, образующими данную терминологическую систему [Фомина 2001: 218].

Профессионализмы менее регулярны. Поскольку они рождаются в устной речи людей, занятых той или иной профессией, они редко образуют систему (никто специально не заботится о создании такой системы). В отличие от специальных терминов профессионализмы ярко экспрессивны, выразительны (благодаря своей метафоричности), и это их свойство с особой отчетливостью обнаруживается в соседстве с официальным, книжным специальным термином, значение которого данный профессионализм дублирует.

В некоторых случаях профессионализмы могут использоваться на правах официальных терминов; их экспрессивность при этом несколько стирается, однако лежащая в их основе метафоричность значения ощущается достаточно хорошо. Например, такие термины, как *плечо рычага*, *зуб шестеренки*, *колесо трубы* и др.

В газетном дискурсе специальные термины и профессионализмы выполняют особую функцию: в тексте статьи они ориентирует читателя на специфику темы или сферы жизнедеятельности людей, которые связаны с той или иной профессией или адресацией информации. Например, в текстах статей мы встречаем специальные слова *технолог*, *гидротранспорт концентрата*, *ливневая канализация*, *визуально*, *водоотводный тубинг*, *ВИЧ*, и др.: ... *Областные и центральные газеты, с гордостью писали о том, как главный технолог комбината «ЭМС» Владимир Гамора внедрил ценное рацпредложение, речь шла об оригинальном решении, которое использовали при устройстве гидротранспорта концентрата (НО 20.04.2017). Был выполнен проект на ливневую канализацию. Он неоднократно менялся, но не по вине проектировщика. Просто визуально невозможно определить, на какой глубине заложен водоотводный тубинг под дорогой, в связи с чем и вносились коррективы (12.05.2017). Профессия вальцовщика очень сложная.*

Мы контролируем прохождение металла, следим за его качеством, отвечаем за геометрию проката. Всё должно быть строго по ГОСТу и техническим условиям, в соответствии с заказом необходимо соблюдать требуемые размеры и допуски (10.08.2017).

При этом публицистический дискурс, перегруженный специальной лексикой, сложен для восприятия и представляет собой текст научно-информационного жанра, например: *Одним из массовых путей распространения ВИЧ является его передача от человека к человеку при парентеральном потреблении психотропных препаратов (наркотиков). Основным фактором передачи возбудителей ВИЧ-инфекции явилась кровь, остающаяся на средствах (иглы, шприцы, посуда и проч.), используемых для введения препаратов, а также инфицированная кровь, попадающая непосредственно в растворы наркотиков. Заражение происходит при последующем использовании контаминированных вирусами предметов и материалов другими потребителями, использование одного шприца или иглы последовательно (без промежуточной дезинфекции) несколькими наркопотребителями (30.11.2017).*

При ограниченной сфере употребления специальной и профессиональной лексики между нею и общеупотребительной лексикой существует взаимодействие. Литературный язык осваивает многие специальные термины: они начинают употребляться в не свойственных им контекстах, переосмысляться, в результате чего перестают быть терминами, или детерминологизируются [Фомина 2001: 221]. Например, в современной публицистике, в разговорной речи, а иногда и в художественной литературе встречается употребление таких оборотов, как *идейный вакуум, бацилла равнодушия, орбита славы, коррозия души, контакт с населением* и т.п.. В тестах газеты «Новости Оскола» за 2017 год нами был зафиксирован один пример детерминологизации: *В ОНФ решили провести форум «Россия устремлённая в будущее». Когда любители русского языка намекнули им, что перед причастием «устремлённая» неплохо было бы поставить запятую,*

авторы проекта гордо ответили: «Мы не хотим ставить **запятую** после названия нашей страны. После России **запятой** нет». Сказал — как отрезал. Патриот высшего уровня. Даже комментировать не буду. Буду тихо гордиться (НО 30.11.2017). В данном контексте у слова запятая появляется новое значение – знак ограничения.

2.4. Жаргонная лексика

Слова, употребление которых свойственно людям, образующим обособленные социальные группы, составляю; лексику жаргонную. Некоторые лексические элементы, проникшие в прошлом из социальных жаргонов в общенародную лексику, сохраняются в ней и сейчас. К ним относятся, например, слова *жулик* (лит. 'фальшивка'), *заколodило*, *шустрый* и некоторые другие. Кроме того, сохраняется и постоянно обновляется лексика молодежного — школьного и студенческого — жаргона. Для современного состояния характерны, например, многочисленные англицизмы, нередко намеренно искаженные: *френд* 'мальчик, друг' (от англ. friend), *дансить* 'танцевать' (от англ. to dance), *вайтовый* 'белый' (от англ. white), *трузера* 'брюки, штаны' (от англ. trousers) и др. [Солганик 2000: 182].

Жаргонными являются некоторые переосмысленные слова общенародной лексики: *тачка* в значении 'автомобиль', *слинять* 'незаметно уйти', *предки* 'родители' и т.п., экспрессивные образования типа *стипуха* 'стипендия', *потрясно* 'очень хорошо, отлично, изумительно', *фирмовый* 'высшего качества, модный' и др.

Современная литературная речь, особенно в устно-разговорной ее разновидности, испытывает значительное влияние социальных жаргонов.

Жаргонная лексика имеет узкую сферу употребления: используют в общении с людьми того же социального круга, что и говорящий. В художественных произведениях жаргонные слова могут служить для речевой характеристики персонажей, употребляться в целях стилизации. Так,

например, в романе Д. Гранина «После свадьбы» в речи героев — молодых людей (рабочего и инженера) встречаются такие, жаргонные по своему характеру, слова и обороты: «Это я в порядке *трена*»; «Танцует она — *блеск!*»; «Пойдет совсем другая *житуха*» и др. Встречаются жаргонные слова — и в диалогах, и в авторской речи — в произведениях таких известных русских писателей, как Л.Леонов, В.Шукшин, В.Аксёнов, С.Каледин, в поэзии А.Вознесенского, Е.Евтушенко и других. При этом употребление жаргонизмов в художественном тексте должно быть оправдано и общим замыслом произведения, и стилистически [Бельчиков 2005: 17].

На страницах газеты с помощью жаргонной лексики создается эмоциональное повествование, в котором автором передается не только неофициальная обстановка, но авторская оценка информации. Например: *Водитель понял, что «накосячил». И попытался исправить ситуацию... (НО 22.06.2017). Белгородские власти же гнут свою линию, при этом достоянием общественности свои действия делать не хотят. Повторимся: ни один старооскольский журналист не удостоился чести быть приглашённым на заседание по такому важному вопросу. Заседание было организовано не местными властями, а областными. Мы, мол, своих, белгородских мастеров слова с собой привезли. Для чего тогда высокое начальство приехало в наш город? Собирали бы свой междусобойчик в Белгороде. Можно расценивать подобный подход не только как неуважение к местной прессе, но и как неуважение к старооскольцам в целом (НО 06.04.2017). Ждём следующих новостей из той же оперы. (НО 12.05.2017).* В приведенных контекстах, по нашему мнению, жаргонная лексика направлена на создание экспрессивности, основной задачей которой является создание определенного мнения у читателей газеты.

§3. Лексика активного и пассивного запаса

Языковая система постоянно изменяется и развивается. Самым подвижным уровнем языка является лексика, так как она в первую очередь

реагирует на все изменения в обществе, пополняясь новыми словами. В тоже время наименование предметов, явлений, не получающих более применения в жизни народов, выходят из употребления. Таким образом формируется активный словарный запас, в который входят слова, постоянно используемые в речи, и пассивный состав языка, состоящий из слов, вышедших из повседневного употребления и поэтому получивших архаическую окраску. В то же время лексическая система постоянно обогащается новыми словами, которые только входят в неё и поэтому кажутся необычными, сохраняют оттенок свежести, новизны [Розенталь 1995: 94].

В активный словарь входит совокупность тех слов, которые широко употребляются большинством говорящих в данное время: общеупотребительные слова, необходимые в повседневном общении (*хлеб, вода, дом, добрый, работать и др.*), общественно-политическая лексика (*социальный прогресс, экономика и др.*), слова, принадлежащие к специальной лексике, терминологии, но известные и многим неспециалистам: *атом, диагноз и т.п.*

К пассивному словарному запасу относятся новые и устаревшие слова. Причины их неупотребления различны: одни слова устарели, другие — слишком новы, непривычны для носителей русского литературного языка

Недавно появившееся в языке слово называется неологизмом, оно будет являться таковым до тех пор, пока говорящие ощущают в нем новизну, которая может быть быстро утрачена, так как новый предмет, новое понятие может получить в короткий срок широкое применение. Например, для русского языка начала XXI века определенная новизна ощущается в основном в иноязычных словах: *имиджмейкер, саммит, провайдер, пандус*; в словах, образованных из русских морфем: *наличка* — «наличные деньги», *разгосударствление* — «преобразование государственной собственности в какую-либо иную — частную, кооперативную, коллективную и т.п.»; в словосочетаниях *горячая линия, теневая экономика*, в недавно появившихся

значениях некоторых старых слов: *взломщик* — «тот, кто «взламывает компьютерные программы», *зеленые* — «доллары США».

Неологизмы, связанные с условиями жизни человека, становятся неотъемлемыми элементами текстов о современности. Например: *Загадочное импортное слово «праймериз» вошло в нашу жизнь несколько лет назад. Но, боюсь, до сих пор мало кто внятно представляет себе, что оно обозначает. Понять это можно только побывав на этом самом предварительном голосовании (НО 01.06.2017). Именно на герб обратил внимание уральский блогер Василий Рыбаков (НО 06.07.2017). Мы впервые приняли участие в грантовом конкурсе Металлоинвеста и победили (НО 02.10.2017).*

Функциональные характеристики слов изменчивы. Так, слово *лавсан*, например, для 60-х гг. XX века — неологизм, образованный путем сокращения названия учреждения — Лаборатория высокомолекулярных соединений Академии наук СССР, где было получено искусственное синтетическое волокно. В 70-80-е гг. XX века *лавсан* — лексема активного словаря. В настоящее время слово уходит из употребления.

Неологизмы по способу появления в языке можно разделить на несколько групп: собственно лексические появляются в языке в связи с развитием различных сторон общественной жизни (*грант, тендер, Интернет*); семантические — новые значения у слов активного словаря (например, слово *якорь* — *металлический стержень с лапами, укрепленный на цепи и опускаемый на дно для удержания на месте судна, в 70-е годах XX века получило новое значение — специальная площадка для фиксации космонавта, расположенная на орбитальной станции рядом с люком*) и авторские или индивидуально-стилистические. Их отличительной особенностью является то, что они, как правило, не переходят в активный словарь, несмотря на возраст: *изнеможденный, восторгокрылый, смехачи* (В.Хлебников), В.Высоцкий назвал физика *кванталеристом*, объединив физический термин *квант* со словом *кавалерист*. Некоторые из авторских неологизмов — особенно выразительные — могут попадать в общее

употребление. Например, так случилось со словами, придуманными М.Е. Салтыковым-Щедриним: *головотяп*, *головотяпство*, *благоглупость*. Корней Чуковский ввел в употребление слово *канцелярит* — человек, неуместно употребляющий канцелярские слова и обороты. Слово *промышленность* в свое время ввел в язык Н.М.Карамзин, глагол *штушеваться* вошел в общелитературный словарь, благодаря Ф.М.Достоевскому; хорошо известное сейчас слово *бездарь* впервые употребил И.Северянин.

К разряду пассивной лексики относятся и устаревшие слова. Н.М. Шанским разработана научно обоснованная типология устаревшей лексики, в которой устаревшие слова классифицируются по степени и характеру устаревания [Шанский 2008: 153-174]. Устаревшие слова в связи с различными условиями старения всего слова или отдельных их значений делятся на два вида: историзмы и архаизмы. Кроме того, им выделяется три основные функции языковой архаики в художественной речи и разграничиваются архаизмы и историзмы стилистического употребления и времени. Классификация Н.М. Шанского основана на разделении формы выражения и характера содержания слова — это фундаментальный принцип выделения историзмов (устарело содержание) и архаизмов (устарела форма) [Вороничев 2000: 75].

Историзмы — это устаревшие слова, которые вышли из активного словаря, так как из жизни общества ушли те предметы и явления, которые они обозначали. Например, в статье Е. Евсюкова читаем: *Канцелярский служака Старооскольской дворянской опеки Николай Калмыков, владеющий 142 десятинами и 1061 квадратными сажнями земли в слободах Гумны, Казацкая и деревне Николаевка, в лице Ольги Динтер избрал себе неплохую партию. Отец супруги, немец по национальности, Иоан Динтер, купец второй гильдии, почетный гражданин Киева, имел хороший денежный оборот с книжной торговлей. Владел большим книжным магазином на Крещатике и поставлял книги в Киевский императорский*

университет. Не исключено, что именно он присоветовал, а то и помог зятю в организации в его родовом имении в с. Песчанка **винокуренного завода**. Правительство дало добро на такое ходатайство (НО 08.06.2017). Выделенные слова называют реалии и явления начала XX века, которые не известны современному человеку.

У многозначных слов историзмом может стать одно из значений. Например, слово *люди* имеет следующие значения: 1) множественное число к *человек*; 2) другие, посторонние лица; 3) лица, используемые в каком-то деле, кадры; 4) прислуга, работники в барском доме. Слово *люди* в первых трех значениях входит в активный словарь, четвертое значение у слова устарело [Шмелев 1977: 159]. Но Д.Н.Шмелев указывает на то, что в данной типологии не учитываются семантические историзмы. Например, слова активного словаря *облава*, *тьма*, *панцирь*, *броня* следует считать лексико-семантическими историзмами, так как они имели в XIII — XIV вв. иное понятийное значение: *облава* — монголо-татарский военный отряд, который при набеге кольцом охватывал противника; *тьма* — основное подразделение монголо-татарской армии, численностью в 10000 всадников, это слово позднее употреблялось в древнерусском языке как числительное, т.е. перешло из разряда семантических историзмов в разряд исторических архаизмов. Кроме того Д.Н.Шмелев обосновывает выделение еще одного типа историзмов — *экзотизмы*, слова, которые обозначают реалии, исчезнувшие из нашей жизни, но существующие в зарубежной жизни. Этот класс целесообразно называть историческими экзотизмами — независимо от того, сохранилось ли это понятие в жизни и языке других народов или ушло в прошлое, так как нам важен факт перехода данных лексических единиц из активного словаря в пассивный [Вороничев 2000: 79]. В художественных текстах подобные слова выполняют стилистическую функцию характерных языковых примет минувшей эпохи. К данному типу можно отнести слова: *баскак*, *нукер*, *улусмурза*, *санчакбей*.

Иногда слова, ставшие историзмами, с возрождением обозначаемых ими реалий, возвращаются в активное употребление. Так произошло, например, со словами *гимназия* и *лицей*, которыми сейчас называют разновидности учебных заведений [Касаткин 2004: 212], или словом *дружина*. Толковый словарь русского языка у слова *дружина* отмечает полисемию: 1. Вооруженный отряд при князе в древней Руси, составлявший основное ядро княжеского войска, участвовавший в управлении княжеством и личным хозяйством князя-феодала. 2. Отряд воинов, объединявшихся вокруг племенного вождя в странах Западной Европы. 3. Войсковое подразделение, войсковая часть в ополчении в царской России. 4. *С определением*. Группа, отряд, добровольное объединение, созданные с какой-л. целью. *Пожарная дружина. Пионерская дружина. Санитарная дружина. Народная дружина* [СРЯ 1999, 1: 449]. Первые три значения у данного слова классифицирует его как историзм. Четвертое же значение появляется в семантике слова в XX веке, и в этом значении слово входит в активный словарь русского языка. Например: *Белгородская область первой из регионов РФ официально утвердила регламент деятельности кибердружин. Подписанное губернатором постановление предписало координировать действия добровольцев областному Управлению молодежной политики. Документ, о котором идёт речь, устанавливает порядок взаимодействия власти с участниками «добровольных кибердружин» (НО 08.06.2017).*

Слова, которые вышли из активного словаря, не выдержав конкуренции с более употребительными словами, обозначающими те же предметы, действия, признаки называются архаизмами. По классификации Н.М. Шанского архаизмы включают следующие типы: 1) собственно лексический архаизм — это слова, которые устарели целиком, как целостный звуковой комплекс: *личба* — счет, *отроковица* — девочка-подросток, *инфлуэнца* — грипп и др.; 2) семантический архаизм — это устаревшее значение слова. Например, слово *позор*, которое мы сейчас употребляем в

смысле «бесчестье», в старину означало «зрелище»; 3) фонетический архаизм, когда устаревают в словах звуковая оболочка, т.е. современное звучание слова может отличаться от устаревшего одним или более звуками — это, например: *осьми* — *восьми*, *огнь* — *огонь*, *врата* — *ворота* [Шанский 2008: 168]. Л.П.Крысин и Т.Г. Терехова дополнили данную типологию акцентными архаизмами — это слова, которые в прошлом имели ударение, отличное от того, какое у этих слов в современном русском языке, например: *символ*, *музыка*, *призрак* [Шанский 2008: 169]. Современные исследователи дополняют данную классификацию еще и морфологическими или лексико-грамматическими архаизмами, словами, которые устарели по своей морфемной структуре, например: *сви́репство* — вместо современного *сви́репость*, *нервический* — вместо *нервный*, *рухнуть́ся* — вместо *рухнуть́*. Н.М. Шанский обратил внимание и на то, что «стареть может не только само слово (целиком или в какой-либо части), но и связи данного слова с другими, его возможность сочетаться с тем или иным словом, в таком случае необходимо отличать устаревшие синтаксические формы от лексико-синтаксических архаизмов. Например, *славные беды*, *малый остров*, *безопасные разбойники* [Шанский 2008: 171].

Архаизмы и историзмы не исчезают бесследно: они сохраняются в литературе прошлого, они необходимы в исторических романах и очерках — для воссоздания быта и языкового колорита эпохи [Касаткин 2004: 209].

Переход слов из группы активного в группу пассивного употребления происходит постепенно. Этот длительный процесс обусловлен как внеязыковыми, так и собственно языковыми причинами, среди которых существенную роль играют системные связи устаревающих и устаревших слов: тематические, связь разных его значений, синонимичные и антонимичные связи и т.д. Чем обширнее и разнообразнее эти отношения, тем медленнее переходит слово в пассивную лексику и дольше сохраняется частотность его использования [Валгина 2001: 287].

Рассмотренные функционально-стилистические характеристики лексики, представленной на страницах газеты «Новости Оскола», свидетельствуют о специфике публицистического стиля, который, ориентируясь на создание информационного поля, использует не только экспрессивные средства языка, но и те лексические единицы, которые способствуют фактологическому изложению.

§4. Методические аспекты работы с текстами публицистического стиля в процессе обучения русскому языку

Публицистический текст, являясь эффективной дидактической единицей, обеспечивает формирование личностной позиции учащихся старшего школьного возраста на уроках русского языка. В силу наличия специфических признаков (интерактивности; актуальности; полемичности, оценочности, ценностной шкалы, ориентации на определенный результат; синкретичности, полифоничности; полистилизма и т.п.) статьи газетно-журнального жанра способствуют не только социализации старшеклассников, но и формированию языковой, лингвистической и коммуникативной компетенций. В то же время необходимость работы над публицистическим стилем в средних классах, по мнению специалистов, обусловлена в первую очередь задачами развития устной и письменной речи учащихся [Кошенкова 2016: 551].

Важность функционально-стилистического аспекта в преподавании всего курса русского языка обоснована теоретическими исследованиями последних лет. При этом отмечается, что основное внимание в работе по стилистике должно быть направлено на овладение учащимися структурой функционального стиля речи [Кошенкова 2016: 552]. В связи с этим задача практической работы по стилистике в средних классах, где учащиеся знакомятся с публицистическим стилем, заключается не в простом знакомстве с языковыми средствами публицистического текста, а в выяснении тех или иных стилистических возможностей языковых средств

публицистической речи, которое планомерно организовано в рамках изучения структуры публицистического стиля, включающем такие признаки, как сфера применения высказывания, задача речи, жанр, языковые средства.

В соответствии с принципом текстоцентризма и текстоориентированным подходом и объектом изучения, и средством, способствующим совершенствованию умений обучающихся определять стилистическую специфику текста (в средних классах), становится текст. На старшей ступени обучения русскому языку текст как средство обучения помогает старшеклассникам создавать собственные публицистически ориентированные высказывания, самостоятельно выбирая изобразительно-выразительные средства для его создания. Использование учебного художественно-публицистического текста, отвечающего принципам образцовости, целесообразности, уместности, убежденности, является необходимым условием формирования личностной позиции старшеклассников и становления его ценностных ориентаций. При этом возможно привлечение текстов других стилей с признаками публицистичности. В то же время при закреплении материала возможно использование текстов региональных СМИ, наиболее доступных, на наш взгляд, жанров публицистического стиля: информационной заметки, репортажа, статьи (сочинение-рассуждение проблемного характера) и отзыва о прочитанной книге, прошедшем мероприятии. Работу с указанными жанрами публицистического стиля целесообразно строить на основе сведений о типах речи, уже известных учащимся. Для подобной работы важны и сформированные у обучающихся умения распознавать тексты разного типа: повествования, описания и рассуждения. Введение в содержание обучения русскому языку работы с текстами разных типов речи и получение необходимых знаний о них предваряет работу по формированию у обучающихся умения характеризовать высказывания публицистического стиля. Пример использования материалов региональной газеты «Новости Оскола» представлен в разработке урока (Приложение I).

В ходе урока предлагается работа, направленная на выявление характерных особенностей публицистического стиля:

– Назовите функции, характерные для публицистического текста.

– Каким должен быть текст публицистического стиля, чтобы оказывать эффективное воздействие на читателя? Присущи ли языку публицистов эмоциональность, страстность? С каким стилем это сближает публицистику?

– К чему призывает автор прочитанного нами текста?

– Назовите отличительные черты публицистического стиля.

– Актуальна ли проблема, поднятая автором статьи?

– Посмотрим, какие синтаксические средства языка, позволяющие усилить ее воздействие на читателей и слушателей, характерны для публицистической речи? Найдите в тексте побудительные (по цели высказывания) и восклицательные (по эмоциональной окраске) предложения; риторические вопросы (на которые отвечает сам автор); повторы; однородные члены; параллелизмы (сходное построение предложений текста).

– Как вы думаете, к кому обращается автор?

– Каким образом завершается текст и с какой целью это делает автор?

Выявление стилистических особенностей очерка ориентировано на определение доминанты публицистического текста.

Введение в содержание обучения публицистическому стилю указанных знаний – необходимая теоретическая основа для успешного формирования у учащихся такого сложного умения, как умения создавать высказывания публицистического стиля. Универсальных коммуникативных умений, обеспечивающих создание текстов всех типов и стилей речи, реально не существует. Умения конкретны, потому что они тесно связаны с типом речи выполняемого сочинения, его стилем и жанром. Поэтому вся работа над умением строить текст публицистического стиля конкретизируется в соответствии с его функциональными особенностями. Так, создавая публицистическое высказывание, учащимся необходимо знать и учитывать в своих действиях стилевые требования и жанровую специфику. Поэтому

использование в ходе урока разных жанров публицистического стиля позволит учащимся увидеть не только общее назначение стиля, но и реализацию конкретной задачи жанра высказывания («показать», «выразить свое впечатление» и т. д.). Жанры различаются, прежде всего, своим назначением. Например, назначение информационной заметки — кратко сообщить о каком-либо факте или событии. Рецензия, отзыв — это размышления, впечатления автора по поводу увиденного, услышанного, прочитанного. Таким образом, одна и та же тема в каждом конкретном жанре будет решаться по-особому, с применением различных лексических средств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Языковую ситуацию в России на рубеже XX и XXI веков характеризует творческое начало, которое становится основой и повседневной-бытовой речи, и публицистического дискурса. В социокультурной коммуникации последних десятилетий появляются открытость, непринужденность, свобода. Повседневному же общению людей свойственны ироническое отношение к себе и другим людям, к явлениям действительности и окружающему миру, к социуму и жизни в целом.

Характеризуя культурно-речевую ситуацию в России на современном этапе, исследователи отмечают расшатывание норм литературного языка, недостаточную этикетную и языковую культуру устной и письменной коммуникации, которые связаны с включением ненормативной лексики и жаргонизмов в стилистику медиадискурса. Эти процессы, приводящие к разрушению стилистической системы русской речи, становятся фактором, влияющим на разрушение шкалы ценностей, и порождают безответственное отношение к культуре речевого общения. Все это приводит к изменению языковых средств, характерных для публицистического дискурса. Особенностью публицистики начала XXI века является и исчезновение со страниц газет и журналов откровенной вербальной агитации и

назидательности, при этом актуализируется интерес к языку, отличающемуся ярко выраженной прагматической направленностью и стремящемуся преподнести информации образно, творчески.

Разнообразием приемов языкового взаимодействия с читателем отличаются современных СМИ. Используемые специальные лингвистические приемы и технологии, создавая игровое пространство масс-медиа, реализуют в современной журналистике прагматическую интенсивность, которые позволяют решать ряд функциональных задач: не только привлекать внимания широкой аудитории и эмоционально воздействовать на нее, но и давать оценку различным явлениям нашей жизни (политическим, социально-общественным, культурным и т.п.).

Лексические единицы в проанализированных нами публицистических материалах позволяют журналистам реализовать различные прагматические установки. Средствами выражения авторской позиции становятся лексические средства, имеющей высокий эстетический и прагматический потенциал, а также прецедентные тексты, при обыгрывании которых журналистами информации преподносится нестандартно и реализуется возможность создания идиостиля.

Таким образом, лексический фонд публицистического стиля, которому в последние десятилетия уделяется значительное внимание в филологических исследованиях, многоаспектен и обладает рядом специфических характеристик. Образность, экспрессия, характерная для значительной части федеральных СМИ и в меньшей степени представленная в региональных изданиях, помогают современной газетной публицистике с одной стороны избежать шаблонности и стандартизованности, с другой же стороны – способствуют созданию в публицистическом тексте эффекта живого неофициального общения, характерного для разговорного дискурса.

Функционально-стилистический анализ лексики, представленной на страницах газеты «Новости Оскола», позволяет сделать вывод о специфике публицистического стиля данной газеты: журналисты для создания

информационного поля используют такие лексические единицы, которые способствуют фактологическому изложению материала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

І. Список научных трудов:

1. Алипулатов, И.С. Слово в меняющемся мире: русский язык в информационном поле [Текст]/ И.С. Алипулатов // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. - 2017. - № 1. - С. 43-48.
2. Анненкова, И.В. Язык современных СМИ в контексте русской культуры [Текст] / И.В. Анненкова // Русская речь. – 2006.- № 1. – С. 69-78.
3. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека [Текст] / Н.Д. Арутюнова. М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
4. Баранникова, Л.И. Просторечие как особый компонент языка [Текст] / Л.И. Баранникова // Язык и общество. Вып.3. – Саратов, 1974. – С.3-22.
5. Бельчиков, Ю.А. Лексическая стилистика: проблемы изучения и обобщения / Ю.А. Бельчиков. - М. «КомКнига», 2005. – 176 с.
6. Бурдые, П. О телевидении и журналистике [Текст] / П. Бурдые. – М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.
7. Буряковская, В.А. Лексикон современного медиатекста [Электронный ресурс]/ В.А. Буряковская// Актуальные проблемы стилистики. – 2016.– № 2.– С. 185-189. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25992951>
8. Валгина, Н.С. Активные процессы в современном русском языке [Текст]/ Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2001. – 304 с.
9. Валентинова, О.И. Бюрократизация общества – бюрократизация языка [Текст] / О.И. Валентинова // Русская речь. – 2010. – №6. – С. 63-66.
10. Виноградов, С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи [Текст]/ С.И. Виноградов // Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 281-317.
11. Винокур, Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения

- [Текст] / Т.Г. Винокур. – М.: УРСС: Изд-во ЛКИ, 2007. – 172 с.
12. Винокур, Т.Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц [Текст]: Учебник для вузов / Т.Г. Винокур. – М.: «Флинта: Наука», 1980. – 248 с.
 13. Винокурова, И. Ж. Функции стилистически маркированной лексики в языке СМИ [Текст] / И. Ж. Винокурова // Мир науки, культуры, образования. - 2016. - № 5 (60). - С. 305-308.
 14. Вороничев, О.Е. О лингвостилистической типологии устаревших слов [Текст] / О.Е. Вороничев // Русский язык в школе. - 2000 - №3 – С. 75-79.
 15. Гак, В.Г. Языковые преобразования [Текст] / В.Г. Гак. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 763 с.
 16. Горбачевич, К.С. Трудности словоупотребления и варианты норм русского литературного языка [Текст] / К.С. Горбачевич. – М.: Наука, 1973. – 520 с.
 17. Добросклонская, Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». – 2006. – №2. – С. 20-33.
 18. Добросклонская, Т.Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 19 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2005. – №3. – С. 38-54.
 19. Казак, М.Ю. Традиционные и новые подходы к определению языка СМИ [Текст] / М.Ю. Казак // Журналистика и медиаобразование-2008: сб. трудов III Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25-27 сентября 2008 г.): в 2 т. Т. II. - Белгород: БелГУ, 2008.- С. 123-129.
 20. Касаткин, Л.Л., Русский язык [Текст] / Л.Л. Касаткин, Е.В. Клобуков, Л.П. Крысин. – М.: «Академия», 2004. – 768 с.
 21. Клушина, Н.И. Публицистический текст в прагматическом аспекте [Текст] / Н.И. Клушина // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М.: МГУ, 2007. – С. 75 – 107.
 22. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста [Текст] /

- Н.И. Клушина. – М.: МедиаМир, 2008. – 244 с.
23. Клушина, Н.И. Язык публицистики: константы и переменные [Текст]/ Н.И. Клушина // Русская речь. – 2004.- № 3. – С. 51-55.
24. Клушина, Н.И. Новые штампы новой журналистики [Текст]/ Н.И. Клушина // Русская речь. – 2010. – № 1. – С. 61-64.
25. Кожухметова, А.С. Газетный текст как источник фактического материала для лингвистических исследований [Электронный ресурс]/ А.С. Кожухметова // Актуальные научные исследования в современном мире. 2017. - № 11-6 (31). - С. 94-99. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_30727442_68960549.pdf.
26. Косоножкина, Л.В. Практическая стилистика английского языка: анализ художественного текста [Текст]: Учебное пособие/ Л.В. Косоножкина. – М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. – 192 с.
27. Костомаров, В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики [Текст] / В.Г. Костомаров. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
28. Костомаров, В.Г. Сохранить вечное [Текст] / В.Г. Костомаров // Журналистика и культура русской речи. – 2003. – № 3. – С. 9-12.
29. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа [Текст] / В.Г. Костомаров. – М.: Педагогика-Пресс, 1994. – 248 с.
30. Кошенкова, Н.В. Работа с текстами публицистического стиля на уроках русского языка в средних классах как средство формирования коммуникативных умений учащихся [Электронный ресурс]/ Н.В. Кошенкова, М.А. Миналиева, Н.А. Рачителева// Молодой ученый. — 2016. – №14. – С. 551-553. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/118/32863/>
31. Кузнецова, Э.В. Лексикология русского языка [Текст]/ Э.В. Кузнецова. - М.: «Академия», 1989. – 396с.
32. Купина, Н.А. Тоталитарный язык [Текст]/ Н.А. Купина // Стилистический энциклопедический словарь русского языка - М.: «Флинта», 2003. – С.

- 552-554.
33. Куранова, Т.П. Языковая игра теле- и радиоведущих [Электронный ресурс]: автореф. дис. канд фил наук/ Т.П. Куранова. – Ярославль, 2008. – 22 с. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/v/260464/a/#?page=22>
34. Нестеров, М.Н. Русская устаревшая и устаревающая лексика [Текст] Учеб. пособие по спецкурсу / М.Н. Нестеров. – Смоленск; Брянск: Брян. ГПИ, 1988. - 88 с.
35. Николаева, А.В. Авторская интонация в журналистике [Текст]/ А.В. Николаева // Русская речь. – 2011. – №1. – С.74-78.
36. Покровская, Е.В. Газета в современной культурно-речевой ситуации [Текст] / Е.В. Покровская // Русская речь. – 2005.- № 5. – С. 69-74.
37. Покровская, Е.В. Прагматика современного газетного текста [Текст]/ Е.В. Покровская // Русская речь. – 2006.- № 3. – С. 81-87.
38. Покровская, Е.В. Языковая игра в газетном тексте [Текст]/ Е.В. Покровская // Русская речь. – 2006.-№6 – С. 81-83.
39. Рынкович, Ю.С. Разговорные стратегии в современных СМИ [Текст]/ Ю.С. Рынкович // Русская речь. – 2007.- № 6. – С. 72-76.
40. Розенталь, Д.Э. Современный русский язык [Текст]: Учебное пособие / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.А. Теленкова. - М.: «Международные отношения», 1995.- 560 с.
41. Сиротинина, О.Б. Факторы, влияющие на развитие русского языка в XXI веке [Текст] / О.Б. Сиротинина // Проблемы речевой коммуникации. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 7. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2007. – С. 29-42.
42. Сиротинина, О.Б. Речь отдельных журналистов в газете "Известия" [Текст] / О.Б. Сиротинина // Проблемы речевой коммуникации. Вып.2.- Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2003. – С.51-57.
43. Скороходова, Е.Ю. Использование некодифицированной лексики в текстах СМИ [Текст]/ Е.Ю. Скороходова // Филологические науки. – 2006. – №3 – С. 100-109.

44. Сметанина, С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) [Текст] / С.И. Сметанина. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
45. Солганик, Г.Я. Стилистика текста: Учеб. пособие / Г.Я. Солганик – М.: «Флинта: Наука», 2000. – 256 с.
46. Солганик, Г.Я. Язык СМИ: от первой российской газеты до электронных медиа [Текст] / Г.Я. Солганик // Журналистика и культура русской речи. – 2002. – № 4. – С. 10-24.
47. Степанов, Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики [Текст]/ Ю.С. Степанов. – М.: Наука, 1975.-311 с.
48. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати [Текст]: уч. пос. / А.А. Тертычный. — М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
49. Фомина, М.И. Современный русский язык. Лексикология [Текст]: Учебник / М.И. Фомина. – М.: «Высшая Школа», 2001. – 415 с.
50. Чельшева, С.А. Молодёжный сленг как способ речевого воздействия в современных печатных СМИ [Электронный ресурс]/ С.А. Чельшева// Семантика и функционирование языковых единиц в разных типах речи: материалы Международной научной конференции. – Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2016. – С. 302-307. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29950867>.
51. Шанский, Н.М. Лексикология современного русского языка [Текст] / Н.М. Шанский — М.: Либроком, 2008. — 312 с.
52. Шипицына, Г.М. О коммуникативной установке текстов СМИ [Текст] / Г.М. Шипицына, Ю.А. Воронцова // Русская речь. – 2005.- № 3. – С. 61-68.
53. Шмелев, Д.Н. Современный русский языка: Лексика [Текст]/ Д.Н.Шмелев. — М.: Просвещение, 1977.— 335 с.
54. Юркина, О.В. Стилистические функции сниженной лексики в современной газете [Электронный ресурс]/ О.В. Юркина, О.А. Кермас, М.М. Карпова// Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук:

сборник трудов участников Третьей Международной научно-практической конференции. – СПб.: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2016. – С. 95-105. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26563084>.

II .Список словарей и их условных обозначений:

1. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] / В.И. Даль. – электронная книга: ООО «БИЗНЕССОФТ», Россия, 2004.
2. Словарь русского языка: В 4-х т. [Электронный ресурс] / РАН, Ин-т лингвистич. исследований. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/mas/MAS-abc/> – СРЯ
3. Словарь русских народных говоров [Электронный ресурс]/ Под ред. Ф.П.Филина, Ф.П. Сороколетова – М.-Л., СПб: Наука, 1965 – 2002. В. 1-35. – Режим доступа: <http://iling.spb.ru/vocabula/srng/srng.html> –СРНГ.

III. Список источников:

1. «Аргументы и факты» [Электронный ресурс]: Еженедельник. – 2005 – 2015. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/gazeta/archive/edition/1>
2. Коммерсантъ [Электронный ресурс]: ежедневная общенациональная деловая газета – 2005 – 2015. – Режим доступа: https://www.kommersant.ru/daily?from=header_gazeta
3. Комсомольская правда [Электронный ресурс] – 2005 – 2015. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/>
4. Московский комсомолец [Электронный ресурс].– 2005 – 2015. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/>
5. Независимая газета [Электронный ресурс]. – 2005 – 2015. – Режим доступа: <http://www.ng.ru/archive/>
6. «Новости Оскола» [Электронный ресурс]/: электронная версия газеты.– 2017. – Режим доступа: http://www.no.oskol-news.ru/?page_id=30

ПРИЛОЖЕНИЕ I. Методическая разработка урока в 11 классе

Тема урока: Понятие о публицистическом стиле: особенности, жанры, сфера употребления

Образовательные цели: дать представление о публицистическом стиле, его особенностях, жанрах, сфере употребления; формировать умение «узнавать» тексты публицистического стиля, строить предложения и связные тексты в данном стиле.

Ход урока:

I. Организационный момент.

II. Речевая разминка.

– Прочитайте текст про себя.

Дети мои или иной кто, слушая эту грамотку, не посмейтесь... Паче же всего гордости не имейте в сердце и уме, но скажем, смертны мы, сегодня живы, а завтра в гробу.

Старых чтите, как отца, а молодых, как братьев.

В дому своем не ленитесь, но за всем сами наблюдайте...

(Из «Поучения Владимира Мономаха»)

– Какова цель автора «Поучения...»? Как она влияет на интонацию?

– Дает ли право употребление в тексте глаголов в повелительном наклонении читать его тоном приказа?

– Как лексика влияет на тон текста?

– Прочитайте, соблюдая правильную интонацию. (Два-три ученика читают, остальные рецензируют).

III. Объяснение нового материала.

1. Сообщение темы и цели урока.

2. Работа по теме.

1) Мы продолжаем с вами говорить о стилях речи. Вспомним, какие стили вы уже знаете, и воспроизведем известную вам схему, которую мы начали составлять еще в 5 классе.

Стили речи	<i>разговорный</i>	
	<i>книжный</i>	<i>художественный</i>
		<i>научный</i>
		<i>официально-деловой</i>

2) Чтобы окончательно завершить нашу схему, осталось познакомиться еще с одним стилем – *публицистическим* – и выявить его стилевые черты и языковые особенности.

Внесем в воспроизведенную нами схему название данного стиля и запишем тему урока: «*Публицистический стиль: особенности, жанры, сфера употребления*».

Начнем со словарно-орфографической работы: *публицистический, публика, публичный, публицист, опубликовать, публицистика*.

– Выделите корень в представленных на доске словах.

– Слово *публика* (“люди, народ”) произошло от латинского слова *общественный*.

– Таким образом, публицистический стиль используется для обращения к массе людей, к народу.

Публицистический стиль – это сложное речевое единство, в нем органически сливаются черты разных функциональных стилей: научного, официально-делового, художественного, разговорного.

3) Книга Д.С. Лихачева «Земля родная» представляет собой текст публицистического стиля. Пронаблюдаем за стилевыми и языковыми чертами публицистического стиля на примере фрагмента из книги Лихачева и заполним таблицу.

Учитесь говорить и писать

Учиться говорить и писать нужно все время. Язык – самое выразительное, чем человек обладает. За своим языком надо следить постоянно. Самая большая ценность народа – его язык, язык, на котором он пишет, говорит, думает. Думает! Это значит, что вся сознательная жизнь человека проходит через родной ему язык.

Вернейший способ узнать человека – его умственное развитие, его моральный облик, его характер – прислушаться к тому, как он говорит... А ведь бывает и так, что человек не говорит, а «плюется словами». Для

каждого понятия у него не обычные слова, а жаргонные выражения. Такой человек хочет показать, что ему все нипочем, что он выше, сильнее всех обстоятельств, умнее всех окружающих. А на самом деле он трус и робок, неуверен в себе.

И если вы хотите быть по-настоящему интеллигентным, образованным и культурным человеком, то обращайтесь внимание на свой язык. Говорите правильно, точно и экономно.

Если вам приходится часто публично выступать - на собраниях, заседаниях, просто в обществе своих знакомых, то, прежде всего, следите, чтобы ваши выступления не были длинными. Это важно, чтобы вас поняли.

Второе правило. Чтобы выступление было интересным, все, что вы говорите, должно быть интересным и для вас. Постарайтесь, чтобы в вашем выступлении была одна, главная мысль, которой должны быть подчинены все остальные.

Но как научиться писать? Чтобы научиться писать, надо писать, писать письма, дневники. Одним словом: «Чтобы научиться ездить на велосипеде, надо ездить на велосипеде».

– Назовите функции данного текста? (Воздействие на читателя и слушателя. Сообщение информации).

– Каким должен быть текст публицистического стиля, чтобы оказать воздействие на читателя или слушателя? Присущи ли языку публицистов эмоциональность, страстность? С каким стилем это сближает публицистику? (Эмоциональность «роднит» публицистику с художественным стилем).

– К чему призывает автор прочитанного нами текста? (Постоянно учиться говорить и писать.)

– Воздействие – отличительная черта публицистического стиля.

– Актуальна ли проблема, поднятая Д.С. Лихачевым?

– Задача публицистики – сформировать определенное отношение многих людей к значимым проблемам: общественным, политическим, экономическим, философским, бытовым, моральным. Интерес к общему «роднит» публицистику с научным стилем.

– Автор публицистического текста хочет быть понятым своими читателями, хочет вызвать интерес у слушателя. Поэтому характерная черта текстов изучаемого стиля – доходчивость.

– Посмотрим, какие синтаксические средства языка, позволяющие усилить ее воздействие на читателей и слушателей, характерны для публицистической речи?

– Найдите в тексте:

однородные члены;

побудительные (по цели высказывания) и восклицательные (по эмоциональной окраске) предложения;

повторы;

риторические вопросы (на которые отвечает сам автор);

параллелизмы (сходное построение предложений текста).

– Как вы думаете, к кому обращается автор?

– Каким образом завершается текст? С какой целью это делает автор? (В публицистическом стиле часто используются литературные цитаты, афоризмы, пословицы и поговорки.)

– Определим, какие лексические средства связи использует автор. Найдите в тексте антонимы (говорить – «плевать словами»); обычные слова – жаргонные выражения, сильнее всех – трус и робок и др.); слова книжной и разговорной речи (*обладает, моральный облик, жаргонные выражения, публично выступить* – книжная лексика; *нипочем, плюется словами* – разговорная лексика).

– Найдите в тексте слова и выражения, использованные в переносном значении. С каким стилем речи они сближают наш текст? («Плюется словами», с художественным стилем.)

– В публицистическом стиле могут использоваться слова в переносном значении и слова так называемой «газетной образности». Это стандартные сочетания слов, которые сближают публицистический стиль с языковыми шаблонами официально-делового стиля. Например: *белое золото* – хлопок, *огненные годы* – военные годы.

– Определите, что обозначается следующими сочетаниями слов:

голубые дороги – водные пути,

белая смерть – сахар,
 битва за урожай – уборка урожая,
 черное золото – нефть,
 зеленый щит земли – лес,
 королева спорта – легкая атлетика.

– Приведите свои примеры «газетной образности». Есть ли они в тексте?

А какие есть стандартные сочетания? (Моральный облик, сознательная жизнь, умственное развитие.)

– Итак, мы рассмотрели стилевые и языковые черты публицистического стиля. Надо отметить, что не в каждом тексте можно найти полный набор этих признаков.

– Публицистике свойствен непосредственный контакт с аудиторией. Где реализуется публицистический стиль в устной и письменной речи?

В результате работы с текстом должна получиться следующая таблица:

Цель высказывания	Стилевые черты	Языковые средства	Сфера употребления
Сообщение информации, воздействие на слушателей или читателей	Эмоциональность, страстность. Призывность, Актуальность. Доходчивость	<i>Лексические:</i> – общественно-политическая лексика; – совмещение торжественной лексики и раз говорных средств; – антонимы. <i>Синтаксические:</i> – побудительные и восклицательные предложения; – риторические вопросы; – повторы; – параллелизм; – однородные члены; – обращения; – использование литературных цитат, афоризмов, пословиц, поговорок	В устной речи: выступления на митингах, собраниях, съездах, в передачах по радио и телевидению; в письменной речи: статьи в газетах, журналах

4) Теперь, когда мы определили особенности публицистического стиля, обратимся снова к «Поучению» и попытаемся увидеть их в этом тексте, написанном еще в 1117 году.

– Насколько древний текст отражает черты стиля? Для более полного ответа пользуйтесь материалами таблицы.

5) Основные стилевые черты и языковые особенности наиболее конкретно выражаются в разных жанрах, свойственных публицистическому стилю.

– Запишем их и дадим толкование:

Заметка – краткое сообщение в печати.

Статья – научное или публицистическое сочинение небольшого размера в сборнике, журнале или газете.

Очерк – небольшое литературное произведение, краткое описание жизненных событий (обычно социально значимых).

Репортаж – сообщение о местных событиях, событиях дня, оперативная информация (в печати, по радио и телевидению).

Интервью – предназначенная для печати (или передачи по радио и телевидению) беседа в форме вопросов и ответов с каким-либо лицом.

Отзыв – отклик, мнение о ком-чем-нибудь, оценка кого-чего-нибудь в печати или в устной форме.

Рецензия – критический отзыв о каком-нибудь сочинении, спектакле, фильме и т. п.

Фельетон – газетная или журнальная статья на злободневную тему с использованием сатирических и юмористических приемов изложения.

В.Г. Белинский сказал, что между этими жанрами нет точно обозначенных границ. Однако каждый из них имеет особое назначение и свою композицию.

– Какие жанры публицистического стиля вам знакомы, вы с ними работали с 5 класса. (Отзыв, рецензия.)

– Попробуйте определить незнакомые жанры по их толкованию, которое мы записали.

Текст № 1

21 декабря возле Центра молодежных инициатив, где установлена зеленая красавица — символ Нового года — было шумно и многолюдно, царила теплая дружественная атмосфера. Здесь состоялось открытие молодежной елки. Такое мероприятие прошло в городе впервые, и посвящено оно было Году добровольчества, объявленному президентом Российской Федерации. Устроители праздника постарались поднять настроение гостям и жителям города по-максимуму. Были организованы конкурсы,

участвуя в которых можно было получить презент. Кроме того, работали интерактивные площадки: «Стань Дедом Морозом», «Я — доброволец», «Знай наших», «Весёлая почта», «Возьми снежинку»... Так что скучать не приходилось. Участники молодежной елки дарили другу другу добрые поздравления, танцевали, участвовали в спортивных мероприятиях. Каждый мог найти себе занятие по душе. Плюс к этому, работала площадка «У добра нет срока годности». Любой желающий мог принести игрушку. Впоследствии собранные детские атрибуты будут переданы детям из семей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Поднимали настроение в этот день и обаятельные ростовые куклы. Каждый желающий мог сфотографироваться с милыми зверушками.

— Здравствуйте, молодежь Старого Оскола, — обратилась Светлана Востокова, заместитель главы округа по социальному развитию. — Хочется вас поздравить с наступающим Новым годом. Пожелать, чтобы он принес много ярких событий, интересных друзей, новых открытий, перспектив. Хотелось бы, чтобы все ваши желания обязательно сбылись. В этом году произошли изменения: город преобразился, стал по-настоящему праздничным. Это радует. Впервые в этом году проводится и молодежная елка. Это не случайно, потому что Центр молодежных инициатив — центр притяжения для молодежи.

Все интерактивные площадки подарили участникам приподнятое настроение, а обаяние ведущего и артистизм Деда Мороза, афроснеговика, хорошая музыка стали составляющими удивительной атмосферы, которая подарила ожидание новогоднего чуда.

(К. Годовникова НО 28.12.2017)

(Заметка)

Текст № 2

На экране поэтический фильм режиссёра Ивана Оганесова по стихотворению В. Маяковского «Скрипка и немножко нервно». Одиноким, помятого вида мужчина снимает истоптанные ботинки, надетые на босу ногу. Волосы у него всклокочены, на лбу выступил пот. В безнадежном взгляде — неумолимая тоска. И вдруг... что это? Звуки скрипки. Он прислушивается. И тут начинается его трагическое излияние души: «Скрипка издергалась, упрашивая, / и вдруг разревелась / так по-детски, / что барабан не выдержал: / “Хорошо, хорошо, хорошо!” / А сам устал, / не дослушал скрипкиной речи, / шмыгнул на горящий Кузнецкий / и ушел. / Оркестр чужо смотрел, как / выплакивалась скрипка / без слов, / без такта, / и только где-то / глупая тарелка / вылязгивала: / “Что это?” / “Как это?” ...» За кадром выкрики и плач музыкальных инструментов. На экране ты видишь боль. Поэта никто не слышит, не понимает. Как и скрипку, которая в оркестре меньше этих геликонов, барабанов, она и тише них, никто не хочет её слушать. Она плачет. Душа поэта тоже рыдает, бьётся в истерике. В бессилии падая на стул, лирик выдавливает: «Знаете что,

скрипка? / Мы ужасно похожи: / я вот тоже /ору — / а доказать ничего не умею! ... Знаете что, скрипка? / Давайте — / будем жить вместе! / А?”». Создатели ролика изучили биографию Маяковского, и Белый создал образ непонятого, бунтующего поэта необычайно точно. Он действительно орал свои стихи, известно, что, бывало, его закидывали яйцами, помидорами, стаскивали со сцены, а он опять взбирался и опять орал. Услышьте! Но слушать не хотели. Все пять минут фильма ты пребываешь в напряжении, душа актёра наизнанку. Ты переживаешь с ним, веришь ему. Талантище!

(Ольга Ульянова, НО 09.03.2017)

(Рецензия)

– Определите жанр проанализированного нами текста Д.С. Лихачева «Учитесь говорить и писать? (Статья.)

б) Познакомимся подробнее еще с одним жанром публицистического стиля – *интервью*. Как мы выяснили ранее, слово *интервью* заимствовано русским языком из английского языка как термин журналистики. Интервью – это беседа журналиста с одним или несколькими лицами по каким-либо актуальным вопросам.

– Рассмотрим композиционную организацию интервью (записать в тетради):

1. В самом начале интервью журналист представляет слушателям своего собеседника или собеседник по просьбе журналиста представляется сам.

2. В основной части – беседа журналиста с тем человеком, у которого берется интервью.

3. В заключительной части журналист просит своего собеседника рассказать о планах на будущее, высказывает добрые пожелания, благодарит за интервью.

IV. Итог урока.

V. Задание на дом.

1. Подготовить сообщение о публицистическом стиле, пользуясь таблицей.

2. Составить интервью с воображаемым собеседником – героем одного из прочитанных литературных произведений.