Сафонова Н.Н.

Употребление сниженной лексики в текстах СМИ (на примере регионального печатного издания – газеты «Новый город»)

*Сургутский государственный педагогический университет
(Россия, Сургут)*

doi: 10.18411/spc-26-03-2019-04

idsp: sciencepublic-26-03-2019-04

Аннотация

В работе исследуется функциональный аспект использования разговорной лексики и просторечия в печатных изданиях на примере региональной газеты «Новый город». Определяется жанровая принадлежность текстов, в которых встречается сниженная лексика, характеризуются словообразовательные средства выражения разговорности, семантические типы разговорной и просторечной лексики, приводятся контексты использования слов с объяснением значений. Анализ собранного материала позволяет сделать выводы о целях использования сниженной лексики в текстах СМИ.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время все сферы языка подвержены влиянию языка СМИ, который меняется в сторону разговорности, включая в себя элементы просторечия, жаргонную лексику, большое количество иностранных слов. С этим связаны проблемы культуры речи населения.

Демократизация телевидения, орфоэпические изменения в русском языке, произошедшие в последние десятилетия, существенно повлияли на язык и стиль публицистики, способствовали расшатыванию норм русского языка.

Средства массовой информации отражают культуру населения, её достоинства и недостатки. Тексты печатных изданий изобилуют разговорной лексикой. В наше время просторечная лексика находит место не только в художественной литературе и личной переписке, её можно встретить и на страницах газет и журналов. Политика, экономика, культура, спорт – в любую из тем журналисты вносят разговорную лексику. Проанализируем, насколько часто и с какой целью корреспонденты печатных изданий города Сургута используют разговорную и просторечную лексику. Анализ с этой точки зрения материал местных СМИ ещё не подвергался.

Материалом для исследования послужило местное печатное издание города Сургута – газета «Новый Город». Это независимая городская газета, издаётся с 1993 года, адресовано широкому кругу читателей, освещает различные стороны жизни: новости, политику, экономику, культуру, спорт, здоровье, публикует интервью с известными людьми, журналистские расследования.

Проблемами речевой культуры в настоящее время занимаются многие исследователи. Разговорную и просторечную лексику изучали такие ученые, как Ю.А. Бельчиков, В.В. Химик, Н.С. Валгина, Л.В. Рацибурская. Мы относим к сниженной лексике разговорную и просторечную лексику. Разговорной лексикой мы считаем «...лексические единицы (однозначные слова или отдельные значения многозначных слов), характеризующиеся способностью вызывать особое стилистическое впечатление вне контекста» [Стилистический энциклопедический словарь русского языка, 2003: 82].

Словами, относящимися к разговорному стилю, мы считаем те языковые единицы, которые в современных толковых словарях имеют соответствующие пометы (разговорные, просторечные). Кроме того, по своим стилистическим признакам они относятся к вулгаризмам, бранным, ироничным, бытовым словам.

Признаком принадлежности к лексике разговорного стиля являются морфемные и словообразовательные средства: суффиксы, приставки или их сочетание.

Нами было выявлено 112 языковых единиц, относящихся к разговорной и просторечной лексике. Материалом для анализа послужили печатные материалы восьми номеров газеты «Новый Город» за 2018 год. Анализу подвергались тексты различных жанров:

- 1) информационные (61 употребление),
- 2) аналитические (30 употреблений),
- 3) художественно-публицистические (21 употребление).

Наблюдения относительно семантики разговорной лексики показали, что чаще всего авторы печатных материалов употребляют разговорные и просторечные слова, называющие людей по социальным отношениям (24). Не так часто, но регулярно журналисты употребляют слова для характеристики действий (18), процессов (14), признаков (13), абстрактных явлений (12). Меньшей популярностью пользуются объекты действительности (5), служебные части речи (4), конкретные явления (6).

Чаще всего разговорная лексика встречается в текстах на социальную тематику (37), причём наибольшее количество из них в обзорах (14) и заметках (12).

Заметка содержит сам факт и некоторые подробности. Целью обзора как аналитического жанра является описание, подведение итогов, рассмотрение и изучение фактов. Журналисты используют разговорный стиль речи в аналитике, чтобы говорить с читателем на одном языке, сделать текст публикации близким к обиходному.

С точки зрения семантики разговорной лексики наиболее употребительными являются слова следующих групп:

1. Названия людей по социальным отношениям (24). Например: контрактник, срочник, зеваки, сталинистка, силовик, льготник, пешеходник.

○ К 2019 году количество **контрактников** должно достичь 425 тысяч человек, а число **срочников** – сократиться.

Контрактник – тот, кто работает или служит по контракту. Лексема, образованная с помощью суффикса со значением человека по роду деятельности. Такого же типа: льготник, силовик и т.д.

Срочник – солдат, военнотружущий срочной службы. Происходит от прилагательного «срочный».

В словах этой группы информация об эмоциональном отношении к предмету речи может наслаиваться на оценочность, либо слово может содержать только один из видов оценки.

2. Действие (7). Например: *фрикаться, перетопчутся, плюхнулись, приделать, зашкаливало, заламывать.*

- **Фрикаться** можно (материал о том, что в Городском парке культуры и отдыха проходил конкурс необычных снеговиков «Freak–снеговик»). Образовано от слова «фрик» (некрасивый, несимпатичный человек) суффиксально-постфиксальным способом (-а-ну- + -ся).

Это именно тот случай, когда употребление разговорной лексики не оправдывает себя, слово не понятно среднестатистическому носителю русского языка. Употребление стилистически сниженных элементов в текстах СМИ исследователи признают нормативным только тогда, «когда они используются для выполнения особых прагматических функций, для создания особой экспрессии, помогающей успешнее воздействовать на массового адресата». Ненормативными считаются случаи, когда эти элементы используются для пустого украшения текста, для создания эффекта «своего парня» [Кормилицына, Сиротинина, 2015: 37].

- **Пешеходы перетопчутся** (в материале говорится о тротуарах, которые надо ремонтировать). Образовано от слова «топтать» приставочно-постфиксальным способом (пере- + -ся).

В данном контексте разговорная лексема «перетопчутся» является средством выразительности, включенным в языковую игру ПЕШЕХОДЫ + ПЕРЕТОПЧУТСЯ (люди, передвигающиеся пешком, вынуждены стоять).

3. Процесс (6). Например: чистки, чехарда, выручка.

- *Чехарда сопровождалась сменой руководства в округе и проходила на фоне «громкой» правоохранительной реформы.* О частых перемещениях или изменениях где-либо, вызывающих путаницу, неразбериху.
- Эти примеры использования разговорной лексики являются иллюстрацией выражения оценки автором описываемых событий с целью воздействия на читателя.

Также разговорная лексика встречается в текстах на политическую тематику (32), причём наибольшее количество из них – в фельетонах (13).

Фельетон — малая художественно-публицистическая форма, характерная для периодической печати (газеты, журнала) и отличающаяся злободневностью тематики, сатирической заостренностью или юмором. Использование в фельетонах народной речи, фольклора, пословиц, поговорок, фразеологических оборотов, просторечий и разговорной лексики является одним из признаков этого жанра.

Наиболее употребительными являются слова следующих групп:

1. Действие (6).

Используя разговорно-просторечную лексику, автор выражает эмоционально окрашенное негативное отношение к кому-либо, замаскированно, неявно, без открытого оскорбления, унижения. Примером может быть употребление стилистически сниженных глаголов со значением повышенной интенсивности действия: *обкатала, коробила, вынули, нацелили*. Некоторые из них не содержат агрессивности, если употребляются в подходящих по смыслу контекстах.

- *Наталья Комарова впервые «обкатала» схему онлайн-голосования — испытать, проверить в деле, в работе.*
- *Подобная манера общения слегка **коробила** повара — вызывать неприятное чувство, внушать отвращение.*

В криминальной тематике (12) наибольшее количество языковых единиц в заметках (9).

Встречалась разговорная лексика и в текстах другой тематики. В текстах культурной тематики разговорные языковые единицы преобладают в интервью, что обусловлено, вероятно, стремлением корреспондента сохранить языковой портрет интервьюируемого. В развлекательной, образовательной, медицинской и финансовой теме большее количество слов с разговорной окраской в информационных заметках.

Примечательно то, что в каждой типологии журналистских текстов с точки зрения использования сниженной лексики преобладает один жанр. Если художественно–публицистический тип, то фельетон, если аналитический – обзор, информационный – заметка.

Помимо разговорных слов, в материалах газеты «Новый Город» используются фразеологизмы разговорного стиля:

- *сети в подвале находятся **в плачевном состоянии*** (соц.жизнь, репортаж)
- *зачем **шутить такие шутки*** (соц.жизнь, статья)
- *Сургут с такими правилами **носа не сунет*** (соц.жизнь, обзор)
- *финансовый стимул **с треском провалился*** (политика, заметка)
- *как будто там **медом намазано*** (медицина, заметка)

Использование фразеологизмов, по своему определению предполагающих оценку, связано с выражением отношения к тем событиям, которые описаны в тексте.

Таким образом, журналисты используют разговорную и просторечную лексику в следующих целях:

1. Разнообразить текст социальной, криминальной, политической тематики, отразить противостояние различных оппозиционных партий и движений, где разговорная лексика служит экспрессивным средством оценки, как правило, негативной.

2. Наиболее полно и ярко охарактеризовать героев своих публикаций, их действия, социальные и политические явления.

3. Приблизиться к стилю обиходной речи, сделать текст публикации проще и доступнее широким массам.

1. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожин. – М.: Флинта: Наука, 2003.
 2. Кормилицына М.А., Сиротинина О.Б. Язык СМИ: учебное пособие / М.А.Кормилицына, О.Б.Сиротинина. – М.: Флинта, 2015.
-