

РАЗГОВОРНАЯ И КНИЖНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛИЙСКИХ И БЕЛОРУССКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Публицистический стиль отличается от других функциональных стилей особенной эмоциональностью, так как главной его задачей является привлечение читателя, воздействие на его эмоции, мысли, убеждения и мнения. Эта цель достигается за счёт разнообразных лингвистических средств, среди которых одна из главных ролей принадлежит словам, используемым в других стилях. В первую очередь это разговорная и книжная лексика. Рассмотрим, как такие слова функционируют в публицистических текстах, на примере англо- и белорусскоязычных газетных текстов.

Разговорная лексика в газетных текстах употребляется очень часто. С развитием общества в публицистике встречается всё больше разговорных слов, что говорит о процессе упрощения норм литературного языка [4]. По Е.И. Литневской, разговорная речь имеет следующие черты: сфера применения – быт; тип отношений между участниками диалога / полилога – неофициальные; по наличию ограничений – свободная; круг тем – неограниченный; особенности значения слов – размытость, многозначность и конкретность одновременно; выражение оценочности – косвенное и прямое, конкретное; степень эмоциональности – максимальная; степень экспрессивности – высокая [3]. Как видно из вышесказанного, журналист, использующий разговорную лексику, старается максимально приблизиться к читателю, а также выразить свои суждения в эмоциональной форме и высказать свою оценку.

Разговорные слова в газетной публицистике выполняют важную стилистическую функцию. На фоне серьёзного газетного текста они ярче выделяются своей непринуждённостью, и в результате стилового контраста сильнее воздействуют на эмоции читателя [5]. В текстах на обоих языках мы наблюдаем большое количество случаев использования разговорных и неформальных слов. Следует заметить, что многие из них, в основном, в англоязычных текстах, образуют метафоры, чтобы показать сходство с каким-либо предметом и явлением, относящимся к другому классу. Часто такие слова не отвечают требованиям литературного языка и используются в разговорной речи. Например: “*Prince Harry was beaming*

from ear-to-ear as he made his way out of the plane...” [1]. Выражение *beaming from ear-to-ear* ‘улыбаться от уха до уха’, является метафорой, так как ни одна естественная улыбка не может быть настолько широкой. В другом примере слово *to axe* ‘уволить, сократить’ тоже метафорично, так как вызывает у читателя ассоциации с топором, который рубит всё вокруг: “*BAE Systems is to axe 1,775 jobs across its naval ships business...*” [1]. Употребление таких слов и выражений, несомненно, делает текст более живым и интересным, чем если бы вместо них стояли их более литературные аналоги. Разговорные прилагательные иногда одновременно выполняют роль эпитетов в предложениях, и это ещё сильнее привлекает внимание читателя, например: *a lousy deal, a freak winter warmth, the damning verdict, raunchy Facebook photos*. В некоторых случаях разговорная лексика употребляется с целью экономии места, что очень важно в газетных текстах: “*Cops have arrested a second boy over Heatherbrae firestorm*” [2]. Если обычно слово *cop* ‘полицейский, фараон’ используется с негативным смысловым оттенком, то здесь мы наблюдаем не какие-то неприязненные эмоции, а просто констатацию факта. Некоторые разговорные слова появляются в результате перехода служебных частей речи в знаменательные, например, предлог переходит в глагол (“*Victor Svyatski is “outed” as the mastermind behind the group*” [2]), междометие переходит в глагол (“*Former Beatle wows visitors to famous piazza by taking over from usual mix of mimes, jugglers and acrobats*” [2]). В вышеуказанных случаях также выполняется функция экономии места, так как служебные слова часто короткие, и их очень удобно использовать для этой цели.

В белорусскоязычных текстах разговорная лексика имеет несколько другой вид. Часто мы наблюдаем образование разговорных слов при помощи сокращения словосочетаний: *аманаўцы* ‘служащие АМАПа’, *першагодкі* ‘навучэнцы першага года навучання’, *легкавік* ‘легкавы аўтамабіль’ и т.д. Кроме вышеупомянутой функции экономии места такие слова добавляют экспрессивности в текст, делая его более лёгким для чтения. Встречаются также случаи употребления разговорных слов для характеристики людей или событий. Используя их, журналист вызывает у читателя соответствующее отношение к описываемой личности (*небарака, жулікі, прайдзісветы*) или ситуации (*калатнеча*).

В противовес разговорной и неформальной лексике, которая незаметно сближает журналиста и читателя, как бы делая их

собеседниками, книжная лексика может, наоборот, установить дистанцию и, в то же время, сделать текст более возвышенным и напыщенным. Например, слово *overarching* ‘всеохватывающий, всеобъемлющий’, которое одновременно играет роль эпитета, поднимает текст на более высокий уровень и создаёт более сильное впечатление, чем если бы было употреблено слово вроде *large* ‘большой’ или *wide* ‘широкий’: “*In 2009, BAE Systems entered into a terms of business agreement... with the Ministry of Defence that provided an **overarching** framework for significant naval ship building efficiency improvements...*” [1].

Как видим, разговорная и книжная лексика, используемая в публицистических текстах, призвана создавать особые стилистические эффекты, подчёркивать или менять коннотативные значения слов, что, в свою очередь, позволяет тексту успешно воздействовать на эмоции читателя.

Литература

1. Daily Express [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access: <http://www.express.co.uk/>. – Date of access: 06.11.2013, 18.11.2013.
2. The Guardian [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access: <http://www.theguardian.com/uk>. – Date of access: 19.10.2013, 21.10.2013.
3. Литневская, Е.И. Разговорная речь в стилистике и коллоквиалистике (к определению понятия) / Е.И. Литневская // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – Центр международного образования МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2011. – №2. – С. 12-18.
4. Петрова, Е.А. Исследование публицистических текстов англоязычных городов с точки зрения наличия в них разговорной лексики (на материале газет Великобритании и США) / Е.А. Петрова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. – СПб, 2007. – Т.22. – №53. – С. 181-186.
5. Ци, С. Разговорная лексика в газетном контексте / С. Ци // Учёные записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. – Забайкальский государственный университет. – Чита, 2009. - №3. – С. 258-260.