

# КОММУНИКАТИВНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПРОСТОРЕЧНОЙ ЛЕКСИКИ В СТИЛЕ ГАЗЕТ

## Ашурова Ф.Л.

*Ашурова Феруза Луттуллаевна – преподаватель,  
кафедра интегральных дисциплин английского языка-2,  
Узбекский государственный университет мировых языков, г. Ташкент, Республика Узбекистан*

**Аннотация:** *статья посвящена раскрытию вопросов, связанных с языком СМИ или языком массовой коммуникации. Подчёркивается, что язык газеты составляет основу речевого стиля массовой коммуникации.*

**Ключевые слова:** *английский язык, студент, лексика, газета.*

Массовая коммуникация привлекает пристальное внимание многих ученых, поскольку здесь концентрированно представлены основные процессы изменения и развития литературного языка. Средства массовой коммуникации можно рассматривать как языково-коммуникативную область, которая способна аккумулировать разнородные типы стилового использования языка. Динамика изменений современной речевой практики затронула, прежде всего, границы между личной и массовой коммуникацией. Ни одна другая сфера бытования языка не претерпела столь радикальных трансформаций, как массовая коммуникация.

Язык газеты, язык радио, телевизионная речь в настоящее время занимают место законодателей речевой моды, творцов и ретрансляторов коммуникативных стереотипов. Знаковая для массовой коммуникации ориентация на книжность и на разговорность приводит к смешению и совмещению полярных языковых начал. Это качество современных масс-медиа рассматривают как интерстилевой, межстилевой, гетерогенный характер массово-коммуникативных текстов, синкретизм, контаминацию приемов и способов употребления языка. В настоящее время речь идёт о возникновении нового функционально-стилевого образования – языка СМИ или языка массовой коммуникации.

Ориентация массовой коммуникации на живую непринужденную речь изменила характер взаимодействия автора и адресата. В свете сказанного актуальными представляются проблемы, связанные как с выявлением характера экспансии разговорности в другие сферы языка, так и с культурно-речевыми оценками знаков устности и разговорности в массовой коммуникации. Актуальным является определение точек соприкосновения языка газеты и разговорной речи.

Газета занимает особое место в общем комплексе средств массовой коммуникации, являясь старейшей в системе СМИ. Она характеризуется повседневной доступностью, синхронной многоплановостью содержания отдельного номера и удобной формой. Основные стилистические средства и приемы складывались именно в газете и затем переносились в другие формы массовой коммуникации. Поэтому вполне закономерно признание того, что «язык газеты составляет основу речевого стиля массовой коммуникации» (А.Н. Васильева) и является базовым компонентом средств массовой информации. Существенно и то, что корпус газетных текстов заметно превосходит совокупный текстовый массив всех других СМИ (Т.Г. Добросклонская). Выступая в письменной форме, газетный язык теснее, чем электронные средства массовой информации связан с традициями массовой коммуникации и с публицистическим стилем.

*К факторам, открывающим границы языка газеты, относятся:* деофициализация газетной коммуникации, расширение функций и жанрового диапазона газеты; усиление диалогичности и личностного начала в газетной коммуникации, усиление адресности современных газет, политематичность, активное внедрение в газетную коммуникацию экспрессивных коллоквиализмов и субстандартной лексики, действие закона экономии речевых средств и тенденции к усилению экспрессии. Данные факторы, отражая сближение газетного и разговорного дискурса, неравнозначны, пересекаются и зависят друг от друга. Если первые характеризуют обстоятельства внешнего порядка функционирования газеты, то последний из них – относится к внутриязыковым причинам, вызывающим инновационные изменения в газете.

Газета многое заимствует из разговорной сферы. Препятствием для полноценной аккумуляции и адаптации в газетном языке средств просторечной лексики выступает ряд обстоятельств: 1) недостижимость в СМИ реальной обстановки общения, не связанной никакими техническими средствами и технологическими процессами; 2) физическая разобщенность коммуникантов, дистантность общения, отсутствие личного контакта; 3) письменная форма газеты, требующая языковой завершенности, отшлифованности, повышенной заботы к форме выражения, вербальной компенсации ситуации; 4) виртуальность СМИ.

В основе функционально-стилистического членения лексического континуума лежит дихотомическая модель (стандарт/субстандарт), позволяющая дифференцировать литературную и нелитературную

лексику. Первую группу составляет colloquial лексика, подразделяющаяся на разговорные слова и разговорные экспрессивы. Некодифицированная лексика противопоставлена литературной норме и включает социально маркированную лексику, просторечные экспрессивы и сверхэкспрессивы. Выступая связующим полем между языком массовой информации и языком межличностного общения, просторечная лексика в стиле газет является закономерным средством в массовой коммуникации, обладающей коммуникативной значимостью.

#### *Список литературы*

1. Горина Е.В. Газета в аспекте речевого воздействия на личность: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 21 с.