



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Употребление сниженной лексики в СМИ»

Исполнитель Жумагелдиев Андагелди Нурбердиевич

Руководитель кандидат филологических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Юсупова Дильбар Джумаевна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

«2» июня 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Употребление сниженной лексики в СМИ»

Исполнитель Жумагелдиев Андагелди Нурбердиевич

Руководитель

кандидат филологических наук, доцент

_____ (ученая степень, ученое звание)

Юсупова Дильбар Джумаевна

_____ (фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой _____

_____ (подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

_____ (ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

_____ (фамилия, имя, отчество)

«__» _____ 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему «Употребление сниженной лексики в СМИ» содержит 53 страницы печатного текста, материалы исследования (200 словоупотреблений), 76 использованных источников.

В данной работе рассматривается сниженная лексика, зафиксированная в газетных текстах.

Структура работы представлена введением, двумя главами, заключением, списком литературы.

Во введении определены актуальность темы, цели и задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, объект и предмет исследования.

В первой главе изложены разные точки зрения на понятие лексики, в том числе сниженной, получившей освещение в современных лингвистических исследованиях.

В практической главе проанализированы слова сниженной лексики, используемые в современных СМИ, а именно в газетах.

В заключении сделаны выводы и подведены итоги.

В завершении работы представлен список использованных источников.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
1. ТЕОРИЯ ВОПРОСА.....	6
1.1. Понятие о стиле языка. Функционально-стилевое расслоение лексики.....	6
1.2. Публицистический стиль в системе функциональных стилей	16
1.3. Публицистический стиль и язык газеты.....	24
Выводы.....	29
2. УПОТРЕБЛЕНИЕ СНИЖЕННОЙ ЛЕКСИКИ В СМИ.....	32
2.1. Сниженная лексика как форма существования современного русского языка.....	32
2.2. Лексика современных публицистических текстов: общая характеристика.....	34
2.3. Сниженная лексика в текстах современных газет	38
Выводы.....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	46
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	48

Введение

Исследование единиц лексического уровня языка находится постоянно в поле зрения лингвистов. Особый интерес к их изучению связан с использованием этих единиц в разных стилях и жанрах современного русского литературного языка, в современной разговорной речи говорящих.

Лексика изучалась учеными с разных сторон. Рассматривалось использование лексики в живой речи современника, анализировалось употребление в речи современника сниженной лексики в целом и отдельных ее пластов. С этой целью анализировались записи высказываний говорящих с использованием в них просторечия, жаргонов, слов-паразитов, эмоционально-экспрессивной и оценочной лексики, а также бранных слов и вульгаризмов. Однако употреблению сниженной лексики в СМИ уделялось мало внимания, хотя такая лексика нередко встречается в современной публицистике. Поэтому выпускная квалификационная работа отличается определенной степенью *новизны и актуальности*.

Цель работы – систематизировать и охарактеризовать сниженную лексику, являющуюся одним из пластов лексического уровня современного русского языка.

Задачи работы.

1. Выписать высказывания со сниженной лексикой, встретившиеся в газетных текстах.
2. Охарактеризовать общие признаки сниженной лексики и отдельных ее пластов.
3. Определить степень употребления разных пластов сниженной лексики в газетных текстах.

Объект исследования – стилистически окрашенная лексика в текстах современных газет.

Предмет исследования – сниженная лексика в газетных текстах.

Материал работы – высказывания со сниженной лексикой, собранные из текстов современных газет (200): «Аргументы и факты» (далее – АиФ), «Комсомольская правда» (далее – КП), «Московский комсомолец» (далее – МК), «Петербургские ведомости» (далее – ПВ), «Метро» (далее – М), «Петербургский дневник» (далее – ПД) и др. При сборе материала мы ограничились выборкой, сделанной на основе газетных текстов, поскольку, на наш взгляд, объем материала (200) позволил провести анализ лексических единиц.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования фактического материала на семинарских занятиях по теории коммуникации, риторике, современному русскому языку, стилистике и культуре речи в вузе, на уроках по изучению лексики в школе.

Методы исследования: описательный, семантико-стилистический, сравнения, идентификации, компонентного и количественного анализа.

Структура работы: выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

1. ТЕОРИЯ ВОПРОСА

1.1. Понятие о стиле языка. Функционально-стилевое расслоение лексики

Стиль (от лат. *stilus, stylus* – остроконечная палочка для письма, манера письма) – разновидность языка, закрепленная в данном обществе традицией за одной из наиболее общих сфер социальной жизни и отличающаяся от других разновидностей того же языка лексикой, грамматикой, фонетикой; то же, что функциональный стиль [ЛЭС 1990:494]. Стилем называют разновидность языка, которая характеризуется определенными особенностями в отборе, сочетании и организации языковых средств. [БУСРЯ 2016: 1178].

Функциональный стиль – сложное единство. Основными функциональными стилями считают в настоящее время научный, официально-деловой, публицистический, художественный, разговорно-обиходный и церковно-религиозный стиль.

Книжным стилям противопоставляют разговорный стиль, используемый преимущественно в устной форме [Кожина 1993:].

Некоторые исследователи, выделяя разговорный стиль в системе функциональных стилей русского языка, считают, что термин «стиль» в этом случае можно использовать «лишь с большой долей условности». Разговорный стиль «усваивается с детства, его доминантой является «минимум заботы о форме выражения», «существенна доля автоматизма речи» [Русская речь 2007: 31 и т.д.]. Главное же в том, что признаки появления разговорной речи и разговорного стиля противоречат «самой идее стиля в классическом понимании» [Русская речь 2007: 32]. Поэтому В.И. Коньков и др. авторы «Русской речи...» считают целесообразным говорить о «разновидностях» русской речи [Русская речь 2007: 32], а не выделять разговорный стиль в системе стилей русского языка. Мы все же полагаем, что термин «разговорный стиль» имеет право на существование: у него есть

отличительные признаки от других функциональных стилей. В основе разговорного стиля используется литературный язык, хотя и не с таким строгим соблюдением норм литературного языка; в детском возрасте осваиваются только основы речи и дети еще не в состоянии выражать свои мысли и в свободной форме. Поэтому разговорным стилем и разговорной речью они овладевают по мере взросления и овладения системой русского языка. Просто разговорным стилем овладеть быстрее, чем книжными стилями из-за его устной формы, неподготовленности, определенного рода небрежности.

В каждом из функциональных стилей выделяются подстили, жанры. Каждый конкретный текст обладает одновременно чертами и функционального стиля, и жанра [Классификация....].

Принадлежность каждого конкретного текста к определенному функциональному стилю зависит, прежде всего, от лексического состава данного текста.

В последнее время в сфере СМИ постоянно растет объем речевого материала, а в связи с этим постоянно увеличивается разнообразие стилистических явлений. Успех же речевого произведения зависит от жизнеспособности стилеобразующей концепции, стилевого облика, стилеобразующей идеи. Стилеобразующая идея, или концепция, может быть выражена в форме официального документа, в виде редакционного документа редакционного устава и т.д. В концепции учитывается идеология издания, тип издания, тематика и содержание, графический образ, жанровая модель, структурные признаки, особенности заголовочного комплекса и др. [Русская речь 2007: 12-13]. Лексический состав современной публицистики особенно неоднороден и разнообразен, т.к. пресса старается учитывать интересы любого читателя.

Лексика современного русского языка стилистически неоднородна: одни слова являются общеупотребительными, нейтральными, уместными в любом стиле речи, другие используются в определенной речевой ситуации и

отличаются стилистической или эмоционально-экспрессивной окраской. В лингвистической науке в стилистическом плане предлагаются разные классификации лексики.

По функционально-стилевой принадлежности все слова русского языка делят на 1) общеупотребительные: *дом, человек, небо, земля, идти, читать, писать, работать* и 2) стилистически или экспрессивно и эмоционально окрашенные: *аффикс, синтаксис, истец, ответчик, интервью, корреспондент, жилплощадь, драчун, заика, забияка, старушенция*.

В зависимости от сферы употребления выделяют лексику 1) общеупотребительную, 2) диалектную, 3) профессиональную и специальную, 4) жаргонную.

Как видим, в любой из представленных классификаций выделяется общеупотребительная лексика. Общеупотребительная лексика может использоваться в любом стиле речи без ограничений и является наиболее частотной. Эта лексика составляет основу словарного состава русского языка, без нее невозможна ни устная, ни письменная коммуникация.

Во всех книжных стилях используется также общекнижная, или отвлеченная, лексика: *бытие, мышление, объективность, понятие, субъективность* и т.д. Слова, имеющие стилистическое значение, представлены в основном терминами и понятиями, используемыми в конкретном функциональном стиле и его жанровых разновидностях. Так, специальные термины обслуживают конкретную сферу науки и принадлежат научному стилю: *ассонанс, анафора, аффиксы, метафора* и т.д.

Разговорная, диалектная, просторечная, а также эмоционально-экспрессивная лексика почти не используется в научном и особенно в официально-деловом стиле. Однако такая лексика очень часто используется в публицистическом стиле, особенно в газетных текстах.

В последнее время в книжных стилях все чаще используется производственно-техническая лексика, связанная с названиями различных понятий, процессов, явлений, профессионально-производственных операций.

Однако, наряду с терминами, все чаще стали использоваться профессионализмы и жаргонизмы определенной сферы деятельности.

Терминологическая лексика в переносном значении в последнее время употребляется и за пределами научного стиля, особенно в публицистическом: *вирус равнодушия, новые коэффициенты искренности* и т. д.

Метафорический перенос значения приводит не только к детерминологизации, но и к «переводу» слова в другой стиль: слово выходит за пределы термина, становится эмоционально-окрашенным и уже не может в этом, новом значении, употребляться в научном стиле. Зато очень хорошо используется в других стилях: публицистическом, деловом, художественном и даже разговорном.

Лексика официально-делового стиля используется в законах, уставах, постановлениях, протоколах, канцелярских бумагах, дипломатических актах, юридических документах и т.д. В них большое значение имеет точность и четкость изложения мыслей, наименования фактов. Поэтому в официально-деловой речи немало правовых и дипломатических терминов, канцеляризмов и штампов (*истец, ответчик, исходящий, нижеследующий, подлежать изъятию, предписание* и др.). В текстах этого стиля не употребляются иностилевые элементы эмоционально-экспрессивной лексики, разговорные и разговорно-просторечные слова.

Язык художественной литературы использует языковые средства всех функциональных стилей литературного языка и даже находящиеся за его пределами: просторечие, диалектизмы, жаргонизмы, бранную и вульгарную лексику. Официально-деловая лексика в языке художественной литературы используется очень ограниченно, только в том случае, если описываются какие-то конкретные события или дается характеристика персонажа.

В развитии литературного языка большую роль играет публицистический стиль, вернее, газетно-публицистический подстиль как разновидность публицистического стиля. Значительная роль здесь отводится

газетно-публицистической лексике, которая составляет основу этого стиля: *внешнеполитический*, *гражданственность*, *демократия*, *интернациональный* и др.

В текстах данного стиля нередко используются слова и с отвлечённым значением, выражающие те или иные оценки: *деградация*, *конструктивный*, *либеральный*, *цивилизация* и т.п.

В последнее время довольно часто встречаются разговорные, просторечные и даже диалектные и жаргонные слова, оживляющие тексты разных жанров публицистики. Цель использования таких слов – не только придать непринужденность и разговорность в общении с читателем, но и дать соответствующую оценку тем или иным фактам, событиям и т.п. Поскольку тематика газетных текстов самая разнообразная, в них нередко встречается официально-деловая и научная лексика.

Лексические пласты разных стилей языка не являются строго замкнутыми системами и могут взаимопроникать друг в друга.

Функциональная закреплённость лексики нередко дополняется особыми стилистическими оттенками значений, указывающими или на большую выразительность (экспрессию), или на эмоционально-оценочную характеристику.

Слова с уменьшительно-увеличительными суффиксами (*носик*, *сапожище*) используются в разговорном стиле, со словообразовательными элементами *благо-*, *высоко-*, *наи-* и под. (*благосостояние*, *наивысший*) – в книжных. Стилистическая окраска и оценочность создается не только словообразовательными средствами. Она может быть включена и в семантическую структуру слова (слова *воспитанный*, *интересный*, *добрый* содержат положительную оценку, а их антонимы *невоспитанный*, *неинтересный*, *злой* – отрицательную). Слова могут иметь синонимическое значение с оттенком экспрессии, которое возникает на основе прямого значения. Например, *мракобес* и *невежда* – синонимы. Но *мракобес* – это не просто «невежественный человек». Это – «враг прогресса, культуры,

науки; реакционер, обскурантист». Слово книжное [Функционально-стилевое расслоение лексики].

Многие слова имеют стилистическую помету «книжн.», но у них есть общеупотребительные и разговорные (иногда просторечные, а то и бранные или вульгарные) синонимы. Например: *тревожиться* (кн.), – *волноваться* (нейтр.) – *психовать* (разг.); *лик* (кн.) – *лицо* (нейтр.) – *морда, харя, рыло* (прост.) [Химик 2000].

Эмоционально-экспрессивная окраска слова и его принадлежность к определенному функциональному стилю, как правило, взаимосвязаны. Нейтральные в эмоционально-экспрессивном отношении слова обычно входят в пласт общеупотребительной лексики. Эмоционально-экспрессивные слова распределяются между книжной, разговорной и просторечной лексикой.

Слова с положительной и отрицательной оценкой есть и в книжной, и в разговорной лексике. Например, *прекраснодушие, словеса* (ирон.), *манерность* (неодобр.), *продажный* (презр.), *стяг, вещать, вития* (торж.) – слова книжной лексики. *Девчоночка, зайныка* (ласкат.), *смешинка, старушенция, лягушенция* (шутл.), *мелюзга, мужичишка, домишко, сапожищи* (негат.) – слова разговорной лексики.

Довольно четко противопоставлены книжные словам разговорным и просторечным, ср.: *шибко – быстро, стремительно*.

Разговорная лексика в стилистическом плане отличается определенной сниженностью, нередко экспрессивностью и эмоциональностью. Ср.: общеупотребительные и разговорные варианты: *картофель – картошка, табурет – табуретка, подвижный – заводной* и др.

В последнее время разговорная лексика всё чаще используется в книжных стилях, особенно в стилях художественной литературы и публицистике как одно из стилистических средств создания непринуждённости, экспрессии, эмоциональности и т.д.

В разговорной лексике выделяют следующие группы:

а) смысловые эквиваленты стилистически нейтральных слов: *галерка, живность, давнишний, всяческий, впрямь, в обнимку*;

б) слова с определенным экспрессивно-оценочным компонентом: *брюзга, мешанина, вояка, писанина, болтать, завраться, деликатничать, прикарманить, поговаривать, засидеться*;

в) обозначения реалий бытовой сферы: *непоседа, пинок, подзатыльник, пятак, втридорога, восвояси, столярничать, заждаться*, [Шмелев 1977: 57].

Стилистически сниженные слова, находящиеся за пределами литературного языка, принадлежат просторечной лексике. Это могут быть слова, содержащие положительную оценку называемых предметов, понятий (*работяга, дотошный, башковитый*), и слова, выражающие отрицательную оценку говорящего к обозначаемым предметам, понятиям (*психануть, рехнуться, хаять* и под.).

В слове часто переkreщиваются признаки, выражающие эмоционально-экспрессивные и функционально-стилистические оттенки. Например, слова *дефицит, профицит* воспринимаются, прежде всего, как книжные. Но в то же время словосочетание *дефицитный профицит* приобретает в публицистическом стиле несколько иное значение. На использование подобных слов в речи оказывает влияние и их иноязычное происхождение, и особенности фонетического звучания. А слова *зазноба, залетка, миленочек, маленечко, бабулинька* совмещают в себе разговорную и диалектную окраску, приобретают народно-поэтическое и ласково-ироническое звучание.

Таким образом, разговорная лексика, объединяющая слова разговорно-бытового характера, не нарушающие норм литературного языка, и просторечная (используемая намеренно или с нарушением норм литературного языка) относятся к сниженной лексике, употребляемой говорящими в устной, спонтанной непринужденной речи.

От общеупотребительной лексики, используемой во всех видах устной и письменной речи, разговорно-литературная и просторечная лексика

отличается экспрессивно-стилистической окраской (фамильярности, иронии, шутки, презрения и т. д.). Слова разговорно-бытовой лексики не только называют что-либо, но и дают определенную оценку названному. Эти отличия разговорно-бытовой и просторечной лексики от нейтральной определяются при:

а) сравнении общеупотребительных слов *неправда, бесплатно, очень* с их разговорными и просторечными синонимами: *ахиня, вранье, ерунда, чушь* (разг.), *брехня* (прост.); *даром* (разг.), *дарма* (прост.); *ужас* (разг.), *страсть* (прост.) и т. д.;

б) включении в свой состав:

1) разговорной лексики бытового характера, не нарушающей норм литературного употребления: *окошко, вещица, молодчина, злющий* и т. д.;

2) просторечной лексики, характерной для повседневной непринужденной речи, не связанной строгими нормами. Слова, входящие в нее, частью стоят на грани литературного употребления, частью представляют собой нелитературные слова: *аккурат, получка, форсить, серчать* и т. д.

Просторечие характеризуется нарушением норм на всех уровнях языка, или анормативностью словоупотребления. На лексическом и фразеологическом уровне это словоупотребления типа: *сперва, хворать, городьба, покалякать, приступки (ступеньки), на фиг, стращать, лезть в бутылку, орать благим матом* и др.

На морфологическом: *токаря, волосья, маво, тваво, пекем, ложить, ширше, обумши, опосля* и др.

На фонетическом: *кийоск, радива, хавос, кило`метр, шо`фер, свекла`, зво`ним, поня`л (поня`ла, поня`ли* и др.

Диалектная лексика употребляется на определенной территории. Например, *зыбка, озимь, лает (собака)* в северных говорах, *люлька, зелена, брешет (собака)* в южных говорах России.

Отдельные диалектные слова со временем входят в литературный общенациональный язык. Так, в XIX в. в литературный язык вошли слова.:

жулик, задира, клянчить, мохнатый, новосёл, смекалка. Некоторые из них до сих пор имеют в словарях помету «разговорное». Диалектизмы входят в литературный язык в следующих случаях:

- а) при отсутствии литературного эквивалента: *колядки (святочный обряд), журавль (шесть у колодца);*
- б) при отсутствии в литературном языке однословного наименования: *нетель (молодая, ни разу не телившаяся корова);*
- в) при наличии мотивированности: *чернак (ковш), квакушка (лягушка), зыбка, люлька (колыбель для ребенка);*
- г) при наличии экспрессии: *жалить (о крапиве);*
- д) при наличии продуктивной словообразовательной модели: *дровяник (сарай для дров), курник/курятник (пирог с мясом курицы).*

Слова, употребление которых свойственно людям определенных профессий, составляют лексику **профессиональную** и **специальную**. Профессиональная лексика – это официально принятые и регулярно употребляемые специальные термины. Специальная лексика – это свойственные многим профессиям экспрессивно переосмысленные слова и выражения, взятые из общего оборота.

В разговорной речи нередко специальные термины и профессиональные слова (профессионализмы) заменяются разговорно-бытовыми словами, или жаргонизмами. Например, физики шутливо называют *синхрофазотрон кастрюлей*, медики олигофрению называют – *олечкой*, а шизофрению – *шурочкой*, больных, ходящих по коридору с палочкой или с костылями (в основном пожилых), – *лыжниками*. *Наждачная бумага* – это официальное, терминологическое название, а *шкурка* – профессионализм, употребляемый и в непрофессиональном просторечии и т. п.

Подобные жаргонизмы обычно называют все основные понятия, идеи, отношения, которые в текстах имеют свое терминологическое наименование. Профессионализмы менее регулярны. Они рождаются в устной речи людей, занятых той или иной профессией, поэтому редко

образуют систему. Для одних объектов и понятий имеются профессиональные наименования, а для других нет. Отношения между различными профессионализмами также являются случайными, неопределенными. В отличие от специальных терминов, профессионализмы ярко экспрессивны, выразительны (благодаря своей метафоричности), и это их свойство отчетливо обнаруживается в соседстве с официальным, книжным специальным термином, значение которого данный профессионализм дублирует.

Иногда профессионализмы используются на правах официальных терминов; их экспрессивность при этом несколько стирается, однако лежащая в их основе метафоричность ощущается достаточно хорошо: *плечо рычага, зуб шестеренки, колено трубы* и под.

Между специальной и профессиональной лексикой, имеющей ограниченную сферу употребления, существует постоянная связь и взаимодействие с общеупотребительной лексикой. Многие специальные термины начинают употребляться в не свойственных им контекстах, переосмысляться, в результате чего *детерминологизируются*. Например, *орбита славы, коррозия души* и т. п. встречаются и в художественной, и публицистической литературе, однако в таком значении уже не употребляются в научном стиле.

В художественной прозе профессионализмы и специальные термины используются не только для речевой характеристики героев, но и для более точного описания производственных процессов, отношений людей в служебной и профессиональной обстановке.

Жаргонная лексика представлена словами, употребление которых свойственно людям, образующим обособленные социальные группы. Некоторые слова из социальных жаргонов, вошедшие в прошлом в общеупотребительную лексику, сохраняются в ней и сейчас: *липа* – «фальшивка», *лажать* – «фальшиво играть» и др.

Сохраняется и постоянно обновляется лексика молодежного, школьного и студенческого жаргона. Его современное состояние характеризуют и англицизмы, нередко намеренно искаженные: *сорянчик*, *сарязма* – «извини» (от англ. sorry), *герла* – «девушка» (от англ. girl), *френд* – «мальчик, друг» (от англ. friend), *клёвый* – «очень умный, красивый, талантливый» и т.п., *лол*, *кек* (преобразованное от *Шрек* (имя героя американского мультфильма) – «очень смешно»), и слова из уголовного жаргона: *хата* – квартира для собрания компанией, *мажор* – «богатый, хорошо одетый молодой человек», и лексика русского языка в другом значении: *дно* – «небогатый молодой человек».

Жаргонная лексика имеет узкую сферу употребления: ее используют в основном среди «своих», т. е. в общении с людьми того же социального круга, что и говорящий. В художественных произведениях жаргонные слова могут употребляться в целях стилизации или служить в качестве речевой характеристики персонажей.

Богатство стилистических оттенков русской лексики требует внимательного отношения к слову. Особенно это относится к публицистическому стилю. [Стилистическое расслоение русской лексики: 49].

1.2. Публицистический стиль в системе функциональных стилей

Публицистический стиль – это функциональная разновидность литературного языка, которая широко применяется не только в различных сферах общественной жизни: в газетах и журналах, но и на телевидении и радио, в публичных политических выступлениях, в деятельности партий и общественных объединений, в последнее время – и в сети Интернет. К публицистическому стилю относится политическая литература для массового читателя: газета, журнал, интернет и документальное (нередко и художественное) кино.

Публицистический стиль (далее – ПС) в некоторых учебниках и учебных пособиях по стилистике называется газетно-публицистическим, газетным, общественно-политическим стилем. На самом деле язык газеты – это газетно-публицистический подстиль публицистического стиля, наряду с радио- и тележурналистским, Интернетом, стилями ораторской речи.

Публицистический стиль обслуживает общественно-политическую, общественно-экономическую, социально-культурную и др. сферы общения. Разграничение функциональных стилей, реализующих одну и ту же функцию языка, производится на понятийно-языковой основе. Публицистический стиль представлен во множестве жанров:

- 1) газетные жанры – очерк, репортаж, статья, фельетон;
- 2) телевизионные жанры – аналитическая программа, информационное сообщение, интервью, диалог в прямом эфире;
- 3) ораторские жанры – выступление на митинге, публичные выступления политиков, лозунги, тосты, дебаты;
- 4) коммуникативные жанры – пресс-конференция, саммит, встреча «без галстука»;
- 5) рекламные жанры – рекламный очерк, рекламное объявление.

Речь государственного деятеля, лозунги на митинге, аналитический очерк, реклама и тост, произнесенный во время праздничного застолья, – это в основном политика. Главная цель отправителя речи в этих случаях – сделать все возможное, чтобы адресат встал на его точку зрения, принял его систему оценок.

Государственный деятель заинтересован в том, чтобы люди согласились с тем, что действия, им предпринимаемые, единственно правильные. Митингующие хотят, чтобы были приняты их требования. Создатель рекламного текста стремится доказать, что рекламируемый им товар – один из самых лучших и т.д.

В любом публицистическом тексте заключена важная информация, он событияен, коммуникативная функция в нем – одна из ведущих.

В системе стилей литературного языка ПС занимает особое место, т.к. он чаще других перерабатывает тексты, созданные в рамках других стилей. Если научная и деловая речь ориентированы на интеллектуальное отражение действительности, художественная речь – на её эмоциональное отражение, то публицистика стремится удовлетворить и интеллектуальные, и эстетические потребности.

Публицистический и художественно-беллетристический функциональные стили, реализуют, наряду с функцией общения, функцию воздействия. В то же время они различаются, с одной стороны, в понятийном плане и, с другой стороны, в плане языковом. В понятийном плане – это рассуждение по поводу реальных фактов, событий и т.п., в языковом – творческое переосмысление тех же фактов или вообще описание реально не существующих. В публицистическом стиле языковые средства воздействующей функции преобладают при описании реальных фактов и событий, в художественно-беллетристическом – при вымышленных.

Отличительной особенностью публицистики как функционального стиля является то, что в силу ее содержательной и языковой специфики обсуждение специальных тем в рамках данного стиля неизбежно упрощает понятийный план и переводит дискуссию на более или менее популярный, неспециализированный уровень [Липгарт 2003: 162-165].

Публицистический стиль – один из самых «открытых» в системе функциональных стилей русского языка. Он открыт для языковых средств официально-делового, научного, разговорного и художественного стилей, нередко использует и элементы просторечия, жаргонов, диалектов. Редко, но встречается и вульгарная, и бранная лексика. Главная же особенность публицистического стиля (этой цели и служат все выше перечисленные языковые средства) – это «чередование экспрессии и стандарта» (В.Г. Костомаров), обусловленное функцией воздействия на адресата и функцией сообщения. В зависимости от преобладания экспрессии или стандарта, ученые выделяют во всех текстах массовой информации (и в газетах и

журналах, и в передачах радио и телевидения, и в сети Интернет, и в ораторской речи) информационный и публицистический подстили.

Каждый из этих подстилей имеет собственную жанровую структуру, которая в данном случае определяется соотносительностью с информационным и публицистическим подстилями. Н.И. Клушина относит к

1) информационному подстилю: информационные жанры (хроникальную заметку, информационную заметку, корреспонденцию, репортаж, интервью);
2) к публицистическому: а) аналитические, б) сатирические, в) художественно-публицистические, г) рекламные жанры, представляющие собой наиболее открытую систему, в которой используются элементы всех жанров с целью разрекламировать, а, следовательно, воздействовать на адресата [Клушина 2003: 269-288].

Тексты публицистического подстиля обслуживают политико-идеологические, общественно-экономические и культурные отношения. Именно поэтому возросла его значимость в современном мире. Публицистический подстиль имеет характерный *словарь* (наиболее частотные слова становятся символами, маркерами эпохи), соотносимый с базовыми темами в СМИ. В нем формируются основные *идеологемы* (предполагают целенаправленное воздействие со стороны адресанта речи с помощью заранее заданной идеи), которые тиражируются СМИ и затем «оседают» в массовом сознании. Публицистической речи присуща скрытая или открытая *оценочность*, зависящая от шкалы ценностей автора или издания. В этом подстиле специфичен *образ автора*, создающего определенную информационную атмосферу. В публицистической речи наиболее ярко проявляется современная установка средств массовой информации на творчество, а не на стереотип, что достигается средствами *языковой игры* (созданием каламбуров, использованием окказионализмов, параномазии, шутки, юмора, остроты, аллюзии, контаминации, парадокса и других средств интертекстуальности), созданием вертикального контекста с помощью *цитат* и *иронии* [Клушина 2003: 269-288].

Информативность (первичную функцию) публицистического стиля отличают: злободневность и актуальность проблематики; разнообразие содержания, поскольку публицистика отражает разные аспекты нашей жизни: политический, экономический, нравственный и т.д.; предназначенность массовой и неоднородной аудитории; стилистическая неоднородность речевого и визуального оформления.

Не менее важна для публицистики *функция воздействия*. В коммуникативное намерение автора входит не только сообщение на ту или иную тему, но и надежда на отклик читателя (слушателя), на общественный резонанс. Наряду с информацией фактического плана, публицистическое произведение содержит и её авторскую оценку, комментарий. Он воздействует на наши чувства и разум, и это влияние осуществляется за счет не только эмоциональности, экспрессивности, но и продуманной логики изложения материала. Поэтому для аналитических жанров публицистики система аргументов, логических суждений является обязательной. Следует отметить также, что воздействие в публицистике может быть как открытым, «прямолинейным», так и завуалированным. В последнем случае точка зрения автора может быть выражена, например, через порядок расположения журналистских материалов, графико-шрифтовые выделения, через изобразительный ряд, интонацию радио- или телеведущего и т. д. Функция воздействия публицистики традиционно тесно связана с такими понятиями, как *агитация* и *пропаганда*.

Общественная роль публицистического стиля состоит в том, чтобы сообщать об актуальных событиях и фактах текущей общественной жизни, обеспечивать участие творчески активных сил общества в формировании и распространении нужных обществу знаний, давать оперативную политическую и нравственную оценку происходящему, динамично формировать и выражать общественное мнение по актуальным вопросам политики.

Сферы применения публицистического стиля речи – общественно-экономические, политические, культурные отношения.

В публицистическом стиле оправданны открытая ***тенденциозность, полемичность, эмоциональность***. Это вызвано стремлением публициста доказать правильность своей позиции.

Кроме информационной и воздействующей, тексты публицистического стиля, выполняют и остальные присущие языку функции: *коммуникативную, экспрессивную, эстетическую*.

Коммуникативная функция публицистического стиля заключается в том, что его тексты создаются не для внутреннего пользования и не для единственного адресата (хотя и в этих случаях коммуникативный аспект присутствует), а для максимально широкой аудитории. Коммуникация предполагает и обратную связь – ответ адресата. Для газеты обратной связью являются письма читателей, ответы должностных лиц, статьи, присылаемые в ответ на предыдущие публикации.

Экспрессивная функция языка позволяет журналисту выразить свои чувства. Публицистический текст обычно отличается явно выраженным и эмоционально окрашенным отношением автора к излагаемым фактам. Не все публицистические жанры в одинаковой мере предполагают экспрессивность текста: она менее вероятна для информационной заметки и более типична очерка или памфлета. На телевидении эмоциональность менее характерна для выпусков новостей и обязательна для ток-шоу.

Эстетическая функция публицистического текста представляет собой установку автора на то, чтобы сообщение своей формой в единстве с содержанием удовлетворяло эстетическим чувствам адресата.

К основным языковым особенностям ПС следует отнести неоднородность стилистических средств; использование специальной терминологии и эмоционально окрашенной лексики, сочетание стандартных и экспрессивных средств языка, использование и абстрактной, и конкретной лексики. Важная черта – использование наиболее типичных для данного

момента общественной жизни способов изложения материала, наиболее частотных лексических единиц, характерных для данного времени фразеологизмов и метафорических употреблений слова. Актуальность содержания вынуждает журналиста искать актуальные формы его выражения, общепонятные и в то же время отличающиеся свежестью, новизной.

Главная особенность языка публицистики – оценочность. Все языковые средства направлены на то, чтобы воздействовать на аудиторию.

Публицистический стиль в большей степени, чем другие функциональные стили, используется в языке всех средств массовой информации, не будучи тождественным ей, поскольку средства массовой информации гораздо шире. К ним относятся и кино, Интернет [Володина: 2003: 20]. Основной же способ реализации публицистического стиля – пресса.

Для политической речи характерно образование популярных перифраз «на злобу дня»: *премьер и его «красные» переговорщики с МВФ* (о политиках коммунистической ориентации) и др.

Сближение с разговорной речью, просторечием, жаргоном соединяется с увлечением книжной и даже церковнославянской лексикой. С одной стороны, *заполучить валюту, помешанное на контроле правительство, нацепив на руки повязки* и т.п., с другой стороны – *храм искусства* (Малый театр), *владелец экипажа* (шофёр), *благочинное общество*.

В 1980-е годы серьезные опасения лингвистов вызывал поток заимствований-американизмов, в конце 1990-х годов он начал приобретать разумные очертания. Большинство слов адаптировалось в системе языка: *импичмент, инаугурация, паблисити, мониторинг, спонсор, рейтинг, офис*.

Примером адаптации может служить сосуществование в языке таких слов, как *мэр* и *градоначальник*, *дума* и *парламент*. Использование некоторых из этих слов в иронической речи уравнивает негативное отношение части говорящих к заимствованиям.

Центральное место в публицистическом стиле занимает социально-оценочная лексика. Если в советскую эпоху оценочные коннотации были относительно устойчивыми, то в новое время происходит постоянное движение коннотаций, изменение отношения к обозначаемым реалиям приводит к изменению стилистической окраски слова и затем – к замене слова. Так, вместо слова *коллективизм – соборность*, вместо слова *единомыслие – тоталитаризм* [Григорьева 2003].

Язык – это духовная среда, она изменяется в зависимости от характера эпохи, изменяется и «языковой идеал». В каждый отрезок времени появляется «мода» на те или иные слова и выражения. Которые сразу же находят свое отражение в языке публицистики. Например, для официальной риторики конца 1990-х годов модными стали слова *элита, элитарный, дистанцироваться, виртуальный, теневой, имидж, знаковая фигура*, которые сразу же стали широко использоваться в публицистических текстах этого периода времени.

Публицистический стиль является речевой основой языка СМИ, но не тождественен ему. Язык СМИ все более и более захватывает различные функциональные разновидности русского языка, превращаясь в мощную информационную систему. Публицистический стиль обслуживает лишь одну из сфер этой системы, связанной с политической жизнью. С другой стороны, публицистический стиль имеет и самостоятельное поле деятельности. Это касается в первую очередь ораторских жанров, а также форм устной речи, пограничной с бытовой сферой.

Функциональные стили русского языка находятся в тесном взаимодействии. Существуют жанровые формы смешанного типа, такие, как научно-публицистические статьи, комментарии к законодательным документам. Черты публицистического стиля имеют некоторые дипломатические документы.

1.3. Публицистический стиль и язык газеты

Печатные средства СМИ, к которым в первую очередь относится газета, реализуют одну из наиболее популярных разновидностей публицистического стиля. Сфера публицистики напрямую связана с областью социальных отношений; именно в ней происходили и происходят наиболее заметные изменения. Эти изменения наиболее ярко прослеживаются в средствах массовой информации (СМИ).

Среди факторов, вызвавших преобразования в стиле, в первую очередь, выделяются такие, как изменение статуса и функций СМИ в обществе, обретение демократических свобод (печати, слова), отмена цензуры, перестройка системы СМИ под влиянием политического, идейно-логического расслоения общества, развитие конкурентных отношений между СМИ и изменение коммуникативного статуса аудитории. Эти изменения коснулись языка всех СМИ, но более всего газетной речи, задачи которой – сообщать об актуальных событиях и фактах текущей общественной жизни, обеспечивать участие творчески активных сил общества в формировании и распространении нужных обществу знаний, давать оперативную политическую и нравственную оценку происходящему и т.д.

Газета – это наиболее доступный всем инструмент гласности, т.е. открытости деятельности государственных учреждений для общественного наблюдения. С точки зрения науки о культуре речи очень важно излагать официальные решения языковыми средствами, понятными большинству населения со средним уровнем образования. Рядовой гражданин не обязан иметь высшее юридическое образование, но законы должны быть ему понятны, в ином случае общение власти и населения не будет эффективным. Наряду с гласностью газета обеспечивает и свободу слова – она служит для выражения взглядов различных социальных слоев, представляет человеку возможность дать оценку действиям, проводимым государством.

Являясь одним из центров политической деятельности, газета призвана быть гибким инструментом соединения живой практики с политикой, с организаторской работой институтов политической системы общества.

Газеты делятся:

в зависимости от функционального назначения: общеполитические, отраслевые, развлекательные, рекламные;

в зависимости от территории распространения: федеральные, региональные, местные;

в зависимости от времени выпуска: утренние, вечерние.

Весьма сложным оказывается жанровое расслоение газетной речи. К газетным жанрам относятся: передовая статья, репортаж, спортивные обозрения, очерк, фельетон, заметки, интервью, беседа, реклама и др.

С одной стороны, газетная речь, несмотря на разнообразие газетных материалов, имеет общие принципы построения, общие функции, структуру и стилевую окраску, общие стилевые черты: реализацию установки на воздействие, прямую оценочность и информативность. С другой стороны, особенности стиля зависят от характера издающего органа, специализации газеты, от тематики содержания, авторского почерка, а также от степени использования популяризаторской функции, благодаря которой, газета представляет особую разновидность научно-популярного или научно-публицистического стиля. Нередко выделяют, наряду с информативной и воздействующей функциями как основными в газетной речи, организаторскую, воспитательную, аналитико-критическую и развлекательную функции.

Основные функции газеты – информативная и воздействующая – направлены на то, чтобы, информируя, выразить определенную авторскую или общественную позицию.

Стремление в кратчайший срок сообщить о свежих новостях не может не найти отражения в характере коммуникативных задач и в речевом их воплощении. Стилиевые различия в газете связаны не только с

преобладанием в конкретном тексте одной из основных газетных функций – информативной или воздействующей. Некоторые отличия стиля зависят и от характера издающего органа, специализации газеты, от тематики содержания и авторского почерка.

Экспрессия газетной речи может осуществляться в разных формах, не только готовыми языковыми выразительными средствами. Необходимо подчеркнуть интеллектуальность современной газеты в противоположность прежним годам. В наше время, когда читатель обладает высоким уровнем образования, сами средства и характер выразительности оказываются иными, чем несколько десятков лет назад. Поэтому специфика газетной речи заключается, прежде всего, в особой и намеренной ее выразительности, экспрессивности.

Другой основной стилевой чертой публицистической (и, конечно, газетной) речи, связанной с экспрессивностью, является наличие стандарта. Это объясняется тем, что газета создается в кратчайшие сроки, не одним лицом, а множеством корреспондентов, которые готовят свои материалы часто в отрыве один от другого. Поиски способов экспрессивности в особых условиях «газетного творчества» вызывают быстрый переход экспрессии в стандарт, а нередко и в штамп.

Речевая выразительность, экспрессия реализуются в стилевом «эффekte новизны», в стремлении к необычности, свежести словосочетаний.

Для газеты характерны новые значения у ряда слов (обычно содержащих оценку), не имеющих общеупотребительного характера, однако широко используемых в газете. Газета рождает и культивирует свою фразеологию, устойчивые обороты речи. Газетный стиль обнаруживает себя и в области словообразования, что способствует появлению авторских неологизмов (оказиональных образований), и это служит стремлением к достижению выразительности речи.

Тенденция к усилению информативности наиболее ярко выражается в эволюции газетных жанров и в заголовках.

Обращает на себя внимание, по утверждению Г.Я. Солганика, редкое использование, почти исчезновение со страниц газет таких жанров, как очерк, фельетон, передовая статья. Их заменяют газетные материалы, в которых резко усиливается информационное начало. Происходит синтез различных жанров [Солганик 264]. В настоящее время можно говорить об образе автора-журналиста в публицистической речи, ее организующем начале.

Заголовок призван, прежде всего, предельно ясно и лаконично выразить содержание материала. В этом и заключается экспрессивность, эстетика газетного заглавия. Информативная функция приобретает определенно эстетический характер. Поэтому усиление информативной направленности в заголовках проявляется и в частой замене «назывных заглавий глагольными».

Главный путь преодоления книжности газетного языка и обретения своего лица – использование разговорных, просторечных средств и жаргонов. В поисках экспрессии, способов выражения оценки газета обращается к сниженным и нелитературным лексическим единицам, обладающим значительными стилистическими ресурсами и оживляющим газетную речь.

Оценочность – универсальная черта публицистического стиля – особенно ярко проявляет себя в языке газеты. Н.И. Клушина выделяет имплицитную и эксплицитную оценки [Клушина 2003: 274-275]. К имплицитным оценкам в публицистике (и в газете тоже) она относит метафоры, эвфемизмы, «скорненные» слова. К средствам эксплицитной оценки Н.И. Клушина относит контекст, квазисинонимическую ситуацию и квазицитату [Клушина 2003: 274-288].

Оценочность выражается в языке газеты самыми разными языковыми средствами. Газетно-публицистическая норма шире общелитературной нормы и терпимее к нелитературной лексике. Обращаясь к пластам национального языка, не обладающим качеством литературности, газета

перерабатывает их и, в конечном счете, олитературирует. Расширяется лексикон, появляются новые средства выражения. Через газету вошли в литературный язык *разборка*, *беспредел* и некоторые другие жаргонизмы.

Употребление жаргонов находится в тесной связи с использованием разговорных средств и просторечия. Однако неумеренное употребление жаргонизмов (типа *круто*, *тащиться*, *мажор* и им подобных), как и других нелитературных элементов, расшатывает литературную норму, противоречит литературному стандарту, резко снижает качество речи, оказывает дурное влияние на языковые вкусы читателей. Использование нелитературных элементов должно быть мотивированным – прежде всего стилистическим заданием. Многое здесь определяется языковым вкусом пишущего. Говоря о тенденциях развития языка современных газет, следует отметить и такое явление, как *стёб* («в молодежной речи: насмешка, подтрунивание, ёрничанье» [Ожегов 613]). Речь идет о такой подаче информации, при которой прямая авторская оценка событий, явлений подменяется иронией и ёрничаньем. Автор надевает на себя маску ироничного, стороннего наблюдателя, не имеющего к сообщаемому якобы никакого отношения.

Подобная манера позволяет в иронически-агрессивном стиле осмеивать все и вся. Эта манера сводит на нет мысль и стиль, опошляет общение журналиста с аудиторией. Если все подвергается осмеянию, ценность информации стремится к нулю [Солганик 2003: 265-266].

Весьма важная проблема – культура языка современных газет. Состояние речевой культуры, как справедливо отмечает Г.Я. Солганик, внушает серьезную тревогу. Как известно, язык СМИ, обладая известным престижем, оказывает сильнейшее влияние на литературный язык, формируя языковые вкусы, литературные нормы.

Именно в средствах СМИ, в том числе и в газетах, наблюдаются многочисленные отклонения от норм литературного языка, в первую очередь, на уровне лексики и фразеологии (нарушения грамматических норм в газетах последних лет практически не встречаются). К таким нарушениям

относятся т.н. «модные» слова (*однозначно, ментальность, аккурат*), слова-паразиты (*как бы, буквально*) и др. [Солганик 266-267]. К ним можно отнести и элементы разговорной, просторечной, жаргонной и даже вульгарной лексики.

Подобные отклонения на уровне лексики довольно часто встречаются в современных газетных жанрах и потому требуют специального рассмотрения.

Выводы

Лексика современного русского языка стилистически неоднородна: одни слова носят общеупотребительный характер, другие – используются в определенной речевой ситуации. Одну и ту же информацию можно передать разными лексическими средствами.

По функционально-стилевой принадлежности все слова русского языка делят на 1) общеупотребительные: *дом, человек, небо, земля, идти, читать, писать, работать* и 2) стилистически или экспрессивно и эмоционально окрашенные: *аффикс, синтаксис, истец, ответчик, интервью, корреспондент, жилплощадь, драчун, заика, забияка, старушенция*.

В зависимости от сферы употребления выделяют лексику 1) общеупотребительную, 2) диалектную, 3) профессиональную и специальную, 4) жаргонную.

Значительная роль в развитии и обогащении литературного языка принадлежит газетно-публицистической лексике, состав которой неоднороден. Выделяется большой пласт общественно-политической лексики, составляющей основу публицистического стиля.

Газетно-публицистический подстиль – разновидность публицистического стиля, являющаяся частью языка СМИ, хотя и весьма значительной.

Публицистический стиль и его разновидность – газетно-публицистический подстиль – претерпели за последние годы большие

изменения под влиянием средств массовой информации, сохранив при этом свое основное назначение: информировать массы и оказывать воздействующее влияние на них. Наблюдается стремление к усилению информационной функции и ослабление воздействующей. Тенденция к усилению информативности наиболее ярко выражается в эволюции газетных жанров и заголовков.

Для преодоления книжности газетного языка используются сниженные и нелитературные лексические единицы, а также иронически-агрессивный стиль.

Стилевые различия в языке газеты связаны, прежде всего, с преобладанием в конкретном тексте одной из основных функций – информативной или воздействующей. Некоторые отличия стиля проистекают от характера издающего органа, специализации газеты, зависят от тематики содержания и авторского почерка.

Основные функции газеты направлены на то, чтобы, информируя, выражать определенную авторскую или общественную позицию.

Экспрессия газетной речи может осуществляться в разных формах, не только готовыми языковыми выразительными средствами. Необходимо подчеркнуть интеллектуальность современной газеты в противоположность прежним годам. Специфика газетной речи заключается, прежде всего, в особой и намеренной ее выразительности, экспрессивности.

Другой основной стилевой чертой публицистической (и газетной) речи, связанной с экспрессивностью, является наличие стандарта. Это объясняется тем, что газета создается в кратчайшие сроки, не одним лицом, а множеством корреспондентов, которые готовят свои материалы часто в отрыве один от другого. Одной из причин порождения стандартов, а иногда и газетных штампов является стремление к экспрессивности высказывания. Речевая выразительность, экспрессия реализуются в стилевом «эффekte новизны», в стремлении к необычности, свежести словосочетаний в использовании ярких, нестандартных метафор, необычных сравнений, эпитетов и др. образных

средств, в том числе и сниженной лексики. Некоторые слова и выражения сниженной лексики (разговорной, просторечной, жаргонной) попадают благодаря газете в разговорную речь читателей, а от них – и в литературный язык. Однако, попадая в разговорную речь читателей, отдельные элементы сниженной лексики, напротив, засоряют ее, поэтому журналистам следует тщательнее выбирать их при использовании в печати.

2. УПОТРЕБЛЕНИЕ СНИЖЕННОЙ ЛЕКСИКИ В СМИ

2.1. Сниженная лексика как форма существования современного русского языка

В современной русской речи отмечается активизация сниженной лексики, которую предлагается рассматривать в контексте внутреннего закономерного развития национального языка и его ядра – языка литературного. По мнению Б.А.Ларина, «историческая эволюция любого литературного языка может быть представлена как ряд последовательных ‘снижений’, варваризаций, но лучше сказать как ряд концентрических развертываний» [Ларин: 176]. Закон экономии речевых усилий заставляет использовать более краткие по форме и емкие по смыслу, экспрессивные лексические единицы на низших функционально-стилистических уровнях, а со временем распространяется и на всю сферу общеупотребительной речи.

О сниженной лексике в языке говорилось и до 80-х годов 20 в. По мнению исследователей, в XX веке русский язык трижды испытал нашествие сниженных слов (в частности арготизмов). Вторжение жаргонных и просторечных единиц было связано с глобальными историческими событиями, социальными и идеологическими переменами: 10–20-е годы – первая мировая война, две революции, гражданская война, НЭП, возникновение революционной и мелкособственнической идеологии; 40–60-е годы – Великая Отечественная война, идеологическая ломка после 1956 года, ‘оттепель’. Преобразования общественно-экономических условий, произошедшие в 80–90-е годы, лежат в основе сегодняшних трансформаций языка.

Изменение способов материального существования человека в русском обществе повлекло смену идеологии.

В обществе значительно возросла активность отдельных социальных групп – носителей сниженных форм языка: коммерческой, уголовной, молодежной.

Отмена цензуры в СМИ привела к тому, что в публицистической, художественной и других видах речи большое внимание стало уделяться темам криминальной, политической борьбы, наркомании и пьянства, секса, проституции. В рекламных роликах активно используются ранее табуированные номинации гинекологического, урологического характера (*простатит, геморрой, аденома, прокладки, тампоны*). Это обусловлено выдвиганием на первый план интересов, связанных с коммерческой деятельностью, сферой быта, удовлетворением естественных потребностей человека.

В конечном итоге такой текст приобретает агрессивность, речевое поведение – риторичность; активизируется функция воздействия в языке. Интенсивно развиваются полемические формы диалога.

В современной речи отмечено интенсивное использование инвективной, или нецензурной лексики. Политическая свобода на бытовом уровне приобрела возможность публично использовать нецензурную лексику, которая в определенных социальных слоях и даже в определенных ситуациях перестала мыслиться как табуированная.

В разговорном дискурсе употребление нецензурных слов и выражений диктуется необходимостью для субъекта речи эмоциональной разрядки. Непечатные, слова, благодаря своему особому положению в языке, реализуют, таким образом, экспрессивную функцию.

Грубые слова и выражения употребляются и для обеспечения связности устных разговорных текстов при недостаточном тезаурусе говорящего иных языковых средств. В современной разговорной речи нецензурные лексемы нередко редуцируются, превращаются в *бля, бляха, блин, ё-моё, ёпрасатульки, едрён батон, пипец, писос, едрид-мадрид, ёшкин кот* и др.

Употребление сниженной лексики зависит не только от определенного статуса носителей языка, но и от характера коммуникативной ситуации.

Выбор стиля определяется конкретной речевой ситуацией, а гибкость в его использовании зависит от степени развития языкового сознания носителя речи, от объема его лексикона. Лексикон современного человека формируется (часто помимо воли субъекта) очень активно: за счет СМИ, кино, художественной литературы, активного общения в разных социальных сферах и т.д.

Поэтому в языке выражается не только «образ жизни речевого коллектива, который его породил» [Береговская1996: 39], но и качество социальных связей – общественно-экономических процессов, формирование новых социальных отношений и сфер, пересмотр общественных приоритетов. Язык характеризует как группы, так и целостную социальную структуру в ее проявлениях [Стилистическое расслоение...].

2.2.Лексика современных публицистических текстов: общая характеристика

При анализе лексических средств публицистического стиля речи, в первую очередь, учитывают следующие виды выразительности: стилистически-синтаксический, лексико-экспрессивный и образный. Все виды языковой выразительности подчинены плану содержания и плану выражения. Открытый характер лексической системы публицистического стиля способствует развитию лексики и ее интенсивному взаимодействию с общелитературной. Прежде всего это проявляется в прямом выражении авторского «Я».

Лексическая система публицистического стиля определяет точность словоупотребления, стилистическое употребление омонимов, архаизмов и неологизмов, терминов, слов с экспрессивной окраской, иноязычных слов. В

первую очередь, всё это встречается в текстах, напечатанных, в газетно-публицистическом стиле, и является одной из его характерных черт.

Публицистическому стилю присущи и общеречевые тенденции к стандартизации и экспрессивности. Они имеют специфический характер и часто встречаются в современных публикациях, особенно, если автор хочет подчеркнуть своё отношение к проблеме. Лексические признаки публицистического стиля определяются принципом оценочности, а также тем, что это принцип резко разграничивает положительное и отрицательное, свет и тень в соответствующем делении языковых средств на положительно оценочные и отрицательно оценочные явления.

Негативно оценочная или положительно оценочная окраска составляет основу любого публицистического текста. Ее обычно делят на оценку из области чувств, к которым относят эмоциональную реакцию, состояние и отношение.

В каждом функциональном стиле есть своя классификация лексики литературного языка.

В газетно-публицистическом подстиле выделяют лексику: общественно-политическую, газетную оценочную, газетную не оценочную лексику. Общеупотребительная лексика составляет основу любого стиля, в т.ч. и газетно-публицистического.

В публицистическом стиле и газетно-публицистическом подстиле широко используется и интернациональная политическая лексика (*фракция, законодательство, электорат, инаугурация, концепция, министр, спикер, импичмент*). Публицистический стиль быстро усваивает понятия и слова и словосочетания, отражающие социальные и политические процессы в обществе (*финансовое оздоровление, альтернативные выборы, экономическое пространство, ипотечный кредит, официальная валюта, кризисная ситуации, церемония вручения премии*). Для него характерно и соединение контрастных по стилистической окраске слов: лексика книжная и разговорная, высокая и сниженная. Однако обращение к разноплановой

лексике и фразеологии зависит от жанра и, как правило, подчиняется принципу эстетической целесообразности.

В публицистическом стиле широко используется а) общественно-политическая лексика; б) лексика, обозначающая понятия 1) морали, 2) этики, 3) медицины, 4) экономики, 5) культуры, слов из области б) психологии, 7) слов, обозначающих внутреннее состояние, переживания человека и др.:

1) *публичные слушания, законодательное собрание, прием граждан депутатами;*

2) *мизулинг и другие скандалы 2016 г., авторитеты вне закона, очень богатые полковники, нескромная злобность либералов, мизулинг (Медведев) в ответ на вопрос о причинах столь низкого уровня преподавательских зарплат ответил, что учитель – это призвание, а чтобы зарабатывать деньги, надо заниматься другим делом, например, бизнесом; мажоры: мальчики и девочки («золотая молодежь» весь год эпатировала столицу безумными автогонками на элитных автомобилях с демонстративным пренебрежением к ГИБДД и к общественной морали), апофеоз пошлости, реставрация капитализма в России не напоминает ли возвращение к язычеству после христианства?;*

3) *изменить систему рассадки детей за партами в школах, дети должны сидеть по-другому, учитель не должен стоять у доски (предложение О. Голодец);*

4) *как помолодеть без скальпеля и хирурга, употребление пробиотиков, подтяжка лица, нитевой лифтинг, интимное здоровье, гормональная терапия, удержите недержание;*

5) *строительство магистралей, расселение коммуналок, социальная программа, финансирование, федеральный бюджет, социально-экономическая стратегия, бюджет для олигархов, монополисты и монополии, чем зарабатывают на жизнь в кризис, кадастровая стоимость, коммерческие помещения ;*

б) номинация «Лучший фильм», такой неловкий «Оскар», конкурс «Мисс Вселенная», пришлось доказывать, что приз вправду достался им
ж) карьера и одиночество: кому в гору идти полезно самому, , успешный и одинокий Леонардо Ди Каприо отсутствие личной жизни может идти на пользу в работе;

7) эмоции и время воруют деньги, контролировать эмоции, неумение справляться с ними (эмоциями) ведет к профессиональному выгоранию, избавиться от негативных мыслей, разрушительных эмоций и т.д. (Метро 28.02 2017 г.; Питерская правда № 1 2017 г.).

В публицистических текстах часто используются слова: с приставками *а-*, *анти-*, *де-*, *меж-*, *про-*, *раз(с)*, с суффиксами *-и(я)*, *-ци(я)*, *-изаци(я)*, *-изм*, *-ист* *-иц*, *-ниј-*, *-ирова-*; с корнями, близкими по значению к приставкам, *все-*, *обще-*, *сверх-*; *много-*, *мало-*: *антилубок*, *антисоветчик*, *антисоветский*, *антикоррупционный*, *приправительственный*, *сверхчеловек*, *многотысячный*, *малоуспешный*, *тусовщица*, *проиндексировать*, *прогрессировать*, *отстранение*, *развлечение*, *техзадание* и др. (Питерская правда № 1 2017 г.). Сложные и сложносокращенные слова, устойчивые обороты речи широко используются в разных жанрах публицистики.

Разнообразны и средства эмоционального воздействия, употребляемые в этом стиле речи. Скорее всего, они напоминают изобразительно-выразительные средства художественного стиля речи, правда, с той разницей, что основным их назначением становится не создание художественных образов, а именно воздействие на читателя, слушателя, убеждение его в чем-то и информирование, передача сведений.

К эмоциональным средствам выразительности языка традиционно относятся эпитеты (в том числе являющиеся приложением), сравнения, метафоры, риторические вопросы и обращения, лексические повторы, градация. К ним нередко относят фразеологизмы, пословицы, поговорки, разговорные обороты речи (в том числе просторечия); цитаты, языковые средства юмора, иронии, сатиры (остроумные сравнения, иронические

вставки, сатирический пересказ, пародирование, каламбуры): *волна возмущения и раскола в обществе, о передаче всех фабрик рабочим, а земли – крестьянам, «оттяпать» от парка куски пожирнее, «переписыватели истории», несмотря на желание алчных бизнесменов оттяпать эти земли под застройку, власти будут постоянно стараться залезть в карман и так нищему народу, лояльным депутатам при «правильном» голосовании за бюджет дается возможность распределить по своему усмотрению бюджетные средства, размер которых только в этом году составил более 3 млрд. рублей (на что они на самом деле расходуются – «тайна сия велика есть»)* и др. ((Питерская правда № 1 2017 г.).

Эмоциональные средства языка сочетаются в публицистическом стиле со строгой логической доказательностью, смысловым выделением особо важных слов, оборотов, отдельных частей высказывания. Лексика публицистического стиля характеризуется использованием образных средств, переносного значения слов, слов с яркой эмоциональной окраской.

В публицистическом стиле, особенно в газетных текстах, с целью выразительности нередко используются термины в переносном их значении: *баланс политических сил, инфляция совести, атмосфера доброжелательности, паразитировать на теле общества*. Общественно-политическая лексика пополняется в результате возрождения известных ранее слов, но получивших новое значение. Таковы, например, слова: *предприниматель, бизнес, рынок, олигарх* и др.

2.3. Сниженная лексика в текстах современных газет

Контактоустанавливающая функция сниженной лексики является одной из самых значимых в современных СМИ, особенно в газетах. Поэтому в текстах современных газет довольно часто встречается сниженная лексика и фразеология. Используется такая лексика с вполне определенными целями:

- а) установить доверие к себе читательской аудитории;

- б) убедить читателя в авторской осведомленности в описываемой им ситуации;
- в) поделиться с читателями своим собственным мнением;
- г) заинтересовать читателей, сделать их участниками совместных рассуждений;
- д) способствовать проявлению коммуникативной категории «свой – чужой»;
- е) наиболее полно дать оценку описываемой ситуации;
- ж) говорить о сложном подчеркнуто просто, убедительно и авторитетно [Матяшевская, 75-82].

Нами были рассмотрены следующие газеты за январь – май, 2017 г. : «Московский комсомолец» (далее – МК), «Комсомольская правда» (далее – КП), «Аргументы и факты» (далее – АиФ), «Российская газета» (далее – РГ), «Петербургский дневник» (далее – ПД), «Метро» (далее – М), «Питерская правда». Всего собрано около 200 словоупотреблений со сниженной лексикой.

Обращено внимание на то, что сниженная лексика в основном не выходит за пределы разговорной, просторечной и жаргонной лексики. Обсценная, или нецензурная, лексика не встретилась ни в одном из просматриваемых номеров, хотя в целом просмотрено не менее 30 самых разных газет.

Разговорная, разговорно-просторечная и даже жаргонная лексика в наших материалах встретилась не только внутри текстов, но и в заголовках или подзаголовках газет:

Всю сниженную лексику, найденную в анализируемых газетах, мы разделили на три группы: 1) разговорная лексика, 2) просторечная лексика, 3) жаргонизмы.

К разговорной лексике исследователи разговорной речи относят не только слова и выражения, имеющие в словарях помету *разг.*, но также слова и словосочетания, которые используются в основном в разговорной речи и не используются в других функциональных стилях. В словарях такие слова

могут помету *разг.* не иметь. Это нейтральные слова с переносными (метафорическими) значениями, с иронической или негативной оценкой, создаваемой контекстом, разговорные синтаксические конструкции, созданные по продуктивным способам словообразования неологизмы и окказионализмы и т.д.

В выписанных нами из названных газет словах и выражениях сниженной лексики преобладает разговорная лексика, причем нередко повторяются одни и те же слова.

При составлении таблицы с разными типами сниженной лексики учитывались пометы из словарных статей Толкового словаря С.И. Ожегова 2016 г. При определении разговорных слов использованы были еще и сведения авторов монографий по разговорной речи Е.А. Земской и О.Б. Сиротининой, а также их многочисленных учеников. Ср. данные табл. № 1.

Таблица № 1

Разговорная лексика	Просторечная лексика	Устаревшая лексика	Спец. лексика	Жаргонная лексика	Окказионализмы	Всего
120	35	6	10	25	4	200

К разговорным языковым средствам мы отнесли, в первую очередь, слова, имеющие в толковых словарях помету *разг.*, а также слова и выражения, не получившие отражение в словарях, но охарактеризованные исследователями разговорной речи как разговорные. Таких слов и выражений в газетных текстах оказалось больше всего. Это – прилагательные и наречия *нормальный/нормально* (в значении *удовлетворительно, ничего*): *нормальный рынок, нормальные деньги*, слова-конденсаты типа *трёшки* (*трехкомнатные квартиры*), игра прямого и переносного значений: *намылить улицы* (значение – *вымыть моющими средствами*), *коммунальщики, бомжи, маршрутка, придумали лекарство* (несвойственное

значение в сочетании со словом «лекарство»), *обмусоливать парня без ноги*, *тетрадка*, союз *аж*, вводное слово *мол*, междометие *увы*, слово-паразит *короче* и др.

К окказиональным словам мы отнесли: *ждун* (Ждун хочет приехать в Россию – М., № 18 2017 г.), *мерзлявые*, *ампутант* (в словарях такие слова не зафиксированы).

В состав просторечной лексики вошли слова и словосочетания *оттяпать землю*, *отморозков – в черный список*, *хвастаться*, *в Афганистане не запаривался*, *пацанчик*, *ухажер*, *лапать*, *тусовка* и др.

Зафиксирована в просмотренных нами газетах жаргонная и устаревшая лексика: *по блату*, *слаб`о*, «*зажгли*», *лаж`ат*, *наркота* и др. Устаревшей лексики немного, но она также создает эмоционально-экспрессивную характеристику и соответствующую оценку: *в фаворе*, *путь заказан*.

1. Сниженная лексика отмечена в заголовках и подзаголовках:
«*Вычислить жулика*» (разг.) (АиФ, № 9, 17 г.);
«*Большие трёшки*» – реклама квартир в новых домах (разг.);
«*Бомжи* (разг.) в Вашингтоне не теряют надежды на перемены» – о выборах президентом Трампа и надеждах на него (М., № 11. 17 г.);
«*Эксперты не жалуются* (разг.) подругам»;
«*Гандболистов ждет игра на вылет*» (жарг.);
«*Медики скрутили* (жарг.) нападавшего» (М., № 8, 17 г.);
«*В России придумали* (разг.) лекарство от рака»;
«*Где нормальные* (разг.) рынки»; «*Когда намылят* (разг.) улицы?»; (АиФ, № 10, 17 г.);
«*Кто сбросил* (разг.) царя с престола?»;
«*Отобрали* (разг.) жир у масла» – о добавлении в сливочное масло пальмового масла для повышения процента жирности
«*Слабо* (жарг.)– наголо?» (АиФ, № 11 17 г.); и др.

Подобные заголовки привлекают внимание читателей своей простотой, понятностью, юмором и иронией о сообщаемом, уже выраженными в заголовках.

2. Сниженная лексика употребляется в текстах, где журналисты не только сообщают о событиях, но и высказывают свое мнение и дают свою оценку событиям, одновременно создавая доверительные отношения с читателями: «*Пришедшие с ночи родители записывались в специальную тетрадку (разг.)*» (М., № 11, 17 г.) – об очереди в МФЦ, которую занимали родители с ночи, чтобы первыми записать своего ребенка в первый класс выбранной школы; *50 тысяч рублей буренка (разг.) в среднем стоит*; «*Некоторые подумывают приобрести корову, другие хотят сделать это вскладчину – например, сброситься вятером по 10 тысяч рублей и купить одну буренку на всех*» (разг. – выделенные слова) (заг. «Корова на балконе» АиФ, № 4. 17 г.) – статьи-заметки на общежитейские и бытовые темы;

«*Трамп, как известно, в переводе с английского «kozyрь». Но козыри бывают разные: от убогой шестёрки (разг.) до всепобеждающего туза*»; «*Политики жили припеваючи (разг.), пока рабочие места уходили (разг.) за рубеж*;

«*После такого недругам нынешнего (раз.) президента остается разве что скинуться (разг.) на «массовые протесты», вплоть до «капустной революции»(разг.), только чтоб скинуть (жарг.) Трампа*»; «*Трампы приходят и уходят (разг.), Китай – навечно (разг.)*;

«*Короче (разг., слово-паразит), куда ни кинь – всюду блин (разг., слово-паразит),*

Хочу поперечку!(разг.) (КП, 11-18 01. 2017 г.);

Лажать, конечно, легче (КП, 7.03 2017 г.).

3. Сниженная лексика широко используется в текстах, в которых включена якобы прямая речь лиц, рассказывающих о событиях журналисту: «*Смотрю, пацанчик (разг.-прост.) плачет*» (заг. «Водитель развернул маршрутку (разг.) из-за ребенка, проспавшего (разг.) остановку»;

«Изучила рынок «папашки» (прост.) на час»; «Я те щас покажу (разг.) доноров»; «Я наврала (разг.), что мне 33,... поставила отметку «не замужем»; «С ума сошла! Не хватало еще (разг.) женщин по анализам выбирать!»;

«Басист лапал(прост.) меня в прямом эфире» – телеведущая Тутта Ларсен(загл. «Одноразовые отцы» КП, 11-18 01.17 г.).

Приведенные примеры наглядно показывают, что сниженная лексика (разговорная, просторечная и даже жаргонная) широко используется журналистами как в заголовках статей и заметок (независимо от тематики сообщения), так и внутри текстов. Частотность ее использования не зависит от авторской речи или прямой речи лиц, у кого бралось интервью для заметки.

Выводы

Итак, употребление сниженной лексики зависит не столько от определенного статуса носителей языка, сколько от характера коммуникативной ситуации. Лингвистические материалы говорят о том, что человек любого социального уровня в соответствующей речевой ситуации может перейти в сниженный ‘регистр’ языка, преследуя определенные коммуникативные цели.

Выбор стиля определяется конкретной речевой ситуацией. Лексикон же формируется в настоящих условиях за счет СМИ, кино, художественной литературы, активного общения в разных социальных сферах и т.д.

В газетно-публицистическом подстиле выделяют лексику: общественно-политическую, газетную оценочную, газетную не оценочную лексику.

Публицистический стиль и газетно-публицистический подстиль открыт для использования интернациональной политической лексики (*парламент, электорат, инаугурация, спикер, импичмент*). Публицистический стиль мгновенно усваивает понятия и соответствующие слова и словосочетания,

отражающие социальные и политические процессы в обществе (*финансовое оздоровление, альтернативные выборы, экономическое пространство*). Для него характерно и соединение контрастных по стилистической окраске слов: используется лексика книжная и разговорная, высокая и сниженная. Для публицистического стиля речи характерно широкое использование общественно-политической лексики, а также лексики, обозначающей понятия морали, этики, медицины, экономики, культуры, слов из области психологии, слов, описывающих внутреннее состояние, переживания человека и др.

Разнообразны и средства эмоционального воздействия, употребляемые в этом стиле речи. Эмоциональные средства языка сочетаются в публицистическом стиле со строгой логической доказательностью, смысловым выделением особо важных слов, оборотов, отдельных частей высказывания. Лексика публицистического стиля характеризуется использованием образных средств, переносного значения слов, слов с яркой эмоциональной окраской.

В публицистическом стиле, особенно в газетных текстах, с целью выразительности нередко используются термины в переносном их значении: *инфляция совести, атмосфера доброжелательности, паразитировать на теле общества*. Общественно-политическая лексика пополняется в результате возрождения известных ранее слов, но получивших новое значение. Таковы, например, слова: *бизнес, рынок, олигарх* и др.

Сниженная лексика (разговорная, разговорно-просторечная и даже жаргонная) широко используется журналистами как в заголовках статей и заметок (независимо от тематики сообщения), так и внутри текстов.

Основная задача такой лексики: создание простоты и доступности в понимании читателем сообщаемого, привлечение внимания, сообщение своего мнения и оценки описываемому, создание юмористического и даже комического эффекта.

Использование сниженной лексики не зависит от авторской речи или прямой речи лиц, у кого бралось интервью для заметки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Лексика современного русского языка стилистически неоднородна: одни слова носят общеупотребительный характер, другие – используются в определенной речевой ситуации. Одну и ту же информацию можно передать разными лексическими средствами.

Значительная роль в развитии и обогащении литературного языка принадлежит газетно-публицистической лексике, состав которой неоднороден. Выделяется большой пласт общественно-политической лексики, которая составляет основу публицистического стиля.

Для преодоления книжности газетного языка используются сниженные и нелитературные лексические единицы, иронически-агрессивный стиль.

Речевая выразительность, экспрессия реализуются в стилевом «эффekte новизны», в стремлении к необычности, свежести словосочетаний в использовании ярких, нестандартных метафор, необычных сравнений, эпитетов и др. образных средств, в том числе и сниженной лексики.

Употребление сниженной лексики зависит не столько от определенного статуса носителей языка, сколько от характера коммуникативной ситуации, которая и определяет выбор стиля.

На стилистику публицистической, прежде всего газетной, речи существенно влияет массовый характер коммуникации. Неограниченность выбора тем газетно-публицистического стиля определяет необычайную широту и разнообразие его лексики. Современная газета стремится разрушить «книжность» изложения, придать ему экспрессивную окраску за счет изобразительно-выразительных элементов, в том числе и разговорных. Массовый читатель предпочитает статьи, написанные живым понятным языком. А разговорная речь является наиболее массовой формой языка как средства общения. Разговорная речь обладает таким несомненным достоинством, как краткость, лаконичность, обусловленная «экономным»

использованием языковых средств в соответствии с «законом экономии усилий», который, по мнению многих лингвистов, является основным законом языкового развития вообще. Разговорная речь служит как бы противовесом книжному языку на страницах газеты. В своем развитии язык газеты отражает общие закономерности развития русского языка в современную эпоху.

Существует множество определений стилистически сниженной лексики. Одни ученые приравнивают стилистически сниженную лексику к разговорной, другие выделяют ее в отдельную группу. Основным критерием отбора сниженных лексических единиц послужил критерий «разговорности», а также тот факт, что большинство лингвистов подчеркивают стилистическую сниженность разговорной речи по отношению к литературной норме. Разговорная лексика во всем многообразии, включая эмоционально окрашенную разговорную лексику, жаргоны, диалекты, просторечия, нецензурную лексику, имеет право считаться стилистически сниженной по отношению к языковой норме. Актуальность содержания заставляет журналиста искать яркие формы его выражения, общепонятные и в то же время отличающиеся свежестью, новизной.

Сниженная лексика (разговорная, разговорно-просторечная и даже жаргонная) широко используется журналистами как в заголовках статей и заметок (независимо от тематики сообщения), так и внутри текстов.

Основная задача такой лексики: создание простоты и доступности в понимании читателем сообщаемого, привлечение внимания, сообщение своего мнения и оценки сказанному, создание юмористического и даже комического эффекта.

Использование сниженной лексики не зависит от авторской речи или прямой речи лиц, у кого бралось интервью для заметки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адамия З. К. Просторечие как особый пласт лексики // Русское слово: настоящее, прошлое, будущее: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием 17-18 мая 2012 г. /отв. ред. С.Н. Пяткин; АГПИ им. А.П. Гайдара. – Арзамас: АГПИ, 2012. – С. 9 - 13.
2. Алпатов В.М. Что и как изучает языкознание// Вопросы языкознания. – М.6 2015. № 3. – С. 20.
3. Арнольд И.В. .Стилистика. Современный английский язык. Учебник – М.: Флинта, Наука, 2015. — 384 с.
4. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологии.- М.: Учпедгиз, 1957. – 295 с.
5. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд. М.: Сов. энциклопедия, 1969.– 608 с.
6. Беликов В.И. Литературная норма в лексике и ее словарная кодификация // Русский язык в школе . – 2011. - № 4. – С. 79 – 84. Беззубов А.Н. Стилистические приемы газетной речи. – СПб: СПбГУ, 2000. – 16 с.
7. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование // ВЯ. – М.: Наука, 1996. №3. – С.32-41.
8. Большой универсальный словарь русского языка/Под ред. В.В.Морковкина. – М.: Словари XXI века, «АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2016.–146 с.
9. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. – М.: Наука, 1973.– 224 с.
10. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль. М.: Наука, 1982.– 178 с.
11. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001.– 288 с.

12.Виноградов В.В. О языке художественной литературы. – М.: Госиздат художественной литературы, 1959. – 288 с.

13.Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Избранные труды.- М.: Наука, 1977.– 312 с.

14.Винокур Г.О. Избранные труды по языкознанию и культуре речи. – М.: ЛКИ, 2010. – 232 с.

15.Воейкова М.Д. Научное наследие Владимира Григорьевича Адмони и современная лингвистика. // Материалы Международной научной конференции, посвященной 100-летию со дня рождения В.Г. Адмони. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2009. – 289 с.

16. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 9-31.

17.Гак В.Г. Сопоставительная лексикология. – М.: Международные отношения, 1977.– 264 с.

18.Гак В.Г. Новые слова и словари новых слов.–Л.: Наука, 1983.– С. 15-29.

19.Голуб И.Б.Стилистика современного русского языка. – 4-е изд.–М.: Айрис-пресс, 2003. – 336 с.

20.Грачев М.А. Третья волна // Русская речь. 1992. №4. С.61-64.

21.Григорьева О.Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка// Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003.– С.167-180.

22. Григорьева О.Н. Цвет и запах власти. Лексика чувственного восприятия в публицистическом и художественном текстах. – М.: Флинта, 2006. – 248 с.

23.Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество.– Екатеринбург, Изд-во Екатеринбургского университета, 1996.– 156 с.

24. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.

25. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Дрофа, Русский язык Медиа, 2008. – Т. 1. – 699 с.; Т. 2. – 779 с.; Т. 3. – 555 с.; Т. 4. – 683 с.
26. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. / Отв. ред. Володина М.Н. – М.: Изд-во МГУ, 2003. // Электронный ресурс EvArtist: URL -<http://evartist.narod.ru/text12/09.htm>
27. Ерофеева Е.В. Статус просторечия в современном русском языке / Е.В. Ерофеева // Русский язык сегодня. Вып. 2. Сб. статей / РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. Отв. ред. Л.П. Крысин. – М.: «Азбуковник», 2003. – С. 434 - 442.
28. Земская, Е.А., Китайгородская, М.В., Ширяев, Е.Н. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис/ Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Е.Н. Ширяев. – М.: Наука, 1981. – 276 с.
29. Ильясова С. Языковая игра в газетном тексте// [http:// gosha-p. narod.ru/Articles/Zagidlina.htm](http://gosha-p.narod.ru/Articles/Zagidlina.htm).
30. Использование разностильной лексики в публицистической речи. mybiblioteka.su/tom2/9-32063.html копия
31. Калашникова Л.В. Метафора как механизм когнитивно-дискурсивного моделирования действительности: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Орел, 2006. – 32 с.
32. Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография. – М.: Наука, 1976. – 355 с. 20.
33. Классификация и внутренняя дифференциация функциональных стилей -[enc-dic.com/stylistic/...](http://enc-dic.com/stylistic/) копия
34. Клушина Л.И. Общие особенности публицистического стиля // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 269 – 289.
35. Клюев Е.В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): Учебное пособие для вузов. – М.: Приор. 2012. – 270 с.

- 36.Кормилицина М.А. . Сиротинина О.Б. Язык СМИ: учеб. пособие. 2-е изд. – М.: Флинта; Наука, 2015. – 92 с.
- 37.Кожина М.Н. Стилистика русского языка.–М.: Просвещение, 1993.–224 с.
38. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2003. – 288 с.
- 39.Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М.: Просвещение, 1971.– 272 с.
- 40.Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2003.– 288 с.
- 41.Кубрякова Е.С. Типы языковых значений. – М.: Наука, 1981.- 200 с.
42. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. – М.: «Аспект Пресс», 2001 – 240 с.
- 43.Ларин Б.А. История русского языка и общее языкознание. М., 1977.
- 44.Лексика сниженная [lingvistics_dictionary.academic....](#) копия
- 45.Лингвистический энциклопедический словарь.- М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.
- 46.Липгарт А.А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля// Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие.- М.: Изд-во МГУ, 2003.- С. 161-166.
- 47.Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). – М.: Наука, 1976.- 188 с.
48. Матяшевская А.И. Употребление сниженной лексики в газете «Новая версия»// Проблемы речевой коммуникации. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2016. Вып 16. – С.75-82.
- 49.Нелитературная лексика и ее разновидности, Диалектная лексика -... [studbooks.net/722246/...](#) копия.
50. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – 27-е изд. испр., М.: ООО «Издательство АСТ»: «Издательство «Мир и Образование», 2016.– 736 с.
51. Популяризация жаргонной лексики в публицистике как средство... [infourok.ru/proekt-...](#) копия.

52. Прохорова К.В. Совокупный заголовочный текст как разновидность газетного текста. Автореф. дис....канд. филолол. н.. – СПб, 2001. – 19 с.
53. Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект/Под ред. В. И. Конькова. – СПб. Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. – 272 с.
54. Сковородников А.П. О предмете эколлингвистики применительно к состоянию современного русского языка// экология языка и коммуникативная практика. – 2013. 3 1. – с. 194-222.
55. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. — Назрань: Изд-во "Пилигрим". Т.В. Жеребило. 2010.
56. Современный русский литературный язык/ Под ред. В.Г. Костомарова, В.И. Максимова. – М.: Юрайт, 2010. – 916 с.
57. Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / под ред. Володиной М. Н. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С.261–268.
58. Солганик Г.Я. Стилистика публицистической речи// Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003.– С. 268-281.
59. Солганик Г.Я. Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода// Язык массовой и межличностной коммуникации: сб. ст. – М.: МедиаМир, 2007. – С. 15-39.
60. Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учеб. пособие перераб. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 256 с.
61. Степанов Г.М. К вопросу о термине «потенциальное слово»// Вестник МГУ. Серия 9. Филология. – М.: Изд-во МГУ, 1980.– № 6.
62. Степанов Ю.С. Между «системой» и «текстом»: выражение фактов// Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. – М.: Наука, 1995.– 248 с.
63. Стилистический энциклопедический словарь русского языка/ Под редакцией М.Н. Кожинной . — М.: «Флинта», «Наука», 2003.
64. Стилистическое расслоение русской лексики. Лексика современного... studopedia.ru/1_129633_... копия;

65. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 312 с.
66. Успенский Б.А. Религиозно-мифологический аспект русской экспрессивной фразеологии. Семантика русского мата в историческом освещении // *Semiotics and the History of Culture (In Honor of Jurii Lotma)*.
67. Фомина М.И. Современный русский язык. Лексикология. – 3-е изд., испр. и доп. - М.: Высш. шк., 1990. – 415 с.
68. Функционально-стилевое расслоение лексики terver.ru/russian/rassloenie_... копия.
69. Химик В.В. Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен. - СПб.: СПбГУ, 2000. – 272 с.
70. Шмелев Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка. – М.: Просвещение, 1964. – 244 с.
71. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. – М.: Наука, 1973. – 280 с.
72. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М.: Наука, 1977г. – 168 с.
73. Шмелев Д.Н. Современный русский язык: Лексика. – М.: Просвещение, 1977. – 335 с.
74. Шостак М.И. Репортер: Профессионализм и этика. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1999. – 192 с.
75. Щерба, Л. В. Языковая и речевая деятельность [Текст] / Л. В. Щерба; изд. 2-е, стер. – М.: УРСС, 2004. – 427 с.
76. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды/ Под ред. Д.Э. Розенталя. – М.: Изд-во МГУ, 1980. – 256 с.