

Бондаренко Л. И.,

кандидат філологічних наук, доцент

Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту
імені академіка В. Лазаряна

СРЕДСТВА ДОСТИЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИИ В ТЕКСТЕ СОВЕТА

Аннотация. В статье рассматривается текст совета как особый масс-медийный жанр с точки зрения его экспрессивной насыщенности. Особое внимание обращается на лексическое наполнение исследуемых текстов. В частности, иллюстрируется использование в советах жаргонной, сниженной лексики и других её слоев.

Ключевые слова: текст, совет, экспрессивность, лексика.

Постановка проблемы. В данной статье в общем виде ставится проблема исследования экспрессивности текста, лексических способов ее создания. Эта проблема находится в русле важнейших научных исследований, поскольку для успешного выполнения своей основной функции – коммуникативной – речь должна быть в оптимальной степени выразительной, экспрессивной. Стремление поделиться своими знаниями и опытом находит свое воплощение в жанре совета, который широко используется в различных периодических изданиях.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы построения масс-медийного текста исследовались М.В. Пановым, Г.Я. Солгаником, В.Н. Шапошниковым; в функциональном аспекте язык газеты исследовался Н.Л. Синячкиной; в лингвопрагматическом – А.Э. Долгиревой; семантико-стилистическом – Е.В. Какориной, Н.И. Клушиной; речевую структуру газетного текста исследовал В.И. Коньков, публицистический стиль описан М.П. Сенкевичем, О.Б. Сиротининой.

Однако прагматика, синтаксис и семантика жанра «совет» еще находятся в стадии изучения, что делает исследование актуальным.

Цель статьи – описание способов достижения экспрессии жанра «совет» на лексическом уровне.

Изложение основного материала. Масс-медийный жанр «совет» как один из видов текстов массовой коммуникации представляет собой разновидность информационной заметки, текст аналитического или информационного характера, содержащий рекомендацию по поводу того, как надо решать те или иные задачи, являющийся ответом на информационные ожидания массовой читательской аудитории [6]. Стиль советов может быть близок к разговорному и представлен в виде беседы с отсутствием официальности в отношениях между автором и собеседником:

Советы диетолога. 22 самые ужасные ошибки, которые допускаются, при диетах!!! Если вы нижеописанной ерундой страдаете, то стоит призадуматься и изменить свою позицию и взгляд на диеты. От этого вы только выиграете. Верите в то, что достаточно трескать вегетарианское супчик недельку, а потом до конца своей жизни можно есть, что попало. Не пьёте достаточно воды. Пьёте всякие там лимонады, кофе с добавками (сахар, сливки и т.д.). Впадаете в депрессию и опускаете ручки. Поедаете всё до последнего кусочка, даже тогда, когда вы уже сыты... Едите обычный хлеб

вместо хлеба грубого помола. Трескаете фаст фуд. Ждёте «завтра», не имея желания сделать сегодня.

Лингвальная специфика этого совета состоит в открытой речевой экспрессивности, с использованием эмоциональной и просторечной лексики, не свойственной языку СМИ: «трескаете фаст фуд», «всякие там шлюли помогают», «прикладываетесь к горячительным напиткам», «жуёте целый день», «типа для гостей»; в употреблении в обиходно-бытовом контексте фразеологии (опускаете ручки); в простоте, доступности и несложности синтаксических конструкций и т.д., что, на наш взгляд, не является показателем отсутствия предварительного обдумывания автором своего высказывания и связанного с этим предварительного отбора языкового материала. Таким образом, автором достигается его целевая установка – воздействие с максимальным эффектом на читателя, а для этого он использует наилучшие в данном контексте языковые средства.

Речевая выразительность реализуется в стилизованном «эффекте необычности», в стремлении к непринужденности речевого акта, в широком применении средств словесной образности. К сожалению, на современном этапе развития периодики прослеживаются тенденции некоторых авторов советов к стремлению, так сказать, не «сковывать» себя стандартными требованиями и попытками написать заметку нетривиально, вышеизложенный совет является яркой иллюстрацией высказанного нами суждения, но это не всегда удается и часто приводит к нежелательному результату. Следует отметить, что в проанализированных нами советах авторами практически не используется литературно-художественный функциональный стиль, однако элементы его встречаются в текстах жанра, исследуемого нами:

Котилка добрых советов. Искрающая улыбка. О пользе смеха люди знали уже в глубокой древности. В Библии можно прочесть: «Весёлое сердце благотворно, как врачевство, а унылый дух сушит кости». Аристотель призывал смехом лечить болезни. Конфуций изрёк: «Жаловаться на неприятности – удаивать зло; смеяться над ним – его уничтожить». Великий князь Владимир Мономах учил: «Беда для смертных – непреложность, и смейся, если есть хоть малая возможность». З. Фрейд считал шутку действенным лекарством. Все не случайно царственные особы всегда при себе имели шутков, которые могли весёлым словом поднять настроение и сберечь нервы. Доказано, что смех является весьма эффективным лекарством. Подмечено, что все долгожители обладают развитым чувством юмора, любят веселиться, умеют сохранять оптимизм...Нужен смех и здоровым людям как профилактическое, укрепляющее средство. Он улучшает настроение. Давайте жить весело, больше улыбаться, смеяться и хохотать, и тогда будем жить вечно! Это шутка, в которой очень много правды! Не верите? Проверьте! (Лечебные письма, 2008, № 13).

Рассматривая эту публикацию, заметим следующее. Статья, исследуемая нами, с одной стороны, – это обобщение и анализ фактов, связанных с феноменом улыбки и смеха, которые благотворно влияют на состояние организма человека, автор анализирует это влияние в глобальных масштабах, поднимаясь до научно обоснованных выводов. Данная коммуникативная ситуация отражает также процесс развертывания аргументативного высказывания с целью убедить собеседника в истинности своего суждения и заставить его принять это мнение, включает в себя большой объем информации (базовой и новой), что является отличительной композиционной особенностью этого жанра периодики.

С другой же стороны, следует отметить также проявление в жанре совета творческой индивидуальности автора и большой эмоционально-экспрессивной насыщенности, сила воздействия которых органически связана с яркостью и образностью языка. Перед читателем создается романтический образ «улыбки», которая украшает лицо, дарит вечную молодость и жизнь.

Эффективность коммуникативного процесса увеличивает обращение к известным именам, авторитетам, ведь люди чувствуют себя уверенней, если их мнение совпадает с точкой зрения известных личностей, к их высказываниям, которые использованы в данной публикации как афоризмы. Что, на наш взгляд, является показателем творческой деятельности автора, сознательно использующего более широко возможности лексики. Вышеизложенное позволяет сделать вывод: автор статьи использует два функциональных стиля – газетно-публицистический, с элементами литературно-художественного.

Употребление разговорной лексики как в периодике в целом, так и в совете в частности имеет глубокий смысл. По нашему мнению, это важнейшая форма реализации образа автора. Все разговорные, просторечные элементы советов в совокупности подчеркивают близость автора к адресату, причастность к их мироощущению, общность интересующих проблем и волнующих вопросов, его доверительное отношение к читателю. Такая свободная, раскованная лексическая наполняемость заряжает конструкцию совета экспрессией и особой разговорной окрашенностью. В газете автор (адресант) совета выступает, с одной стороны, как коллективная языковая личность, с другой, – как индивидуальная языковая личность со своими нравственными и мировоззренческими принципами. Эта творческая личность – новый тип пишущих, не всегда считающихся с установленными ранее стереотипами газеты, который сам решает, какой вокабуляр ему нужен, который входит в академические словари или ненормативный народный словарь, словарь улицы, который звучит, вибрирует, обогащаясь живыми интонациями и отражает реалии современности. Такой газетный текст ориентирован на выражение этической, социальной или интеллектуальной оценки, на подтекст, воздействующий на адресата.

Анализируя тексты периодики, можно говорить о наметившейся в них тенденции к увеличению доли жаргонной и арготической лексики, которая активизировалась не только в устной разговорной речи, но и в публицистике [1]. Их проникновение в литературную речь, с одной стороны, может свидетельствовать о возрастающей тенденции к экспрессивности речи, а с другой, – о понижении языковой культуры, что можно проиллюстрировать примером.

Советы начинающим истцам. Заниматься волокитой районным судьям очень выгодно. Чтобы правильно рассмо-

*треть дело, надо внимательно читать материалы следствия, проводить заседания, истребовать документы, допрашивать свидетелей, составлять юридически правильные решения, т.е. тратит время, брать на себя ответственность. Поэтому судье легче создавать лишь видимость разбирательства. С другой стороны, чем больше у судьи скапливается дел, тем для судьи лучше. Можно оправдать волокиту и нарушения законодательства большой загруженностью. Поэтому многие судьи дела не рассматривают, а складывают. Согласно ст. 157 Гражданского процессуального кодекса (ГПК) дело должно быть рассмотрено в течение двух месяцев. Но судьи этим требованием часто пренебрегают. Они **«волокият» дела** многу месяцев и даже лет. Александр Рубаха, член Областного правозащитного центра (Горожанин 2008, № 37)*

Какова причина использования нетрадиционной для языка газеты жаргонной лексики в текстах советов? Причина этого явления заключается в резком расширении состава участников массовой коммуникации: новые слои населения пробуют себя в роли ораторов, авторов, пишущих в газеты и журналы, делятся своим жизненным опытом, поэтому, соответственно, и в периодике, и в совете наблюдается пестрая мозаика речевых манер, способов выражения мыслей и эмоций, тактик и стратегий диалогов, построения письменных текстов, употребления слов... Во всем этом океане речи находят, в свою очередь, отражение специфические, «свои» узальные нормы речевого поведения каждой из социально-культурных групп населения и микрогрупп, в том числе и способы выражения приличия/неприличия. При этом новые ораторы и писатели не обладают достаточной языковой культурой, что приводит к нарушению литературных норм, к смешению нормативной и ненормативной лексики, к расширению вариативности и т.д. Этому же способствует стремление авторов к «эффекту новизны», необычности, заигрыванию с публикой.

В результате анализа содержания текстов соответствующих советов следует отметить, что субъект речи с помощью высказываний, реплик жаргонного характера может выразить:

- свое отрицательное эмоциональное состояние;
- субъективное отношение пишущего к адресату речи, к его поведению, действиям;
- дать резко негативную оценку какого-либо явления и тем самым четко обозначает свою позицию, свое отношение к описываемой ситуации или проблеме и т.п.

Основная часть жаргонной лексики в советах характеризуется грубой экспрессивной окраской, чаще всего циничного характера. Комментируя такое проникновение в сферу языка СМИ ненормированной русской речи, следует отметить, что это явление представляет серьезную опасность для языковой жизни общества и стабильности литературного языка, расширяет сложившуюся систему литературных норм.

Выводы. Анализируя лексическую наполняемость советов в современной массовой коммуникации, следует учитывать, что лексическая система, в отличие от других, тесно связана с внешними факторами, непосредственнее и быстрее отражает и реагирует на изменения, происходящие в действительности. Словарный состав языка находится в состоянии непрерывного изменения: он постоянно пополняется словами и значениями слов, необходимыми для обозначения новых реалий и понятий, и, наоборот, освобождается от тех лексических единиц, которые перестают быть необходимыми. Еще одна важная

особенность лексической системы: она менее статична, чем другие, что объясняется смешанным характером значений многих слов. Лексические единицы обнаруживают более тесные, глубокие и многообразные связи с контекстом, чем единицы других систем, а потому и более подвижны и вариативны по своему содержанию. Все перечисленные качества позволяют использовать различные слои лексики для усиления экспрессивной насыщенности того или иного текста. Дальнейшую перспективу исследования мы видим в анализе синтаксических средств достижения экспрессивности текста совета.

Литература:

1. Абашина Н.В. Актуальное членение и жанровая принадлежность текста / Н.В. Абашина // Русский язык и литература: проблемы изучения и преподавания : сб. науч. тр. – К. : Киев. нац. ун-т им. Тараса Шевченко, 2009. – С. 9–13.
2. Акимов Г.Н. Экспрессивные свойства синтаксических структур // Предложение и текст : семантика, прагматика и синтаксис / Г.Н. Акимов. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1988. – С. 15–20.
3. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвopsихологического исследования массовой коммуникации / Т.М. Дридзе. – М. : МГУ, 1979. – 282 с.
4. Коньков В.И. Рекламные тексты нетрадиционного типа / В.И. Коньков. // Вестник Санкт-Петербург. ун-та. – Сер. 2. История, языкознание, литературоведение. – 1996. – Вып. 2. – С. 106–110.
5. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. – М. : МГУ, 1971. – 267 с.
6. Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.evartist.narod.ru/text2/01.htm.

Бондаренко Л. І. Засоби досягнення експресії в тексті поради

Анотація. У статті розглядається текст поради як особливий мас-медійний жанр з погляду його експресивної насиченості. Особлива увага звертається на лексичне наповнення досліджуваних текстів. Зокрема, ілюструється вживання в порадах жаргонної, зниженої лексики та інших її прошарків.

Ключові слова: текст, порада, експресивність, лексика.

Bondarenko L. Ways of the achievement of expressivity in the text of advice

Summary. The article deals with the advice text as a special genre of mass media in terms of its expressive intensity. Particular attention is drawn to the lexical content of the studied texts. In particular the use of slang, lowered vocabulary and its other segments in advice is illustrated in the text.

Key words: text, advice, expressivity, vocabulary.