

интересует не сама игра, а та выгода, которую победитель может получить из своего триумфа. Даже спорт утратил свое игровое содержание, *он не подобен больше спорту античному, который имел благородную состязательность, создающую стиль и культуру*» (курсив мой – Е. С.) [3, с.251].

Подводя итог, можно сказать, что Хейзинга не только создал оригинальную трактовку происхождения культуры, которая позволяет увидеть это гуманитарное достояние в необычном ракурсе, но и определил типичные в XX веке аспекты агональности, важные для развития и оценки олимпийского и, в целом, спортивного движения современности. Включая в контекст культуры спорт и спортивные игры, автор игровой теории культуры показывает их неразрывную связь с искусством и различными видами творчества, которые на протяжении всей истории влияли на зрелищную эстетику и социально-философский смысл спортивных программ.

---

1. Шпенглер, О. Закат Западного мира: Очерки морфологии истории: В 2 т., Т. 2. Всемирно-исторические перспективы ; пер. с нем. И.И. Маханькова. – М. : Академический Проект, 2009. – 764 с.

2. Ортега-и-Гассет. Дегуманизация искусства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iHaveBook.org/books/download/pdf/91228/degumanizaciya-iskusstva.pdf>. - Заголовок с экрана.

3. Хейзинга, Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры ; пер., сост. и вступ. ст. Д.В. Сильвестрова; коммент. Д.Э. Харитоновича. – М. : Прогресс-Традиция, 1997. – 416 с.

4. Агональность в античной философии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cultshine.ru/cses -67-2.html>. - Заголовок с экрана.

## **ВЫКАРЫСТАННЕ РАЗМОЎНАЙ І ПРАСТАМОЎНАЙ ЛЕКСІКІ Ў СУЧАСНАЙ ПРЭСЕ**

**Шунейка В. В.**

*старшы выкладчык кафедры беларускай філалогіі і сусветнай літаратуры  
УА “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”  
(Рэспубліка Беларусь, г. Мінск)*

У сучасным свеце сродкі масавай інфармацыі з’яўляюцца адной з асноўных крыніц фарміравання масавай свядомасці, і іх мова ўяўляе сабой закадзіраваную знакавую сістэму, закліканую ўздзейнічаць на людзей і іх ўяўленне аб навакольным свеце, што было б немагчыма, калі ў іх выкарыстоўваліся толькі нейтральныя сродкі мовы.

Устаноўка і пазіцыя аўтара актуалізуюцца ў тэксце вялікай колькасцю розных моўных сродкаў выражэння суб’ектыўнага аўтарскага бачання, сярод якіх важную ролю адыгрывае накіраваны падбор лексічных сродкаў, у тым ліку адзінак, якія маюць у складзе значэння эмацыянальныя і экспрэсіўныя канататы.

Сучасны стан мовы сведчыць аб актыўным пранікненні размоўнага маўлення ў іншыя функцыянальныя стылі, і перш за ўсё ў мову масавай камунікацыі. Узаемадзеянне функцыянальных разнавіднасцей (стыляў)

з’яўляецца адной з універсальнай развіцця і сінхроннага стану сучасных літаратурных моў [2, с.335]. У газеце “адбываецца своеасаблівая стылістычная пераарыентацыя моўных рэсурсаў. А з другога боку, шматлікія моўныя адзінкі, якія нарадзіліся ці зацвердзіліся ў газеце, выходзяць за яе межы, становяцца агульнаўжывальнымі, нейтралізуюцца, атрымліваюць агульнамоўную адаптацыю” [3, с.12].

Курс на дэмакратызацыю ў розных сферах жыцця прывёў да дэмакратызацыі мовы масавай камунікацыі, які па праве лічыцца “лакмусавай паперай” стану грамадства, яго адлюстраваннем. “Практычна ўсё тое, што датычыцца праблем мовы як феномена, у найбольш поўнай і вострай форме адлюстроўваецца ў мове СМІ, бо нідзе няма такой цеснай сувязі з жыццём грамадства, як у СМІ” [1, с.81]. Пранікненне ў публіцыстычны стыль размоўнага маўлення, прастамоўя і іншых нелітаратурных адзінак паўплывала на стылявую норму газетна-публіцыстычнага стылю. За апошнія дзесяцігоддзі на старонках газет заўважна ўзрасла колькасць фразеалагізмаў прастамоўнага характару, слэнгавых і жаргонных лексічных адзінак, а размоўныя лексічныя элементы выкарыстоўваюцца паўсюдна.

Выкарыстанне размоўнай лексікі ў газетных артыкулах абумоўліваецца яе экспрэсіўнай афарбоўкай, разнастайнасцю і жывасцю. Менавіта эмацыянальна-ацэначны кампанент выражае адносіны моўцы да прадмета размовы, што вельмі важна ў газетных тэкстах. Выкарыстанне стылістычна зніжаных лексічных адзінак на старонках газет з’яўляецца праяўленнем экспрэсіі. Такая павышаная экспрэсіўнасць размоўных лексем, якая вынікае менавіта з разнастайнасці ацэнак, часам з незвычайнасці формаў слоў, пры ўмелым выкарыстанні дапамагае журналісту больш яскрава і выразна перадаць уласную думку: *Цяперашняя ж мая мара, каб гледачы хутчэй стаміліся ад рэаліці-шоу, “чарнухі” – і павярнуліся да праграм, якія паказваюць чалавека і яго ўнутраны свет, і навучыліся не глядзець, а бачыць, слухаць і чуць (Культура, 21-27.01.2006); Купала паўстаў перада мною як жывы чалавек, са сваімі жарсцямі, без хрэстаматыйнага глянцу і забранзавеласці... (ЛіМ, 12.10.2012); Урэшце, здараліся выпадкі, калі апеляваць толькі да згаданых крытэрыяў і наогул было немагчыма, і членам камісіі даводзілася “крэацівіць”. Прыкладам, як назваць перасадачную станцыю, што спалучаецца з Акадэміяй навук? Самы відавочны варыянт – “Дом друку”(Культура, 1-7.08.2015).*

Дзейным сродкам выразнасці з’яўляецца і разрад лексем так званых “другаснага прастамоўя”, калі літаратурнае слова набывае ў публіцыстычным тэксце новае значэнне, не зафіксаванае слоўнікам. Тым самым такі “эфект навізны” выклікае ў чытача больш яркія эмоцыі, нечаканыя і свежыя ўражанні аб прадмеце выказвання. Агульная арыентацыя газетных артыкулаў на размоўнасць дапускае выкарыстанне такіх лексічных адзінак, якія здольныя індывідуалізаваць маўленне журналіста, чыёй мэтай з’яўляецца наданне выкладу інтымізацыі, што, у сваю чаргу, накіравана на збліжэнне з кожным чытачом і ўстанаўленне дыялогу з ім. Такія лексемныя знаёмыя чытачу, актыўна выкарыстоўваюцца ў вусным побытавым маўленні, што і стварае вышэйзгаданы эфект: *Выдавацца ёсць магчымасць паўсюль і заўсёды. Асноўная*

задача – напісаць прыстойны тэкст. У мяне не было ніякіх “падвязак”. Я не шукаў у Маскве сябра стрыечнага дзядзькі, у якога палюбоўніца замужам за дызайнерам выдавецтва (ЛіМ, 29.08.2008); – Прама не гаварыў. Ён, відаць, думаў, што мы і так пра ўсё здагадваемся. Мы ж увесь час яго «пілавалі»: чаму не працягваеш, чаму не заканчваеш раман? (Звязда, 27.08.2015); Акрамя творчай дзейнасці, Аляксей [Туровіч – В.Ш.], як піша прэса, займаецца “раскруткай” школьнага руху ў Беларусі, падтрымлівае школьныя суполкі (асабліва каманды КВЗ), як прадпрымальнік дапамагае школам-інтэрнатам (сам выхаванец Ашмянскай школы-інтэрната), і, як падаецца, мае такі-сякі піяр у Інтэрнеце (ЛіМ, 25.01.2008).

Псіхалагічны прыём, калі да аўдыторыі звяртаюцца на той мове і ў той стылістычнай танальнасці, што характарызуе вербальна-ментальны статус адрасата інфармацыі, дазваляе журналісту ў выніку стаць сваім для чытача, выклікаць у яго давер да асобы аўтара, цікавасць да публікацыі, сфарміраваць станоўчы імідж пэўнага сродку масавай інфармацыі ў свядомасці (падсвядомасці) патэнцыйнага чытача. Прыведзеныя прыклады ўжывання журналістамі такога прыёму дэманструюць яшчэ адну функцыю, якую можа выконваць размоўная лексіка ў публіцыстычным маўленні – парольную, або апазнавальную. Сутнасць яе заключаецца ў здольнасці размоўных лексічных адзінак функцыянаваць у медыятэксце ў якасці своеасаблівага пароля, ідэнтыфікацыя якога чытачом і яго інтэрпрэтацыя, разуменне закадзіраванай інфармацыі ствараюць эфект кансалідацыі, аб’яднання журналіста і аўдыторыі: Бацькі Ілоны і Руслана **атабарыліся** невядома дзе, не падаюць аб сабе вестак (Віцебскі рабочы, 01.07.1999); У нашай свядомасці трывала засела перакананне, што дапамагаюць толькі сваякам, тым больш бескарысліва. Вось што самае страшнае... Людзі, вам не здаецца, што мы **ваўчэем**?! (Віцебскі рабочы, 25.01.2007); У гэтага паэта [М. Купрэва – В.Ш.] быў перыяд жыццёвага разладу – без пэўнага занятку, а значыць і без якога-небудзь заробку, нават без дакументаў, ён бадзяўся па Берасцейшчыне, заходзіў у рэдакцыі, дзе ў яго былі знаёмыя, за мізэрны ганарар браўся хоць за якую работу. – А ты, Мікола, усё яшчэ **цыгануееш**? – прывітаўшыся, звярнуўся да яго Уладзімір Андрэевіч (ЛіМ, 25.07.1997). Значэнні такіх лексем не падаюцца ў слоўніках, але з кантэксту відаць, што “атабарыцца” – ‘спыніцца на начлег дзе-небудзь, пераначаваць (як табар, абы-як)’, “ваўчэць” – ‘зрабіцца падобным да ваўка, злосным’, “цыганаваць” – ‘хадзіць, ездзіць без прытулку і пэўнага занятку (як цыганы)’.

Гутарковай мове ўласцівыя своеасаблівыя словы, так званыя адназоўнікавыя дзеясловы, што спалучаюць у сваёй семантыцы статычнасць назоўніка і мабільнасць дзеяслова [4, с.70]. Такія лексемны надаюць публіцыстычнаму артыкулу выразнасць і ацэначнасць, бо яны не толькі экспрэсіўныя, але і вобразныя: Як ні стараліся “ачалавечыцца” ды “**надрасіцца**”, усё роўна цэкаем, дзэкаем ды чэкаем (ЛіМ, 16.10.1998) На ўсю моц **выжыльваюцца** музычныя кіёскі ля аўта- і чыгуначнага вакзалаў, і прыезджыя ці ад’язджаючыя становяцца нявольнымі спажывацямі наркатычнага музычнага дурману (Віцебскі рабочы, 06.11.1999). Семантычная

ёмкасць такіх экспрэсем, створаных паводле канкрэтнага ўзору, дазваляе найбольш эканомна выказаць ту ці іншую думку: “*падрасііцца*” – ‘зробіцца падобным да расіян, падладзіцца пад іх. Тут – гаварыць па-руску’, “*выжыльвацца*” – ‘рабіць нешта з усёй моцы, напружваючы жылы. Тут – уключаць музыку вельмі гучна’. Такія словы забяспечваюць тэкстам эфект навізны пры ўспрыманні ўжо вядомай з’явы – аўтарская ацэнка гучыць у новай форме дакладна і выразна, выклікаючы адпаведнае ўражанне ў чытача.

Можна з упэўненасцю гаварыць аб змене стылявой нормы публіцыстычнага маўлення: яна ссоўваецца ў бок размоўнасці і свабоды. Важнай асаблівасцю газет сучаснага перыяду з’яўляецца выкарыстанне слоў і словазлучэнняў, якія маюць кадыфікаваныя і жаргонныя значэнні, у выніку чаго дасягаецца прагматычная мэта адрасанта тэксту – акцэнтаванне ўвагі на прадстаўленай праблеме, важнай тэме. Мова газеты робіцца больш экспрэсіўнай, эмацыянальнай, а выкарыстанне размоўнай і прастамоўнай лексікі з’яўляецца стылістычным прыёмам і апраўдана аўтарскай прагматычнай устаноўкай.

---

1. Аветисян, Н.Г. Язык СМИ как фактор развития языка / Н.Г. Аветисян // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – №4. – С.80-86.

2. Бельчиков, Ю.А. Взаимодействие функциональных разновидностей языка (Контаминированные тексты) / Ю.А. Бельчиков // Культура русской речи и эффективность общения / РАН ; ред. Л.К. Граудина, Л.А. Новиков. – М. : Наука, 1996. – С.335-356.

3. Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль. Курс лекций по стилистике русского языка для филологов / А.Н. Васильева. – М. : Русский язык, 1982. – 198 с.

4. Ціхановіч, А. “Гаваркое” слова ў газеце / А. Ціхановіч // Культура мовы журналіста: зб. навук. арт. / пад рэд. М.Я. Цікоцкага, А.І. Наркевіча. – Мінск : Універсітэцкае, 1984. – Вып. 2.– С.67-72.