

**Спірідонова А. С.**

Криворізький державний педагогічний університет

**Панасюк Ю. В.**

Криворізький державний педагогічний університет

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОЛОКВІАЛІЗМІВ У СУЧАСНІЙ БРИТАНСЬКІЙ ПРЕСІ

*У статті проаналізовано використання колоквіалізмів у публіцистичних матеріалах якісних і масових британських друкованих виданнях, а також здійснені спроби визначити їхню специфіку й окреслити подальші перспективи розвитку. Сутність поняття «колоквіалізм» досліджена в теоретичних доробках як західних, так і вітчизняних учених. Так, автор поділяє думку, що колоквіалізми є компонентом нестандартної лексики, й акцентує увагу на їхній емоційно-експресивній забарвленості й асоціації з розмовною сферою використання. Обґрунтовані причини та виявлені особливості використання колоквіальної лексики на сторінках британських газет. Зокрема, відстоюється думка, що використання розмовної лексики в публіцистичних матеріалах допомагає автору створити невимушену, неофіційну атмосферу опосередкованого спілкування між ним і читачем, що сприяє встановленню комунікативного зв'язку з максимально великою аудиторією. Підкреслюється, що на сучасному етапі в публіцистичних матеріалах якісних британських газет нерідко можна зустріти елементи розмовного стилю, використані задля спрощення викладу матеріалу, а отже максимального донесення читачу точки зору автора. Виявлені практичні аспекти використання колоквіалізмів у різножанрових журналістських матеріалах якісних видань (*The Guardian, The Times, The Daily Telegraph*) і масових видань (*The Sun, The Daily Mail, The Daily Mirror*). Здійснено спробу провести порівняльний аналіз функціонування розмовних лексем у якісних британських виданнях і таблоїдах. Розглядаються різні шляхи утворення розмовних лексем, зокрема за допомогою контамінації, редуплікації, афіксації тощо. Автор доходить висновку, що найближчим часом кількість колоквіалізмів на сторінках як якісної, так і таблоїдної британської преси зростатиме.*

**Ключові слова:** колоквіалізм, таблоїдна преса, якісні видання, субстандартна лексика, розмовна лексема, вокабуляр.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку спостерігаються значні зміни в мові засобів масової інформації, зокрема друкованих періодичних видань. Ці зміни обумовлені, перш за все, динамічністю життя, демократизацією засобів масової інформації (далі – ЗМІ) й стрімким розвитком технологій. Мова мас-медіа є гнучкою і, як результат, все частіше мають місце елементи субстандартної лексики, зокрема колоквіалізми, у різножанрових публіцистичних матеріалах преси не лише масового сегмента, а також якісного. Подібні зміни у словниковому фонді друкованих видань відбуваються наряду зі спрощенням матеріалів і їх подачі задля досягнення головної мети журналістського тексту – встановлення комунікативного зв'язку з максимально великою аудиторією. Кожне друковане видання орієнтується на соціокультурні особливості своєї аудиторії, її смаки й уподобання,

а отже, за написання матеріалів журналісти використовують таку лексику, яка буде максимально зрозумілою аудиторії та за допомогою якої автор приверне увагу більшої кількості читачів.

Реалізація вищезазначеної мети можлива за умови, якщо текст буде, з одного боку, простим, доступним і зрозумілим, а з іншого – переконливим. Сучасний дослідник нестандартної англійської лексики Ф. Вуд наголошує, що саме задля встановлення комунікативного зв'язку з читачем у газетній публіцистиці використовуються ресурси розмовної мови [16, с. 75]. Крім того, використання колоквіальної лексики в журналістських матеріалах допомагає автору створити невимушену атмосферу опосередкованого спілкування між ним і читачем, пожвавити виклад матеріалу, додати йому образності, емоційно-експресивної забарвленості, оцінного компонента

й непрямой суб'єктивної характеристики тій чи іншій ситуації, події або людині. Яке місце посідають колоквіалізми в сучасній британській пресі? Чи є використання колоквіалізмів ознакою лише таблоїдної преси? На ці та інші запитання спробуємо дати відповіді у статті.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанню вивчення стилістично маркованої лексики, зокрема колоквіалізмів, присвячені різні наукові праці. Проблема ролі, місця й лексико-семантичних особливостей колоквіалізмів стала предметом досліджень таких лінгвістів і мовознавців, як О. Ахманова, Т. Беляєва, Л. Єфімов, А. Малиновська, Н. Морозова, А. Мороховський, Е. Партридж, Г. Уентворт, С. Флекснер, В. Хом'яков та інші. Проте вивченню лексико-семантичних особливостей колоквіалізмів у британській пресі, їх аналізу, класифікації та систематизації присвячена незначна кількість публікацій англійських дослідників й поодинокі вітчизняні наукові доробки. У зв'язку з цим залишається багато невирішених питань, які потребують подальших досліджень.

**Постановка завдання.** Метою статті є компаративний аналіз використання колоквіалізмів у публіцистичних матеріалах якісних і масових британських друкованих видань, а також виявлення специфіки цього явища й окреслення подальших перспектив розвитку.

Реалізація поставленої мети вимагає виконання таких **завдань**: 1) дослідити сутність поняття «колоквіалізм»; 2) обґрунтувати причини та виявити особливості використання колоквіальної лексики на сторінках британських газет; 3) визначити практичні аспекти використання колоквіалізмів у різножанрових журналістських матеріалах якісних видань (The Guardian, The Times, The Daily Telegraph) і масових видань (The Sun, The Daily Mail, The Daily Mirror); 4) провести порівняльний аналіз функціонування розмовних лексем у якісних британських виданнях і таблоїдах.

**Виклад основного матеріалу.** Мова засобів масової інформації перебуває в постійному русі та надзвичайно чутлива до будь-яких змін, насамперед суспільних, адже є найважливішим засобом вираження саме суспільної думки. Динамічність сучасного життя, стрімкий і постійний розвиток технологій і демократизація всіх сфер спілкування обумовили ряд змін у словниковому фонді друкованих видань. Мова мас-медіа стала більш гнучкою, посіла місце між двома стилістичними полюсами: літературним і розмовним. Традиційно в аналітичних і художньо-публіцистичних

жанрах мова тяжіє до високого стилю й використання різноманітних експресивних засобів. Тоді як матеріали інформаційного жанру є найбільш стислими й «сухими» за стилем, у них переважає нейтральна лексика [8, с. 81].

Британська преса, яка була та є взірцем традиційної газетної журналістики та якій характерне дотримання чітких стандартів, зазнала суттєвих змін, зокрема має місце змішування різних стилів у матеріалах різних жанрів. Зазначений феномен можна яскраво прослідити на вкрапленні елементів субстандартної лексики, особливо колоквіалізмів та сленгізмів. Розмовні лексеми в журналістських текстах є типовими лексичними експресивними засобами [9, с. 111].

Журналісти слідуєть уже зміненим канонам подання матеріалу, що є «трьома китами» журналістики, якими, на думку журналіста У. Ріверса, є ясність інформації, простота її подання й сила її впливу на суспільну думку [13, с. 19]. Звертаючи увагу на те, що головна функція ЗМІ, зокрема преси, – не лише інформувати, а й переконувати, для її максимально ефективного реалізації журналісти використовують різноманітні мовні засоби. Оскільки різні типи видань орієнтовані на різного читача, то й використання мовних засобів відрізнятиметься залежно від його соціальної спрямованості [7, с. 235].

Серед науковців побутує думка, що наше століття – це століття «середнього читача» й журналіст повинен керуватися його стилістичним смаком і звичками. Тому для написання публіцистичного тексту автор застосовує таку лексику й таке стилістичне навантаження, які будуть, щонайменше, доступні розумінню аудиторії того чи іншого видання, адже британська періодика характеризується диференційованою орієнтацією на певні категорії реципієнтів, а щонайбільше – сприйняті максимально широким колом читачів.

Перш ніж з'ясувати зміст поняття «**колоквіалізм**», слід визначити сутність категорії нестандартної (розмовної) лексики, компонентом якої є колоквіалізми. Субстандартна лексика все більше та частіше проникає в різні сфери життя й саме лексеми цього рівня найбільш схильні до переходу в інший соціально-лінгвістичний статус. За своїм функціональним значенням розмовна лексика вирізняється стилістичними та семантичними параметрами (але вся нестандартна лексика має великий стилістичний потенціал), ступенем експресивності, кількістю конотативних сем, що можуть бути виокремлені від денотативного значення слова, а також смисловим навантаженням,

що варіюється залежно від сфери й суб'єктів комунікації. Хоч за своєю природою нестандартна лексика і є прерогативою усної мови, але на сучасному етапі вона все частіше використовується як у літературі, так і в публіцистиці через свій широкий стилістичний потенціал.

Відомий лінгвіст А. Мороховський дає таке визначення категорії колоквіалізмів: це «розмовні слова, які, як правило, використовуються в усній, здебільшого діалогічній мові, володіють функціонально-стилістичним значенням, входять до лексико-стилістичної парадигми та містять компоненти експресивного, емоціонального й оцінного значення» [5, с. 110]. Схожу характеристику колоквіалізмів зустрічаємо й у визначенні дослідника Г. Орлова, який акцентує увагу на їхній емоційно-експресивній забарвленості й асоціації з розмовною сферою використання [6, с. 72].

Цікавою є концепція лінгвістів Г. Уентворта й С. Флекснера, які, виділивши основні страти словникового змісту англійської мови, виокремили колоквіалізми окремим пластом на рівні зі стандартним вокабуляром, діалектами, кентом, жаргоном, сленгом та арго [15, с. 27].

Кількість колоквіалізмів в англійській мові становить до 10% загального лексичного фонду, отже, вони є чималим пластом саме нестандартного вокабуляру й посідають важливе місце в системі стилістично маркованої лексики, адже мають великий стилістичний потенціал і яскраве емоційно-експресивне забарвлення [1, с. 156]. Тоді як одні дослідники стверджують, що колоквіалізми належать до субстандартного пласта мови, інші акцентують увагу на тому, що колоквіальна лексика посідає окреме місце між літературним і нелітературним рівнями.

Автор словника колоквіальних одиниць Ф. Вуд також акцентує увагу на тому, що мова газетної публіцистики трансформується в напрямі все більшої доступності, задля цього й використовуються ресурси розмовної мови [16, с. 75]. Колоквіалізми в друкованих матеріалах додають образності, ситуативності, невимушеності, створюють колорит розмовності, пожвавлюють виклад матеріалу й часто використовуються для характеристики ситуацій або людей, про яких ідеться в тексті.

За твердженням дослідниці Н. Разинкиної, колоквіалізми фундаментально ввійшли в ужиток періодики задля зближення публіцистичних матеріалів з досвідом повсякденного життя. За допомогою колоквіалізмів автори намагаються не лише передати суму фактів, а й переконати читача, що текст, по-перше, не є складним для розуміння,

а по-друге, його тематика є максимально близькою для аудиторії [8, с. 126]. Останньому сприяє також той факт, що використання розмовної лексики в публіцистичних матеріалах допомагає автору створити невимушену й неофіційну атмосферу опосередкованого спілкування між ним і читачем. Зазначений прийом спрацьовує за аналогією з теорією вчених Дж. Брауна та Дж. Юла, за якою вірогідність використання колоквіальних одиниць у повсякденному спілкуванні збільшується в міру розширення можливостей для невимушеного спілкування його учасників [3, с. 11].

Як відомо, британські періодичні друковані видання поділяються на якісний сегмент і масовий. Перший є стабільнішим відповідно до своїх тиражів й аудиторії, яку він охоплює. Крім того, всі британські якісні видання представлені в Інтернеті.

Домінантами таблоїдної періодики є: сенсаційне подання новин, ексклюзивні фотографії, які часом шокують, крикливі заголовки, світські хроніки, кримінальні шпальти тощо. Мова масових британських видань тяжіє до використання емоційно-експресивної лексики, оцінних мовних елементів, стилістичного синтаксису задля привернення й утримання уваги читача, оптимізації його сприйняття й розуміння матеріалу. Мовознавець Н. Печетова наголошує, що в газетних текстах, особливо масової періодики, все частіше з'являються нелітературні лексичні елементи: просторічна лексика, сленг, арготизми, жаргонізми, професіоналізми. Дослідниця вважає, що популярність у газетних матеріалах таких елементів пов'язана зі зміною жанрової газетної парадигми публіцистичного стилю, а саме з поширенням жанрів, заснованих на діалозі. Це, перш за все, такі жанри, як бесіда, експрес-інтерв'ю, експрес-опитування [7, с. 2].

Вокабуляр якісних британських видань є менш експресивним за таблоїдний, переважає нейтральна лексика, проте з елементами високого й низького стилів. Головною причиною є посилене авторське начало в матеріалах якісної преси, особливо в таких жанрах, як есе, аналітична стаття, прогноз [7, с. 2]. Проте на сучасному етапі й у публіцистичних матеріалах якісних британських газет нерідко можна зустріти елементи розмовного стилю, використані задля спрощення викладу матеріалу, а отже, і його розуміння, встановлення комунікативного зв'язку з читацькою аудиторією та зближення з нею, максимального донесення читачу тієї точки зору, яку хотів показати автор [2, с. 122].

Аналіз публіцистичних матеріалів на сторінках британської якісної та масової періодики свідчить, що колоквіальна лексика активно використовується журналістами як якісних видань, так і таблоїдних. І якщо для масових видань використання розмовних лексем є буденним, то для якісних британських видань ще не так давно це було незвичним. Проте на сьогодні розмовні лексеми в якісних газетах уже стали типовими лексичними експресивними засобами. Головною аргументацією подібного феномену є трансформація мови газетної публіцистики, особливо якісної, в напрямку все більшої доступності й зрозумілості для аудиторії, зближення публіцистичних матеріалів з досвідом повсякденного життя.

Серед сучасних дослідників і публіцистів побутує думка, що журналіст має керуватися стилістичними смаками й уподобаннями читача. Яскравим прикладом такого диференційованого подання матеріалів, які орієнтовані на різні категорії реципієнтів і їхні смаки, стало найпопулярніше британське якісне видання *The Guardian*. Якщо раніше газета характеризувалася змістовністю та серйозністю матеріалів, то сьогодні можна прослідкувати значну спрощеність подання журналістських матеріалів задля їхньої простоти та зрозумілості для аудиторії, до якої апелює *The Guardian*. Тому розмовні лексеми у виданні можна зустріти як у текстах розважального характеру, так і в матеріалах політичної, економічної та суспільної спрямованості, що говорить про таблоїдизацію якісного видання.

В газеті наявні як загальноповживані колоквіальні одиниці (*chit chat, flick, woo, doco, etc*), так і низькі (*dud, henchman, for fucks' sake*). Крім того, в матеріалах газети ми знаходимо колоквіалізми, що різняться за своєю класифікацією. Наприклад, ті, які змінюють лише фонетичну форму, а лексико-стилістичне значення залишається незмінним. До таких відносимо: колоквіалізми, утворені за допомогою усічення слова (*mon, doco, romcom*) або контамінації граматичної форми (*I've, can't, he's*). В матеріалах *The Guardian* наявна також чимала кількість колоквіалізмів, у яких змінюється і форма, і лексичне значення. Наприклад, розмовні лексеми, які утворені за допомогою редуплікації (*chit chat, jaw-jaw*). А також колоквіальні одиниці, в яких конотативне значення з'являється відповідно до контексту: *sackle, he's gone into the fridge*.

Одне з найпопулярніших масових видань – *The Sun* один із лідерів за використанням розмовних лексем у матеріалах різної спрямованості

та жанрів. По-перше, це аргументовано специфікою видання, по-друге – його адресністю, тобто аудиторією, на яку спрямоване видання. *The Sun* значно випереджає якісну газету *The Guardian* за кількістю використаних колоквіалізмів в аналізованих нами матеріалах (понад 50%). І це не дивно, адже остання належить до масового сегмента, а отже, за стандартами може містити значну кількість субстандартної лексики, зокрема колоквіальної. На сторінках *The Sun* ми знаходимо колоквіалізми в усіх проаналізованих публікаціях, зокрема утворені усіченням слова (*avo, vegan, memo, veg*), конверсії (*wow, gig*) і контамінацією граматичних форм (*we're, I'll, he's, I've, isn't, I'd*). Крім того, в *The Sun* нами виявлено нові форми колоквіалізмів, яких не було в матеріалах *The Guardian*, наприклад *to swipe left, to feel blue* – колоквіалізми, утворені за допомогою словоскладання, *gotta* – контамінації словосполучення, *tummy* – афіксації, а також ряд низьких колоквіалізмів: *scum, cheesed off, stick up*.

Якісне видання *The Daily Telegraph* хоч і поступається газеті *The Guardian*, а особливо таблоїду *The Sun*, за кількістю колоквіальної лексики на своїх сторінках, проте також містить немало розмовних лексем у публіцистичних текстах, особливо тих, що присвячені політиці й шоу-бізнесу. Тут ми знаходимо колоквіальні контаміновані словосполучення (*wanna, gotta*), низькі колоквіалізми (*prat, bung, braindead*), загальні (*bachelorettes*), колоквіальні вислови (*beat around the bush*). Як порівняти з вищеназваними виданнями, в аналізованих матеріалах нами не були виявлені колоквіалізми, утворені за допомогою редуплікації та усічення слів, проте знайдений колоквіалізм іншої групи, яка не була представлена в текстах інших видань (розмовні лексеми, що мають лише експресивно-емоційне значення): *yucky*.

В таблоїдах *The Daily Mail* та *The Daily Mirror* також знаходимо чималу кількість колоквіалізмів різних форм і класифікацій: *baloney, bullish, gobsmacked, bowl, bestie, all-nighter, bye-bye, alkie, etc.*, а також колоквіальний вислів *jump into things*. Всі вони мають значний стилістичний потенціал, створюють колорит розмовності, поживають виклад матеріалу й використані для характеристики ситуацій або людей, про яких ідеться в текстах. Кількість розмовних лексем тут перевищує кількість колоквіалізмів у якісному виданні *The Daily Telegraph*, проте є меншою, ніж у таблоїді *The Sun*.

Порівняно з вищезазначеними масовими та якісними виданнями газета якісного сегмента

The Times містить незначну кількість колоквіальних одиниць. З-поміж аналізованих матеріалів лише десята частина має розмовні лексеми, більшість яких – контамінації граматичних форм. Публікації присвячені аналізу фактів і подій з різних сфер життя, лексика є нейтральною. Можна зробити висновок, що на сьогодні саме The Times є взірцем якісного видання, що дотримується класичних стандартів якісної газетної журналістики, серед яких головними є аргументованість думок, інформаційна насиченість, лаконічність мови, об'єктивність викладу матеріалу.

**Висновки і пропозиції.** Мова – найбільш складна, неоднорідна й динамічна з усіх систем, якій характерні постійні зміни: одні лексичні одиниці актуалізуються в мовному механізмі, інші ж, навпаки, переходять до розряду менш живої лексики. Зміни обумовлені, перш за все, розвитком суспільства, а отже й самої мовної системи, яка є головним засобом спілкування людей, а отже, вони мають вагомий вплив як на форму-

вання нових лексем, так і на внесення різноманітних змін у вже наявний лексичний склад мови на будь-якому з трьох рівнів: літературно-книжному (слова високого стилістичного тону, стандартна лексика), нейтральному (загальнолітературна лексика) й розмовному (слова зниженого стилістичного тону, нестандартна лексика, нелітературна) [5, с. 99].

Автором проаналізовано понад 70 журналістських текстів різних жанрів. Значний відсоток матеріалів належить саме якісній періодиці, адже згідно зі стандартами використання тут колоквіалізмів, як показала практика, трапляється рідше. Було виявлено приблизно 30 колоквіальних одиниць у матеріалах якісної періодици й понад 40 у британських таблоїдах. Зважаючи на сучасну журналістську тенденцію відповідати смакам і вподобанням читачів, можемо припустити, що найближчим часом кількість колоквіалізмів на сторінках як якісної, так і таблоїдної британської преси буде зростати.

#### Список літератури:

1. Коровушкин В. П. Основы контрастной социолектологии : монография в 2 ч. Ч. 2. Череповец, 2005. 284 с.
2. Краснобаева Б. О. Сучасна американська публіцистика у комунікативно-функціональному дискурсі. *Вісник Дніпропетровського університету ім. Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2014. № 1 (7). С. 217–227.
3. Малиновская А. Г. Ключевые аспекты изучения коллоквиальной лексики в английском и русском языках. *Гуманитарные исследования*. 2016. № 2 (58). С. 8–13.
4. Могиленко Н. С. Английский пенитенциарный социолект: место в системе английского лексического субстандарта и основные социолингвистические характеристики. *Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение»*. 2012. № 2 (256). С. 59–63.
5. Стилистика английского языка / А. Н. Мороховський и др. Киев, 1991. 272 с.
6. Орлов Г. А. Современная английская речь. Москва, 1991. 240 с.
7. Павленко В. В. Лексико-стилістичні особливості матеріалів британських газет. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2017. Вип. 37. С. 235–136.
8. Разинкина Н. М. Стилистика английского научного текста. Москва, 2015. 216 с.
9. Шеремета К. Ю. Стилiстичні функції сленгу в журналістському тексті. *Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя*. 2017. Вип. 1. С. 110–112.
10. Buckmaster L. The Australian Dream review – Adam Goodes doco driven by a clear desire for justice. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/film/2019/aug/02/the-australian-dream-review-adam-goodes-doco-driven-by-a-clear-desire-for-justice> (дата звернення: 03.03.2020).
11. Lee B. Last Christmas review – Emma Thompson’s romcom is an overstuffed turkey. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/film/2019/nov/06/last-christmas-review-emma-thompson-emilia-clarke> (дата звернення: 05.03.2020).
12. Partridge E. The World of Words. London, 1938. 368 p.
13. Riwers W. News in Print. Writing and Reporting. 1984. 320 p.
14. Sarat A. William Barr is acting like Trump’s henchman. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/may/03/attorney-general-william-barr-trumps-henchman> (дата звернення: 15.03.2020).
15. Wentworth. H., S. Flexner. Dictionary of American Slang. Second Supplemented Edition. New York: Thomas Y. Crowell Publishers, 1975. 766 p.
16. Wood F. The Dictionary of English Colloquial Idioms. 1979. 360 p.

**Spiridonova A. S., Panasiuk Yu. V. LEXICAL AND SEMANTIC FEATURES OF COLLOQUIALISMS IN MODERN BRITISH PRESS**

*The article analyzes the use of colloquialisms in social and political articles of high quality and tabloid British press, as well as some attempts were made to determine their specific features and outline future prospects of their development. The meaning of the notion colloquialism is explored in theoretical reviews by foreign and indigenous researchers. The author shares the idea, that colloquialisms are a component of substandard and pays attention to their emotional and expressive meaning and associations with speaking field. The reasons for the colloquialisms use are explained and the peculiarities of their use in the British press are identified. There is a point of view, that the use of conversation vocabulary in social and political articles can help an author to create a breezy matter-of-fact manner of mediated communication between him and a reader. It promotes to set a communicative connection with the largest part of the audience. It is emphasized, that at the modern stage in social and political articles in British high-quality press it is possible to witness elements of conversation style, which are used to make it simpler to present this or that material. It gives an opportunity to express and explain an author's point of view properly. Practical aspects of the colloquialisms use are determined in different genres of journalism materials in high-quality press ("The Guardian", "The Times", "The Daily Telegraph") and tabloid press ("The Sun", "The Daily Mail", "The Daily Mirror"). There is an attempt to analyze conversational lexical units in British high-quality and tabloid press. Different ways of forming lexical units are explored, for example, using contamination, reduplication, affixation, etc. The author makes a conclusion, that the number of colloquialisms in British high-quality and tabloid press is going to be increased in the nearest future.*

**Key words:** colloquialism, tabloid press, high-quality press, substandard vocabulary, conversational lexical unit, vocabulary.