

PECULIARITIES OF LEXICAL TRANSFORMATION OF LEGAL TERMS IN THE MEDIA SPACE

Nigora Tulkunovna Khamidova
Associate Professor, Nizami National Pedagogical
University of Uzbekistan, Tashkent, Uzbekistan

ABSTRACT

This article examines the issue of mediatization of legal terms in the media, in particular in the press, through a lexical background. The lexical background is considered as a set of associations, concepts, and cognitive vocabulary. The common feature between media and legal materials is the preservation of accuracy

Keywords: Mediation, legal vocabulary, media, vocabulary, associations, conceptual vocabulary, cognitive vocabulary.

ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Нигора Тулкуновна Хамидова,
доцент НПУУз имени Низами, Ташкент, Узбекистан

АННОТАЦИЯ

В настоящей статье рассматривается вопрос медиатизации юридических терминов в СМИ, в частности в печати, посредством лексического фона. Лексический фон рассматривается как набор ассоциаций, понятий, когнитивной лексики. Общая черта между СМИ и юридическими материалами заключается в сохранении точности.

Ключевые слова: медиатизация, юридическая лексика, СМИ, лексический фон, ассоциации, понятийная лексика, когнитивная лексика.

Перед работниками СМИ, а именно перед журналистами, авторами статей, редакторами стоят особо важные задачи. Во время создания текста, профессионал должен придерживаться таких особенностей информации как полнота, достоверность, понятливость. В современных СМИ наблюдается тенденция к увеличению информативности, общей коммуникативной значимости, общедоступности. Это выражается тесной связью с разговорной речью, подчеркнутой ориентированностью на «усредненного» реципиента. Причем «инициаторами» такого «свободного» обращения с языком выступают журналисты. Между тем следует помнить об «обратной связи», так как читатели воспринимают язык СМИ как некий образец речевого эталона, которому нужно следовать.

Языковед, литературовед и философ Александр Афанасьевич Потебня в своей работе «Мысль и язык» подчеркивает, что мысль, с которой когда-то было связано определенное слово, снова вызывается в сознании звуками этого слова. Ученый пишет: «Эта мысль

воспроизводится если не совсем в прежнем виде, то так, что второе, третье воспроизведение могут быть для нас даже важнее первого» [4, 81].

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров предложили понятие «лексический фон» (далее ЛФ): «составляющие содержание слова, которые не участвуют в опосредованной языком деятельности человека. Эти слова вызывают ассоциации, потому что они связаны с контекстом, который объясняет их уместное употребление в речи и их семантическое значение. То есть – вся совокупность свойственных обыденному языковому сознанию информации, относящейся к слову» [2,320].

Новый словарь методических терминов и понятий определяет ЛФ как «социально или культурно–исторически обусловленные дополнительные представления, ассоциируемые с лексической единицей и связываемые с понятием» [1, 122]. ЛФ связан с таким понятием как «фоновые знания», т.е. «знания, присутствующие в сознании человека и той общности людей, к которой данный индивид принадлежит» [1, 122].

Во–первых, семантика слова одним лексическим понятием не исчерпывается. Слова, эквивалентные в понятийной области, расходятся в другой сфере своей семантики. Во–вторых, Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров используют членение содержания самого слова [2,496]. То есть содержание исходной лексической единицы состоит из ассоциаций, которые представляются в виде просторечной лексики разговорного стиля. Эти «фоновые знания определяют место слова в лексической системе и его употребление в речи» [2,450]. Есть слово и есть контекст, определяющий место слова в лексической системе. А именно: чтобы у адресата, кому направлена речь, возникла правильная ассоциация. Поэтому ЛФ необходим для уместного использования слов, что ясно демонстрируется на примере заглавия СМИ: «<...> руководству нужно подкинуть деньжат <...>»; «Тогда юноша понял, что его “надули”»(Газета «На посту» / [Электронный ресурс]. URL: <https://napostu.uz/xabarlar/1438> (дата обращения: 01.12.2019)

Фраза «подкинуть деньжат» в данном медиатексте заменяет юридическую лексику: «дача взятки должностным лицам», «коррупция». Слово «надули» заменяет «незаконное овладение средствами обманом путем» или «мошенничество».

По мнению Е.П. Прохорова СМИ способствуют выдвиганию суждений и оценок деятельности социальных институтов и должностных лиц на предмет выполнения ими своих обязанностей перед обществом. В числе наиболее значимых процессов в СМИ выделяется формирование массового коллективного сознания (идеологическая или социально ориентирующая), которая включает в себя широкий диапазон воздействия – начиная с сообщений о фактах, событиях, воздействия на общественное мнение, до воздействия на ценности, идеалы, мировоззрение аудитории [5, 50].

Безусловно, в современном мире СМИ являются важнейшим и эффективным инструментом формирования мнения в обществе и имеют колоссальное количество методов и способов влияния на общественное сознание не только человека, но и всего государства.

Таким образом в СМИ есть в наличии так называемый лексический фон – социально или культурно–исторически обусловленные дополнительные представления, ассоциируемые с понятием. В данном случае в роли понятий выступают юридические термины, используемые в медиатекстах СМИ. Иными словами, лексический фон – некое основание,

дно, плотно, состоящее из семантических долей – слов, понятий, ассоциаций, семантически дополняющих, или эквивалентных юридическим терминам.

В заключении, необходимо отметить, что глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, влияют не только на условия жизни, но прежде всего на способ мышления и систему восприятия современного человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азимов Э., Шукин А. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: ИКАР, 2009. - 448 с.
2. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М.: Индрик, 2005, С. 496.
3. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. 2012.
4. Потебня А.А. Полное собрание трудов: Мысль и язык. – М.: Лабиринт, 1999. С. 81.
5. Прохорова К.В. Газетный заголовок: проблемы и функциональные возможности / К.В. Прохорова. – СПб.: СПбГУ, 2005.
6. Хамидова Н.Т. , Сидорченко К.М. Приёмы языковой игры в преподавании русского языка как неродного /«ТДПУ Илмий ахборотлари», №4(5). С. 77-81
7. Хамидова Н.Т. , Сидорченко К.М. Using pedagogical technologies polylingual analysis of languages games in materials of mass media in the Korean language/ «Молодой учёный», № 17. С. 560-562