

4. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. М., 2000.
5. *Кожина М.Н.* Стилистика русского языка. М., 1983.
6. *Кожина М.Н.* Стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2006.
7. *Коньков В.И., Потсар А.Н., Сметанина С.И.* Язык СМИ: современное состояние и тенденции развития Современная русская речь: состояние и функционирование: Сборник аналитических материалов. СПб., 2004.
8. *Коньков В.И., Потсар А.Н.* Стилистический анализ текста. СПб., 2006.
9. *Костомаров В.Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М., 2005.
10. *Кохтев Н.Н.* Публицистический стиль // Русский язык. Энциклопедия. – М., 1997.
11. *Рождественский Ю.В.* Введение в общую филологию. М., 1979.
12. *Стилистика и литературное редактирование* / Под ред. проф. В.И. Максимова. М., 2005.
13. *Солганик Г.Я.* Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2006.
14. *Трескова С.И.* Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989.

О ПОЗИТИВНОМ ВЛИЯНИИ СМИ НА РАЗВИТИЕ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА XXI ВЕКА

Шипицына Галина Михайловна
Белгородский государственный университет

Язык массмедийной сферы XXI века в целом нормализуется, активизируются его деривационные и семантические резервы.

Ключевые слова: *нормативность, деривация, семантическое развитие.*

The language of mass media of the XXI century is actually being normalized, while its derivational and semantic potential is activating.

Key words: *norm, derivation, semantic development.*

О влиянии СМИ на современное российское общество написано достаточно много научных работ. В них отмечается резкое повышение влияния этого института на все сферы общественной жизни, названы факторы, обусловившие рост этого влияния, проанализированы традиционные и новые функции СМИ в условиях политических, экономических и культурных реалий российской действительности конца XX – начала XXI века. Всестороннему исследованию подвергается также языковое оформление информационных материалов, в связи с чем в адрес СМИ высказано достаточно много критических замечаний самого разного толка. Ученые отмечают внутреннюю противоречивость современного языка СМИ, сочетающего в себе такие противоположные качества, как динамичность и консерватизм, эталонность и зависимость от речевых приоритетов своего времени, в том числе и от

модных пристрастий, ну и конечно же, называется самый больной для культурной элиты вопрос – «расшатывание» норм образцового литературного языка [Седакова 1995; Ревенская 1998; Костомаров 1999; Золотова 2001; Караулов 2001; Нещименко 2001, Кормилицына 2003, Сиротинина 2005, 2006, 2007, Щаклеин 2000 и многие другие]. Последнее обстоятельство для судеб литературной речевой нормы крайне опасно и на сегодняшний день, в силу высокой степени тиражирования речевых ошибок, скорости их распространения, а главное – незамедлительного усвоения этих ошибок населением России, привыкшим не только доверять печатному и произносимому по радио и телевидению слову, но и считать язык СМИ эталоном правильности и образцом для подражания как язык общественного института, выполняющего и информационную, и просветительскую функции.

Новая волна негативной демократизации литературного языка конца XX века была вызвана многими факторами, главными из которых называются такие, как отказ от инфантильности сознания и языка типового советского человека и приход в СМИ людей, не имеющих ни общей высокой культуры, ни хорошей языковой подготовки и не сумевших воспользоваться предоставленной им свободой слова в русле, благоприятном для развития речевой культуры (и в 2006 году в «Российской газете» руководитель Роспечати Михаил Сеславинский писал о том, что у нас при избытке журналистов не хватает профессионалов). Так что, как отмечает весьма авторитетный специалист в области разговорной речи профессор О.Б. Сиротинина, «фактор СМИ, повлиявший на речевую культуру в конце XX века, сделал свое «черное дело», что до сих пор влияет на речь населения [Сиротинина 2007: 32].

И тем не менее положение с нормативностью русского языка в СМИ в XXI веке в целом улучшается, что отмечает О.Б. Сиротинина в вышеуказанной статье после детального анализа диагностирующих тенденций речевых практик в СМИ и наблюдений за употреблением языковых средств различных уровней в газетах и на телевидении. Наши исследования в этой области свидетельствуют о том же: период избыточной вульгаризации и жаргонизации публичной речи СМИ прошел, как прошла и сама мода на подобные средства в печатных материалах. Читатель уже пресытился такими языковыми средствами. Как показали результаты проведенного нами лингвистического эксперимента, в обществе накопилась усталость от текстов со сниженной лексикой, люди, в том числе молодежь, предпочитают таким текстам содержательные материалы, написанные хорошим нормативным языком. Поскольку носители языка хотят слышать образцовую русскую речь, наш язык обязательно избавится от порока ненормативности. Справится он и с обильным заимствованием, что уже также было и не раз в истории русского литературного языка (например, первое и второе южнославянские влияния, петровская эпоха, увлечение дворянского сословия французским языком).

Вдохновившись этим отрадным фактом, мы при написании данной статьи направим свои усилия не на критику языка СМИ (в ней нет недостатка), а на поиск позитивных явлений и процессов, работающих на развитие и совершенствование нашего языка.

Прежде всего это активизация языковых ресурсов, которые могут обеспечить потребности создателей информационных материалов в нестандартном способе выражения речевой воли автора и иллюстративной силы создаваемого текста. Потребность в выразительных, ярких и запоминающихся средствах побуждает журналистов к созданию новых слов на базе имеющихся в языке морфем, тем самым активизируются словообразовательные процессы, повышается продуктивность многих словообразовательных типов, создаются новые модели и способы словообразования, обеспечивающие обилие неологизмов (фактически их можно найти в каждом новом номере многотиражной газеты, другое дело, что не все новые слова войдут в активный словарный запас). Примеры из апрельских номеров (2008 г.) «Новой газеты»: *пользователь машиноместом в коопгараже, банкизация России, сверхновая звезда хоккея, Россию обвиняют в неоимпериализме.*

Продолжает пополняться корпус устойчивых сочетаний слов. Обильная новая фразеология «опрокинула» такой важный постулат науки о фраземах, как утверждение, что устойчивые сочетания слов проходят многовековой «инкубационный» период своего развития. Благодаря СМИ в современном языке функционирует множество новых речевых оборотов, которые обладают основными признаками фразеологизмов, хотя и не проходили испытания временем. Например, *ярмарка выходного дня, точечная застройка, высшие эшелоны власти, кредит доверия, включить печатный станок, монетизация льгот, потребительская корзина, большая восьмерка, оранжевая революция.*

Однако самым заметным и продуктивным для судеб языка является процесс пополнения смысловых структур лексем новыми значениями, а лексико-семантических вариантов новыми смыслами, которые рождаются в совершенно новых, часто неожиданных дистрибутивных связях слова.

Примеры из «Новой газеты»: *Перегрева в российской экономике сегодня нет; Такая конструкция отношений надолго не сохранится; ... разогретый потребительский спрос внутри страны; ворота остались сухими («гол не забит»).* Благодаря этому коллективным творчеством работников пера дан толчок новой волне метафоризации русского лексикона, который по интенсивности и результату мы можем сравнить лишь с деятельностью Н.М. Карамзина и А.С. Пушкина по обновлению семантической базы литературного языка путем расширения семантической валентности слов. Обновляемая сочетаемость воспринимается как опыт речевой игры, благодаря которой заостряется внимание читателя на освещаемом в СМИ событии. Язык современной массмедийной коммуникации, выполняя свои перлокутивные функции, стал своеобразным питомником для выработки и апробации новых языковых средств, как информативных, так и экспрессивных. В стремлении обогатить язык своего произведения журналист часто преобразует известные всем выражения, используя фрагменты имеющихся в нашей культуре текстов или аллюзии из них – различного рода реминисценции. Но всякий воспринятый текст в той или иной форме сохраняется в сознании адресата и может включаться в новые тексты в виде прямых или трансформированных цитат. Языковая компетенция личности во многом зависит от таких факторов, как знание национального корпуса прецедентных текстов, как частотность прибегания к текстовым реминисценциям в речи и умения использовать их в соответствии с коммуникативным замыслом автора.

Приведем примеры: о брошенных поселках якутского Севера «Новая газета» рассказывает в таких выражениях: *поселок замерзающего типа, вечная мерзлота поселка* (2008, № 14). Другие примеры из этой же газеты: *Жители Кировской области за деревьями дров не видят* (2008, № 15) – о том, что при обилии лесов и их хищнической вырубке люди сидят без дров; *Окна с видом на выселение* (2008, № 15) – о выселении семей из общежитий на улицу в г. Туапсе; *бизнес под каблуком* (2008, № 18) – о бизнес-конференции для деловых дам; *естественный подбор* (2008, № 18) – о роли торговли в росте инфляции; *европейское полушарие нашего мозга* (2008, № 24) – о нашей способности иногда думать и по-европейски; *Новый прокурор г. Саратова взлетит выше Чайки* (2008, № 14) – о карьере саратовского прокурора.

Удачные каламбуры создаются на базе довольно сложного приема – совмещения в одном употреблении слова его разных значений (контекстная многозначность). Примеры из «Новой газеты» 2008 года:

Север крайний. Действительно. Хорошо здесь живут сейчас только собаки (№ 14); *Объективный запрет: хорошей техникой теперь нельзя снимать* (№ 14); *Кто считает лучше? Правительство считает, что состояние российской экономики намного лучше, чем считают ведущие ученые* (№15).

Язык массмедийной коммуникации оказывает прямое влияние на речемыслительное развитие россиян и на формирование разных типов языковых личностей в современном обществе. Тем самым СМИ приобщают носителей языка к языковому творчеству, к языковой активности. Возбуждая креативный план интеллектуальной деятельности, СМИ создают стереотипы жизненных идеологий получателей информации, формирующие общенародную и языковую картины мира. В силу этого работники сферы массовой коммуникации должны относиться к вопросам культуры своей речи с особой ответственностью, с пониманием своей особой значимости в формировании системы ценностей в обществе, с пониманием силы своего воздействия на судьбы своей страны, народа и его языка.

1. Сиротинина О.Б. Факторы, влияющие на развитие русского языка в XXI веке // Проблемы речевой коммуникации. Межвузовский сборник научных трудов. – Вып. 7. – Саратов, 2007. – С.29 – 42.

ДИАЛОГ ЯЗЫКОВЫХ СИСТЕМ И ПОДСИСТЕМ ИЛИ ЯЗЫКОВАЯ АГРЕССИЯ: ВЗГЛЯД НА СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА-ТЕКСТЫ

*Черкасова Марина Николаевна
Ростовский университет путей сообщения*

Проникновение единиц из различных языковых систем и подсистем и их употребление в медиа-текстах стала реальностью XXI века. Инокультурные элементы-заимствования (заимствованные слова, жаргонизмы,