

УДК 070.19: 81'271.1

DOI 10.1555/2409-3203-2018-0-14-237-240

ЯЗЫК СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ

Кондрашева Екатерина Владимировна

старший преподаватель кафедры журналистики
ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»
Россия, г. Хабаровск

Аннотация: рассматриваются особенности функционирования языка в современных российских СМИ, зеркально отражающих изменения, происходящие в обществе. Пресса новой России не могла принять традиционные формы подачи материала советских времен. Происходит осмысление новых общественных явлений и воплощение этого нового в совершенно другом тексте, в котором отражено свое понимание события или проблемы. Выбор тем публикаций, особенности стиля, использование определенного набора речевых средств объясняется желанием журналистов сохранить лидирующие позиции в рейтинге, говорить на одном языке с аудиторией и др. Отклонения от общепринятых языковых норм обусловлены самыми разнообразными причинами: в целях большей выразительности и яркости текста, иногда для развлечения читателя, в попытке соответствовать вкусам и возможностям потребителя информации, в конечном счете, чтобы остаться в бизнесе, одержав победу в борьбе за аудиторию. Поэтому так важно человеку любого возраста, стремящемуся к повышению культуры своей речи, понимать, что такое национальный русский язык; необходимо усвоить и развить навыки отбора и употребления языковых средств в процессе коммуникации, овладеть нормами литературного языка.

Ключевые слова: средства массовой информации; язык СМИ; речь; стереотипы; нормы; текст; отбор; речевые средства; культура речи.

THE LANGUAGE OF CONTEMPORARY RUSSIAN MEDIA

Kondrasheva Ekaterina V.

Senior lecturer of journalism Department
Pacific National University
Russia, Khabarovsk

Abstract: the article deals with the peculiarities of the language functioning in the modern Russian media, reflecting the changes taking place in society. The press of the new Russia could not accept traditional forms of presentation of material of the Soviet times. There is a reflection of new social phenomenon and the embodiment of this new in a completely different text, which reflects its understanding of the event or problem. The choice of topics of publications, the peculiarities of style, the use of a certain set of speech tools is determined by the desire of journalists to maintain certain positions in the rating, to speak the same language with the audience, etc. Deviations from the generally accepted language norms are due to a variety of reasons: for the purpose of greater expressiveness and brightness of the text, sometimes for the reader's entertainment, in an attempt to match the tastes and capabilities of the consumer of information, ultimately to stay in business, winning the fight for the audience. That is why it is so important for a person of any age who wants to improve the culture of his speech to understand what the national Russian language is; it is necessary to learn and develop skills of selection and use of language means in the communication process, to master the norms of the literary language.

Keywords: mass media; language of mass media; speech; stereotypes; norms; text; selection; speech tools; culture of speech.

Человек современного мира живет в постоянном «потоке» информации. Средства массовой коммуникации оповещают нас о событиях, при этом определенным образом оказывают влияние на наши действия, формируют мысли и представления, в том числе и о литературном языке.

Конец XX – начало XXI в. – для России эпоха серьезных перемен во всех сферах общественной жизни. Это время характеризуется активными процессами в области словообразования: лексика обильно пополняется заимствованиями; в речь хлынули жаргонизмы и новообразования.

Все эти процессы можно объяснить ломкой стереотипов мышления и поведения, сменой морально-этических и идеологических установок, появлением новых общественных реалий. Отсутствие жестких требований по отношению к языку, ослабление «внутреннего цензора», свобода от ограничений – характерные черты современной эпохи.

Средства массовой информации зеркально реагируют на данные изменения, отражая их в своем языке. Пресса новой России не могла принять традиционные формы подачи материала советских времен. Происходит осмысление новых общественных явлений и воплощение этого нового в совершенно другом тексте, в котором отражено свое понимание события или проблемы. Журналистика становится бизнесом, и в ход идут любые средства, чтобы удержать внимание аудитории. А это определяет выбор тем публикаций, особенности стиля, использование определенного набора речевых средств.

В конце 90-х годов XX века появляется Интернет, который достаточно быстро и прочно входит в жизнь человека как особая коммуникативная среда, не существовавшая ранее сфера реализации языка. Интернет привнес со своим появлением новые способы общения, новые стереотипы речевого поведения и, соответственно, новые формы существования языка, к которым можно относиться по-разному, но они составляют уже сложившуюся картину современного мира: «Сейчас можно сколько угодно ругать интернет и называть его помойкой, но без интернета уже никуда. Это данность, это жизнь, и надо к этому подстраиваться. Язык очень быстро на это откликнулся и быстро выработал новую сферу – то, что мы, лингвисты, называем «письменной разговорной речью» [1].

Отклонения от общепринятых языковых норм обусловлены самыми разнообразными причинами: в целях большей выразительности и яркости текста, иногда для развлечения читателя, в попытке соответствовать вкусам и возможностям потребителя информации, в конечном счете, чтобы остаться в бизнесе, одержав победу в борьбе за аудиторию.

Публичная речь все более приближается к речи обыденной, к так называемому городскому просторечию в его новом качестве и новом понимании: простая речь, т.е. раскрепощенная, незамысловатая, не ограниченная системно-языковыми, этическими или эстетическими нормами.

Следовательно, функционально-стилистическое просторечие, или, иначе говоря, обиходно-просторечный язык, и есть та промежуточная, переходная сфера национального русского словаря, в котором происходят процессы популяризации, социализация жаргонизмов, в котором и вызревает новое наполнение разговорно-литературной и разговорно-сниженной лексики. Это обстоятельство определяет структуру языкового феномена – общенационального субстандарта, – три слоя лексики: разговорно-деловой, традиционный, общежаргонный.

Современная пресса почти полностью сосредоточена на развлекающей и информирующей функциях. Просветительская функция в течение долгого времени была на третьих позициях, хотя в истории отечественной журналистики функция просвещения всегда играла значимую роль.

Необходимо справедливости ради заметить, что с начала XXI века в отечественной журналистике стал отмечаться подъем интереса к просветительским медиа. Однако в общей массе СМИ они пока не на лидирующих позициях.

Газета занимает особое место среди средств массовой коммуникации: она является традиционной и давно известной в системе СМИ, доступна, характеризуется тематическим разнообразием. Сейчас газеты стали еще более удобны и доступны, так как существуют электронные версии печатных изданий.

Необходимо отметить, что основные стилистические средства и приемы складывались именно в газете, которые затем использовались в других видах массовой коммуникации. Текст газеты представляет собой сплав нормированного книжного языка, народно-речевой и жаргонной сфер. В настоящее время в газетной публицистике широко используются слова из различных жаргонов: молодежного, уголовного, компьютерного. Причина актуальности жаргонов связана с тем, что данные элементы нелитературной речи отражают сущность реальных социально-экономических и политических отношений. Это слияние создает определенный тон, эмоциональную оценочность и экспрессивность, рисуя реалистичные картины современной действительности. Можно считать текст журналиста эффективным, когда включается воображение читателя и актуализируются его культурные знания.

Средства массовой информации – это индикатор происходящих общественных перемен. Многочисленные издания формируют языковые нормы молодого поколения. Если более взрослая часть общества может критически относиться к тому, что читает или слышит, то молодежь, с самых ранних лет воспринимая современную речь посредством в том числе и СМИ, непроизвольно впитывает все ее особенности и недостатки. Поэтому человеку любого возраста, стремящемуся к повышению культуры своей речи, необходимо понимать, что такое национальный русский язык, необходимо усвоить и развить навыки отбора и употребления языковых средств в процессе коммуникации, овладеть нормами литературного языка.

Безусловно, преувеличивать влияние СМИ на язык не стоит. Взаимосвязь всех вышеперечисленных явлений в языке средств массовой коммуникации происходит при участии процессов, которые совершаются в русском языке. Разнообразие стилей ослабляет представление современного человека о единстве литературного языка. Поэтому ярким представителем литературного языка выступает именно журналистика. Таким образом, журналисты в значительной степени выступают создателем современного языка, влияя на формирование взглядов всего населения, отражая те процессы, которые происходят в обществе.

На данный момент существует несколько суждений о языке СМИ и его дальнейшем развитии от резко критического (например, Н. Д. Бессарабова [2], Г. Я. Солганик [3]) до положительного.

Время показывает, что язык, если можно так выразиться, «самоочищается». Примером тому служит тот факт, что «казалось бы, еще совсем недавно был популярен в Сети «язык падонкофф», тот самый «олбанский» язык, породивший крoсавчeгов, прeведов, мeдвeдoв <...>. Я очень хорошо помню, какие дискуссии были 10 лет назад по поводу этого языка, как все переживали, останется ли что-то от литературного русского из-за всех этих крoсавчeгов, прeведов, мeдвeдoв. И журналисты такие вопросы задавали, и панические статьи были. Ну и все, это прошло, забылось» [4].

Однако в любом случае, мы не должны забывать, что «по отношению каждого человека к своему языку можно совершенно точно судить не только о его культурном уровне, но и о его гражданской ценности. Истинная любовь к своей стране немыслима без любви к своему языку. Человек, равнодушный к родному языку, – дикарь. Он вредоносен по самой своей сути, потому, что его безразличие к языку объясняется полнейшим безразличием к прошлому, настоящему и будущему своего народа» [5].

Список литературы:

1. «Хороший русский язык для нас в прошлом». Интервью с главным редактором портала «Грамота.ру» / Дискурс – независимый художественно-аналитический журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://discours.io/articles/culture/horoshiy-russkiy-yazyk-dlya-nas-vsegda-v-proshlom-intervyu-s-glavnym-redaktorom-portala-gramota-ru> (дата обращения 10.06.2018).
2. Бессарабова Н. Д. Лингвоэтика, или еще раз об этическом аспекте культуры речи современных СМИ и рекламы / Н. Д. Бессарабова // Журналистика и культура русской речи. – 2011. – № 2, с. 54-63.
3. Солганик Г. Я. Язык СМИ и политика / Г. Я. Солганик. – М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
4. К. Паустовский // Проза.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://www.proza.ru/2015/01/28/1683> (дата обращения 10.06.2018).
5. «Хороший русский язык для нас в прошлом». Интервью с главным редактором портала «Грамота.ру» // Дискурс – независимый художественно-аналитический журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://discours.io/articles/culture/horoshiy-russkiy-yazyk-dlya-nas-vsegda-v-proshlom-intervyu-s-glavnym-redaktorom-portala-gramota-ru> (дата обращения 10.06.2018).