О.М. Афанасьева, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры редакционно-издательского дела и информатики и кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, доцент кафедры литературной критики Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета; e-mail: helgreen@yandex.ru

РЕДАКТОРСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ СМИ: ЛИНГВОЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена изменениям в парадигме редакторского анализа текстов СМИ, обусловленным реалиями XXI в. Лингвоэтический подход к авторскому материалу, описанный в данной работе, включает в себя оценку образа мира, создаваемого средствами массовой информации, с позиций нравственности и рассматривается как залог перехода от журналистики беспринципно-развлекательной к журналистике культуротворящей.

Ключевые слова: *язык СМИ, редакторский анализ, лингвоэтика, языковая картина мира.*

The article is devoted to changes in the paradigm of editorial analysis with the media due to the realities of XXI century. Linguistic and ethical approach to copyright materials described in this paper includes an assessment of the image of the world created by the media from the standpoint of morality and regarded as a key transition from unprincipled and entertainment journalism to journalism which creates culture.

Key words: *media language, editorial analysis, linguistic ethics, language world.*

Работа редактора над журналистским текстом многогранна. Различные ее аспекты (психологический, содержательный, стилистический, этический) описаны в трудах К.И. Былинского, Д.Э. Розенталя, К.М. Накоряковой, А.В. Абрамович, Э.А. Лазаревич, А.Э. Мильчина, Н.М. Сикорского, О.Р. Лащук, Т.И. Суриковой, Р.А. Молибоженко, И.К. Гужовой и др.

Мы остановимся на аспекте лингвоэтическом[1] [Бессарабова, 2006, с. 57—58].

Лингвоэтический подход редактора к авторскому материалу основывается на стратификационных концепциях текста и предполагает оценку текста как единицы лингвокультурологической. Особое значение приобретает то, как в языковой ткани фиксируются ключевые концепты культуры и важнейшие понятия этики.

Актуальность такого подхода обусловлена следующим. Образ мира или его фрагмент, отражаемый (а зачастую и создаваемый) средством массовой информации (шире — средством массовой коммуникации), передается на эмотивном уровне — через язык

[1] Термин «лингвоэтика» введен Н.Д. Бессарабовой, возглавляющей работу в этом направлении на кафедре стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

и стиль данного СМИ — получателю информации, закрепляется в его сознании типизированностью фактов, повторяемостью оценок, выраженных средствами языка.

Как составляющая этого образа мира (как составляющая концептуальной картины мира, воплощенной в картине мира языковой) передается определенная система ценностей, определенное — нравственное или безнравственное — отношение к действительности, определенные правила поведения, в том числе речевого, которыми руководствуется человек.

«В последние десятилетия возникла особая необходимость в морально-этической оценке языка СМИ, дополняющей собственно лингвистическое рассмотрение речевых явлений. Невозможно, например, ограничиться только нормативно-языковой характеристикой примеров, вызывающих ассоциации с насилием, криминалом (*как расчленить соседей* — о расселении жителей коммунальных квартир; <...> *концерт по наводке* — ср. квартиру ограбили по наводке)» [Бессарабова, 2010, с. 15—16].

Размытость границы между добром и злом, свойственная нашему времени, способствует нечеткости критериев оценки событий и поступков [Афанасьева, 2002, с. 76], а потому «субъективно-личное» измерение журналистского выступления должно проверяться «объективно-ценностным»[2] [Ильин, 1993, т. 2, кн. II, с. 84—85].

Какую цель ставит перед собой журналист? Что хочет до читателя донести? Какими языковыми приемами делает свою речь выразительной?

Тут важную роль играет редактор — не редактор-цензор, а *редактор-нравственный ориентир*, редактор-лингвист, чувствующий *истинное содержание понятий*, понимающий *глубинный смысл слов*.

Редактор не может навязать журналисту духовность («все *живые источники человеческого качества* — от элементарной порядочности до высших ступеней святости — суть дело свободы, т.е. ненавязанного и невынужденного другими людьми, самостоятельного приятия и осуществления» [там же, с. 194]). Но редактор может «пробудить и расшевелить» чувство собственного достоинства, совесть, патриотизм, ответственность за сказанное слово, языковой вкус и языковое чутье.

---

[2] О субъективно-личном и объективно-ценностном измерении человеческой жизни пишет русский философ и публицист И.А. Ильин, раскрывая содержание понятия *предметность*: «Настоящая предметность имеет два измерения: *субъективно-личное* и *объективно-ценностное*. Первое измерение, субъективно-личное, определяет, действительно ли я *предан* моей жизненной цели, *искренен* ли я в этой преданности, *целен* ли я в этой искренности и, наконец, *действую* ли я согласно этой преданности, искренности и цельности. Второе измерение, объективно-ценностное, определяет, *не ошибся* ли я в выборе моей жизненной цели, действительно ли мой “предмет” *Предметен*, действительно ли моя цель священна и правда ли ею *стоит жить* и за нее *стоит бороться* и, может быть, умереть» [Ильин, 1993, кн. II, с. 84—85].

Обратимся к материалам популярных российских печатных СМИ — к журналистским выступлениям, над которыми работал не только автор, но и редактор.

Первое, что видит читатель, знакомясь с публикациями издания, — заголовки, которые могут быть осознаны как части подборки, полосы [Накорякова, 2009, с. 90]. Они «более, нежели другие элементы структуры журналистского выступления, подвержены воздействию стереотипов стиля, стереотипов мысли» [там же, с. 93], и в то же время сами формируют такие стереотипы. Поэтому мы сосредоточимся на редакторском анализе заголовков (в частности, заголовков, которые с лингвоэтической точки зрения едва ли можно назвать корректными).

«***Кровавый понедельник на страстной неделе***» («*Снова теракт в метро. В этот раз погибло пассажиров почти столько же, сколько в 2004 году на Замоскворецкой линии. На сей раз террористы выбрали Сокольническую линию*» — так сообщают читателям о терактах на станциях Лубянка и Парк культуры). Террористические акты действительно были совершены на Страстной неделе. И все же не совсем понятно, каковы основания для вынесения названия последней перед Пасхой недели Великого Поста в заголовок. Каким образом связана трагедия, случившаяся в метро, с религиозными мотивами? Сема «убиты без вины» не является достаточной для построения такого заголовка. «Кровавый понедельник» наводит на мысль о «Кровавом воскресенье» — дне расстрела царскими войсками петербургских рабочих, шедших с петицией к царю. Перед нами поверхностное обыгрывание языковых смыслов «кровь», «убийство», «страдание», «невинный», за которыми стоят трагические события истории общества. Слово «снова» («еще раз, опять») в лиде материала относит терроризм к ряду явлений обыденных, повседневных; слово «сей», имеющее в толковых словарях русского языка помету «устаревшее и ироническое», приравнивает происшедшее к чему-то развлекательному (в наши задачи сейчас не входит анализировать повторы и представление фактического материала).

Подобная языковая игра в современных СМИ не редкость. Стремление сообщить максимум информации за минимальное количество времени порождает тяготение публицистического стиля к стандартизованности языка. Задача воздействовать на умы и сердца людей не может быть решена без выразительных языковых средств. Искомое сочетание стандарта и экспрессии и дает языковая игра журналисту. Не требуя, как правило, особой изобретательности от автора, она «высвобождает огромные экспрессивные возможности, заложенные в языке» [Клушина, 2002, с. 105].

Один из способов языковой игры, на который редактору надо обратить внимание, — трансформация фразеологизмов[3] (измене-

[3] Фразеология в данной работе понимается довольно широко. Условно к фразеологизмам мы отнесли известные фразы из песен, из произведений художественной литературы.

ние структуры устойчивых по составу и значению оборотов, воспроизводимых в речи в качестве готовых единиц). Такой прием позволяет построить ряд ассоциативных связей (в трансформированной единице узнается исходное выражение и появляется новый смысл), сформировать оценку описываемого. Настораживает то, что современные журналисты фразеологизмы с негативной оценкой часто трансформируют для номинации позитивного факта, а фразеологизмы, вызывающие положительные эмоции, для номинации факта негативного. С лингвоэтической точки зрения это недопустимо, так как подобные смысловые сдвиги, возникшие, возможно, случайно на газетной полосе, воспринимаются читателем как некий моральный эталон.

«***Морская душа потемки***». Исходное выражение «чужая душа потемки» говорит о том, что «другого человека понять сложно, ведь неизвестно, что у него в душе, притом неизвестное, скорее всего, негативно»[4] [Апресян, 1995, с. 372].

Материал об особенностях морской службы — интервью с капитаном научно-исследовательского океанического судна, человеком откровенным, искренним, подробно отвечающим на вопросы журналиста. Его душа не потемки, в ней — внутренний свет. О душах матросов этого корабля «потемки» также не скажешь; о своем экипаже капитан отзывается с уважением. Нуждающаяся в литературной правке реплика капитана о филиппинских моряках («Многие нации очень религиозны, но в душу им стараюсь не заглядывать») не оправдывает не соответствующего тексту — в том числе и по оценочности — заголовка.

Заголовок «***Насильно Гил не будешь***» воспринимается как бессмыслица. Гил — это имя американского скрипача, очаровавшего Москву. Трансформируемый фразеологизм «насильно мил не будешь» не свидетельствует о признании, об успехе: за ним стоит народно-философское сожаление о том, что нам не удалось завоевать чьих-то симпатий. Возможно, журналист хотел сказать, что насильно (против воли, не по своему желанию) нельзя достичь таких высот, как Гил Шахам, но такое предположение не подтверждается содержанием материала.

Еще менее привлекателен заголовок «***Кто крадется***[5] ***в дверь ко мне***» (подзаголовок «*Как защитить квартиру от воров?*»). Ритм заголовка и тесная связь со стихотворением С.Я. Маршака «Почта» («Кто стучится в дверь ко мне с толстой сумкой на ремне <...>? Это он, это он, ленинградский почтальон») способствуют легкому,

[4] «В целом положительные эмоции, такие как любовь, радость, счастье, восторг, концептуализируются как светлые, а отрицательные эмоции, такие как ненависть, тоска, отчаяние, гнев, бешенство, ярость, страх, ужас — как темные» [Апресян, 1995, с. 372].

[5] «Красться» в дверь невозможно; глагол несовершенного вида указывает на протяженность действия во времени. Ср.: *красться вдоль забора*.

радостному восприятию текста, вследствие чего у читателя формируется неадекватное отношение к соответствующему фрагменту затекстовой действительности. Воров журналист называет специалистами[6], забывая, что воровство — это не специальность[7] и вор — не профессия[8] («Эти специалисты используют длинный ключ и жвачку, чтобы открыть замок»), а далее весьма содержательно повествует о том, как легче открыть чужую дверь.

«Массмедийное словоупотребление как бы в концентрированном виде запечатлевает тревожные сигналы морально-этического неблагополучия российского общества» [Бессарабова, 2010, с. 16].

На страницах российских СМИ мы нередко встречаем заголовки, в которых поводом для языковой игры становится факт ужасающий.

«***Сирота страна моя родная***». В России 850 тысяч детей-сирот, но эти вопиющие цифры еще не основание для того, чтобы говорить о сиротстве страны в целом, никаким образом не пояснив мысль. «Песня о Родине», созданная В.И. Лебедевым-Кумачом и И.О. Дунаевским для фильма «Цирк», несла в себе настроение целой эпохи, слова «Широка страна моя родная, много в ней лесов, полей и рек!», которые обыгрываются в газете, звучали жизнерадостно, жизнеутверждающе. То, о чем пишет журналист, постыдно и оптимизма не внушает. Автор публикации не возмущается, не сопереживает. Он не пропустил через себя одиночество, боль детей, оставшихся без попечения родителей, не пощадил и чувства советского поколения, когда-то неподдельно гордившегося своей страной («Я другой такой страны не знаю, где так вольно дышит человек»). Противопоставление, возникающее между исходной и трансформированной фразой, будто призывает сравнить «тогда» и «сейчас», уводя от решения проблемы. Материалы на такие темы должны быть действенными. Журналист обязан помнить, что в его власти помочь людям, а не играть словами, демонстрируя свою «креативность».

«Языковая игра в современной лингвистике рассматривается как форма комического», ее цель — «привлечение внимания слушающего [читающего] с помощью языковой шутки, юмора, остроты» [Клушина, 2002, 105]. Но «шуточные» контексты сопровождают даже такие концепты, как «смерть», «кровь».

---

[6] Специалист, -а, м. Работник в области какой-нибудь определенной специальности. *Подготовка специалистов. <...> Специалист широкого профиля. Молодой специалист* [*Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова; Отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М., 2007. — С. 927].

[7] Специальность, -и, ж. 1. Отдельная отрасль науки, техники, мастерства или искусства. *Избрать своей специальностью историю*. 2. То же, что профессия. *По специальности инженер. Получить, приобрести специальность* [там же].

[8] Профессия, -и, ж. Основной род занятий, *трудовой* деятельности. *По профессии инженер* [там же, с. 771].

«***Где шельму метят***» (изменен фразеологизм «Бог шельму метит»; как лид оформлен вопрос читателя-москвича: «*Не пора ли убрать с Красной площади страшный символ — Лобное место, на котором, как известно, пролилось столько крови?*»). Заголовок не только не раскрывает содержание материала (утверждается, что Лобное место никогда не было местом казни, т.е. на нем как раз «шельму» не «метили»), он демонстрирует безразлично-несерьезное восприятие жизни. Казнить — это не «метить» (казни, которые описывает журналист, — жестокость) и «шельма» не вполне «преступник»[9].

«***Билет на тот свет***» (о том, где был отравлен А.В. Литвиненко). Совершено политическое убийство, а на газетной полосе — шутливое равнодушие. (Невольно вспоминается: «Есть билет на балет, на трамвай билета нет»...)

Создается впечатление, что в погоне за языковой выразительностью журналист, не задумываясь, обыгрывает все, что приходит на ум.

Насмешливое, циничное ви́дение мира все больше проникает в души читателей. Моральную ответственность за формирование такого мировосприятия, на наш взгляд, несет не только журналист, но и редактор, прямо или косвенно одобривший подобный материал.

Быть может, все дело во фразеологизмах? Некогда было сопоставить смысл трансформируемой и трансформированной фразы?

Другие способы языковой игры тоже свидетельствуют о нарушении лингвоэтических норм.

Весьма удобный для журналистского творчества ресурс — многозначность. Языковая игра возникает тогда, когда по замыслу автора начинают одновременно звучать хотя бы два значения многозначной единицы. И в этом случае редактору лучше быть настороже: журналисты все чаще предпочитают двусмысленности (сочетания смыслов, актуализирующие непристойные значения). Приведем относительно благозвучный пример.

«***Все в лес! Смоленский губернатор послал мужиков на три буквы***». Заголовок передает задумку губернатора (пусть-де мужики засеют поля хвойным лесом) и отношение губернатора к проблемам края («послал на три буквы» — «в лес»), привлекает внимание читателя, соответствует содержанию материала. Но мы не можем назвать такой заголовок удачным в силу лингвоэтических соображений. Не-

[9] Небрежность журналиста наблюдается и в представлении фактического материала в части, соотнесенной с заголовком: «Лобное место — единственная территория на Красной площади, не запятнанная кровью. <...> Казни и наказания, включая массовые, проводились, как правило, на Торгу, то есть на самой Красной площади, или, как говорят иностранцы, “между крепостью и каменными лавками”. То есть казнили именно возле Лобного места, у подножия символа власти и праведного суда».

позволительно ориентироваться на низкий культурный уровень читательской аудитории, на желание посмаковать скандал. Стоит ли неэтичное речевое поведение приписывать представителю власти?

Ориентацию на скандал и на «ценности» криминального мира мы видим и в заголовке «***Разборки вокруг разборки***» (завершающий этап «разбора» здания бывшей гостиницы «Россия» был приостановлен из-за юридических проблем). Заголовок «***У москвичей будет стоять за 19 тысяч у.е.***» (подзаголовок «*Кому нужна парковка по такой цене за машино-место*») оставим без комментариев.

К каким бы приемам ни обращались журналисты, подыскивая точное слово для выражения мысли, почему-то проскальзывает смешение этических категорий и принципов: «***Крим-брюле***» (окказиональное словообразование; подборка о преступлениях), «***Нею дачники***» (графический окказионализм; о «забытых» на дачах животных)[10].

Будут ли глубокими рассуждения о нравственности автора материала «***Педофилическая поэма***»[11], если в заголовке низкое и высокое сплелось в один грязно-серый клубок? Какой вывод может сделать читатель, бросив взгляд на слова «***Смерть — спасение от нищеты***»?

Значимое представляется бессодержательным, беспредметное предметным; предосудительное превозносится, трагедийное делается смешным. И это — только заголовки, информационные сгустки, частички языковой (и концептуальной) картины мира, нюансы отношения к действительности. О чем мог бы рассказать весь текст? О мировоззрении журналиста, о редакционной политике издания, об отношении средств массовой информации к родному языку, который в наши дни должен быть признан «элементом национальной безопасности России» [Садовничий, 2002, с. 4].

Нивелируя оценочные свойства слов, вынося на поверхность периферийные табуированные смыслы, СМИ будто подчеркивают, что в этом мире нет «хорошего» и «плохого», есть лишь «развлекательное» и «скучное». Утрата способности «различать нюансировку в понятиях <...> и самую категориальную разновидность понятий» [Зиле Р.М. — цит. по: Ильин, 1993, т. 2, кн. II, с. 417] свидетельствует о разрушении российского менталитета, складывавшегося веками.

---

[10] Подобные заголовки не просто неудачны — они вредны. В них безжалостность, беспощадность. Подзаголовок «В собачий год нет собачьего сердца» — не более чем пустая игра. Сердца не оказалось у журналиста и тех, кто оставил своих питомцев на улице.

[11] Поэма, -ы, ж. 1. Большое стихотворное произведение на историческую, *героическую* или *возвышенную* лирическую тему. *Эпические поэмы Гомера* <...>. 2. *перен.* О чем-нибудь *возвышенном*, *прекрасном*. *Поэма любви*. *Поэма весны* [Шведова, 2007, с. 713].

Следует учитывать, что язык СМИ включен в процесс формирования мышления россиян, а значит, не всякое словотворчество должно стать «народным достоянием» (как и не всякий взгляд на мир достоин того, чтобы быть предложенным многомиллионной аудитории как некий социальный ориентир).

Ратуя о свободе слова, мы забыли, что «человек есть существо сложное, <...> восприимчивое к божественным лучам, но и удобопревратное ко злу. “Свобода” не переделывает его к лучшему, а только “проявляет” (в фотографическом смысле) его со всеми чертами, сложностями и страстями» [Ильин, 1993, кн. I, с. 82]. Свобода, эта величайшая незыблемая основа культуры, духовный закон, без которого человек перестает быть человеком, сама по себе «не предопределяет ни содержания жизни <...>, ни ее направленности» [там же, кн. II, с. 181]. Слишком широко понятая свобода разрушает этические запреты, и, если «свободное слово» пишущего не подкреплено высокими нравственными идеалами, последствия могут быть губительными.

Мы полагаем, что — исходя из реалий XXI в. — в редакторский анализ авторского материала необходимо включить лингвоэтический компонент — оценку текста как фрагмента языковой картины мира, включающего в себя систему морально-этических ценностей. Причем публикации лучше рассматривать не атомистически, не обособленно друг от друга, а в их взаимосвязи, взаимопроникновении, как составляющие образа мира, предлагаемого данным изданием.

Важно знать о сложившихся в СМИ «языковых средствах создания агрессии, демагогии, лжи, лицемерия, пошлости, цинизма» и о том, как «язык способен передать <...> понятия морали» — «великодушие, гордость, любовь, правдивость, целомудрие, человечность, совесть, достоинство» [Бессарабова, 2006, с. 57—58].

Голос редактора должен стать голосом совести, голосом живого сердца, сострадающей души и пытливого ума. Редактор вправе призвать журналиста задуматься над содержанием таких этических категорий, как добро, зло, благо, справедливость, долг, ответственность, смысл жизни, потребовать от автора *вдумчивости и духовной зоркости*.

Если будущее России редактору не безразлично, ему надлежит сделать все возможное, чтобы со страниц СМИ исчезли моральная беспринципность и пассивно-созерцательное отношение ко всему происходящему. *Журналистика культуроразрушающая должна уступить место журналистике культуротворящей.*

Список литературы

Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Избр. труды: В 2 т. — Т. 2: Интегральное описание языка и системная лексикография. — М.: Языки русской культуры, 1995.

Афанасьева О. М. Семантика понятия «Предметность» в публицистике И. А. Ильина (на материале бюллетеней «Наши задачи») // Журналистика и культура русской речи. — 2002. — № 3.

Афанасьева О. М. Семантика понятия «Свобода» в публицистике И. А. Ильина (на материале бюллетеней «Наши задачи») // Журналистика и культура русской речи. — 1999. — Вып. 9.

Бессарабова Н. Д. Лингвоэтические проблемы речи современных СМИ и рекламы. Понятия морали (пошлость, демагогия, бюрократизм) в языковом выражении // Международная научная конференция «Стилистика сегодня и завтра: Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах»: Тезисы. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010.

Бессарабова Н. Д. Пошлость в языковом выражении // Журналистика и культура русской речи. — 2008. — № 4.

Бессарабова Н. Д. Современная российская журналистика в аспекте лингвистической этики (лингвоэтики) // Спецкурсы и спецсеминары кафедры стилистики русского языка: Сб. информационных материалов. — М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2006.

Былинский К. И., Розенталь Д. Э. Литературное редактирование. — М.: Искусство, 1957. — 340 с.

Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990—2007. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. — 560 с.

Ильин И. А. Наши задачи: Статьи 1948—1954 гг. // Ильин И. А. Собр. соч.: В 10 т. — М.: Русская книга, 1993. Т. 2, кн. I.; Кн. II.

Кара-Мурза Е. С. От речевого этикета к речевому кодексу журналиста (обзор литературы) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2004. — № 1. С. 65—78.

Клушина Н. И. Этические границы языковой игры // Журналистика и культура русской речи. — 2002. — № 2.

Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. СПб.: Златоуст, 1999. — 320 с.

Мильчин А. Э. Методика редактирования текста. – М.: Логос, 2010. — 524 с.

Накорякова К. М. Литературное редактирование. — М., 2009.

Садовничий В. А. Русский язык как элемент культуры требует к себе особого отношения // Журналистика и культура русской речи. — 2002. — № 2.

Сикорский Н.М. Теория и практика редактирования. — М.: Высшая школа, 1980. — 325 с.

Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990—1994 гг.) // Журналистика и культура русской речи. — 1996. — Вып. 1. — С. 13—25.

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. — М.: Языки русской культуры, 1997. — 824 с.

Толстой И. В. Язык и культура // Журналистика и культура русской речи. — 1996. — Вып. 1. — С. 4—13.

Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. — М.: Издательский центр «Азбуковник», 2007. — 1175 с.

Поступила в редакцию
03.11.2010