ЯЗЫК СМИ

Брусенская Людмила Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и культуры речи, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); e-mail: brusenskaya_l@ mail.ru

Куликова Элла Германовна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и культуры речи, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); e-mail: kulikova_ella21@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ ПРЕПОДАВАНИЯ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ[1]

Медиалингвистика нацелена на установление особой функциональности знаков языка, детерминированной современными СМИ. В рамках медиалингвистики происходит взаимная адаптация журналистского и лингвистического аппарата. Предпосылкой формирования медиалингвистики является существование особого языка СМИ. На место жесткой иерархии правильного и неправильного, нормативного и ненормативного приходит терпимая к отклонению медийная коммуникация, когда побеждает расширенное представление о вариантах, пригодных для различных обстоятельств. Неудовлетворенность языком медиа должна преодолеваться в том числе и с участием лингвистов. Всеобщее благо состоит в сохранении высокой культурной планки в медийной коммуникации, и оно должно ограничивать проявление деструктивного начала, даже если для каких-то конкретных целей в определенной целевой аудитории деструктивность оказывается актуальной. Признание медиалингвистики особой отраслью языкознания делает актуальными многие направления междисциплинарного исследования языка СМИ. К числу наиболее перспективных относятся следующие: соотношение вербальных и аудиовизуальных компонентов языка СМИ; соответствие медийных текстов представлениям об экологичной коммуникации; трансляция этико-речевых норм с помощью медиа; соотношение системных и контекстуальных норм в масс-медиа. Чрезвычайно важен также дидактический (педагогический) аспект.

Ключевые слова: *медийная коммуникация, язык СМИ, научный экспансионизм, нормативность.*

Ludmila A. Brusenskaya, Doctor of Philology, Professor at the Chair of the Russian Language and Speech Culture, Rostov State University of Economics; e-mail: brusenskaya_l@ mail.ru

Ella G. Kulikova, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of the Russian Language and Speech Culture, Rostov State University of Economics; e-mail: kulikova_ella21@mail.ru

SOME PROBLEMS AND TASKS OF TEACHING MEDIA LINGUISTICS

Media linguistics is aimed at the establishment of a special functionality of language signs determined by modern media. Within the framework of media linguistics, there is mutual adaptation of the journalistic and linguistic apparatus. A special media language is a prerequisite for the formation of media linguistics. A rigid hierarchy of what is right and wrong, normative and non-normative is replaced by media communication, which is tolerant to deviations: an expanded view of the options suitable for different circumstances prevails. Dissatisfaction with the media language should be overcome not without the participation of linguists. The common good consists in maintaining a high cultural level in media communication, and it should limit the manifestation of the destructive element, even if for some specific purposes in a certain target audience this element may be relevant. The recognition of media linguistics as a special branch of linguistics makes many areas of interdisciplinary research of the media language currently important. The most promising ones are as follows: the correlation of verbal and audiovisual components of the media language; the correspondence of media texts to the ideas of ecological communication; the translation of ethical and speech norms through the media; the correlation of system and contextual norms in the media. The didactic (pedagogical) aspect is also extremely important.

Key words: *media communication, media language, scientific overreach, normativity.*

Функциональная стилистика и расширение границ традиционных дисциплин

Язык одновременно обращен и к внешнему миру, и к человеку, что и определяет совершенно особое положение языкознания в системе наук и правомерность формирования пограничных наук. В облике современной лингвистики отмечается *многоликость* – размытость границ. Реальностью стали многочисленные междисциплинарные области: социолингвистика, этнолингвистика, когнитивная лингвистика, психолингвистика, лингвистическая прагматика, юридическая лингвистика, экологическая лингвистика. Есть все основания считать, что процессы, связанные с научным экспансионизмом, будут только углубляться, а следствием

этого неизбежно станут новые взаимоотношения между дисциплинами. В книге под названием «Наука третьего тысячелетия» Вяч. Вс. Иванов пишет: «Вместо традиционно наследуемых и охраняемых границ между ними наступит время исследований по проблемам, а не по установленному условному размежеванию сфер занятий. Можно надеяться, что от принятой сейчас традиционной и весьма консервативной классификации знаний уже скоро останутся одни воспоминания» (Иванов, 2004: 156).

Лингвистическое знание уже слилось с общенаучными исканиями времени. Одним из результатов такого поиска стала междисциплинарная область, получившая название «Медиалингвистика». Это одна из многочисленных прикладных областей, которые нуждаются в *доопределении* своего предмета. Медиалингвистика нацелена на установление особой функциональности знаков языка, детерминированной особенностями современных СМИ.

Термин *медиалингвистика* используют как в научной (см., например, Добросклонская, 2007: 16), так и в учебной литературе (см., например, учебное пособие для вузов «Язык средств массовой информации», 2008: 3).

Предпосылкой формирования новой области знания является существование особого языка СМИ, который долгое время анализировался в рамках функциональной стилистики.

Как известно, функциональный стиль вычленяется на основе первичных экстралингвистических стилеобразующих факторов, а именно социально значимой, исторически сложившейся сферы общения и вида деятельности, соотносимых с определенной формой общественного сознания. Понятием функционального стиля лингвистика обязана Пражскому лингвистическому кружку (Teze, 1970: 35–60). Функциональная стилистика оформилась в особое направление в нашей стране в 50–70-х гг. XX в.

К. А. Долинин делает вывод об определенной обусловленности функциональной стилистики административной практикой и идеологией социализма. Одной из причин развития функциональной стилистики было то, что «в условиях изоляции от мировой науки и, более того, активного противостояния новейшим течениям лингвистической мысли (в частности – структурализму) надо было что-то противопоставить «идеалистической буржуазной лингвистике», найти или создать какой-то свой оригинальный продукт для поддержания престижа отечественной науки» (Долинин, 2004 : 610).

Объектом научного анализа функциональной стилистики, в первую очередь, был литературный язык в его стилевых разновидностях. Функциональная стилистика исходила из того, что сходство в области применения, связанное со сферой деятельности человека (наукой, администрированием, прессой, художественным творчеством) ведет к типологическому сходству – единству собственно языковых, лингвистических особенностей.

Мысль о том, что в богатом, имеющем длительную письменную традицию языке нет замкнутых средств выражения, привязанных исключительно к одному стилю, не была особенно популярной. Возможно, регламентация сверху была настолько сильной, что обеспечивала взыскуемое единство. Идея *больших* функциональных стилей укрепилась, тем более что в 1950–70-е гг. во всех институционализированных сферах речевые практики были действительно очень похожими. А все, что отклонялось от стандарта, выглядело подозрительным (Долинин, 2004: 627–618).

Начиная с конца 1980-х гг. публичное коммуникативное пространство стало неизмеримо более разнообразным – неминуемо наступил кризис традиционной функциональной стилистики. В современном информационном пространстве, помимо традиционных СМИ, функционирует *народная журналистика* (*citizen journalism* – моблогинг, блогинг)

Представление о незыблемости *больших стилей* уступило место признанию многообразия речевых жанров. Теория речевых жанров сложилась под влиянием публикации работы М. М. Бахтина «Проблемы речевых жанров», написанной в начале 1950-х гг., но изданной лишь в конце 1970-х. К речевым жанрам М. М. Бахтин относит самые разнородные явления. Главная идея состоит в том, что речевые жанры для говорящего ... нормативны, он не создает речевые жанры, они даны ему, как дан родной язык. Речевые жанры, по Бахтину, – это сравнительно устойчивые по тематике стилистические и композиционные типы высказываний, типовые модели построения речевого целого, и, если бы речевых жанров не существовало, общение было бы почти невозможным (Бахтин, 1986: 250–296). У восприемников идей Бахтина нет единства в понимании природы речевого жанра, тем более нет единства и в вопросе классификации жанров. Несмотря на популярность нового направления, у многих авторов остается стремление обрисовать функциональную природу языка с использованием традиционного термина *стиль*. Помимо общепризнанных пяти-шести стилей предлагается

немало иных: «Можно полагать, что на наших глазах сформировался и активно действует новый функциональный стиль – бизнеса и коммерции, банковско-денежных и торгово-производственных отношений. Появление коммерческого стиля (языка бизнеса) – это яркая речевая примета современности. Так же, как и формирование стиля «компьютерного» общения» (Скворцов, 2006: 4). Исследователи современных медиа говорят и об особом *гламурном* стиле.

Что касается публицистического стиля, то само это наименование используется значительно реже, чем прежде. Гораздо более частотны термины *язык СМИ*, *медиастиль*. В современном публицистическом стиле дифференцируются подстили: официальный, политико-агитационный, политико-идеологический и собственно публицистический, констатируется его сложность и разветвленность.

Медиастиль (как и художественно-беллетристический стиль) активно черпает материал за пределами собственно литературного языка. Понятие литературности при этом сохраняется, однако становится более широким, гибким и демократичным. Медиастиль сегодня оказывает большее влияние на общее состояние языка, чем художественно-беллетристический. Вместе с тем изучение языка СМИ во всех его проявлениях не может не привести к выводу об отсутствии единой вертикальной нормы, которая подробно описана в лингвистической литературе (Борухов, 1989: 4–21), проявляется на всех языковых уровнях – от фонетики до синтаксиса – и создает языковую общность стиля.

Современные коммуникативные стратегии СМИ

Язык современных медиа всегда подвергался критике: «Язык газеты никогда не пользовался доброй славой. Его ругали писатели (например, С. Моэм говорил, что для него газета все равно что сырье с живодерни), лингвисты (известный языковед А. М. Пешковский относил язык газеты к низшим литературным образованиям), журналисты и др.» (Солганик, 2008: 471). Что касается современных российских СМИ, то, при всей злободневности, остроте и актуальности, многие публикуемые материалы полны отступлений от нормы (Васильцова, 2004: 3). В погоне за необычностью, сенсационностью могут нарушаться самые строгие нормы. Г. Г. Хазагеров использовал такой образ: ерничество СМИ (о котором уже нельзя говорить как о вызове официозу) стало похожим на жестянку на кошачьем хвосте. «Кошка-СМИ, может, и рада быть серьезной, но не

может никак убежать от тарахтящей пустопорожней тары своего вынужденного «остроумия». Остается всем делать вид, что кошке весело» (Хазагеров, 2006).

Имея столь отрицательные свойства, язык СМИ оказывается весьма влиятельным, в том числе из-за утраты художественной литературой своей нормозадающей роли.

«Язык народа в известной степени стал производным от языка газеты», – писал Г. Я. Солганик (2008: 472), имея в виду советское время и советские газеты. Этот вывод относится к периоду, который характеризовался закреплением норм языка и норм речи, превратившихся в догму.

В период перестройки начинается резкое обновление языка газеты. С отменой цензуры, идеологических табу и строгих стилевых установок язык СМИ стал чрезвычайно пестрым – и по форме, и по содержанию. Отказ от стилеобразующих установок знаменовал перемещение акцента на языковую личность автора. А главный путь преодоления официоза – использование *низовых* средств языка, таких как жаргон и просторечие.

Главным признаком языка СМИ считают превалирование коннотативности над денотативностью и аксиологичность, причем оценки отличаются ярко выраженной контрастностью: в постперестроечное время «говоруны в эфире откровенно веселились, разительно отличаясь развязностью от похоронной степенности советских дикторов. Сначала это забавляло, но бесконечные шуточки, приколы, хохмы, перемигивания вскоре осточертели, и я бы дорого дал, чтобы услышать державный бас Балашова, читающего доклад генсека»[2].

Именно язык СМИ демонстрирует в качестве объективной характеристики сближение нормативного (кодифицированного) литературного языка и некодифицированных средств. Нынешний публичный дискурс (не только язык СМИ) нередко представляет собой игровое поле. Можно говорить об образовании в обществе некой коммуникативной стратегии, активно поддерживаемой СМИ и постулирующей примат новизны и креативности в сочетании со стилевой небрежностью: если вы говорите и пишете оригинально и броско, то вам не обязательно говорить и писать правильно. Ее второй постулат: говорить вычурно лучше, чем говорить прозрачно. Ориентиром в классической риторике, идущей от Аристотеля, является ясность; самым важным ориентиром стилистики (главным образом, функциональной) является уместность; ориентиром орто-

логии является правильность, – и они сегодня вытесняются оригинальностью, броскостью, сенсационностью. Собственно языковые изменения неотделимы от изменений в коммуникативных стратегиях, характерных для современного социума. Нынешнее время И. Волгин охарактеризовал как «век всеобщей девербализации, торжества клипового сознания»: «И Бог мычит как корова, / И рукописи горят. / Вначале было не Слово, / А клип и видеоряд» (Писарева Е. Персональные данные Игоря Волгина // Лит. газета. 2017. № 10).

Собственно, перед лингвистами стоит задача выработки критериев средств речевой выразительности, которые укладываются в рамки этико-языковой нормы и которые противоречат этой норме. В СМИ не просто допустимыми, но обычными стали резкие пейоративы, причем нередко в отношении руководителей страны – бывших и настоящих.

«Отречение жалкого Горбачева и триумф хмельного, надувшегося, как индюк, Ельцина – все это, показанное по телевизору, вызывало отчаяние и тоску. Постоянно с какими-то вздорными идеями возникали в эфире Лившиц, Чубайс, Авен, Бурбулис, Шахрай, Немцов, Борис Федоров, Гавриил Попов, Сосковец и Носовец, а также Станкевич, похожий на увеличенного в человеческий рост целлулоидного Кена – друга куклы Барби. Все они были, по сути, комическими персонажами, если бы не жуткий результат их косорукой деловитости»[3].

Конечно, есть более или менее однозначные случаи. Например, использование прямых инвектив прежде вообще было немыслимо в СМИ. В январе 2013 г. в отношении известной журналистки Ольги Романовой было возбуждено уголовное дело по статье 319 УК (оскорбление представителя власти), основанием для которого послужило то, что она опубликовала в «Фейсбуке» фотографию сотрудницы полиции со следующим комментарием: «Вот эту ментовскую б...ь я довела до белого каления. Она непрерывно курила, а я ходила за ней и следила, чтобы она окурки в урну кидала». После того как стало известно о возбуждении уголовного дела, журналистка заявила, что «хочет суда – большого, публичного, с целью троллинга», однако оскорбить сотрудницу полиции она не хотела и слово «б...ь» использовала не в качестве существительного, а как связующее слово. Понятно, что такие средства языкового выражения не просто *этически* осуждаемы, но заслуживают уголовного преследования.

Г. Г. Хазагеров совершенно справедливо отмечает, что в качестве публицистического койне (на его правах) сегодня используется осо-

бый вариант воровского жаргона, разбавленного тинейджеровской лексикой и фразеологией. На этом языке невозможно что-либо серьезно обсуждать – фактически это «ловушка и для говорящего» (Хазагеров, 2006). Проблема сегодняшнего дня – окультуривание публичного коммуникативного пространства вообще и языка медиа в частности.

Совершенствование медийных средств обусловило превращение массмедиа в ключевую сферу речепользования. Тексты массовой информации чаще всего служат для описания состояния современного языка. «Именно язык СМИ является тем кодом, той универсальной знаковой системой, с помощью которой в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира» (Добросклонская, 2007: 13). Язык СМИ во многом формирует *языковую моду*. Поскольку лексикон есть *хроника общества*, модные слова наиболее информативны в социолингвистическом плане для каждого этапа развития социума. Ср. анализ популярности слов *проект, продукт, менеджер* в работе М. А. Кронгауза (2008). М. А. Кронгауз считает важной приметой современных текстов неинформативность, которая формируется в том числе и модой на использование обобщенных слов. «С одной стороны, обобщением скрывается сущность, с другой стороны, делу придается значительность и серьезность. Фраза «*Я участвую в проекте*» может означать совершенно разные вещи, то есть буквально может значить и все и ничего. Имеют предельную степень абстракции такие слова, как *менеджер* (означающее все: начиная продавцом и заканчивая руководителем крупного предприятия) и *бизнес* (на вопрос: *Кто он? – можно получить ответ: У него свой бизнес,* что фактически ничего не означает. Это является определением через отрицание: не относится ни к *наемным работникам, ни к госслужащим, ни к богеме*)» (Кронгауз, 2008: 38–39). Как и всякая мода, мода на определенные слова «вызывает одновременно и притяжение, и раздражение. Кто-то такие слова не любит, кто-то любит и употребляет к месту и не к месту, а кто-то не любит, но все равно употребляет, потому что модно» (Кронгауз, 2008: 102). Ср. ироническую характеристику слова *проект*: «А эти, как их, «проекты» – новейшая единица измерения творческой активности? Они нуждаются в словах, и при этом в словах точных, свежих, незатертых. Говоря банальности, не убедишь никого поучаствовать в твоей затее, не соберешь на нее денег, не растолкуешь, предъявляя сделанное миру, как ты осчастливил его своим творчеством» (Культура. 2017. № 19. С. 3).

Чрезвычайно модным стал дериват от слова *амбиция – амбициозный*. Говорится об *амбициозных задачах и проектах,* особенно популярны эти выражения в СМИ. Объявления о найме на работу пестрят фразами типа *молодой амбициозный коллектив* и т. п. Можно подумать, что негативный оттенок значения сформировался под влиянием экстралингвистических обстоятельств (например, хорошо известно, чем обернулись *амбициозные проекты* в области медицины или в сфере образования). Однако, по сути, этот оттенок существовал изначально, этимологически и зафиксирован многими толковыми словарями.

Газетный дискурс навязывает преимущественно одно значение, что не способствует обогащению медийного языка, который оказывает сильнейшее влияние на читателей, формирует языковой вкус.

Современным СМИ свойственна мода на иронию. Исследователи (Г. Г. Хазагеров и др.) отмечают характерную для настоящего времени экспансию иронии в те публичные сферы, где прежде господствовал пафос, что, естественно, определяется причинами социально-политического характера.

Многие черты массмедиа зависят от особенностей современной коммуникативной ситуации в целом. Известные языковеды и представители культуры говорят в связи с современной языковой ситуацией о *языковой смуте*, сравнивают наше время с Петровской эпохой, с присущей ей межстилевой и межстратовой эклектикой. В подобной ситуации все оценочные – собственно прагматические, эмоционально-экспрессивные, коннотативные – свойства даже самых употребительных слов становятся совсем не очевидными.

Особая проблема, возникшая в эпоху глобализации, связана с мерой использования англицизмов. С одной стороны, можно говорить о всеобщей толерантности к заимствованиям, с другой стороны, частотны и резко негативные оценки, когда заимствования считают загрязнением, порчей родного языка, симптомом национального унижения и даже «духовно-языковой оккупацией нашего сознания». Положение с русским языком представляется чуть ли не катастрофическим вследствие наплыва англицизмов, угрожающих национальной самобытности и идентичности: «Крайние формы англомании в современном русском языке (о чем с поразительной гуманитарной подкованностью и не менее поразительным для чиновника чувством говорил на форуме председатель

Госсовета РК Владимир Константинов) – тоже способ шифрования пустоты. Слово, не имеющее для русского уха смысловой и эмоциональной нагрузки, освобождает от необходимости затрачиваться душевно (Культура. 2017. № 20).

Англоязычные элементы не просто огромным потоком хлынули в язык, они закрепляются и семантизируются в нем, становятся популярными в обыденной коммуникации, а также в языке средств массовой информации.

Заимствованные слова всех типов (ассимилированные и не освоенные системой экзотизмы и варваризмы) формируют новую реальность в сознании адресата, служат орудием распространения новых схем поведения, затрагивают сферу эстетических вкусов, морально-этических представлений. Появились понятийные сферы, репрезентированные новыми заимствованиями, которые предлагают иную концептуализацию действительности – с ориентацией на видимый успех, показную красоту, эпатаж, индивидуализм и т. п.

Хорошо известны суждения о таких особенностях русского национального духа, как «всемирная отзывчивость», способность осмысливать идеалы других народов и преображать их. «Общежительный и переимчивый», русский язык сумел вобрать в себя огромное количество чужеродных элементов и не утратить своей самобытности. Однако сегодня масштабы заимствований представляются гигантскими и вредоносными.

Полагаем, что совершенно прав И. Б. Лобанов, считающий, что глобальный вопрос – нужны ли нам заимствования? – по большому счету не имеет смысла: спорить можно о конкретных словах, о том, можно ли без них обойтись и если нет, то как их использовать (Лобанов, 2013: 74). Ясно, что во всех случаях, когда иноязычие восполняет семантическую или прагматическую лакуну, позволяет тоньше нюансировать смысл высказывания, выполняет эвфемистическую функцию, соответствует глобальному принципу экономии языковых и мыслительных усилий, оно обогащает язык-рецептор.

Иное дело, когда иноязычные единицы связываются в понимании носителей языка с неприемлемыми коммуникативными стратегиями. Немотивированное использование англо-американизмов свидетельствует о безответственном загрязнении языка и о конфликте «ближней» и «дальней» прагматики (термины Г. Г. Хазагерова, 2016): то, что хорошо как отдельный прием, продуктивный в

рамках одного текста, пагубно для лингвокультурной ситуации в целом.

Англо-американизмы, способствуя трансляции чужой картины мира, в том числе и чужой системы ценностей, в известной степени направляют когнитивную деятельность соответственно тому знанию, которое содержится в лексическом значении слова.

Однако «заимствования, как правило, занимают пустые места <...> Страшно от количества пробелов в нашем языке. Тех пробелов, которые филологи и лингвисты вполне могли бы помочь заполнить, но творческое создание неологизмов по правилам русского языка, кажется, никто, кроме М. Н. Эпштейна, не практикует. А жаль, потому что заимствованные слова – это маркер пробелов в русском языке <...> Кто же будет заботиться о стиле, возрождать русский язык, как не его носители? Заимствование – в каком-то смысле предательство» (Мониава, 2016: 299).

Как известно, в выборе лексических единиц большую роль играет тенденция к упрощению текста (за счет приобретения все новых однословных обозначений) и увеличению кода: иноязычные слова заимствуются для выражения понятий, которые по-русски могут быть переданы только описательно. Фактор экономии, в результате которого в единицу времени передается бóльшее количество информации, оказывается решающим.

Однако ясно и то, что заимствования доставляют дискомфорт некоторой части носителей языка.

В 2016 г. факультет журналистики МГУ издал сборник анкет «Журналисты о русском языке», где содержались ответы в том числе и на вопрос об отношении к заимствованиям в СМИ. Подавляющее большинство ответов было вполне толерантным (с оговорками об уместности при отсутствии русского аналога, о соответствии значения иноязычному этимону и т. п.): «В спорте очень много заимствованных слов, но это только помогает раскрашивать репортаж» (Голованов, 2016: 134). А вот противоположная точка зрения: «Журналисты сыплют иностранными словами, так что теряется смысл. Особенно это заметно в спортивной сфере (Садиков, 2016: 361). «Надо бороться с пустышками, но не надо изгонять слова, которые необходимы, например – термины, обращение к ним абсолютно оправданно. Раздражает, когда заимствуют совершенно ненужные слова. Например, междометие *вау*. Неужели нельзя по-русски выразить свои чувства?» (Солганик, 2016: 474). «У нас нет меры в использовании заимствований. Мы стали

меньше уважать собственные слова, мы перестали ценить русский язык, отсюда возникает разъединение, непонимание между людьми» (Фролова, 2016: 477). В этом сборнике немало образных высказываний, проясняющих суть проблемы: «Заимствования не могут навредить (как не навредят фарфоровые зубы, поставленные вместо удаленных; другое дело, когда фарфоровым зубом пытаются заменить живой, здоровый зуб – за такой зуб нужно драться)» (Челышев, 2016: 435). А известный писатель Д. Быков (2016: 97) отметил, что относится к заимствованиям как к американским джинсам: если нет своих достаточно хороших, можно носить американские.

Материалы этого сборника анкет подтверждают, что сегодня все-таки доминирует достаточно спокойная реакция на обилие англо-американизмов, преобладает толерантное отношение к разнообразию, которое создается как *своими*, так и *чужими* средствами.

Другая болевая точка языка современных СМИ – снижение порога нормативности и легализация субстандартных единиц. Массированное проникновение субстандарта в медиапространство, безусловно, ведет к деградации и ущербности, поскольку многие жаргонные единицы передают циничный взгляд на мир. Жаргонизмы, как правило, недифференцированно передают семантическое и прагматическое содержание. Амбивалентность жаргона уничтожает нюансы и оттенки, в результате язык делается плоским, а это грозит экологической катастрофой.

В современном обществе рамки приличий вообще существенно расширились, в том числе и в медиа. В талантливых и любимых молодежью телепередачах типа «Камеди клаб» сленгизмы и инвективы суперчастотны. Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций зарегистрирована газета с названием «Ё-моё!!!».

Никита Михалков в интервью не может обойтись без слова *трендеть*: «Я все хотел, чтоб был прозрачный менеджмент, выгодный Союзу, и все трендел в надежде, что меня слышат и доброжелательно понимают, а пока я все это трендел, яйцеголовые юристы так поработали, что это здание вообще перестало существовать как собственность СК России...»[4].

Общеизвестно, что классическая публицистика строилась на соотношении экспрессии и стандарта. Сегодня реципиент порой превращается в заложника целевой установки издания: если цель – информирование, то стремление к экспрессии излишне. О воз-

никновении противоположной ситуации можно говорить в том случае, когда фактически важным является не столько содержание, сколько форма, используемая для привлечения максимального внимания.

В связи с этим показательно свидетельство С. Ястржембского, который с 1996 г. был пресс-секретарем президента Б. Ельцина, в интервью газете «Собеседник»:

С. Ястржембский: Та лексика, которую использует нынешний директор департамента информации и печати в Москве, в наше время была абсолютно недопустима. Выражения, шутки... Но какие времена – такие и песни. Уверен, придет новая разрядка в отношениях с Западом, когда опять поменяется язык спикеров.

Корр.: Тролльно-фейсбучной стилистикой дипломатия может добиться чего-то?

С. Ястржембский: С обеих сторон произошло огрубление публичного языка. Все эти попытки задеть за живое ни к чему не приводят... Во всем этом какое-то детское удовлетворение на несколько минут: «О, как я ему ответил!». А что из этого? Ничего. Меня этот язык не привлекает[5].

В телеэфире передачи «Большая наука» (ОТР, 11 февраля 2017 г.) из уст доктора филологических наук, профессора Высшей школы экономики И. М. Дзялошинского звучат слова *гады, мерзавцы, ни фига не знают* – это, естественно, о современных студентах.

Анализ жаргонных единиц в креативных текстах приводит к выводу о том, что они «более самоценны и в большей степени рассчитаны на выразительный эффект самой формы слова, что позволяет парадоксальным образом говорить о большем (в сравнении с литературным языком) удельном весе эстетической составляющей словесного знака» (Мегентесов, Сидорков, 2008: 167). Действительно, изучение медиатекстов показывает огромную значимость этих единиц в качестве текстообразующего средства.

М. В. Горбаневский считает, что использование инвективной и обсценной лексики на полосах газет, на телевидении или радио должно рассматриваться как хулиганство (Горбаневский, 2007: 67), что, на наш взгляд, совершенно справедливо по отношению к тем, кто не разделяет мнения классика: «В порядочном обществе и в порядочной книге явная брань не может иметь места» (М. Лермонтов «Герой нашего времени»).

В современных трудах подчеркивается игровой элемент инвектив и то обстоятельство, что они психологически весьма облегчают переживание сверхтяжелых обстоятельств; указывается на их бесспорно полезную функцию: с их помощью человек избавляется (вполне безобидным образом) от агрессии, которая его переполняет. А в обычной коммуникации употребление подобных выражений выступает в качестве знака дружеской приязни и сокращения межличностной дистанции.

По наблюдениям Н. Д. Бурвиковой и В. Г. Костомарова, на языковой вкус эпохи в последние два десятилетия оказали влияние либерализация, демократизация, наконец, карнавализация окружающей действительности. «Современное бытие русского языка демонстрирует нам примеры качественного преобразования книжности в сторону утраты весомости в общественном восприятии, а разговорности – соответственно в сторону обретения значимости» (2008: 3). Собственно *карнавализация* нередко определяет поворот в сторону субстандарта, взаимодействие которого с литературным языком осуществляется очень интенсивно.

Как известно, отношение к субстандарту может характеризовать лингвокультурную общность в целом: неоднократно отмечалось более толерантное отношение к субстандарту, которое свойственно образованным американцам относительно образованных англичан, что сообразуется с другими особенностями этих лингвокультурных общностей.

Что касается нашей лингвокультуры, то можно говорить о смягчении отношения к субстандарту в последние десятилетия. *Охранительная забота* в рамках экологической лингвистики сегодня не ограничивается только литературной формой. Негативное отношение к активизации субстандарта сменилось признанием объективности этого явления, органически связанного с процессами либерализации и демократизации общественной жизни.

Публичное общение сегодня нередко становится конфликтным, например, из-за того, что граница между речью книжной, в том числе журналистской, и речью обыденной почти исчезла и «медиаязык приобрел такую «вольность», что не всякую заметку можно прочитать вслух» (Александрова, Славкин, 2016: 26). Речевая агрессия тесно связана с инвективами и обсценизмами. Не случайно одной из полезных функций обсценизмов считают *канализацию* агрессивности.

Проявление грубости и речевой агрессии связано с нарушением коммуникативных норм, то есть норм, ориентированных на максимально эффективную коммуникацию в любой ситуации. Распространенной стратегией в СМИ является *намек* на обсценизм, применение отточий.

Форма проявления речевой агрессии, отражающая высокую степень межличностной и социальной нетерпимости, – так называемый троллинг. Совершенно справедливо отмечается, что питательной почвой для троллинга является анонимность. Чаще всего пользователи общаются в виртуальном пространстве: «В интернет-мире, где никто ни перед кем не извиняется, чья память – как у хомячка – на пару дней, и есть, увы, самое современное и живое общество, в котором пока мало такта, мало желания правды и много – ненависти»[6].

Показательно, что все журналисты, отвечавшие на вопросы анкеты, организованной факультетом журналистики МГУ (анкеты опубликованы в сборнике «Журналисты о русском языке», 2016), резко отрицательно отнеслись к возможности использования обсценизмов в СМИ: «Я лично никогда к ненормативной лексике в своих работах не прибегал и не буду прибегать, потому что мне хватает других слов, чтобы донести до читателя свою позицию. Мне кажется, что это (использование ненормативной лексики) проявление расхлябанности и своеобразного хамства. Я могу понять, что иногда ненормативная лексика сочна, очень точна, эмоциональна и она бывает где-то даже уместна. Но дело в том, что, когда вы говорите не тет-а-тет с кем-то и не в группе своих приятелей, а ваш разговор становится достоянием соседей или прохожих, это может покоробить их чувства, это уже нехорошо, потому что такая лексика предназначена исключительно для внутреннего пользования. Выносить это на широкую аудиторию – значит просто не уважать эту аудиторию» (Романов, 2016: 347); «Ненормативную лексику можно употреблять, зная, что те, кто ее слышит, готовы ее слышать. Например, это возможно на кухне в компании друзей» (Ташев, 2016: 400).

Наряду с детабуизацией грубопросторечной лексики отчетлива и противоположная – встречная – тенденция к *смягчению* речевых оборотов. Такой противоположной по результатам, целям и стратегиям применяемых языковых средств становится культурно-языковая тенденция политкорректности.

В современных условиях на место жесткой иерархии правильного и неправильного, нормативного и ненормативного приходит терпимая к отклонениям медийная коммуникация, в которой побеждает расширенное представление о вариантах, пригодных для различных обстоятельств.

Выводы

Постоянная неудовлетворенность языком медиа должна преодолеваться в том числе и с участием лингвистов. Без лингвистов невозможно идентифицировать дополнительную, или имплицитную, информацию, которая рассматривается как подтекст. Описание языковых явлений часто требует обращения к пресуппозиционным фактам. На уровне текста или даже отдельного высказывания возможно выражение имплицитной семантики, разграничение вербализованного и невербализованного смысла.

Всеобщее благо состоит в сохранении высокой культурной планки в медийной коммуникации, и оно должно ограничивать проявление деструктивного начала, даже если для каких-то конкретных целей в определенной целевой аудитории деструктивность оказывается актуальной.

Признание медиалингвистики особой отраслью языкознания делает актуальными многие направления междисциплинарного исследования языка СМИ. К числу наиболее перспективных, по нашему мнению, относятся следующие: соотношение вербальных и аудиовизуальных компонентов языка СМИ; соответствие медийных текстов представлениям об экологичной коммуникации; трансляция этико-речевых норм с помощью медиа; соотношение системных и контекстуальных норм в текстах массмедиа.

Наконец, чрезвычайно важным представляется дидактический (педагогический) аспект, поскольку медиалингвистика как отрасль языкознания становится и учебным предметом на факультетах журналистики в ведущих вузах России, и отдельным профилем подготовки в рамках направления «Журналистика».

Примечания

[1] Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ (отделение гуманитарных и общественных наук) научного проекта № 18-012-00085.

[2] *Поляков Ю.* По ту сторону вдохновения // Лит. газета. 2017. Апр., 12–18.

[3] Там же.
[4] *Москвина Т.* Мужская тетрадь. М.: АСТ, 2009.
[5] Интервью С. Ястржембского газете «Собеседник» // Собеседник. 2017. № 5.
[6] Комсомольская правда. 2017. Фев., 10.

Библиография

Александрова И. Б., Славкин В. В. Современная журналистская речь // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 15–36.

Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. С. 250–296.

Борухов Б. Л. Стиль и вертикальная норма // Стилистика как общефилологическая дисциплина: сб. науч. трудов. Калинин, 1989. С. 4–21.

Бурвикова Н. Д., Костомаров В. Г. Логоэпистемическая составляющая современного языкового вкуса // Филологические науки. 2008. № 2. С. 3–11.

Быков Д. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 95–100.

Васильцова Н. В. Непреднамеренные и преднамеренные аномалии в языке медиальных средств: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2004. – 26 с.

Голованов С. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 133–135.

Горбаневский М. В. Об ответственности за слово // Русская речь. 2007. № 1. С. 69–73.

Добросклонская Т. Г. Язык СМИ: становление и содержание понятия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 4. С. 9–17.

Долинин К. А. Социалистический реализм в лингвистике (к истории функциональной стилистики в СССР) // Теоретические проблемы языкознания: сб. ст. к 140-летию кафедры общего языкознания филологического факультета СПбГУ / гл. ред. *Л. А. Вербицкая*. СПб: Изд-во СПбГУ, 2004. С. 607–621.

Жельвис В. И. Брань в зеркале права: взгляд из Америки // Юрислингвистика-5. Юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права: межвузовск. сб. науч. ст. Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2004. С. 3–37.

Иванов Вяч. Вс. Лингвистика третьего тысячелетия: Вопросы к будущему. М.: Языки славянских культур, 2004.

Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: Языки славянских культур, 2008.

Лобанов И. Б. Говорим правильно по-русски: речевой этикет. Ростов н/Д: Феникс, 2013.

Мегентесов С. А., Сидорков С. В. Специфика словообразовательных моделей в молодежном сленге и в просторечии: установка на смеховой эффект // Филология как средоточие знаний о мире: сб. науч. трудов. Москва–Краснодар: Просвещение-Юг, 2008. С. 161–167.

Мониава Л. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 297–302.

Московцев Н. Г., Шевченко, С. М. Вашу мать, сэр!: иллюстрированный словарь-путеводитель по американскому сленгу. 2-изд., доп. и пер. СПб: Питер, 2009.

Романов П. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 338–350.

Садиков А. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 360–361.

Скворцов Л. И. Культура русской речи: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. Словарь-справочник. М.: Академия, 2006. 2-е изд., испр. и доп.

Солганик Г. Я. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 471–475.

Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / под ред. *М. Н. Володиной*. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. С. 471–478.

Солганик Г. Я. Язык и журналистика // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 9–15.

Фролова Т. И. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 476–478.

Хазагеров Г. Г. Телеологический смысл и социальная роль классификации риторических фигур // Вестн. РУДН. Сер. Лингвистика. 2016. Т. 20. № 3. С. 89–102.

Челышев В. Анкета // Журналисты о русском языке. М.: Фак. журн. МГУ, 2016. С. 428–438.

Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / под ред. *М. Н. Володиной*. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008.

Teze předložené k prvému sjezdu slovanskych filologů v Praze 1929 [Text] // U základu Pražské jazykovědné školy: Prameny české a slovenské lingvistyky. Řada česká – svazek I / Věd. red. akad. B. Havránek; K vydání připravil prof. dr. J. Vachek, DrSc. Praha: Academia, 1970. S. 35–65.

Notes

Interv'yu S. Yastrzhembskogo gazete «Sobesednik» [Sergei Yastrzhembsky's Interview to the Sobesednik Newspaper]. 2017. № 5.

Komsomol'skaya Pravda. 31Mar. 2017.

Komsomol'skaya Pravda. 10 Feb. 2017.

Kul'tura. 2017. № 19. P. 3.

Moskvina T. *Muzhskaya tetrad'* [Men's Notebook].

Pervyj kanal TV. 4 Mar. 2017.

Pisareva E. Personal'nye dannye Igorya Volgina [Personal Data of Igor Volgin] *Literaturnaya gazeta*. 2017. № 10.

Polyakov. Yu. Po tu storonu vdokhnoveniya [On the Other Side of Inspiration]. *Literaturnaya gazeta*, 12–18 Apr. 2017.

References

Alexandrova I. B., Slavkin V. V. (2016). *Sovremennaya zhurnalistskaya rech'* [Modern Journalism Speech]. Moscow: Fak. zhurn. MGU. (In Russian)

Bakhtin M. M. (1986) *Problema rechevykh zhanrov. Estetika slovesnogo tvorchestva* [The Problem of Speech Genres. The Aesthetics of Verbal Creativity]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Borochov B. L. (1989). Stil' i vertikal'naya norma [Style and the Vertical Standard]. In *Stilistika kak obshhefilologicheskaya distsiplina. Sb. nauch. tr.* [Stylistics as a General Philological Discipline. A collection of scientific papers]. Kalinin. Pp. 4–21. (In Russian)

Burvikova N. D., Kostomarov V.G. (2008). Logoepistemicheskaya sostavlyayushhaya sovremennogo yazykovogo vkusa [Logoepistemic Component of Modern Language Style]. *Filologicheskie nauki* 2: 3–11. (In Russian)

Dobrosklonskaya T. G. (2007). Yazyk SMI: stanovlenie i soderzhanie ponyatiya [Media Language: the Establishment and Content of the Concept]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* 4: 9–17. (In Russian)

Dolinin K. A. (2004). Sotsialisticheskij realizm v lingvistike (k istorii funktsional'noj stilistiki v SSSR) [Socialist Realism in Linguistics (to the History of Functional Stylistics in the USSR)]. In L.A. Verbitskaya (ed.) *Teoreticheskie problemy yazykoznaniya. Sbornik statej k 140-letiyu kafedry obshhego yazykoznaniya filologicheskogo fakul'teta Sankt-Peterburgskogo universiteta* [Theoretical Problems of Linguistics. A collection of articles to the 140th anniversary of the Chair of General Linguistics at the Faculty of Philology, Saint Petersburg University]. Saint Petersburg: SPbSU. Pp. 607–621. (In Russian)

Gelves V. I. (2004). Bran' v zerkale prava: vzglyad iz Ameriki [Swearing in the Mirror of Law: the View from America]. In *Yurislingvistika-5. Yuridicheskie aspekty yazyka i lingvisticheskie aspekty prava. Mezhvuzovskij sbornik nauchnykh statej*. [Jurislinguistics-5. Legal Aspect of Language and Linguistic Aspects of Law. An interuniversity collection of scientific articles]. Barnaul. Pp. 3–37. (In Russian)

Gorbanevsky M.V. (2007). Ob otvetstvennosti za slovo [On the Responsibility for the Word] *Russkaya rech'* 1: 69–73. (In Russian)

Ivanov Vyach. Vs. (2004). *Lingvistika tret'ego tysyacheletiya: Voprosy k budushchemu* [Linguistics of the Third Millennium: Questions for the Future]. Moscow: Yazyki slavyanskih kul'tur. (In Russian)

Khazagerov G. G. (2016). Teleologicheskij smysl i sotsial'naya rol' klassifikatsii ritoricheskikh figur [Teleological Meaning and the Social Role of the Classification of Rhetorical Colors] *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Lingvistika* 20(3): 89–102. (In Russian)

Krongauz M. A. (2008).*Russkiya yazyk na grani nervnogo sryva* [The Russian Language on the Verge of a Nervous Breakdown]. Moscow: Yazyki slavyanskih kul'tur. (In Russian)

Lobanov I. B. (2013). *Govorim pravil'no po-russki: rechevoy etiket.* [Let Us Speak Russian Correctly: the Speech Etiquette]. Rostov n/D: Phoenix. (In Russian)

Megentesov S. A., Sidorkov S. V. (2008). *Spetsifika slovoobrazovatel'nykh modelej v molodezhnom slenge i v prostorechii: ustanovka na smekhovoj ehffekt.* [Specifics of Word-Formation Models in Youth Slang and Jargon: a Setting for Humorous Effect]. Moscow-Krasnodar: Education-Yug. (In Russian)

Moskovtsev N. G., Shevchenko S. M. (2009*). Vashu mat', sehr! Illyustrirovannyj slovar'-putevoditel' po amerikanskomu slengu.* [Holy Crap, Sir! An Illustrated Dictionary Guide to American Slang]. 2-izd., dop. i per. Saint Petersburg: Peter. (In Russian)

Skvortsov L.(2006) I. *Kul'tura russkoj rechi: uchebnoe posobie dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedenij. Slovar'-spravochnik.* [Culture of Russian Speech: study guide for students of higher educational institutions. Reference dictionary]. Moscow: Akademiya. (In Russian)

Solganik G. Ya. (2008). O yazyke i stile gazety. [On the Language and Style of Newspapers]. In M.N. Volodina (ed.) [Language of the Media: study guide for universities]. Moscow: Akademicheskij proekt; Al'ma Mater. Pp. 471–478. (In Russian)

Solganik G. Ya. (2016). Yazyk i zhurnalistika [Language and Journalism]. In [*Journalists about the Russian Language*]. Moscow: Fak. zhurn. MGU. Pp. 9–15. (In Russian)

Volodina M.N. (ed.) (2008) *Yazyk sredstv massovoj informatsii. Uchebnoe posobie dlya vuzov* [*The Media Language. Study guide for universities*]. Moscow: Akademicheskij proekt; Al'ma Mater. (In Russian)

Vasiltsova N. V. (2004). *Neprednamerennye i prednamerennye anomalii v yazyke medial'nykh sredstv: dis. ... kand. philol. nauk.* [Unintentional and Intentional Anomalies in the Language of Medial Tools: extended abstract of philol. sci. diss.]. Rostov n/D. (In Russian)

TESE předložené to prvému sjezdu slovanskych filologů in Praze 1929 // základu metro pražsk jazykovědné školy: Prameny Ceske-Slovenske lingvistyky. Česká Řada – svazek I / Věd. red. Acad. B. Havranek; K vydání připravil Prof. J. Vachek. Prague: Academy, 1970. Pp. 35–65. [TESE Made a Proposal to the First Congress of Slavic Philologists in Prague in 1929 // Foundations of the Prague Linguistic School: the Sources of the Czech-Slovak Linguistics. Czech Republic – Vol. 1. Science editor Acad. V. Havranek, executive editor Prof. J. Vachek]. (In Chech)

Zhurnalisty o russkom yazyke [Journalists About the Russian Language]. (2016) . Moscow: Fak. zhurn. MGU. (In Russian)

Поступила в редакцию
14.02.2018