

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНО-РЕЧЕВЫХ ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Как лингвистическое явление тексты СМИ представляют особый интерес в области новейших гуманитарных исследований. Писатели, лингвисты, педагоги, журналисты – словом, те, кто пользуется языком как инструментом, стремятся показать выразительные возможности речевых средств, особенности функционирования их на современном этапе. Экстралингвистические факторы, влияющие на языковые процессы в СМИ, являются результатом воздействия действительности на журналистские и другие типы текстов. Будучи в центре всех аспектов общественной жизни общества, язык СМИ оказывает воздействие на речевые жанры и отражает вкусы разнообразных социальных групп. «В этом смысле язык СМИ предстает перед нами в качестве особого инструмента, с помощью которого традиция обновляется и модернизируется, т.е. интерпретируется относительно историко-социального бытия нации» [Анненкова 2007:100]. Интерпретационные возможности текста, связанные с реализацией смыслопорождающей функции, зависят от многих факторов: канала коммуникации, типа аудитории, ее запросов, редакционной политики. Культурно-речевая ситуация в современной журналистике дает немало примеров словесных новшеств. Язык публицистики вступает в глобальную систему коммуникаций, в связи с чем лексический запас значительно расширяется. Внутри языковой среды происходит активное взаимодействие газетного языка с литературой и Интернетом. Не случайно профессор Е.А.Земская подчеркивает, что «словообразовательный механизм, в первую очередь, обеспечивает язык бесконечным разнообразием слов, отвечающим всем потребностям общения» [Земская 2007: 19]. Тексты СМИ позволяют судить об уровне языковой культуры в тот или иной конкретный исторический период. Различное видение фактов действительности является результатом ее интерпретации. Эта игра со смыслами и значениями порождает многообразие интерпретаций, объяснений, толкований, прочтений. Такая картина наглядно демонстрируется на уровне медийных средств.

По инициативе «Новой газеты» с 2007 года в России проходит конкурс «Слово года», аналог одноименного международного. Автором идеи и куратором является известный филолог, философ, профессор университета Эмори в Атланте Михаил Эпштейн. Российский конкурс «Слово года» ставит перед собой задачи по выявлению целенаправленной работы над русским языком и того, как осуществляется саморефлексия общества и СМИ через слово. В различных номинациях: «Слово года», «Выражение года», «Словотворчество», «Словосеть», «Своелогизмы» – как считает М.Эпштейн, важно «очертить резерв его (языка) возможностей» [Эпштейн НГ: 2009]. Наблюдая длительное время за процессом словообразования и пополнения словарного запаса русского языка, ученый приходит к выводу, что «нейтральная, безоценочная зона все больше размывается потоками двух встречных экспрессий: призывной, приподнятой, славословящей, авторитарной и снижающей, насмешливой, презрительной, издевательской» [Генис 2009].

Большинство слов и выражений, выходящих на первые места за последние годы, имеют сильную эмоциональную, экспрессивную составляющую, в них отражается состояние современного общества. Различные многокодовые слова: *медвепутия, голодообразующее предприятие, зомбоящик, брехлама, дуумвират, религархия, нанопрезидент* – чаще всего носят гротескно-смеховой, иронический характер. Обращает на себя внимание тот факт, что большая часть новых слов отражает негативные явления общественной жизни. Преобладание таких слов в речевом обиходе – характерная особенность российской ментальности, считает М.Эпштейн. Много, безусловно, интересных лексических единиц связаны не с одним и тем же явлением, а постоянно расширяют сферу употребления. Это такие слова и выражения, как *аватар, околоремля, дезавуировать народ, не ту страну назвали Гондурасом, перезагрузка, без фанатизма, аномальная жара* и многие другие. Причем большая часть «слов года» выявляется в результате народного голосования, а источником их являются сети Интернет.

Пресса как важная составная часть массовой коммуникации распространяет вкусы, жизненные приоритеты, типы поведения, в том числе речевого. Поток информации в СМИ и активизация социально-политической жизни под влиянием выборов и других общественных форм деятельности вызвана потребностью языка и непрерывной журналистской практики. Разнообразные окказионализмы и неологизмы являются фактами речевой деятельности (письменной и устной). Неологизмы, жаргонизмы, заимствованные слова, со своей стороны, обладают выраженным «эффектом новизны», необычностью, стилистическими и оценочными коннотациями. Образованные в культурно-идеологическом контексте времени, фразеологические обороты,

индивидуально-авторские высказывания свидетельствуют об уровне профессионализма и креативности журналиста. Использование речевых ресурсов разговорной речи расширяет выразительные возможности русского языка, что находит выражение, прежде всего, в языке СМИ. Актуализация словообразовательных средств порождает различные эффекты в речевом высказывании. Газетный текст как высказывание включен в активное речевое общение. При интерпретации конкретных текстов СМИ адресат, благодаря наличию в тексте критических элементов, испытывает сильнейшее речевое воздействие. Практически любое осмысленное высказывание имеет своей целью воздействовать на сознание и умонастроение аудитории. Стихия словопроизводства настолько глубоко проникла в СМИ, что говорит о кризисе объективной картины мира, эмоциональной перевозбужденности общества и языка. Оценка и экспрессия начинают порою изменять предметно-понятийное содержание слов, идет процесс своеобразной словесной экспансии. «Язык все меньше описывает, анализирует – и все больше кричит, требует, осуждает, глумится» [Эпштейн НГ: 2009].

В течение последних лет большое распространение в политических СМИ получило слово *дуумвират* (в Древнем Риме – любая должность, занимаемая совместно двумя лицами). На любом канале СМИ и в Интернете это слово можно встретить в разных контекстах в высказываниях политиков, журналистов и простых граждан. Отчетливое понимание характера власти в стране, стремление дать оценку данному явлению можно рассматривать как средство воздействия на массовое сознание. Например, обозреватель «Новой газеты» А. Колесников, анализируя ту или иную конкретную проблемную ситуацию, довольно часто прибегает к этому слову:

«Нет, конечно, никакого раскола в дуумвирате по поводу Химкинского леса не произошло»; «Правда, и ответственность, как и в реальной российской политике, разделена: Россией правит дуумвират» [Колесников НГ: 2010, 2011]. Можно сказать, что от частого употребления такие слова, с явной негативной номинацией, легко переходят в разряд ярлыка, становясь мощной воздействующей силой. А как известно, в публицистике ярлык является одним из средств идеологической интерпретации. Журналист А. Архангельский точно обозначил данную языковую тенденцию – «десакрализация властного дискурса» [Архангельский НГ: 2010], а подобные слова назвал «медийными чудовищами».

Современный газетный язык не столько наводит на мысли, рассуждения, размышления, «сколько приводит к эмоциональным встряскам и нервным потрясениям читателей, свидетельствуя о кризисном, критическом состоянии духа» [Эпштейн НГ: 2009]. Иронически-агрессивный стиль стремится осмеивать все и вся. Важно подчеркнуть, что «манера эта нивелирует мысль и стиль, опошляет общение журналиста с аудиторией. Если все подвергается осмеянию, ценность информации стремится к нулю» [Солганик 2003: 49].

Речевые экспрессивные единицы речи свидетельствуют о постоянном процессе словообразования. Г.Я. Солганик неоднократно отмечал, что «газетный текст <...> склонен к серийному воспроизведению метафор и вообще любых серийных находок» [Солганик 1997: 34]. И.В. Анненкова видит в этом «травестирование» смыслов и традиций, называя современную эпоху «культурой интерпретации готового слова» [Анненкова 2007:108]. «Сочные плоды» журналистского формотворчества свидетельствуют о непрерывном и многообразном воздействии языка СМИ на общество и его институты.

Таким образом, современная языковая ситуация порождена объективными процессами, протекающими в средствах массовой коммуникации. Новые реалии в сфере общественной жизни влияют на язык СМИ, который «отражает, анализирует, оценивает все сферы и явления жизни, но под особым углом зрения» [Солганик 2010: 129]. Позитивные тенденции в современной языковой ситуации связаны с усилением роли отечественной публицистики, влиянием ее на общественное сознание.

Литература

- Архангельский А. Тандемагогия // Новая газета. 2010. 24 декабря.
- Анненкова И.В. Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры / Язык современной публицистики. Сборник статей. М.: 2007. С. 99-115.
- Земская Е. А. Словообразование как деятельность. М.: 2007.
- Колесников А. Лесная демократия // Новая газета. 2010. 10 августа.
- Колесников А. Who is Mr Леопард? // Новая газета. 2011. 2 марта.
- Генис А. // Радио свобода / 2008-й: портрет в словах. Беседа с философом и лексикографом Михаилом Эпштейном. 2009. 5 января. 09:56.
- Солганик Г.Я. Журналистика и культура русской речи. М.: 1997. Вып.4.
- Солганик Г.Я. О языке и стиле газет // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. М., 2003.

Солганик Г.Я. Современная языковая ситуация и тенденции развития русского литературного языка // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 5. С.123-134.

Эпштейн М. «Любовь» усохла на три четверти. Михаил Эпштейн о невозврате кредитов русскому языку / Новая газета. 2009. 15 июля.

Эпштейн М. Перезагрузка языка // Новая газета. 2009. 18 декабря.

Е.А. Завалко (Россия, Самара)

«КАК ТЕБЯ ЗОВУТ?» (К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ САМОИМЕНОВАНИЙ В РЕЧИ ДОШКОЛЬНИКОВ)

Исследование детской речи привлекает к себе все большее внимание. Детская речь на сегодняшний день изучается не только в собственно лингвистическом аспекте, но и с позиций психолингвистики и лингводидактики [Цейтлин 2006:4]. Внимание к проблемам становления речевой способности в онтогенезе вызвано интересом к речевой и мыслительной деятельности человека в целом, а также к природе и закономерностям их развития. Овладение ребенком родным языком рассматривается онтолингвистами как процесс усвоения средств и способов речевой деятельности. При этом центральное место в современных онтолингвистических исследованиях занимают проблемы усвоения и формирования фонетического строя, становление лексикона и овладение значением слова, особенностями слово- и формообразования в детской речи, овладение ребенком родным языком в условиях билингвизма. На разном уровне подтверждается гипотеза о том, что речь ребенка в известной степени является показателем его интеллектуального развития. Предметом исследования в рамках данной статьи является процесс именования в речи детей дошкольного возраста самих себя. Объектом исследования является речь собственного ребенка, а также дневниковые записи-наблюдения за развитием речи русскоговорящих детей от 1 года до 6-7 лет.

Материалы наблюдения позволяют провести анализ по следующим аспектам: своеобразие лексического состава самоименований; уровень их употребительности в речи ребенка; способы усвоения данной языковой категории.

Так, на вопрос: *А ты кто?* или *Как тебя зовут?* в речи дошкольников чаще всего можно услышать ответ, включающий идентифицирующие имя или (реже) сочетание фамилии и имени. При этом в большинстве случаев ребенок называет себя так, как его именуют люди из близкого окружения (*Вова, Вика, Варя, Маша, Катя, Петя* и т.д.). Среди самообозначений наблюдаются ласкательные имена, также копируемые дошкольниками из взрослой речи (*Вовочка, Варенька, Катюша, Машенька, Владюша* и пр.). Подобные обращения к детям дошкольного возраста являются коммуникативной нормой в рамках общения «взрослый – ребенок» (чаще «родители – ребенок»). Показателен пример ласкательного обозначения ребенком самого себя, записанный А.Н. Гвоздевым: 2.5.19. *Зе́ницька*. Женечка. «Называет себя всегда этим ласкательным именем. Даже когда я предлагал ему говорить «Женя», он упорно твердил *Зе́ницька*. Между прочим, окружающие его так обычно не называют. Очевидно, он себя считает нужным называть ласкательно» [Гвоздев 2005:94].

Иногда к именам собственным прибавляется гендерное обозначение или термин родства: Какая-то женщина обращается к *В о в е* (2.10.): «*Как тебя зовут?*» Он отвечает: *Ма́льчик Вова*. Другой пример: *Как зовут девочку?* *Л е н а* (2.02.): *До́та Е́на Касо́ва*. Дочка Лена Краснова.

В нашей картотеке отмечены примеры «эгоцентрического» именования ребенком самого себя. Например, наша дочь *В и к т о р и я* на вопрос *Как тебя зовут?* в возрасте (2.10.) отвечала с перечислительной интонацией: *Ви́ка, Ви́кочка, Вику́лька*, выдавая сразу весь спектр имен, используемых членами семьи при общении с ребенком. *В а р я* (2.04.) на вопросы *Как зовут тебя? Как зовут твою сестренку?* отвечала абсолютно правильно: *Варя. Катя*. А на вопрос *Какая у тебя фамилия?* вместо *Кузнецова* с завидным постоянством отвечала: *Булкина*. При этом мать девочки утверждала, что именовать себя подобным образом Варя начала произвольно. Возможно, этому способствовало событие, на которое мама даже не обратила внимания, а для девочки оно стало знаковым. Например, ребенок услышал эту фамилию и воспринял ее не как личностную, а как общую для всех. Известны факты, когда дети, чаще девочки, называют себя «лю-