

УДК: 811.111:801

## ЯЗЫК СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА ГОРОДА

*Е.А. Петрова*

*ассистент каф. английской филологии  
аспирант каф. иностранных языков  
e-mail: evg20@bk.ru*

*Курский государственный университет*

*В статье идет речь о месте языка средств массовой информации в городской жизни. Язык средств массовой информации изучается в разных аспектах. Однако ряд исследователей изучает состояние нормы литературного языка СМИ и отклонения от нее, в результате которых язык публицистики изменяется. Как следствие, в таких материалах содержится не только лексика, присущая только данному функциональному стилю, но и живая речь горожан.*

***Ключевые слова:** язык средств массовой информации, язык газет, письменная форма языка, устная речь города.*

Одним из главных признаков современного общества является наличие развитой системы массовой коммуникации, под которой понимается особым образом организованное средство социального и культурного общения людей, наиболее мощный фактор распространения новых идей [Туманян 1984], речевых стилей и формирования у потребителей массовой коммуникации определенных ... вкусов и «предпочтений в области речеиспользования» [Добросклонская 2008]. Функционирование современного социума невозможно без таких массовых средств коммуникации, как пресса, радио и телевидение, которые обеспечивают нас разнообразной информацией, сообщая ее определенным языком.

На современном этапе развития наук язык средств массовой информации (в том числе язык газет) является довольно хорошо изученным. Его исследование осуществляется в разных аспектах (психологическом, социологическом, социолингвистическом и др.). В конце 70-х – начале 80-х гг. прошлого века возник социолингвистический подход к изучению СМИ, который анализирует языковые явления, обусловленные функционированием языка в массовой коммуникации. Рассматриваются вопросы влияния системы массовой коммуникации на развитие языка в условиях возрастания ее роли как основного средства общения, передачи информации и воздействия на аудиторию [Язык и массовая коммуникация 1984]. Некоторые ученые изучают воздействие средств массовой информации, в частности периодики, на становление и формирование литературного языка [Туманян 1984]. Особенность данного подхода заключается в разностороннем характере исследования. Часть лингвистических исследований направлена на определение объективных критериев соотношения нормы литературного языка в средствах массовой информации и отклонений от нее в связи с функционированием различных видов письменной речи.

Данные исследования актуальны и в настоящее время, т.к. язык газет подвергается изменениям, в результате которых в литературный язык проникают новые языковые явления. «Язык системен ... Система – это не то, что реально существует в языке, а все то, что может быть в нем создано» [Ицкович 1968: 11]. Таким образом, система языка – это понятие, охватывающее процесс языковых и речевых изменений. Эти изменения затрагивают все подсистемы языка, все его уровни. Они наблюдаются в речи любого

языкового коллектива и охватывают речь отдельных территорий (в том числе и городов). Язык средств массовой информации (СМИ) также подвергается влиянию различных факторов, что приводит к его изменению. Разные уровни языка в разной степени являются устойчивыми к новым явлениям. В средствах массовой информации изменения, например, замены старых лексических единиц новыми, происходят относительно легко. Все протекающие процессы взаимосвязаны. В связи с тем, что на данном этапе развития общества роль СМИ заметно возросла, можно рассматривать их как источник норм современной и городской жизни.

Особенности современного языка СМИ, значение в нем тех или иных тематических пластов, жанров, сюжетов связаны с многосторонними процессами урбанизации, спецификой функционирования языка в городе. В газетных материалах не содержится лексика, присущая только этому функциональному стилю [Лазуткина 2008], в газетах встречаются особые речевые явления, продиктованные социально-экономическими, политическими и культурными условиями региональной жизни. Любой текст можно и необходимо воспринимать как воплощение картины мира, многократно воспроизводимой в языке. Газетный текст также можно рассматривать как воплощение картины того места, где этот текст создается, т.е. «картина мира, создаваемая СМИ, становится важнейшим сегментом общезыковой картины мира» [Татаринов 2007: 23]. В газетах, безусловно, находит свое отражение язык жителей конкретного города. В газетном творчестве представлена живая речь горожан, которая распространяется средствами массовой информации настолько широко, что можно говорить о едином общегородском языке [Augenstein 1998].

К началу XXI столетия в языковом пространстве произошло смещение акцентов во влиянии на нормы литературного языка: нормотворческую роль вместо письменного языка художественной литературы стал выполнять язык публичных каналов массовой коммуникации, иными словами, средства массовой информации (в частности газеты). Это связано с тем, что «влияние газеты неуклонно и чрезвычайно быстро растет, захватывая, наряду с новыми, но столь же могущественными средствами массовой коммуникации, – радио и телевидением, миллионы и миллионы людей» [Костомаров 1971: 9], «современные СМИ ... не только прочно вошли в повседневную жизнь, но и стали средством сильнейшего воздействия на общественное и индивидуальное сознание» [Трошина 2007: 5]. СМИ являются отражением письменной формы языка.

Как известно, письменный тип текста характеризуется наиболее высоким уровнем литературной обработанности. Основной чертой публицистики, до недавнего времени, было наличие стандарта. Тем не менее, еще в начале 70-х годов прошлого века В.Г. Костомаров определял единство, сопряжение экспрессии и стандарта, составляющее специфику газетной речи, как основной стилистический принцип публицистики [Костомаров 1971]. В зависимости от жанра на первое место выступала то экспрессия, то стандарт. Важно, что именно в газетной публицистике, в отличие от других речевых разновидностей, это единство стало стилистическим принципом организации высказывания. Однако в конце XX в. и в начале XXI в. стало явно преобладать стремление к экспрессии. Язык многих центральных газет освобождается от ограничивавших его рамок стандарта. Как результат, создание нового, точнее, обновленного языка – существенная черта современной прессы и ее вклад в состояние языка.

Периодика распространяет различные новые для нормы языка явления. После того как эти явления некоторое количество раз появляются на страницах печатных текстов, они начинают восприниматься как образец языка, которому следует подражать. Благодаря периодике новое слово закрепляется за определенной сферой употребления, создается традиция и последующее привыкание к непривычному

выражению, как результат, инновация занимает прочное место в системе литературного языка [Туманян 1984]. Как указывает В.В. Виноградов, возросшая роль языка газеты приводит к распространению как книжной фразеологии и штампов публицистической речи, так и к закреплению в общем языке некоторых вольностей словоупотребления [Виноградов 1981].

В последнее время значительно увеличилось количество проблем, связанных с литературной нормой языка. Одной из причин этого является очередная варваризация языка города: это привело к снижению уровня нормированного литературного языка, к ослаблению его строгости. Это связано с тем, что из всех подсистем языка наиболее распространённым средством общения лиц на территории города является обыденная разговорная речь с вкраплениями субстандартных единиц [Химик 2004]. Элементы разговорной городской речи, являясь продуктом речевой деятельности различных социальных слоев общества, составляют локальную окраску литературного языка. Устная речь города как наиболее естественная область существования языка является зеркалом, которое в полной мере отражает реальные тенденции, имеющие место в обществе. Благодаря использованию в прессе лексики, которая является привычной для среднестатистического человека, носитель языка ощущает сопричастность ко всем событиям, происходящим вокруг него. Соответственно, функционируя на страницах периодики, литературный язык приобретает черты, характерные для языка массового, усредненного читателя, т.к. в городской среде литературный язык из элитарного, преимущественно письменного языка превращается в общенародный.

На современном этапе развития общества значительное место в языке города занимает устная публичная речь средств массовой информации, которая звучит в теле-, радиорепортажах и новостях, беседах, дискуссиях, сериалах и т.д., т.е. включает все жанровое многообразие. Это многофункциональная, динамичная, часто спонтанная речь, в которой наряду с привычными нейтральными или публицистическими словами и оборотами активно используются разговорные, просторечные элементы, жаргонизмы, сниженные заимствования и другие субстандартные единицы.

Элементы устной публичной речи мгновенно подхватываются и письменной речью – газетно-журнальной периодикой, наблюдается заметное стилистическое снижение и экспрессивное окрашивание публицистики, которое осуществляется готовыми языковыми формами выразительных средств (словарными), переосмыслением лексических и фразеологических единиц [Серова 2007]. Это делает язык публицистики доступным для массового читателя, что вполне закономерно, т.к. экспрессивный потенциал языковых средств не может игнорироваться языком СМИ. Следовательно, в настоящее время язык средств массовой информации не является строго нормированным.

Таким образом, наряду с единицами литературного языка в языке СМИ обнаруживаются слова, которые являются нарушением современной нормы. В большинстве своем это лексические единицы, используемые в устном общении горожан (разговорная лексикографически маркированная лексика). Эти элементы устной речи, зафиксированные в письменных текстах периодических изданий (газет), могут рассматриваться как особенности языка города.

### ***Библиографический список***

- Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. – М., 1981. – 320 с.  
Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М., 2008. – 264 с.

- Ицкович В.А. Языковая норма. – М., 1968. – 93 с.
- Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М., 1971. – 189 с.
- Лазуткина Е.М. Публицистический стиль: новые черты. – М., 2008. – 79 с.
- Серова С.А. Лингвистический анализ новостных газетных статей (оценочный аспект): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Тамбов, 2007. – 22 с.
- Татаринов В.А. Язык СМИ как объект филологического исследования и как предмет медиалингвистики // Язык средств массовой информации: сб. обзоров: отв. ред. Н.Н. Трошина. – М., 2007. – С. 14–30.
- Трошина Н.Н. О языке средств массовой информации: К постановке вопроса // Язык средств массовой информации: сб. обзоров: отв. ред. Н.Н. Трошина. – М., 2007. – С. 5–13.
- Туманян Э.Г. Место и значение периодики в образовании литературных языков // Язык и массовая коммуникация. Социолингвистическое исследование. – М., 1984. – С. 14–35.
- Химик В.В. Большой словарь русской разговорной речи. – СПб., 2004. – 768 с.
- Язык и массовая коммуникация. Социолингвистическое исследование: отв. ред. Э.Г. Туманян. – М., 1984. – 278 с.
- Augenstein S. Funktionen von Jugendsprache. – Berlin, 1998. – 288 s.