

УДК 811.161'27

КОММУНИКАТИВНЫЕ И РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ: СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Т.А. Пивоварчик

*Кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры журналистики,
e-mail: t.pivovarchik@grsu.by*

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

В статье анализируется специфика коммуникативных и речевых практик региональных СМИ и определяются факторы, влияющие на формирование этих практик. Рассматривается вопрос о медиалекте региональной газеты как самостоятельном дискурсивном и функционально-стилевом явлении в системе национальной коммуникативной культуры.

***Ключевые слова:** региональная газета, язык СМИ, медиалект, медийный билингвизм, медиатекст.*

Глобализация и регионализация – два взаимосвязанных процесса в развитии современного медиарынка, которые, с одной стороны, обуславливают угрозу смещения региональных СМИ «из центра коммуникаций на периферию коммуникационных интересов» аудитории [Пургин 2011: 159], а с другой стороны, подтверждают устойчивые позиции и важнейшую роль региональных СМИ в развитии национальных систем журналистики [Вартанова 2014]. Сочетание в едином информационном пространстве общенациональных и региональных СМИ обеспечивает «необходимый баланс общего и особенного, абстрактного и конкретного, чужого, далёкого и родного, близкого» [Ершов 2012: 8], однако вопрос о балансе становится важным и в отношении самих региональных СМИ, где наблюдается взаимодействие центробежных и центростремительных тенденций в отношении как содержания газетных материалов, так и языковых средств его выражения [Трофимова 2010: 965]. Наблюдения за речевой практикой разных типов массмедиа показывают, что именно местные периодические издания и их электронные аналоги в интернете являются сегодня примерами активного и разнообразного использования национального языка, сохранения и трансляции традиционной культуры, в определенном смысле противостояния унификации современного информационного пространства.

Особая ценность современных исследований, посвященных дискурсу и языку региональных СМИ, видится в свете концепции частных функционально-стилевых картин мира (Г.Я. Солганик, Л.Р. Дускаева), исходя из которой можно предположить, что семантическое пространство,

коммуникативный и языковой узусы региональной газеты как типа издания имеют свои особенности, а также поставить вопрос о медиалекте (медиалектах) региональных СМИ как особой подсистеме национального языка и языка массмедиа, самостоятельном дискурсивном и функционально-стилевом явлении. «Если мы говорим о языке СМИ, правильнее было бы говорить о разных языках, поскольку сегодня не существует единого недифференцированного языка, но есть несколько различных речевых практик, которыми пользуются различные СМИ. <...> Язык СМИ существует в сложной, разветвленной системе стилей. Каждое издание пытается выработать свой уникальный стиль, который будет служить брендом» [Проскуряков 2013: 84–85].

Изучение специфики коммуникативных и речевых практик современной региональной газеты и определение факторов, влияющих на формирование этих практик, требует междисциплинарного подхода, привлечения данных и методик разных гуманитарных наук (социологии, коммуникативистики и т.п.) и направлений лингвистики (эколингвистики, прагмалингвистики, лингвогеографии, лингвокраеведения и т.д.). Такой подход, в частности, позволит обратить внимание на «коллективную языковую и социальную личность» регионального журналиста.

Витальность и конкурентоспособность региональных СМИ в национальной системе журналистики (и шире – в глобальном медиапространстве), как уже не раз отмечалось исследователями, не в последнюю очередь зависит от умения редакций видеть и использовать типологические особенности таких изданий [Газета + радио 2004: 16–26].

Типологические преимущества локальных массмедиа (как, впрочем, и так называемых локализованных социальных медиа, составляющих сегодня серьезную конкуренцию традиционному институту и как раз демонстрирующих умение эти преимущества в своей работе учитывать) обнаруживаются на четырех уровнях:

– уровень аудитории: максимальная близость к проблемам и интересам читателя; изначально положительная установка аудитории на восприятие местной информации и активное участие читателей в качестве авторов; «конгруэнтность и идентичность аудитории» [Тепляшина <http>] с точки зрения ее ценностных приоритетов и информационных интересов;

– уровень повестки дня: при универсальности тематики использование различных приемов смысловой «привязки новостных сообщений к данной местности» [Ершов 2012: 7]; оповседневивание новостей и регулярное обращение к здравому смыслу и социальным практикам повседневности; усиление утилитарной составляющей в разнотематической информации; вовлеченность членов редакции в социокультурные и событийные практики территории;

– уровень концептосферы: «социальная ориентированность и идейно-нравственная детерминированность» содержания [Дроздов 2014:

386], приверженность традиционной системе ценностей, отражающей, в частности, «опривыченные» практики повседневности данной территории; способность местных СМИ оказывать выраженное влияние на социализацию, личностную и социальную самоидентификацию и адаптацию читателей в ближайшей среде и др.;

– уровень коммуникативных и речевых практик: сочетание официоза и формальности с «межличностным диалогом, особой доверительностью» [Тепляшина <http>]; широкая зона фатики; разговор с аудиторией «на одном, доступном общему пониманию языке» [Тепляшина <http>], коммуникативное и речевое уподобление, при котором работники СМИ ассимилируют особенности речевых лиц своей аудитории.

Представляется, что все обозначенные типологические особенности региональных СМИ напрямую связаны со спецификой их языкового оформления, информационно-языковой политикой редакции, представлениями журналистов о престижных речевых вариантах и стилях, востребованных речевых жанрах, эффективных коммуникативных стратегиях и т.д. Например, профилирование описываемых в районной газете событий разного масштаба за счет их «привязки» к местной территории и местному сообществу привело к активному употреблению топонимической и оттопонимической лексики, а также лексики, называющей различные явления по их отношению к местности, формирующей и сохраняющей в газете особый, ценностно нагруженный территориально-социальный локус бытия.

Социолингвистический подход к исследованию языка региональных СМИ как составляющей «социальной рамки или матрицы» [Блакар 1987: 89] позволяет выявить различные характеристики «коллективной языковой личности» регионального журналиста.

Во-первых, региональную газету создает творческий коллектив журналистов, обычно небольшой по количеству и стабильный по составу, со сложившимися стилистическими традициями и представлениями об идеальном «речевом образе» издания и т.д. Можно предположить, что, исследуя язык районных СМИ, мы исследуем коммуникативные и речевые практики, «знаковый материал, созданный в процессе социального общения организованного коллектива» [Бахтин 1979: 17]: в медиатексте «ищут баланс сложная природа языка – материала творчества, личностные пристрастия и вкусы творца, интересы и возможности печатного издания» [Сметанина 2002: 7].

Во-вторых, творческий коллектив журналистов представляет собой определенную социально-демографическую группу. Так, в составе редакций региональных СМИ сегодня значительно преобладают женщины, что сказывается как на содержательных приоритетах газеты, так и на ее жанровых и дискурсивно-языковых особенностях. Авторы-женщины по сравнению с авторами-мужчинами в большей степени эмоционально

«вовлечены» в то, о чем они пишут, что проявляется в частотности употребления индикаторов «вовлеченности» – личных местоимений первого и второго лица, глаголов в форме настоящего времени, глаголов со значениями мысли, мнения, предположения и т.д. [Рычкова 2013: 175], дискурсивных единиц. Можем предположить, что выявленные нами в рамках исследования языка региональных СМИ Гродненской области склонность журналистов к эссеизации новостных и аналитических текстов, частотность случаев нестандартного, экспрессивного употребления пунктуационных знаков, предпочтение более сильного знака препинания более слабому (при допустимости вариантов пунктуационного оформления), а также увлеченность «дамским знаком» тире и т.д. отражают «женское лицо» современной региональной журналистики.

В-третьих, каждая региональная газета несет на себе отпечаток языкового пространства своего региона с его этнокультурной и конфессиональной ситуацией, участвует в межкультурной коммуникации. Этот аспект актуален как для Российской Федерации, подтверждением чему служит наличие не только «национальной журналистики», но и кафедр с соответствующим названием, так и для Беларуси: белорусский социум всегда существовал в условиях многоязычия (в 1920–1930-х годах в БССР издавались газеты на четырех государственных языках: белорусском, русском, идиш и польском). Привычное для жителей республики переключение с языка на язык было связано с характером языковой ситуации, степенью ее ритуализации, наличием местных традиций, типом дискурса (институциональный или повседневный) и т. д.

В настоящее время районные периодические издания Беларуси размещают материалы на двух государственных языках (белорусском и русском), в результате чего характерными явлениями становятся контактное двуязычие и меж- и внутрифразовое переключение языковых кодов: как в рамках номера газеты, так и отдельной страницы, отдельного текста или предложения.

Районные газеты отличаются одна от другой частотностью и характером использования белорусского языка. Наибольшее количество в системе районных СМИ Беларуси сегодня составляют газеты, в которых почти все материалы печатаются на русском языке, за исключением традиционных белорусскоязычных названий газет, а также единичных белорусскоязычных (согласно традиции каждой газеты) названий рубрик с русскоязычными, между тем, материалами в этих рубриках. Белорусский язык материалов нередко обусловлен тематикой (краеведение, культура, образование и т.д.) или источником (например, национальное информационное агентство БелТА). Таким образом, в региональном медиaprостранстве страны, как и во многих традиционных сферах использования языка, белорусский язык присутствует в первую очередь символически.

Наблюдения за языковым оформлением местных СМИ показали, что в районных изданиях за белорусским языком закрепляется функция сохранения и поддержания национально-культурной (в том числе государственной, гражданской) идентичности (самоидентификации) читателей и самой газеты (редакции) – это видно и по тому, что белорусский язык преобладает в паратексте газеты, отражающем политику редакции, и по тому, что тексты на белорусском языке тематически прежде всего принадлежат к так называемой концептуальной, а также к этнической журналистике.

Гораздо реже среди местных изданий можно встретить такие, в которых почти все материалы печатаются на белорусском языке (за исключением единичных объявлений-поздравлений и рекламных модулей), и даже реклама в этих изданиях в большей части подается на белорусском языке, что является результатом переводческой деятельности сотрудников редакции. Таким образом, обнаруживаем, что на особенности медийного билингвизма влияют территориальные, экономические, демографические, этнокультурные особенности районов. Так, более широкое использование белорусского языка наблюдаем в газетах, издаваемых в районах, которые в соответствии со структурой производства можно назвать аграрными и в которых высок процент сельских жителей. В газетах, издаваемых в крупных районных центрах с более развитой промышленностью, большинство материалов печатается на русском языке.

На активность кодовых переключений на страницах районной газеты влияние оказывают различные факторы: неоднородность языковой компетенции носителей русско-белорусского билингвизма, экономия речевых усилий со стороны журналистов, приоритет языка повседневного общения. Значительная часть аудитории районных газет достаточно хорошо владеет белорусским языком, чтобы читать на нем тексты, но понимает не все или понимает «приблизительно», а также сталкивается с трудностями при продуцировании собственных текстов или комментариев к материалам газеты на белорусском языке. Поэтому в ряде случаев на страницах газет можно встретить переводы белорусских слов на русский язык, чтобы обеспечить понимание читателем их смысла.

Различия в речевом оформлении изданий, выходящих даже в близко расположенных друг к другу районах, коррелируют с региональными различиями в территориально обусловленных практиках медиаповедения (медиапроизводства и медиапотребления) [Чернов 2014], что в целом соответствует тенденциям фрагментации современной аудитории на коммуникативные сообщества с собственными нормами и правилами речевого поведения. Процесс медиатизации, проявляемый в том числе через «врастание» медиа во все социальные институты и в повседневную практику региона, эти различия только усиливает.

Социально-стилевой подход к исследованию языка региональных СМИ позволяет обнаружить факторы, обуславливающие отличия речевого оформления районной прессы от речевых практик других сегментов СМИ – отличия столь значимые, что «сотрудники локальных изданий ощущают себя создателями альтернативной прессы» [Назарова 2005: 115]. Многие «новации» современного медиатекста (субъективизация, драматизация, разговорность, раскованность, увлечение языковой игрой, повышенная метафоричность и т.п.) настороженно принимаются в районной газете или вообще отрицаются ей (в районной газете вы не встретите, за редким исключением, жаргонные единицы и средства создания иронизирующего дискурса). Зато по-прежнему, еще с советских времен, в языке районной газеты изобилуют штампы, в том числе канцелярские, «не имеющие эффекта творческой работы автора, стилистически и эмоционально обедняющие текст, делающие его сухим, трудным для восприятия и неинтересным» [Зелянко 2013: 116].

Штампы, удобные для журналистов в силу воспроизводимости готовых речевых формул и естественные в силу тематических предпочтений изданий (региональные газеты детально освещают деятельность местных органов власти, надзора и контроля), активно переносятся из административно-управленческого языка в языковое пространство газеты. Однако если в общенациональных изданиях такие штампы обнаруживаются изредка, по преимуществу в интервью представителей соответствующей сферы и в выдержках из документов, то в языке региональных СМИ штампы не только частотны, но и занимают сильные позиции текста.

Такое явление не в последнюю очередь можно объяснить престижностью, особенно в провинции, административно-управленческого стиля: «Всякая языковая практика воспринимается на фоне практики легитимной <...> причем возможная объективная стоимость языковых продуктов разных говорящих субъектов, а следовательно, и отношения каждого из них с языком и, одновременно, само его производство определяются внутри системы конкурирующих на практике вариантов, система же эта образуется в реальности всякий раз, когда складываются определенные экстралингвистические условия образования языкового рынка» [Бурдые [http](http://)]. Злоупотребление такими штампами может объясняться, в частности, и тем, что в местных СМИ «именно властным структурам отводится решающая роль в положительном развитии социальной сферы общества» [Иванищева 2015: 12]. А потому, несмотря на то что в последние годы районные газеты активно публикуют материалы своих читателей, разговорная стихия слабо проникает на страницы изданий, так как в большинстве случаев читатели стараются соответствовать «престижному» стилю.

Следует отметить, что репертуар выполняемых районными СМИ функций имеет свою специфику, что порождает и специфические требования к содержанию и его речевому воплощению. Например, «социальная избыточность коммуникации» может цениться больше информативности, поскольку первая «используется для подтверждения социальной сплоченности» и солидарности [Луман 2005: 22]. Для районной газеты наиболее традиционной является этническая идентификация через понятие «малой родины» – так называемая районная (территориальная) идентификация как одна из разновидностей коллективной идентичности. В том числе через «осознание образа своей территории как ментально-духовного пространства» [Головнёва 2013: 42]. Например, в районных газетах регулярны посессивно-субстантивные сочетания с наименованиями страны и региона; часто они становятся идеологическими константами публицистических текстов.

В то же время, будучи одним из важнейших институтов региональной культурно-информационной среды, региональные СМИ несут ответственность не только «за адекватное восприятие всего мира как целостности перед своей локальной аудиторией, но и за адекватное восприятие тех локальных (региональных, национальных) реалий, к которым они сами принадлежат, у мировой, интернациональной аудитории. Прибавим сюда ответственность перед своей локальной аудиторией за медийный образ ее жизненного мира в глазах аудитории глобальной» [Концевой 2013: 143]. Именно в силу этой ответственности особенно заметной становится проекция «глобального через локальное» в районной газете.

Библиографический список

Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / сост. С.Г. Бочаров. М.: Искусство, 1979. 424 с.

Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти (Теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте) // Язык и моделирование социального взаимодействия: переводы / сост. М.В. Сергеева и П.Б. Паршина; общ. ред. В.В. Петрова. М.: Прогресс, 1987. С. 88–125.

Бурдые П. О производстве и воспроизводстве легитимного языка [Электронный ресурс] // Отечественные записки. 2005. № 2 (23). URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/o-proizvodstve-i-vozproizvodstve-legitimnogo-yazyka> (дата обращения: 17.05.2018).

Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: Медиамир, 2014. 280 с.

Газета + радио. В помощь редакторам региональных СМИ / В.В. Русакевич, Л.С. Ананич, В.П. Воробьев и др. Минск, 2004. 155 с.

Головнёва Е.В. Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура // *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований.* 2013. № 5. С. 42–45.

Дроздов Д.Н. Современный менеджмент региональной прессы в контексте существенных процессов трансформации национального информационного пространства Республики Беларусь // *Журналістыка-2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практ. канф., 4–5 снеж. 2014 г., Мінск / рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 16. Мінск: БДУ, 2014. С. 384–388.*

Ершов Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. М.: Издательство Московского университета, 2012. 340 с.

Зелянко С.В. Рэдактарскі аналіз аднаго нумара газеты “Да новых перамог” // *Культура маўлення журналіста: зб. навук. артыкулаў / пад рэд. В.І. Іўчанкава, С.К. Бердніка. Мінск: БДУ, 2013. С. 114–122.*

Иванищева О.Н. Медиапространство в условиях современных социальных трансформаций: региональное измерение // *Теория и практика общественного развития.* 2015. № 1. С.11–13.

Концевой М. Языковая адаптация интернет-медиа к международной аудитории // *Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства: материалы Второй Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2013 г., Минск / под общ. ред. Т.Н. Дасаевой ; сост. Б.Л. Залесский. Минск: Изд. Центр БГУ, 2013. С. 142–149.*

Луман Н. Медиа коммуникации: пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. М.: Логос, 2005. 280 с.

Назарова Т.В. Типологические особенности локальных газет Волгоградской области // *Вестник ВолГУ. Сер. 8. 2005. Вып. 4. С. 114–117.*

Проскуряков М.Р. О некоторых системных явлениях в языке СМИ // *Речевая коммуникация в средствах массовой информации: матер. II Междунар. науч.-практ. семинара, Санкт-Петербург, 17–19 апреля 2013 г. / под ред. В.В. Васильевой, В.И. Конькова. СПб.: Высш. шк. журнал. и масс. коммуникаций, 2013. С. 83–86.*

Пургин Ю.П. Трансформация региональных печатных СМИ в условиях изменения коммуникативной парадигмы массовой информации // *Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры.* 2011. № 2 (89). С. 158–165.

Рычкова Л.В. Корпусной подход к исследованию гендерно обусловленной специфики газетного дискурса Гродненщины // *Гендер и проблемы коммуникативного поведения: сборник материалов пятой международной научной конференции, 31–1 ноября 2013 года / Полоцкий гос. ун-т; редкол.: А.А. Гугнин, Н.Б. Лысова, И.Г. Лебедева и др. Новополоцк: ПГУ, 2013. С. 174–177.*

Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): научное издание. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.

Тепляшина А.Н. Стратегии развития местной прессы в современной России [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации. Электронный научный журнал. Тверь, 2012. № 4. URL: <http://www.tverlingua.ru/> (дата обращения: 01.08.2018).

Трофимова О.В. Феномен районной газеты в современном коммуникативном пространстве // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 965–968.

Чернов А.В. Возможна ли медиарегионалистика как специальная область исследований массмедиа? // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 2. С. 74–78.