



УДК 070

РУССКИЙ ЯЗЫК В СОВРЕМЕННЫХ МАСС-МЕДИА: КОНФЛИКТ МЕЖДУ «СЛОВАРЕМ» И ОБЩЕСТВЕННЫМ ВКУСОМ

А. В. Полонский*Белгородский
государственный
университет**e-mail:
Polonski@bsu.edu.ru*

В статье рассматривается язык современных масс-медиа как сложный феномен культуры, отражающий происходящие в обществе процессы и его многообразное влияние на родной язык.

Ключевые слова: русский язык, медийный язык, публичный диалог, культура, коммуникативный идеал.

Представить себе дискуссию о русском языке в современных масс-медиа завершенной невозможно, как невозможно поставить точку в сложнейшем разговоре о самом человеке, вступающем при их помощи в публичный диалог. Судить о медийном языке необходимо с пониманием всей сложности и противоречивости этого феномена, отражающего – воспользуюсь здесь формулой Осипа Манделштама – две истории одного процесса: одна говорит только об обретениях, а другая – только об утратах [9, с. 244]. Современный медийный язык, отличающийся «стилистическим динамизмом» [4, с. 123], сочетанием традиционного и новаторского, стремится как к максимальной экспрессивности и выразительности, так и к максимальной доступности, что в совокупности и обеспечивает требуемый уровень отношений между субъектами публичного диалога, автором и адресатом, журналистом и получателем информации.

По-разному, по всей видимости, можно оценивать те или иные процессы, происходящие в родном языке, однако едва ли плодотворно вину за все негативное возлагать только на СМИ, а источник всего позитивного видеть всегда вне их, что, к сожалению, наблюдается в текущей практике научного осмысления роли масс-медиа в современной культуре. Необходимо помнить, что живой человек, как сказал когда-то главный редактор журнала «Москва» М. Н. Алексеев, делает не только вдох, но и выдох.

Сегодня язык масс-медиа, хотим мы того или нет, принял на себя важнейшую культурологическую функцию языка-эталона, но эталона, замечу, который формируется не только творчеством журналистов, но и прежде всего нашей повседневной практикой говорения, отражающей особенности современной культуры, ее коммуникативного идеала и общественного вкуса. Как замечает М.Л. Бергер, генеральный директор холдинга «Объединенные медиа», «к сожалению, чистота и ясность русского языка, о которых мы так беспокоимся и которые все реже встречаются, перестают быть важным коммерческим, аудиторным фактором» [19]. Масс-медиа, как говорил Маршалл Маклюэн, это «технологическое расширение» нашей жизни [8], следовательно, своими поступками, своими словами мы формируем характер того публичного диалога, который репрезентируют масс-медиа.

Целесообразно ли в таком случае бесконечно призывать к ответу «личность журналиста», обвинять ее в «непрофессионализме», разрушающем нормы русской литературной речи, возлагать на нее всю ответственность за то, что создается всем обществом и чему само общество еще не способно однозначно сказать «нет»? Более плодотворным представляется выстраивание политики социальных оценок на основе осознания своего «со-бытия» с медийным словом, своей сопричастности ему, усмотрение истины в том, что наблюдаемые в языке масс-медиа процессы производны от образа наших мыслей и стиля нашей жизни, а также от их осознания нами. «Слово от-



ражает, – как верно заметил Б. И. Осипов, – не обстоятельства бытия как таковые, а осмысление и изменение бытия людьми» [11].

Своеобразие современного медийного диалога исследователями обычно определяется посредством понятия «персонификация» как проявления в публичном диалоге личности, открыто заявляющей свое мировоззрение и утверждающей свой стиль. По определению Л. Е. Кройчика, «автор перестает быть обезличенным ретранслятором передаваемой информации – он все явственнее становится ее интерпретатором. Точка зрения конкретного лица интересна сегодня сама по себе» [6]. Раस्ताбуирование личностного начала качественно изменило культуру публичного диалога, изменило медийный язык, в котором особую значимость приобрело индивидуальное «я», а не безликое «мы». Эта замена сделала публичный диалог не только более раскованным [15], но и более контрастным, выразительным, позволяющим личности открыто предъявить свои идеалы, свои культурные ценности, которые, как известно, формируются не только на основе освоения традиции, но и на ее изломе.

Персонификация публичного диалога продемонстрировала то, что личность никогда не укладывается в жесткие социальные каноны. Более того, она сама становится обоснованием канона, обоснованием жанра (вспомним, к примеру, обсуждаемый сегодня в СМИ «жанр» «Дмитрий Быков») и языковой нормы. Как заметил в одном из своих выступлений (ноябрь, 2009 г.) заместитель директора Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН, доктор филологических наук, профессор Л.П. Крысин, «ориентиры в языке создают как словари, так и личности».

Свободная личность, не отягощенная сегодня догматическим сознанием, сбросившая с себя идеологические оковы, заявила о себе выразительно и эмоционально. Духовное раскрепощение личности, обрученное с эстетизацией поступка, создало уникальные условия для работы над словом, к которому вернулась забытая способность внятно и эмоционально выражать как самого автора, так и фрагмент осваиваемой мыслью действительности. Как справедливо замечает Г.М. Шипицына, «язык современной массмедийной коммуникации... стал своеобразным питомником для выработки и апробации новых языковых средств, как информативных, так и экспрессивных» [18, с. 131].

Намеренный уход от поэтики стандарта, языковая игра [12], использование различных тропов и фигур речи, афористики и прецедентных текстов, неожиданных сочетаний слов (*архитектура власти, паралич власти, радуга вкуса, прививка от инфляции, нефтяная игла, лекарство от глобализма, оздоровление рынка, территория модерна, бюрократический футбол, горячие точки, формат тепла, губители карманов, революция успеха*) привели к увеличению номинативной и выразительной силы слова, к расширению его стилистического регистра, а также к углублению его семантической структуры, к «обрастанию лексемы все новыми и новыми смыслами» [18, с. 131].

«Стилистическое диссидентство», как удачно определила происходящие в языке СМИ процессы Н.И. Ажгихина, которое обуславливает решительный отказ от диктата нормативной поэтики, во многом оказывает благотворное влияние и на характер публичного диалога, поскольку способствует обновлению его языка и стиля, способствует выразительности и точности его слова, а также обогащению его жанровых форм, в которых реализует себя личность.

Важно обратить внимание и на еще один аспект позитивной роли языка СМИ. В своем докладе на I Конгрессе РОПРЯЛ (2008 г.) И. Г. Милославский отметил, что русская языковая картина мира «дырчатая», в ней зачастую отсутствуют необходимые слова для номинации актуальных общественных и технологических процессов. «Люди, говорящие на русском языке, весьма часто сталкиваются с такими ситуациями, для которых они не находят наименования... Нам явно не хватает уже имеющихся в русском языке слов с устоявшимися значениями» [10]. Медийный язык решительно берет на себя и эту функцию – функцию поставщика (а зачастую и разработчика) новых слов и новых фразем: *флэшка, онлайн-торговля, экотур, наезд, отгулгиться* «воспользоваться поисковой системой google», *отцифровка, тачпэд, протестное голосо-*



вание, мэрский футбол. Вводя их в регулярно воспроизводимый при помощи масс-медиа публичный диалог и закрепляя, таким образом, многократным повторением, язык масс-медиа ликвидирует «лексические зияния», «латает дыры» на русской языковой картине мира.

Таким образом, язык современных СМИ поставляет востребованные обществом номинации, усиливает прагматический потенциал слова и обогащает его семантическую структуру, чем обеспечивает развитие языка и его качественный рост. Это не может не оцениваться положительно.

Однако необходимо видеть и другие происходящие в языке СМИ процессы, в основе которых лежит пафос предельной раскованности или даже «вседозволенности» [2], сопряженный с неконтролируемой стихией рынка и диктатом покупателя. Личность откровенно и настойчиво заявляет свое «я». Симптоматичны слова Ирины Муромцевой, телеведущей канала «Россия» (15 октября 2009 г.): чтобы быть сегодня успешным «на все 100», надо «уметь преподнести свою духовность». Это стремление «преподнести свою духовность на все 100» приводит к настоящему произволу эго, которое зачастую озабочено только восхождением на подиум, демонстрацией своих символов, своих опознавательных знаков.

Следовательно, сегодня необходимо говорить не только о персонификации публичного диалога, но и о его эгоцентризме, поскольку личность, стремясь к максимальной оригинальности мысли и стиля, стремясь «щегольнуть мудреным словом» [1], предъявляя себя обществу с избыточной артикуляцией, стремится завладеть коммуникативным пространством и вытеснить из него другого. Личность заявляет себя бескомпромиссно, не сомневаясь в собственных суждениях и оценках, поэтому из современного медийного диалога практически уходят слова «кажется», «может быть», «наверное», «возможно». Безапелляционность «я» проявляется и в провокационных оценках, в подчеркнутых интонациях иронии, что является не приглашением к серьезному социальному диалогу, в процессе которого вырабатывается формула социального блага, а вызовом к барьеру, потенциальным лишь разрушением. Так, например, в программе «Непутевые записки» ее ведущий Дмитрий Крылов некоторых «новых русских» путешественников за границей прямо назвал «хрюноподобными существами». После Всероссийского конкурса «Как наше слово отзовется» (2009 г.) А. С. Токарев, руководитель Отдела специальных проектов Международного пресс-клуба, заметил, что недостатками современных СМИ, отмеченными судьями, является не только «безликая, казенная, полная штампов речь», «почти графоманская избыточность метафор», «активное влияние иноязычных образцов... журналистики», но и «агрессия в отношении аудитории», «подавление... рекламным духом не только информационного, но и всего вещания», «отказ от диалога». «Понятно, – пишет он, – что пресса наша, исполнявшая в первое перестроечное десятилетие обязанности то ли рупора, то ли просто института гражданского общества, с определенных пор лишилась сразу и общественного доверия, и естественной возможности, и минимального ресурса для продолжения относительно свободной жизнедеятельности... Она по-человечески говорить с нами почти разучилась, мы слушать ее серьезно почти отказались» [17].

Оценка – явление не инородное для диалога, репрезентированного масс-медиа, поскольку его субъект призван самим обществом предъявлять социально-оценочный взгляд на те или иные факты. Однако все чаще эта оценка выставляется не на основе логически выверенного умозаключения, а на основе эмоции и неприятия того, что осуждено изначально, а потому нетерпимо. Это находит свое отражение и в употреблении языка. Говоря словами Виктора Ерофеева, «*пословицы кончились – началось хамство*» [3].

Обратим внимание также на тот факт, что оценка и стилистика снижения репрезентируется не только лексически, но «проникает» и в грамматическую семантику. Так, например, значительное число глаголов, как отмечают исследователи, приобретает в качестве нового объектного актанта имя существительное, обозначающее чело-



века: *достать кого-либо* “надоесть”, *заказать кого-либо* “заказать убийство”, *пасти кого-либо* “следить”, *замочить кого-либо* “убить” и т. д. Приобретение подобного актанга приводит в движение нетипичный для русского литературного языка механизм – семантический перенос по модели «от нечеловека к человеку» [14], понижающий культурный статус человека.

Известно, что «журналистике как особому виду словесного творчества в ее общении с миром и читателем вообще свойственно некоторое несоблюдение дистанции, заезды на чужую территорию» [16], однако утверждающееся эгоцентричное сознание разрушает реальный социальный диалог, превращая его в арену жесткого самоутверждения гипертрофированного «я». Как известно, полноценному диалогу необходим коммуникативно-ролевой паритет, обеспечивающий равные возможности выражения разных суждений и оценок как основу для выработки по-настоящему общественного мнения. В условиях же интронизированного эго общественное мнение представляет собой лишь совокупность транслируемых масс-медиа монологов, в которых выдвигаются вперед, как говорил Д. С. Лихачев, «знамена с символами и знаками своей индивидуальности», что связано с «развитием агрессивности в отношении “других”» [7]. Слово, ориентированное только на самого говорящего, теряет присущий ему диалогизм, что приводит к «потере» адресата. Социальный результат данного феномена неосознанно, но весьма точно отражен в подытоживающей фразе Сергея Шустера в его собственной программе «Шустер-Live» (29 сентября 2008 г.), посвященный глобальному финансовому и экономическому кризису: *«Это было не совсем внятно, но это было живо»*.

Эгоцентризм становится основой интолерантности как неуважительно-агрессивного отношения к другому, его неприятия в качестве альтернативно истинного, как отказ, воспользуюсь здесь словами Е. П. Прохорова, «впустить в свой мир “другого” именно как другого, во всей его “инаковости” и “особости”, а не какой-то маргинальности (на фоне и в рамках оценивающей культуры)» [13], поскольку другой в этих условиях не воспринимается как равный, как личность, обладающая правом на собственное мировидение и мироощущение. Так, например, Михаил Леонтьев, человек со своим «особым мнением» и словом, с присущей ему прямоотой заявил своему собеседнику: *«Это не та проблема, которую имеет смысл обсуждать и тратить на это время. Проблема, которую надо обсуждать, это какая скотина все это придумала»*.

Современный публичный диалог, репрезентируемый масс-медиа, становится все более эмоциональным, однако чрезмерно усиленная эмоция, как правило, не освещает мысль, а ослепляет ее, в результате чего блекнут выразительные контуры мира и человек теряет из виду предмет своей мысли. Качественный публичный диалог опять-таки становится проблематичным, поскольку разрушаются условия для осмысления самой ситуации, ведь, как говорил замечательный русский философ Василий Розанов, двигаться вперед и видеть мир осмысленно можно только имея «большую тишину в душе».

Повышенная раскованность, кроме того, сопровождается риском пересечения границы культурного низа и, как следствие, активизацией стилистически сниженной эмоционально-оценочной лексики, инвективы, эпитетов и метафор «на грани фола»: *Унитаз уполномочен заявить* (Российская газета. 15 марта 2005 г.). Отличительной особенностью языка масс-медиа становится дисфемизация как намеренное огрубление и стилистическое снижение: *памет политиков и бюрократов, высокооплачиваемые шуты, быдло, кидалово, сортирная тема*.

Особенную озабоченность вызывает факт активизации даже в самой высокой публичной сфере лексем, имеющих семантический множитель – «уничтожение» и «унижение», другими словами, отрицающих само бытие человека и извращающих его социальную и культурную сущность: *зачистка* (населенного пункта, вокзала, Петербурга, исполнительных органов, малого бизнеса, истории, памяти, совести, свободы), *опускать* (мужчину, губернатора, преподавателя, правительство, Думу, Петербург, Россию и Украину).



Вступая в новые идиоматические выражения, они «инфицируют» не только взаимодействующие с ними слова, но и номинируемые ими культурные концепты: *о это сладкое слово «зачистка»; особенности национальной зачистки; большая зачистка.*

Перевооруживание аристотелевской «культурной пирамиды», в которой верх лучше низа, в своей массе приветствуют и автор, и аудитория. «Современная культура в ее авангардных, модернистских, постмодернистских образцах, - пишет известный литературный критик К. Кокшенева, - «бросает перчатку» публике. А публика ее подняла, ничуть не оскорбилась, на вызов ответила нежным поглаживанием этой самой «перчатки» как страшно-бесценного дара страшно-смелого и откровенного художника» [5]. В репрезентированном современными масс-медиа публичном диалоге «культурный низ» приобретает высокий социальный статус. Общественный вкус, мотивирующий практику современных масс-медиа, зачастую входит в жесткий конфликт со «словарем» как заповедью культуры, как морально-эстетическим предписанием, восходящим к авторитету этнокультурной традиции.

Таким образом, язык современных СМИ, ключевая задача которого заключается в обслуживании открытого публичного диалога, с одной стороны, отражает культурные ценности общества, его мировоззрение, идеологию, стиль жизни, его нравственные и эстетические предпочтения, с другой же стороны, он сам формирует собственные традиции, прокладывая как путь к высотам культуры, так и путь к ее низам. Все зависит от нашего выбора.

Список литературы:

1. Головина Э. Д. «Друг мой Аркадий, не говори красиво...»: О лексических ошибках в современной публичной речи // Русская речь. - 2004. - № 6. - С. 77.
2. Горбаневский М. В. Об ответственности за слово // Русская речь. - 2007. - № 1. - С. 70, 71.
3. Ерофеев В. Бог бабу отнимет, так девку даст // Ерофеев В. Мужчины. - М., 2001. - С. 42.
4. Казак М. Ю. Традиционные и новые подходы к определению языка СМИ // Журналистика и медиаобразование: Сборник трудов III Международной научно-практической конференции (г. Белгород, 25-27 сентября 2008 г.). - Белгород: БелГУ, 2008. - С. 123-129.
5. Кокшенева К. А. Революция низких смыслов. - М., 2001. - С. 175.
6. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы теоретической деятельности журналиста. СПб., 2000.
7. Лихачев Д. С. Два типа границ между культурами // Лихачев Д.С. Очерки по философии художественного творчества. - СПб., 1999. - С. 103.
8. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. - М., 2007. - С. 54, 55.
9. Мандельштам О. Собр. Соч. В 4-х т. - М., 1991. - Т. 2. - С. 244.
10. Милославский И.Г. От катастрофы через приватизацию к социализму // Русская речь. - 2006. - № 4. - С. 59, 61.
11. Осипов Б.И. Размышления о русском слове // Мир русского слова. - 2002. - № 1. - С. 44.
12. Покровская Е.Г. Языковая игра в газетном тексте // Русская речь. - 2006. - № 6. - С. 58-62.
13. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. - М., 2001. - С. 119.
14. Розина Р. И. Семантические процессы при образовании жаргона // Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. И. Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона / Под общ. рук. Р.И. Розиной. - М.: Азбуковник. 1999. - С. XXVIII - XXXV.
15. Солганик Г. Я. Язык современных СМИ // Журналистика и культура русской речи. - 2004. - № 1. - С.4.
16. Суздальцева В. Н. «Дорога к храму...»: Лексика религиозной тематики в российской лингвокультурной модели мира // Журналистика и культура русской речи. - 2006. - № 3. - С. 34.



17. Токарев А. С. Чемпионы неотзывчивого эфира (После первого Всероссийского конкурса «Как наше слово отзовется») / А.С. Токарев // Неприкосновенный запас. – 2005/ – № 1 (39) <http://magazines.russ.ru/nz/2005/1/>

18. Шипицына Г. М. О позитивном влиянии СМИ на развитие русского литературного языка XXI века // Журналистика и медиаобразование: сб. тр. III Междунар. науч.-практ. конф. (г. Белгород, 25–27 сентября 2008 г.). – Белгород: БелГУ, 2008. – С. 129–132.

19. Эволюция форматов и жанров информационного и аналитического радиовещания: Материалы круглого стола / Л. Д. Болотова, Л. П. Шестеркина, О. Б. Медведев, Л.Д. Азарх, М. Л. Бергер, И. В. Малов и др. // Журналистики и культура русской речи. – 2010. - № 2. – С. 36–55.

RUSSIAN LANGUAGE IN MODERN MASS MEDIA: CONFLICT BETWEEN «DICTIONARY» AND PUBLIC TASTE

A. V. Polonskiy

*Belgorod
State
University*

*e-mail:
Polonski@bsu.edu.ru*

In the article the modern mass media language is considered as a complex cultural phenomenon. Its influence on the native language can be both positive, and negative.

Key words: Russian language, mass media language, public dialogue, culture, communicative ideal.