

*На правах рукописи*

**РЫНКОВИЧ ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЯЗЫКА МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕССЫ В ЭПОХУ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ РЕФОРМ**

Специальность 10.01.10 – журналистика

**Автореферат**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2010

Работа выполнена на кафедре печатных СМИ в ФГОУ ДПО «Институт  
повышения квалификации работников телевидения и радиовещания»

Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент Речицкий  
Леонид Антонович

Официальные оппоненты – доктор филологических наук, профессор,  
академик РАЕН Горбаневский Михаил Викторович

Гильдия лингвистов-экспертов по документальным и  
информационным спорам

– кандидат филологических наук, доцент Анненкова Ирина  
Васильевна

Московский государственный университет им М.В. Ломоносова

Ведущая организация – Вологодский государственный педагогический  
университет

Защита диссертации состоится «25» марта 2010 г. В 15:00 час. на заседании  
диссертационного совета Д 206.002.01 при ФГОУ ДПО «Институт  
повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по  
адресу: 127521, Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп.2, аудитория 10.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГОУ ДПО «Институт  
повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по  
адресу: 127521, Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп.2, комната 203.

Автореферат диссертации размещен на сайте [www.ipk.ru](http://www.ipk.ru)

Автореферат разослан «25» февраля 2010 г.

Ученый секретарь диссертационного совета, кандидат филологических наук,  
доцент С.Л. Уразова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Язык журналистики в силу своей специфики является предметом постоянного научного исследования лингвистов, историков, культурологов, социологов и психологов. Он отражает политическую, экономическую и духовную жизнь социума. Изучая газетные и журнальные тексты, можно составить четкое представление о времени и эпохе. Язык СМИ динамичен, он находится в постоянном развитии.

Усиление влияния разговорного языка на литературный, смена речевого этикета в современных СМИ, масштабы влияния разговорного языка, адекватность используемых разговорных включений коммуникативному стандарту конкретной ситуации общения – круг этих вопросов ставит еще более общую проблему: как следует оценивать происходящую эволюцию речевого стандарта в языке СМИ? Идет ли речь о кризисе современной речевой культуры или о закономерно обусловленной тенденции, имеющей свою реальную историческую перспективу?

На наш взгляд, в первую очередь трансформация языка газеты связана с разрушением границ между высоким и низким стилями, книжной и разговорной речью. Благодаря качественному увеличению лексической базы, перетеканию сниженных элементов разговорной речи из периферийных сфер языка в его центр, произошло становление новой стилистической системности газеты. Активное обогащение языка СМИ элементами разговорной речи носило разноуровневый, масштабный и экспансивный характер. Разговорные элементы интенсивными темпами проникли в язык СМИ, в том числе в заголовки, которые на протяжении семидесяти с лишним лет отличались сдержанно-официальной манерой подачи информации с соответствующим подбором средств.

Согласно мнению лингвистов, изучающих язык СМИ, в доперестроечный период в информационных газетных материалах использование таких элементов, как жаргон и просторечие, было скорее исключением, редким гостем в них была даже разговорная литературная лексика (В.П. Вомперский, 1960, Г. Я. Солганик 1968). Очевидным фактом сегодня является то, что даже официальный текст может быть написан с использованием элементов разговорной речи.

Актуальность исследования определяется такими факторами, как:

- изменчивостью стилистической нормы, которая в силу собственной подвижности не успевает зафиксироваться в нормативах: сводах правил, словарях учебниках;
- масштабностью языковых изменений, произошедших в СМИ, в том числе молодежных;

- усиливающимся вниманием со стороны специалистов-филологов к вопросам культуры речи и языка журналистов;
- необходимостью исследования наплыва жаргонизмов, просторечной лексики, заимствований, чаще всего, английского происхождения, и варваризмов, нередко пополняющих и без того в избытке представленную жаргонную лексику;
- отсутствием четко очерченных критериев оценки новых тенденций в написании газетных текстов.

Избранная тема исследования представляется актуальной еще и потому, что значение любого слова, в том числе и печатного, и его восприятие пребывают в постоянной динамике. Язык российской прессы, перемены, происходящие в нем, нуждаются в изучении, осмыслении, которое ставит целью выработку рекомендаций по совершенствованию речевой культуры журналиста. Этим объясняется актуальность работы, как в научном, так и в практическом плане. Тема диссертационной работы также открывает перспективы для дальнейших исследований в данной области.

Учитывая возросшее влияние современных экстралингвистических факторов, эта проблема не может считаться до конца рассмотренной и в наши дни приобретает все большую актуальность. К тому же оперативный характер газетного текста требует систематических исследовательских наблюдений над изменениями, происходящими в газетно-публицистическом стиле. Также, на наш взгляд, данное исследование актуально и с социолингвистической точки зрения. Рассмотрение массового и ничем не ограниченного проникновения разговорных элементов в язык СМИ позволяет проследить их прямую зависимость от определенных социальных и политических процессов. Не вызывает сомнений, что актуализация элементов разговорной речи в языке СМИ является следствием демократизации как жизни, так и языка. Изменения в пропорциональном соотношении основных функций газетно-публицистического стиля, уравнивание адресанта и адресата придали особую значимость диалогу в языке СМИ, обусловили «сращение» газетно-публицистического стиля с разговорной речью. Говорить об экстралингвистических факторах необходимо также и для понимания текущих тенденций в языке СМИ с позиции лингвистики, выявления зарождающихся тенденций его развития, для косвенной или прямой зависимости стилистических изменений современного русского языка от ряда обстоятельств.

Целью исследования стало рассмотрение трансформации языка и стиля современной газеты на примере молодежной прессы, выразившееся в первую очередь в экспансии разговорных элементов в язык современных СМИ. Мы также стремились очертить наиболее существенные тенденции в языке и стиле современной молодежной газеты (на примере "Комсомольской правды").

Цель работы определила постановку конкретных задач исследования, главными из которых являются:

1. Рассмотреть трансформацию языка газетных публикаций на примере молодежной прессы;
2. Выявить основные стилеобразующие черты языка современной молодежной газеты;
3. Рассмотреть конкретные экстралингвистические факторы, повлиявшие на эволюцию газетно-публицистического стиля в постперестроечную эпоху, выявить тенденцию к повсеместному использованию в газетных текстах разговорных элементов;
4. Выделить черты разговорных элементов в текстах СМИ новейшего времени и определить тенденцию к употреблению сниженной лексики, обозначить стилистические функции, выполняемые этими словами в газетном тексте;
5. Определить отличительные черты и специфику речевого поведения журналиста в постперестроечной прессе.

Степень научно-теоретической разработанности проблемы: воздействие разговорной речи на язык газеты изучали М.Н. Кожина (1983), О.Б. Сиротинина (1993, 2003), Ю.А. Бельчиков (2000), В.Г. Костомаров (2005), Т.Г. Винокур (2005), и др.

Объектом исследования для нас стали материалы «Комсомольской правды» советского периода, а также постперестроечного периода, насчитывающие около 100 номеров. Выбор печатного издания, на текстах которого мы строим свои утверждения, продиктован его принадлежностью к массовой молодежной печати, особенностями, спецификой, задачами и функциями языковых средств, в них используемых, а также достаточно большой читательской аудиторией.

Предметом исследования стали лексический состав языка российских СМИ, трансформация языка молодежных СМИ, его эволюция в отношении к традиционной стилистической норме.

Методы исследования определены указанными выше целями и задачами. В качестве основного метода нами был выбран историко-сопоставительный, поскольку мы сравнивали некоторые формы реального состояния языка в постперестроечный период с элементами актуальной типологии.

Рассмотрение стилистических особенностей разговорных элементов велось нами при помощи контекстологического анализа. Определенное место в работе также отводится социолингвистическому анализу текстов.

Методологической основой исследования были выбраны работы ведущих российских лингвистов: В.Г. Костомарова (1971), М.Н. Кожиной (1983), В.М. Горбаневского (1999), Ю.А. Бельчикова (2000), А.И. Горшкова (2001), Г.Я. Солганика (2002), и др. При написании работы мы опирались на теоретические положения, разработанные в трудах О.Б. Сиротининой (2003), М.Н. Кожиной (1983), Е.А. Земской (1996), Н.И. Клушиной (2008), Н.А.

Купиной (1995), посвященных теории стилистики. Также, рассматривая публицистический стиль, мы обращались к трудам современных лингвистов (Ю.А. Бельчикова (2000), В.М. Горбаневского (1999), В.Г. Костомарова (1971), Г.Я. Солганика (2002), Л.Г. Кайды (2004), ему посвященным.

Научная новизна исследования заключается в предпринятых попытках:

- проанализировать язык советских молодежных СМИ с целью выявления тенденции вовлечения разговорных элементов в язык газеты;
- проследить эволюцию языка СМИ на современном газетном материале в функционально-стилистическом аспекте;
- показать актуальную для языка СМИ тенденцию к вовлечению в тексты газет разговорных элементов как логичный результат воздействия экстралингвистических факторов;
- проанализировать наиболее характерные для рассматриваемого периода особенности употребления разговорных элементов в современной газетной речи.

Гипотезу научного исследования мы определяем следующим образом: функционирование разговорных элементов в языке СМИ, широкие масштабы и неслучайность их использования в газетных текстах, позволяют нам говорить о выявлении ведущей черты газетно-публицистического стиля – разговорности, которая, вслед за О. Б. Сиротининой и М. Н. Кожиной, определяется нами как стилистическая категория, позволяющая максимально усилить прагматический потенциал журналистского произведения.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Догматизм, стандартизованность и клише молодежных СМИ советской эпохи вызвали ответную реакцию в языке газет последующего периода, некоторые процессы которой мы можем наблюдать по сей день;
2. На рубеже XX-XXI вв. рядом экстралингвистических факторов были вызваны эволюционные процессы в газетно-публицистическом стиле, основным из которых стала тенденция к повсеместному активному употреблению разговорных элементов в газетных текстах;
3. Платформой для взаимопроникновения газетно-публицистического стиля и разговорной речи является, согласно формулировке Л.Р. Дускаевой, диалоговый характер обоих типов дискурса исследуемого нами периода;
4. Разговорные элементы, представленные в языке современных СМИ, многофункциональны, это – основное условие их присутствия в газетных текстах. Негативной стороной данного явления мы считаем не всегда уместное использование просторечия, жаргона и инвективной лексики, что грозит размыванием литературной нормы, стилистическим снижением и огрублением газетной речи;
5. Широкомасштабное и намеренное применение разговорных элементов в языке газеты свидетельствует о появлении новой стилевой черты в СМИ – разговорности.

Теоретическую значимость работы мы видим в том, что проведенный и отображенный в ней комплексный и сравнительный анализ разговорных

элементов, присутствующих в языке газеты в «постперестроечный» период, может содействовать системному освещению таких аспектов русского языка, как разговорная речь и газетно-публицистический стиль. Теоретическая значимость работы выражается также и в разборе особо специфичных и характерных для текущей ситуации особенностей газетной речи.

Практическую ценность результаты исследования могут представлять в преподавании курсов «Современный русский язык», «Культура речи», «Стилистика», в проведении спецкурсов и спецсеминаров по вопросам языкознания, лексикологии, и синтаксиса газетно-публицистического стиля в гуманитарных вузах. Работа также может быть полезной в сфере изучения, как теории, так и практики журналистики, русского языка как иностранного.

Работа прошла апробацию, ее основные положения обсуждались на заседаниях кафедры печатных СМИ ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания». Результаты исследования неоднократно озвучивались в докладах и сообщениях, сделанных в течение 2003-2009 гг. и прочитанных на ежегодных Международных научных конференциях «Ломоносов 200...». Ключевые положения диссертации также освещены в 5 публикациях.

Структура диссертации: введение, три главы с выводами, заключение, библиографический список. Общий объем работы 160 страниц.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Работа состоит из введения, трех глав и заключения, библиографический список включает 159 наименований печатных трудов и 30 ссылок на электронные ресурсы.

Во Введении обосновывается актуальность исследования, выявляются его объект, предмет, ставится научная проблема, формулируется научная гипотеза, характеризуется научная новизна диссертации, определяются цели и задачи исследования, очерчивается теоретическая значимость а также практическая ценность работы, формулируются положения выносимые на защиту.

В первой главе «Язык газеты как отражение и познание эпохи (на материале газеты «Комсомольская правда»)» хронологически рассматривается влияние языка СМИ на социум.

В первом параграфе «Исторические предпосылки развития языка современных СМИ» рассматриваются факторы, сформировавшие характерные особенности языка прессы нашего времени.

После революции 1917 года и победы одной партии был сформирован институт цензуры и введена монополия на идеологию и пропаганду. Журналисту фактически были навязаны «согласованные» идеологемы, штампы и клише, и, выбирая служение идеологии, он получал определенные

гарантии собственного спокойного существования. Следствием такой формы взаимодействия «ножниц цензора» и журналиста стало возникновение стандартизированного, но при этом идеологически выверенного языка. Советские вожди, прекрасно осознавая силу воздействия печатного слова, обращали особое внимание на стиль газеты, вследствие чего был сформирован тоталитарный язык. Он предполагал «тотальный лингвоидеологический контроль и разрабатывался как совокупность стратегически обусловленных принципов и практических мероприятий, связанных с сознательным идеологическим воздействием на живой язык, прежде всего на лексико-семантическую систему<sup>1</sup>.

Справедливости ради необходимо отметить, что встречались и случаи отступления от «тоталитарности», которые проявлялись в своеобразной «игре» с ней умных и талантливых журналистов. Эпоха гласности, которая берет свое начало в 1985 году, — время политических, экономических, социальных перемен, нашла отражение в языке газет и журналов, телевидения и радиовещания. Смена общественного строя жизни активно повлияла на речевую деятельность журналиста, открывая новые языковые возможности и выводя их на поверхность.

Язык современных СМИ в полной мере отражает не только перемены в общественной жизни, но и изменения в самом языке. Газетно-публицистический стиль является такой областью функционирования языка, которая наиболее остро и быстро отвечает на актуальные лингвистические веяния, что не может не вызывать живую заинтересованность филологов и требует тщательного исследования.

Во втором параграфе «Становление и дальнейшее развитие языка молодежных изданий» дается общее представление о развитии языка этого типа СМИ.

Язык СМИ отразил весь путь их развития от идеологических клише и штампов до ничем не ограниченной свободы их языкового выражения.

Основными принципами комсомольско-молодежной печати стали партийность, народность, идейность, правдивость. КПСС постоянно в разнообразных формах руководила деятельностью комсомольско-молодежной печати.

Главной задачей молодежной печати партийное руководство называло: «коммунистическое воспитание рабочей и крестьянской молодежи, внедрение в юношескую среду боевых традиций большевистской партии, привлечение молодежи к непосредственному участию в социалистическом строительстве, воспитание в ней пролетарской классовой непримиримости...»<sup>2</sup>.



Очерчивая исторические предпосылки становления языка СМИ, необходимо отметить, что в 20-годы XX века в журналистику пришли представители малообразованных слоев населения, в том числе не последнюю роль сыграла возможность поступления через рабфак.

С привлечением в журналистский корпус в буквальном смысле «людей из народа», получивших достаточно качественное, пусть и несколько унифицированное образование, язык СМИ приобрел черты разговорности, граничащей с просторечием, бедность языковых средств выражения и их штампованность одновременно.

В годы советской власти исследователи журналистики уделяли центральное место в своих работах мастерству авторов, в том числе языку СМИ. Акцент на качество журналистского текста был характерным для языкового анализа. Уровень профессиональной подготовки журналиста качественно вырос, в первую очередь за счет повышения значимости языка газеты, языка профессионального с точки зрения как культуры, так и литературной нормы. В перестроечный и постперестроечный период под воздействием тенденции переустройства общества большинство СМИ выбрали разговорную тональность, сделав ее своим рабочим инструментом.

В третьем параграфе «Идеологема как основа тоталитарного мышления» рассматривается ключевое понятие, очерчивающее стилистический облик советской молодежной прессы.

Во многом сегодняшнее «вольное» обращение с языком газеты стало ответом на его жесткую регламентированность в недавнем прошлом. Создание журналистского текста в эпоху тоталитаризма было невозможным без идеологической составляющей. Советская журналистика выработала ценностную систему идеологем, с помощью которой осуществляла воздействие на читателя.

Н.А. Купина определяет идеологему как «основной оператор коммуникативного взаимодействия в тоталитарной культуре»<sup>3</sup>. «Идеологема, - отмечает Н.И. Клушина, предполагает целенаправленное воздействие со стороны адресанта на сознание адресата с помощью заранее заданной идеи, которая носит обобщенный характер и ориентирует массовое сознание в заданном направлении. Поскольку «нет такого строя, который мог бы жить без идеологии», а «политические взгляды есть неизбежный элемент культуры»<sup>4</sup>, постольку утверждение в СМИ определенных идеологем, соотнесенных с политической установкой здания закономерно».

С началом перестройки и наступлением «эры гласности» журналисты «расшифровали» множество как личностных, так и общественных мифов главенствовавших в социалистическом прошлом страны. Первые начали создаваться после Октябрьской революции и складывались впоследствии вокруг каждого последующего руководителя государства, закрепляясь в

сознании людей с помощью стереотипных номинаций, психологически закрепляющих языковой навык (например, «вождь мирового пролетариата» о Ленине, «учитель и вождь» о Сталине). Пересмотр обществом своей истории привел к ироничному употреблению данных стереотипов в языке современной газеты. Очевидно, что подобный выбор слов был возможен лишь в лексически и стилистически соответствующем контексте. Тональность текстов, как правило, была высокой, за исключением идеологем, сочетавшихся по смыслу с такими словами, как «вражеский», «антисоветчик», «шпион», в случае с которыми необходимо было использовать элементы стилистически сниженного типа.

Для достижений СССР были выверены пафосные «ударные» «высокие» идеологемы: «высокий накал уборочной страды» («Комсомольская правда», 26 августа, 1978 г.); «передовая социалистическая демократия», «человек-гражданин – величайшая ценность советского общества», («Комсомольская правда», 21 декабря 1978 г.).

В четвертом параграфе «История создания и типология жанров современных молодежных СМИ: социолингвистический аспект» автор приводит исторические факты, способствовавшие формированию этого типа СМИ. Молодежные издания создавались как печатные органы комитетов комсомола. Выступая на III съезде РКСМ (1920 г.) «Задачи союзов молодежи» В.И. Ленин обозначил важную задачу комсомола – коммунистическое воспитание молодежи. После короткого периода поисков форм и методов работы нового молодежного издания, возник тип газеты, который просуществовал вплоть до начала перестройки. Молодежные газеты, основывающиеся на ленинской теории печати нового типа, стали неотъемлемой частью партийно-советской прессы. Становление системы молодежных газет принято считать завершенным в конце 50-х годов, когда произошел бурный рост числа молодежных изданий (с 1950 по 1960 гг. было создано 22 молодежные газеты). Этим мощным идеологическим активом СМИ ВЛКСМ и располагало до начала перестройки. Сегодня рынок молодежных медиа во многом является отражением «взрослого» рынка СМИ. С одной стороны это выражается в универсализации ряда изданий, которые идут на это с целью привлечения большего числа читателей и увеличения объемов продаж. С другой – в разделении на конкретные тематики, что объясняется желанием создать уникальный, и, как следствие, востребованный продукт для конкретного сегмента аудитории. Производство данного типа молодежной периодики сдерживается низкой покупательной способностью потенциальных адресатов, а также недостаточной информацией об увлечениях и интересах данной аудитории.

Сегодня «Комсомольская правда» утратила свое влияние на молодежь и трансформировалась в массовое издание, ориентированное на широкий круг читателей. Унификация и одновременно тематическая пестрота материалов,

«желтоватый» оттенок, раскрепощенный, но при этом выразительный язык журналистских текстов стали ее основными характеристиками в постсоветский период.

Во второй главе «Стилистическая трансформация постсоветских СМИ» рассматривается собственно процесс изменения СМИ под воздействием экстралингвистических факторов.

Язык современной газеты, отдалившись от канонов советской журналистики, выдвинул на первый план личность автора, его мнение, жизненную позицию. Это стало возможно благодаря определенным речевым стратегиям, активное использование которых привело к стилистической трансформации постперестроечных СМИ.

В первом параграфе «Развитие диалогизации в языке прессы постсоветского периода» стремление к экспрессии речи в конце XX – начале XXI веков объясняется не только демократизацией общества, но и тем, что из пассивного объекта воздействия сегодняшней адресат превратился в равноправного участника коммуникативного акта, партнера, субъекта публицистического общения.

Очевидно, что как социальный статус, так и социальная роль журналиста претерпели определенные изменения. Как «суверенная личность» стал рассматриваться и адресат. Отмена режима цензуры, тотального контроля за прессой со стороны государства привела к установке на речевую свободу, на «живую речевую стихию социума, а не на конструирование особого политического языка, как это было в прошлом, когда язык СМИ рассматривался, прежде всего, в качестве инструмента идеологического воспитания масс»<sup>5</sup>. Все это дало журналисту возможность выразить в первую очередь личные политические, мировоззренческие, эстетические вкусы и пристрастия, максимально проявить свое авторское «я», т. е. реализовать себя, свою позицию в полной мере.

Используя новые возможности диалога, выдвинутые сегодняшней общественной ситуацией, журналист стал более сознательно устанавливать контакт с читателем, настраиваться на его возможность восприятия, создавать «диалогическое взаимодействие» (Лазуткина, 1994:35). Все это, естественно, заметно сближает газетно-публицистический стиль с разговорной речью, которая обладает такими общелингвистическими признаками, как устная форма, диалогический способ выражения мысли, большая экспрессивность и пр., причем в качестве ведущего способа манифестации разговорной речи выступает именно диалог. Диалогичность газетно-публицистического стиля и разговорной речи в целом является площадкой для сближения обоих видов дискурса рассматриваемого нами периода.

Во втором параграфе «Усиление оценочности в материалах постсоветских СМИ» рассматривается еще одна яркая особенность журналистской речи. Оценка привлекает все большее внимание современных лингвистов. Включенная в начале XX века в научный оборот Шарлем Балли, свое развитие оценочная функция получила в 50-х годах прошлого столетия. В современной лингвистике принимаются попытки выстроить единую концепцию языковой экспрессивности на основе эмоциональной и социальной оценочности. Используя различные способы выражения мнения и оценки, автор может высказать, донести до читателя свое позитивное или негативное отношение к тому, о чем пишет, и тем самым повлиять на мнение читателя. В реализации оценочной функции участвуют как языковые, так и контекстуальные выражения в эксплицитном или имплицитном виде.

Оценочность была более чем свойственна советской прессе, являясь одним из наиболее действенных идеологических инструментов. Но оценочность советской прессы была непреложной и однозначной. «Именно открытой оценочностью, явным выражением партийной, общественной или иной позиции автора публицистический стиль отличается от художественного, и именно в этой черте видится важная примета и свойство публицистического стиля», - отмечает Кожина<sup>6</sup>. Например, в материале «Идейное оружие партии и народа», являющимся рецензией на книгу Л. Брежнева «Малая земля», достоинства произведения перечисляются категорично и однозначно: «воспоминания Генерального секретаря ЦК КПСС, Председателя Президиума Верховного совета СССР Л.И. Брежнева» являются боевым идейным оружием партии и народа, бесценной сокровищницей партийно-политического опыта...» («Комсомольская правда», 28 апреля 1978 г.).

Сегодня наряду с особым видом газетной экспрессии Г.Я. Солганик выделил социальную оценочность как главную специфическую черту газетно-публицистического стиля, а так как вопросы, освещаемые в газетах, имеют политическое содержание, политическую окраску, то и выбор языковых средств по их социально-оценочным качествам и возможностям с точки зрения эффективного воздействия на массовую аудиторию, носит осознанный, целеустремленный характер.

Основными ментальными ценностями для тех, кто принял перестройку, стало все, что, тем или иным образом оказалось связано с переменами в жизни, обновлением общества. Характерными для этого периода стали положительные, если не сказать восторженные оценки проявлений гласности на разных уровнях, отказ от запретов прошлого на многие высказывания, обсуждения закрытых ранее тем. Позже пришло осмысление трудностей, связанных с затяжными реформами и ответом на него стала волна негативных эмоций в прессе по данному поводу. Далее очевидцы эпохи могли наблюдать некую речевую стабилизацию лишь некоторыми «перекосями» и сдвигами в зависимости от политических убеждений того или иного издания.

В третьем параграфе «Разговорность как ведущая черта постсоветских СМИ» мы обращаемся к данной стилистической черте, поскольку как показано в многочисленных работах, «рефлексия разговорности» была и остается одним из наиболее типичных источников экспрессивности газетных текстов [Лаптева 1967; Костомаров 1971; Васильева 1982; Солганик 1996; Сквородников, Копнина 2004;]. Разговорная речь обладает такими несомненными достоинствами, как краткость, лаконичность, обусловленная не только «экономным» использованием речевых средств в соответствии с законом «экономии усилий», который, по мнению многих лингвистов, является основным законом языкового развития вообще, но и широким использованием внеязыковых средств (например, в диалоге – мимика, жест, контекст ситуации и т.д.).

На страницах газет и журналов разговорная речь служит как бы противовесом языку книжному. В своем развитии язык газеты отражает общие закономерности развития русского языка в современную эпоху. Можно предположить, что языковое развитие в значительной мере определяется противостоящими друг другу тенденциями – к регулярности (т.е. большему автоматизму) с одной стороны, и с другой – к экспрессивности (т.е. разрушению автоматизма). Таким образом, одна из характерных черт газетной речи – антиномия речевых стереотипов и экспрессии, то есть стремление к стандартизации речевых построений и к их преодолению, к ограничению использования языковых клише, превращающихся в штампы, что нашло отражение в классической работе В.Г.Костомарова<sup>7</sup>.

Все это повлияло на язык журналистики, привело к очевидной его трансформации. В советскую эпоху эталонность литературного языка была коммуникативной нормой для авторов. Использование прочих форм языка всегда требовало очевидного стилистического оправдания. Газетная речь существовала в рамках литературного языка, а появление в языке газеты признаков разговорной речи было связано с решением определенной стилистической задачи. Такие исследователи, как Костомаров В.Г., Солганик Г.Я., Какорина Е.В. считают, что политические и экономические преобразования, происходившие в России в 90-х годах, самым радикальным образом изменили язык СМИ.

«Развитие СМИ, темпы и характер их роста, процесс их преобразования в условиях перехода страны к рыночной экономике и демократизация политического строя в России - все это следует рассматривать не только как «внешнюю» причину влияния на процесс формирования языка СМИ, так как эти потрясения оказали прямое воздействие на процесс формирования языка»<sup>8</sup>. В последние годы к языку СМИ аудиторией и изучающими его специалистами-филологами предъявляются многочисленные и, чаще всего, обоснованные претензии. Читателей раздражает или шокирует, а

специалистам кажется неоправданным или даже неприемлемым очень многое. Ученые отмечают внутреннюю противоречивость современного языка СМИ, сочетающего в себе такие противоположные качества, как динамичность и консерватизм, эталонность и зависимость от речевых приоритетов своего времени, в том числе и от различного рода модных пристрастий, «расшатывание» норм литературного языка.

В четвертом параграфе «Языковая игра и ирония как выражение языковой свободы журналиста» мы обращаемся к еще одному стилистическому приему, свойственному языку современных СМИ.

Языковую игру понимают как «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т.е. деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у читателя эстетический и в целом стилистический эффект»<sup>9</sup>.

Языковая игра — явление широко распространенное, но она свойственна не всем говорящим. Ее используют люди, которые отличаются высокой степенью владения литературным языком, высокой степенью культуры. Именно в их речи всякое отступление от норм приобретает роль эстетического фактора. В лексике разговорной речи в качестве экспрессивных вкраплений, своего рода выразительных инкрустаций используются различного рода внелитературные слова жаргонного характера.

М.Ю. Казак говорит о близком понятии, которое определяет как «игра со словом». Данный речевой прием пародирует, вышучивает, а его доминантой является ирония и сарказм<sup>10</sup>. Как ответ на стандартизированный, «застегнутый» язык советского периода, можно рассматривать и языковую игру, в которую сегодня вовлечены все СМИ без исключения. Экспрессивность языковой игры – в нарушении сложившейся литературной нормы, что позволяет считать данную стратегию разговорной, так как именно для разговорного стиля характерны отступления от литературных канонов. Зачастую, для того, чтобы сделать газетный заголовок более ярким и броским, используется прием языковой игры на основе интертекстуальности (о ней речь пойдет в параграфе 5):

«Иванов сходил в разведку в Белый дом» - перефразируется устойчивое выражение «я с ним в разведку пойду» (о надежном человеке), («Комсомольская правда», 12 января 2005 г.);  
«Госпиар. Могучий и беспощадный» - перефразированное «Русский бунт...» (А. Пушкин, «Капитанская дочка»), (там же);  
«Что спишет Чечня?» - перефразированное выражение «война все спишет», («Комсомольская правда», 23 апреля 2004 г.);

В пятом параграфе «Интертекстуальность и ее проявление в языке постсоветских СМИ» мы говорим о межтекстовых связях, выраженные материально в конкретном тексте с помощью словесных приемов отсылки к другим текстам. В последнее время они привлекают к себе пристальное внимание в связи с отходом от традиционного взгляда на текст как автономную и уникальную структуру.

Интертекстуальность в России носила характер взрыва в языке СМИ. Интертекстуальные отсылы, зачастую весьма смелого характера, стали распространенным путем создания заголовков статей в широком круге изданий, прежде всего тех, которые подчеркивали свой разрыв с традициями советской прессы. Нам представляется явным то, что этот фонтан интертекстуальности в языке СМИ был связан с утверждением автором своей позиции (культурной, социальной, политической), а также стал средством попадания издания в определенную аудиторию, которая могла расшифровать данные сигналы.

Свободное выражение авторского «я» в постсоветской журналистике приводит к экспрессивизации журналистских текстов. Эмоциональность и экспрессивность текстов достигается с помощью языковой игры, интертекстуальности и включения разговорных элементов в авторский текст.

В третьей главе «Культурно-речевые проблемы в языке современных СМИ» рассматривается либерализация языка СМИ, коренным образом изменившая не только стиль и восприятие текстов, но и отношение читателя к прессе в целом.

Первый параграф «Усиление речевой агрессии» посвящен этой характерной черте языка СМИ, которая в постперестроечный период в определенном контексте могла становиться одной из ведущих черт. Агрессивность, как правило, проявляется в отборе языковых средств, которые автор использует для выражения своих мыслей. Речевая агрессия – это «использование языковых средств для выражения неприязни и враждебности. В наибольшей степени речевая агрессия находит свое выражение в разговорной и публицистической сферах коммуникации. В сталинскую эпоху своего пика достигла такая форма языковой агрессии и даже насилия как «наклеивание ярлыков».

В отличие от многих других характерных языковых примет времени, речевая агрессия продолжает действовать и в «постперестроечный» период. Отмена идеологических табу, цензуры и строгих непреложных целевых установок привела к раскрепощению языка публицистики. Негативной стороной можно считать тот факт, что приоритет частного над общественным вылился в обсуждение на страницах СМИ интимной стороны жизни популярных личностей, артистов, политиков. В процессе разделения концептуального и стилистического единства СМИ появились качественные и бульварные

издания. В последнем случае речевая агрессия носит особо разнузданный характер, который, как и появление подобного типа СМИ был в принципе невозможен в годы цензуры.

Второй параграф «Жаргонизация языка СМИ» рассматривает проблему увеличения «доли» жаргонной сниженной лексики в «постперестроечном» языке как прямое следствие демократизации языка газеты. Следует заметить, что разговорная тональность зачастую приближается к грубовато-просторечной, а то и вовсе сливается с ней. Часто употребляются жаргонизмы (арготизмы). Жаргон не относится к литературному языку и активное его употребление в СМИ приводит к тому, что все сильнее размывается литературная норма. Элементы жаргона в наше время используют чаще, чем пятнадцать лет назад.

Жаргонное слово несет в себе некую привлекательность, поскольку свободно от литературной нормы, оригинально, остроумно. Поэтому, когда СМИ свободно начали говорить о том, о чем не говорилось ранее, использование жаргонизмов стало во многом закономерным. Однако затем эти языковые единицы без труда переместились и в тексты общественно-политической, социальной тематики, делая их, с одной стороны, доступнее для понимания широкому кругу читателей, с другой стороны неизбежно снижая их стилистическую тональность.

В третьем параграфе «Варваризация языка СМИ» дается описание еще одного аспекта, преобладающего в современных СМИ. Сегодня варваризмы в языке СМИ зачастую выполняют роль «переводчика», «переговорщика», поскольку рассчитаны на установление контакта с определенной аудиторией. К сожалению, помимо легкости понимания, они способны смазать смысл, притупить остроту проблемы за счет легковесной, «несерьезной» тональности текста. «Для человека, не владеющего английским языком (откуда в русский язык вторгается большинство варваризмов), употребление любого, незнакомого варваризма затрудняет понимание текста», считают исследователи<sup>11</sup>. Порой использования подобных заимствований можно было бы с легкостью избежать, но, руководствуясь «языковой модой», авторы снова и снова используют их. Безусловно, чаще этим злоупотребляют представители прессы массовой.

В четвертом параграфе «Нарушение стилистических норм» мы рассматриваем проблематику снижения культуры речи СМИ в целом через призму ухудшения ситуации в части норм стилистики. Активное влияние разговорной речи на язык журналистики привело к расшатыванию принятых норм, а тексты СМИ стали даже слишком «разговорными», что порой граничит с вульгарностью и эпатажем. Вопросы чистоты русского языка поднимались уже в середине 1990-х гг., когда изменения в нем затронули нормы, параллельно возникла новая языковая мода. На передний план



выступили периферийные пласты лексики, что создавало ощущение хаоса и вызывало негативную оценку у образованного читателя. Защитной реакцией интеллигенции стало возникновение большого количества рубрик в печатных СМИ, а также передач на радио и ТВ о чистоте языка. В связи с оскудением языка СМИ у читателей, слушателей, зрителей стираются грани в понимании того, что «хорошо», а что «плохо», что подлежит осуждению, а что – поощрению, стимулированию. Во многом теряется понимание правил приличия, целесообразности, соразмерности, уместности употребления тех или иных пластов лексики. Все это чревато самыми серьезными последствиями для общества: падением общей грамотности, уровня интеллекта, деградацией языка и культуры в целом. Молодые люди, взращенные на этих новых языковых «нормах» СМИ, зачастую уже не в состоянии адекватно оценивать собственный уровень речевой культуры.

В Заключении мы отмечаем, что на сегодняшний день либерализация речи российских печатных СМИ представляет собой сложившуюся объективную реальность. Такие факторы, как смена экономической и политической формации, отмена цензуры и самоцензуры, снятие табу на запретные ранее для печати темы не только определили трансформацию и развитие языка прессы, но и затронули развитие русского литературного языка в целом. Контекстологический анализ позволил нам увидеть то, что языку современных российских СМИ свойственны активные процессы и видоизменения стилистической окраски. Стремительный рост языковой динамики во время перестройки и после ее окончания, объясняется, прежде всего, сменой социальных, политических, экономических, а также психологических установок, как адресата, так и адресанта. Но, к сожалению, наряду с очевидным возрастанием популярности СМИ, усилением роли публицистики в переломные исторические моменты, пресса автоматически стала законодателем «языковой моды». И оказала отнюдь не только позитивное влияние на «языковой вкус» аудитории. Опасность нам видится в том, что разговорные элементы, помимо придания речи выразительности и экспрессивности, сыграли и негативную роль: породили утрату чувства стиля, нормы, языковой культуры в целом.

Поэтому на наш взгляд, перспективой данного исследования может стать разработка стилистических рекомендаций авторам-журналистам, призванных поддерживать и сохранять лингвистические традиции бережного отношения к языку.

Основные положения диссертации отражены в следующих научных публикациях:

1. Рынкович Ю.С. Разговорные стратегии в современных СМИ //Русская речь. Язык прессы. №6. – М., РАН, 2007г. – 0.5 п.л. Издание из перечня ведущих рецензируемых и реферируемых научных изданий ВАК:

2. Рынкович Ю.С. Разговорность как ведущая черта современных СМИ.// «Язык СМИ: от Ломоносова до наших дней». Международная конференция. Тезисы конференции. – М., ф-т журналистики МГУ, 2007г. – 0.2 п. л.
  3. Рынкович Ю.С. Стилистические функции разговорных синтаксических конструкций в общественно-политических текстах (на примере журналов «Профиль» и «Коммерсантъ-Власть»). // «Ломоносов-2006». XIII Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых при поддержке ЮНЕСКО. Секция «Журналистика». Тезисы конференции. – М., ф-т журналистики МГУ, 2006г. – 0.2 п. л.
  4. Рынкович Ю.С. Ирония как фрагмент языкового сознания журналиста // «Ломоносов-2004», Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых при поддержке Юнеско. Секция «Журналистика». Тезисы конференции – М., ф-т журналистики МГУ, 2004. – 0.1 п. л.
  5. Рынкович Ю.С. Стилистические особенности дневников и записных книжек А.Блока // «Ломоносов-2003», Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых при поддержке Юнеско. Секция «Журналистика». Тезисы конференции – М., ф-т журналистики МГУ, 2003. – 0.2 п. л.
- 

1. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М. 2003. С. 552
2. Постановление ЦК ВКП (б) от 23 июля 1928 г. «О мероприятиях по улучшению юношеской и детской печати». КПСС о комсомоле и молодежи. М. 1962. С.146
3. Стилистический словарь русского языка, М, 2003 г, с 552
4. Е.М. Мелетинский. Чувство меры.// Наше наследие, 1990, №2, ст. 1
5. Современный русский язык: соц. и функцион. дифференциация / А. В. Занадворова, Е. В. Какорина, М. В. Китайгородская и др.; отв. ред. Л. П. Крысин ; Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. М. 2003. С. 241
6. М.Н. Кожина. «Стилистика русского языка». М. 1983. С. 187
7. Костомаров В.Г. «Русский язык на газетной полосе». Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М. 1971. С.104
8. <http://www.gramota.ru/rlefir.html>
9. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М. 2003. С. 657
10. Казак М.Ю. «Вестник ВГУ». О функционально-стилистическом статусе языка и массовых коммуникаций. Белгород. 2006. С. 176.
11. Воеводина Е., Крушина А. О функциях и дисфункциях варваризмов в современных российских СМИ// Журналистика и культура речи. М. 2003. №5. С.51