

С. В. ЛЯПУН

ЯЗЫК СМИ И НОРМА

В последние годы язык СМИ активно изучается в нормативно-стилистическом аспекте, о чем свидетельствует выход монографий и многочисленных статей, где в центре внимания – речевая культура авторов газетных материалов, радио- и телепередач (О. А. Лаптева, С. И. Сметанина, Н. И. Клушина, Т. И. Сурикова и др.). По словам ученых, на рубеже столетий средства массовой информации дают поистине впечатляющую картину пользования языком, что вызывает противоречивые суждения и оценки со стороны лингвистов: одни резко критикуют, другие приветствуют происходящее (1).

Наличие неоднозначных оценок языковых новшеств нетрудно объяснить: с точки зрения традиционной литературной нормы они вызывают к себе критическое отношение, но если учитывать, что язык не стоит на месте и его нормы со временем изменяются, то новые явления в языке СМИ заслуживают не столько критики, сколько кропотливого анализа. В эпоху революционных перемен в жизни общества литературный язык быстро развивается, и норма, как никогда, оказывается неустойчивой, вариативной. И поэтому не случайно авторы коллективной монографии «Русский язык конца XX столетия (1985–1995)» официально заявили, что они не нормализаторы, подчеркнув тем самым, что новая норма находится еще в стадии формирования.

В ситуации нестабильности, как языковой, так и социальной, характерным свойством нормы становится именно вариативность, что обеспечивает создание благоприятных условий для отбора наиболее уместных, коммуникативно целесообразных языковых средств. В современном российском обществе, которое проходит трудный путь всевозможных реформ, норма отождествляется с выбором. Именно по причине ее вариативности и неустойчивости категорические оценки новых речевых явлений в виде допустимо / недопустимо оказываются неприемлемыми. И если современная норма ассоциируется с выбором, то она, как справедливо отметил М. В. Панов, не указывает, а *советует* взять из языка наиболее пригодное в данном контексте (2). Эту мысль развивает и академик В. Г. Костомаров в монографии «Языковой вкус эпохи»: «Самые представления о правильности, выработанные в ходе практики общения, сознательно воспитываемые и детерминирующие любой претендующий на высокую культуру речевой акт и речь в целом, ставятся сегодня под сомнение, теряют свой категорический общеобязательный характер» (3).

Во время перестройки наиболее гибкой подсистемой литературного языка, мгновенно реагирующей на перемены в обществе, стала публицистика. В языке печати, радио и телевидения, иначе говоря медиа-текстах, новые явления, связанные с изменением литературного канона, актуализируются вследствие их широкого распростране-

ния. Вот почему медиа-тексты рассматриваются как плодотворный материал не только для изучения языковой и стилистической культуры наших современников, но и для анализа активных процессов в литературном языке, которые оказывают значительное воздействие на языковую норму.

Нет сомнений, что сегодня средства массовой информации выступают как очевидный источник изменений в русском языке, о чем свидетельствуют многие авторитетные ученые-лингвисты (Н. С. Валгина, Л. П. Крысин и др.). Но как относиться к этим изменениям? По всей видимости, при оценке тех или иных речевых фактов необходимо опираться на критерий коммуникативной целесообразности, что предполагает первоочередное внимание к условиям и задачам общения. А что касается оценок хорошо / плохо, то они содержат много субъективного и в данной ситуации, вероятно, не совсем уместны. Преимущество вышеназванного критерия подтверждается и тем обстоятельством, что в настоящее время «структурная правильность отступает на второй план, освобождая место признакам функциональным» (4). «С этой точки зрения актуальным становится оценка медиа-текста с позиций не только языковых норм, но и стилистических (или стилистических) и коммуникативных. Именно они в большей степени размывают рамки стиля и отражают те инновации, которые ориентированы в медиа-тексте на преодоление норм тоталитарной прессы и связаны с тенденцией авторизации дискурса материалов прессы» (5).

Изучение языка СМИ в нормативно-стилистическом аспекте показывает, как существенно отличаются друг от друга современные газетные тексты: в одном случае мы наблюдаем оригинальное творчество журналистов, стилистическую культуру и блестящее мастерство, а в другом – банальную небрежность и отсутствие языкового чутья. В данной работе мы поставили задачу проанализировать, помогает ли преднамеренное отступление от литературной нормы достичь желаемого эффекта или же, напротив, оборачивается досадной ошибкой, приводящей к коммуникативной неудаче.

Нарушение языковой нормы, будучи стилистическим приемом, акцентируется в контексте и по-

этому привлекает внимание читателя. По наблюдениям ученых, «подобная организация текста становится все более популярной» (6). Предметом нашего исследования преимущественно являются нарушения не только лексических, но и грамматических норм. Здесь мы рассмотрим примеры, которые можно считать показательными в том плане, что они демонстрируют особенности стилистической моды, оказывающей заметное влияние как на построение заголовка, так и отдельных частей всего текста.

Известно, что на рубеже столетий усилился процесс заимствования из нелитературных разновидностей национального языка. Так, для решения стилистических задач современные авторы используют не только просторечную лексику, но и просторечные грамматические формы. Например, заметка о предстоящем закрытии киностудии имени М. Горького получает заголовок *Кина не будет* («Комсомольская правда», далее – КП. 02.04.03). Учитывая содержание этого материала, можно предположить, что заголовок выполняет информативную и рекламную функции, так как задача автора – привлечь внимание читателя с помощью широко известного просторечного выражения, которое обычно употребляется иронически в обобщенном значении, – «ничего не состоится». Автор использует просторечное выражение как стилистический прием, цель которого – установить тесный контакт с читателями, чьи интересы, видимо, будут ущемлены. Подобного рода примеры встречаются и в других изданиях, в том числе и таких, которые никак нельзя обвинить в том, что они заигрывают с аудиторией или пропагандируют дурной вкус. Вот заголовок из «Новой газеты» (далее – НГ): *Для свободы слова «местов нет»*. Фонд защиты гласности не пускают в Пензу (НГ. 6.12.06).

Необходимо заметить, что в словарном запасе журналистов (и читательской аудитории тоже) большое место занимают прецедентные тексты (цитаты, афоризмы, крылатые слова и т. п.), среди которых немало ходячих выражений. Стилистически сниженные грамматические формы, входящие в их состав, свидетельствуют о том, что эти языковые единицы свойственны устной разговорной речи. Выразительный потенциал ходячих выражений обычно складывается не только из функционально-стилевой окраски: в ходе речевой практики возникают и эмоционально-оценочные коннотации, чаще всего отрицательные. Поскольку в настоящее время на язык СМИ оказывает большое влияние устная разговорная речь, ходячие выражения закономерно входят в число стилистических ресурсов современной публицистики. К примеру, рассказывая о том, что правительство начало борьбу с переизбытком студентов в стране, «Новая газета» делает резюме: *Напоступали тут!* (НГ. 15.07.04), и это выражение крайнего недовольства становится эмоциональным центром газетного материала. Но у автора была и еще одна важная задача: используя прием трансформации ходячего выражения *понаехали тут*, которое несколько

десятилетий назад часто употребляли москвичи по отношению к иногородним, журналист дает оценку недалековидным чиновникам, выступающим против того, чтобы высшее образование могли получить все желающие.

Следует отметить, что речевые клише советской эпохи по-прежнему востребованы журналистами, хотя с начала перестройки прошло уже более двадцати лет. Разберем другой пример: *Вас здесь не воевало! Шестилетие Второй чеченской. Пятый год не платят участникам боевых действий* (НГ. 8.08.05). Это заголовок, представляющий собой трансформацию известной реплики *Вас здесь не стояло*, отражающей косноязычие изустного слова. Фраза, выхваченная однажды А. А. Ахматовой из нескончаемой советской очереди, быстро стала прецедентной: это выражение употребляют по отношению к чиновникам, проявляющим равнодушие к людям. Надо сказать, что данная фраза не случайно тесно связана с определенными экстралингвистическими ситуациями: грубое нарушение норм грамматики часто служит своеобразным показателем бесцеремонного и даже циничного поведения чиновников-бюрократов. Собственно говоря, «Вас здесь не стояло» и «Вас здесь не воевало» – синонимичные выражения, которые не имеют стилистического различия: и то и другое обладает неодобрительной коннотацией, придающей контексту определенный стилистический фон, на котором и проявляется позиция автора материала.

Без преувеличения можно сказать, что среди модных слов и выражений, свойственных современной газетной практике, немало таких, которые с точки зрения литературной нормы оцениваются как стилистически сниженные, просторечные. И эта «неправильность» включает в себе потенциальные стилистические возможности.

Анализируя собранный материал, мы заметили экспансию притяжательного местоимения *ихний*, которое относится к собственно просторечным языковым единицам. Например, автор сатирических заметок «Люди, которые нас удивили» нередко обращается к местоимению *ихний* с целью создания юмористического эффекта: *Наши изобретатели сработали чудо-пилюлю: принял ее, выпил водочки грамм тридцать, и кайф, как от литра. Хорошо хоть сделали ее для Америки. А то что же это получается, ежели кайф у русского народа будет тот же, а водки столько не потребуются? Это же – прощай, рост российского бюджета, стабилизация рубля? Нет уж, пусть лучше ихняя экономика загибается* (КП. 3.03.05). На фоне книжных языковых единиц, таких как *стабилизация рубля, рост бюджета*, просторечная грамматическая форма становится своего рода маркером, благодаря которому создается и оценочность, и стилистический контраст между «высоким» и «низким», что придает тексту юмористическую тональность.

Благодаря дополнительным смысловым оттенкам, возникающим в процессе употребления, это местоимение может быть использовано и для выражения антитезы: *Чем больше мы пережи-*

вали за наших, тем больше не любили «ихних» (НГ. 6.03.09). Здесь речь идет о том, что российские болельщики поддерживают отечественных спортсменов, а зарубежных не любят, и эту нелюбовь выражает просторечная форма, приобретающая в контексте неодобрительную окраску.

Однако высокая частотность использования местоимения *ихний* не может не настораживать, поскольку в результате повсеместного употребления утрачиваются экспрессивные возможности ненормативной грамматической формы, которые и обуславливают возникновение различных стилистических эффектов. Более того, такая практика способна негативно повлиять на речевую манеру поведения самих читателей, ибо под воздействием авторитета печатного слова они начинают воспринимать отклонение от нормы как нечто вполне допустимое.

А теперь обратимся к просторечным языковым единицам, отличающимся грубым (или грубоватым) характером. Судя по нашему материалу, в газетной речи чрезвычайно популярно слово *бабки*, которое относится к жаргонно-просторечной лексике. Активное использование той или иной языковой единицы, как правило, обуславливает возникновение контекстов, противоположных по своему нормативно-стилистическому характеру, и поэтому, с одной стороны, мы видим стилистически мотивированное употребление нелитературной языковой единицы, а с другой – замечаем неуместное употребление этого же слова. Приведем пример каламбурного столкновения значений созвучных слов, одно из которых является нейтральным, а другое – стилистически сниженным, жаргонным: *Сберкнижки бабушек. А бабки-то где?* (НГ. 25.05.04).

Учитывая парадигматические отношения между литературными и нелитературными языковыми единицами, заголовок статьи можно построить и на основе стилистического эффекта неожиданности: *Пришли бабки поправить «Здоровье»* (НГ. 13.11.06). В восприятии данного контекста большую роль играет прагматическая presupпозиция: чаще всего поправлять здоровье идут пожилые люди. Но подзаголовок опровергает читательскую догадку. Оказывается, речь идет о деньгах: *Рост зарплат болезненно сказывается на лечебном процессе*. В результате возникает подтекст: обеспечивает ли национальный проект «Здоровье» качество медицинского обслуживания? По мнению журналиста, вероятно, нет, так как эффект неожиданности сопровождается иронией в заголовочном комплексе.

Но даже в таких качественных изданиях, как «Новая газета», которая отличается сдержанностью по отношению к нелитературной лексике, можно встретить и не совсем удачные примеры обращения к жаргонным языковым единицам, и это свидетельствует о том, что «издержки» стилистической моды (в частности, моды на огрубление речи) в большей или меньшей степени распространяются на все издания. Например: *Игрок политического тотализатора: Основные бабки я сделал на «Родине»* (НГ. 15.01.04). В современ-

ной экстралингвистической ситуации такое словоупотребление воспринимается чуть ли не как нормативное, и если бы не сильная позиция, которую занимает нелитературное слово, то, пожалуй, отклонение от нормы можно было бы признать обоснованным, поскольку задача автора – отразить особенности речевой манеры героя материала. Но в составе газетного заголовка, в силу его особого положения на газетной полосе, такое словоупотребление выглядит подчеркнуто грубым.

Надо сказать, что стремление журналистов разнообразить речь, сделать ее более живой и выразительной, порой дает обратный эффект. Так, комментируя повышение заработной платы учителей, журналист пишет: *Пусть у Марь Ивановны была зарплата 2000. Хилая прибавка сгорит в огне экономических преобразований <...> Средний возраст училок приблизительно 50 лет* (КП. 27.02.04). Форма выражения явно противоречит содержанию: судя по мнению автора, он сочувствует «Марь Ивановне» (это собственное имя уже стало нарицательным), но пренебрежительные коннотации другого, нарицательного, имени, которое выполняет функцию замещения, никак не соответствуют авторской позиции. Так называемые *училки* будут наверняка обижены, и читателей других профессий также может задеть оскорбительный тон журналиста по отношению к людям старшего возраста, да еще и женщинам. Вот уж, действительно, нельзя не согласиться с тем, что литературная норма выполняет воспитательную функцию, и поэтому отклонение от нее, во-первых, нарушает этику общения, во-вторых, приводит к коммуникативной неудаче, а в-третьих, способствует массовому распространению «языковых вольностей», которые негативно влияют на стилистику газетной речи в целом.

А теперь приведем пример противоположного характера, где отклонение от нормы обусловлено авторскими интенциями и ситуацией общения. В ответ на пресловутое заявление президента Латвии о том, что в Риге 9 Мая русские пьют водку и закусывают воблой, разложенной на газете, журналист говорит: *Получите воблу, госпожа президентша!* (КП. 12.02.05). Ненормативная грамматическая форма становится в один ряд с существительными, которые имеют стилистически сниженную, разговорную окраску: *инструкторша, секретарша, профессорша, генеральша* и т. п. Однако по сравнению с ними она обладает более выраженной неодобрительной оценкой, так как относится к сфере политической коммуникации, где условия общения сугубо официальные, и потому ответ у журналиста получился хлестким и вместе с тем ироническим.

Обращение к тому или иному стилистическому приему часто сопровождается нарушением литературного канона, потому что повышенная выразительность предполагает необычное использование слова или грамматических форм. Так, антонимия влечет за собой изменение грамматических свойств слова: в частности, собственные имена, употребленные в нарицательном значении, начинают изменяться по числам, а несклоняемые су-

ществительные – еще и по падежам: *Из Украины Кремль сделал свои выводы: полоть ющенок надо смолоту* (НГ. 28.07.05).

Приведем примеры и других контекстов, экспрессивность которых обусловлена окказиональным образованием и употреблением грамматических форм слова в заголовке: *Кто правее? Еще один неразрешимый вопрос российской интеллигенции: «правые силы», похоже, опять не смогли консолидироваться* (НГ. 18.07.05). В этом заголовке простая сравнительная степень образуется от прилагательного, которое в силу специфики своего значения, связанного с политическими взглядами, не допускает градуальных изменений. На наш взгляд, таким образом находит отражение имплицитная авторская оценка сложившейся ситуации.

Нарушение грамматической нормы влечет за собой появление эмоционально-экспрессивной окраски, что, собственно говоря, отвечает авторским намерениям, которые нередко заключаются в том, чтобы придать контексту ироническую тональность и тем самым выразить свою оценку. Например: *Кривой эфир. 5 лет назад наше ТВ было куда прямее. Прямо говорило то, что думало* (НГ. 12.07.04). Здесь мы видим трансформацию устойчивого словосочетания *прямой эфир*, значение которого в данном случае становится контекстуально обусловленным, и поэтому *прямой* и *кривой эфир* здесь противопоставлены друг другу как речевые антонимы.

Необычная для той или иной языковой единицы грамматическая форма обуславливает в контексте новые содержательно-эмоциональные эффекты. Например, наше внимание привлеч такой заголовок: *Новая и очень русская идея – вместе не идти на выборы* (НГ. 18.03.04). В этом контексте обнаруживается языковая игра на грамматическом уровне: относительное прилагательное используется как качественное, о чем свидетельствует его сочетаемость с наречием меры и степени. Весьма оригинальный переход прилагательного из одного разряда в другой вызван необычным для российского общества событием: *14 марта 2004 года мы все вместе не пошли на выборы*. Нарушение норм грамматики вызывает интерес к материалу и подчеркивает неординарность комментируемой ситуации.

Вообще, нарушение норм лексической сочетаемости с целью создания дополнительных смысловых и стилистических эффектов – распространенный прием привлечения внимания читателя. Но чтобы не перешагнуть границу, за которой нарушение нормы уже становится ошибкой, требуется языковое чутье и чувство меры. Однако эти качества присущи не многим авторам газетных материалов, в чем, кстати сказать, они сами и признаются: *Моя твою не понимает – рассудок мой изнемогает. Больше всего наш родной язык коверкают политики и журналисты* (КП. 2.03.06). А вот пример, иллюстрирующий это признание: *Пленных не Бейрут* (НГ. 17.07.06). Прочитав такой заголовок, можно только догадываться, о чем пойдет речь в материале. Конечно, искушенный в языковых играх читатель поймет, что речь идет

о том, что пленных не берут; именно это слово, созвучное топониму (Бейрут), более всего подходит к данному контексту. Подобные акробатические «этюды», на наш взгляд, неудачно реализуют рекламную функцию газетных заголовков, призванных, прежде всего, информировать читателя.

Распространение на газетной полосе заголовков, которые приходится расшифровывать в прямом смысле этого слова, приводит к парадоксу: журналисты стремятся установить контакт с читателем, но вместо тесного общения возникает непонимание. Более того, желание авторов чуть ли не к каждой ситуации подобрать «соответствующее» клише, будь то фразеологизм или же какая-либо цитата, оборачивается тем, что читатель лишается права получать информацию в привычной для него форме. Таким образом, «знакомый незнакомец» вызывает лишь недоумение. Например, какая связь между заголовком *Людей взяли в клещи* (НГ.04.09.06) и газетным материалом, главная мысль которого заключается в том, что в Сибири не хватает лекарств от клещевого энцефалита?

Приведем пример, где нарушение коммуникативных норм сопровождается нарушением норм языковых: *Неуспевающие студенты* (НГ. 13.12.06). Семантика данного заголовка отнюдь не соответствует содержанию материала, и поэтому название дезориентирует читателя, ибо неуспевающий значит отстающий, но автор имел в виду студентов, не успевающих перебежать дорогу. Ошибка вызвана неразличением грамматических омонимов – прилагательного и причастия.

Далее, нередко игра слов становится самоцелью, что не чем иным, как заигрыванием с читателем, назвать нельзя: *Скоро Масленица, блин!* (КП. 12.02.04). В таком контексте *блин* воспринимается как междометие, часто употребляемое в жаргонизированной разговорной речи, а не как полнозначное слово, связанное со старинным славянским праздником, во время которого пекут блины. Действительно, «в погоне за подписчиками пресса не задумывается, нужны ли обществу ее порой примитивные заигрывания с народом, в частности, газетные заголовки сниженной окраски с использованием ненормативной лексики, привлечением вулгаризмов, жаргонизмов» (7).

А теперь обратимся к другим примерам, где заголовок выполняет рекламную функцию не в ущерб информативной. Поиски новых, экспрессивных способов выражения содержания в концентрированной форме направлены как на привлечение внимания читателя, так и на преодоление автоматизма при восприятии заголовка. Колорит языковой игры создается благодаря тому, что автор придает слову иное, совершенно неожиданное значение. Кстати сказать, такой прием особенно популярен в «Новой газете»: *Дорожное покрытие. Те миллиарды, которые должны были бы улучшить наши дороги, попадут в карманы теоретиков безопасности движения* (НГ. 31.07.06).

В основе подобных игровых ситуаций лежит эффект психологической неожиданности: читатель воспринимает слово в одном значении, а журналист связывает его с совсем другим, мож-

но сказать, непредсказуемым смыслом. И когда этот смысл доходит до адресата, появляется радость открытия: вот оно что! Эффект неожиданности часто сопровождает каламбуры, природа которых всегда «противостоит» нормам языка. Заглавия, построенные на каламбурной основе, особенно привлекательны: *Отборные люди страны. Чиновникам предложено взять столько собственности, сколько они смогут отобрать* (НГ. 11.05.06).

Постоянные поиски свежих номинаций, присутствующие современному журналистскому творчеству, приводят к тому, что правила языка как бы подчиняются правилам игры: *Очко и втиратели* (НГ. 15.03.04). Изменение графического облика языковой единицы часто обусловлено игрой с «внутренней» формой слова: *Это ино-странная любовь* (КП. 18.01.03).

Однако увлечение графической игрой, где нарушаются нормы орфографии, вызывает тревогу, ибо так называемая орфографическая «ошибка» может закрепиться в сознании читательской аудитории. Учитывая тенденцию снижения грамотности в современном обществе, вряд ли стоит оценивать положительно заголовки с «ошибкой»: *Полный ФИННии. Сборная России проиграла финнам со счетом 4:0 и не смогла пробиться в финал олимпийского турнира* (КП. 26.02.06).

Итак, результаты нашего исследования показывают, что язык газеты приобретает принципиально иной облик вследствие преднамеренного отступления от литературной нормы. В поисках новых способов создания выразительности и оценочности авторы газетных текстов снимают ограничения в лексической сочетаемости, создают се-

мантические неологизмы, изменяют графический облик слова. Кроме того, в состав стилистических ресурсов активно включаются ненормативные грамматические формы. Все это, безусловно, можно отнести к движущим силам развития языка СМИ, но в этом невероятно бурном развитии равно проявляется как творческое начало, так и элементарное бескультурье. Норма СМИ постсоветского периода еще находится в стадии становления, но уже ясно, что ее главное свойство – целесообразность, определяемая контекстом, авторским замыслом и общей культурой речи, наряду с этикой общения. Нецелесообразность и нарушение этических границ есть отсутствие нормы.

Литература

1. Валгина Н. С. Активные процессы в русском языке. М., 2001. С. 3.
2. Панов М. В. Из наблюдений над стилем современной периодики // Язык современной публицистики. М., 1988. С. 27.
3. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. М., 1994. С. 25.
4. Караулов Ю. Н. О состоянии русского языка современности // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. М., 1991. С. 42.
5. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. СПб., 2002. С. 288–289.
6. Николаева А. В. Когда не все средства хороши // Русская речь. 2001. № 3. С. 47.
7. Михайкина С. Г. «Замутить про журавлей». О некоторых заголовках в печати // Русская речь. 2006. № 2. С. 126.

Г. М. НИЯЗОВА

ЭТНОЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ СТРАТЕГИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ В ПОЛИЭТНИЧНОМ РЕГИОНЕ

В сложных условиях тесного контактирования близкородственных и неблизкородственных народов Тюменской области встает вопрос: каким образом осуществлять в таком случае этноязыковую политику? Что брать в качестве образцов?

В настоящее время эти и другие проблемы стоят перед исследователями и практиками так же остро, как и в относительно недавнем прошлом, когда выдающийся тюрколог Д. Тумашева начала разрабатывать проблематику языкового наследия сибирских татар. Само понятие этнолингвоинформационных стратегий существует, на наш взгляд, на пересечении таких смысловых полей, как «личность» – «язык» – «культура» – «социум».

Особую важность эти стратегии обретают в ситуации усиления миграционных процессов в современном мире и в связи с необходимостью выработки социально-гуманитарных механизмов адаптации прибывающего населения. В це-

лом рассеивание и смешение народов обусловлено нарастанием глобализационных процессов, т. е. экономическим, культурным, языковым объединением людей. Огромную роль здесь играют различные информационные средства: Интернет, телевидение, печатные средства массовой информации, а также достаточная легкость использования современных транспортных коммуникаций.

Анализ информационной сущности процессов, происходящих в современном обществе, показывает, насколько глубоко все элементы нашего информационного пространства наделены этнической функцией (1). При таком подходе каждый элемент информации является таковым