

УДК070(043.3)+808.26(043.3)+82.08(043.3)

Ивченков В.И.

ЯЗЫК СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ

Ивченков В. И. Язык средств массовой информации: тенденции и закономерности развития

В статье рассматриваются проблемы формирования «нового» стиля и дается характеристика тенденциям развития языка современных средств массовой информации. В основу научного осмысления данного феномена положен дискурсивный анализ, послуживший базой становления лингвистики публицистического текста, преподающейся в качестве учебной дисциплины на факультете журналистики Белорусского государственного университета.

Ключевые слова: журналист, язык средств массовой информации, дискурсивный анализ, лингвистика публицистического текста, новостийные тексты

Ивченков В.І. Мова засобів масової інформації: тенденції та закономірності розвитку

У статті розглянуто проблеми формування “нового” стилю та подано характеристику тенденцій розвитку мови сучасних засобів масової інформації.

Ключові слова: журналіст, мова засобів масової інформації, дискурс-аналіз, лінгвістика публіцистичного тексту

Ivchenkov V.I. Media Language: Tendencies and Laws Governing Development

The article deals with the problems of “new style” formation and characterizes the tendencies of modern media language development. Scientific comprehension of this phenomenon is based on a discourse analyses used as the foundation for the creation of publicistic text linguistics that is taught as a subject on the faculty of journalism of Belarusian State University.

Key words: journalist, media language, discourse analyses, publicistic text linguistics, news texts

Постановка проблемы. Дихотомическое единство парадигматики и синтагматики языка СМИ явно выражается в тесном взаимодействии лексем, применение которых базируется на законах текстовой организации, определяется парадигматическими возможностями ее и семантической необходимостью в конкретной речевой ситуации. Раньше, когда генерализировалось понятие дихотомии языка и речи, в контексте других важных компонентов не учитывалось одно - «событийность» вербального знака. В русле дискурсивного анализа любое слово рассматривается как референция, обращенная к «жизненному пространству» в отражении вещного мира. Наглядно это отражается в интра- и экстралингвистической организации новостийных текстов.

Новостийные тексты в качестве самостоятельного предмета исследования стали изучаться в конце 70-х годов минувшего столетия. Это было связано с возникновением теории когнитивной обработки дискурса и возросшим интересом к исследованию проблем производства, содержания и организации текстов новостей в средствах массовой информации. Определяющим в этом отношении явился анализ эмпирического материала, извлеченного из разных международных источников, освещавших убийство в сентябре 1982 г. избранного на пост президента Ливана Б. Жмайеля. Т.А. ван Дейк изучил более 700 тематически унифицированных информации из 250 газет, которые выходили в 100 странах, и сделал их количественный и качественный анализ. Таким образом была описана тематическая и схематическая структура новостей в аспекте универсального производства их

Текстовая организация, производство новостей имеют специфический, социально обусловленный характер, что объясняется совокупностью свойств речемыслительной деятельности (логосферы) моно- или полиэтнического общества. Это, на первый взгляд, сдерживает стремление найти универсальность текстов-новостей, но, с другой стороны, структура и содержательно-тематическая направленность их произвольные. Как утверждает ван Дейк, «с одной стороны, они (тексты-новости. - В.И.) являются результатом сформированной в определенных условиях социальной и профессиональной деятельности практики журналистской деятельности, а с другой стороны - они являются важным условием для успешной когнитивной обработки текстов и журналистами, и читателями» [1, с.230]. Дискурсивный анализ новостей имеет целью изучение текстовой организации в двух аспектах.

Тексты-новости изучаются в **социально ориентированном** аспекте (макросоциологический контекст, микросоциологический анализ журналистской деятельности, оценка социальных и культурологических характеристик средств массовой информации) и **структурном**. Суть последнего генерализуется в дефиниции Клода Брэмона: «Структура - это совокупность устойчивых отношений, в которые вступают друг с другом и с целым произведением отдельные его части» [2, с.239].

Исходя из практики русской и отечественной лингвистики имеем элементарно-системное рассмотрение текста как целостной единицы, которая привлекает внимание специалистов по семиотике, стилистике, лингвистике текста и др. На объединении этих, двух аспектов настаивают многие ученые, в первую очередь сторонники дискурсного анализа СМИ.

Изучению текстов-новостей сопутствует, макро- и, микросоциологический анализ газетных сообщений. Такие комментарии необходимы в силу существования социальных и особенно идеологических факторов, которые рецептируют появление тех или иных текстов, объясняют их экстралингвистическую окраску фактически показывают, каким образом действуют «меры принуждения» в системе реального производства материалов СМИ. В результате трансляция новостей-текстов на массовую аудиторию приобретает коммуникативно заданную проекцию на «конструирование, действительности». Рамки социальных, институциональных, корпоративных интересов определяют; то, каким «видят мир» журналисты, а отсюда очевидны и задачи журналиста в воспроизведении событий в новостных текстах.

Фоновые знания интралингвистики в своей совокупности в таком случае создают панорамное проектирование информации на реципиента, направляют его, культивируют нужные ценности.

В недавней советской прессе, в советском типе речевого общения высокочастотными были имплицитные тексты-индексы, которые «оперативно» сообщали о международных визитах, подписании соглашений, плановых совещаниях, торжественных отчетах и др. Это принуждало потребителя информации кодифицировать системность, планомерность общественного, экономического и политического уклада жизни. Тексты-новости не несли сугубо лингвистической информации, а выступали в качестве коммуникативных индексов (в другой терминологии - фреймов (Минский), ментальных моделей (Джонсон-Лерд), сценариев (Шенк и Абельсон), моделей ситуаций (ван Дейк)), влияющих на перцептивное сознание.

Коммуникативный индекс, таким образом, закладывался не на интралингвистическом уровне, а на экстралингвистическом.

Журналистский текст в разножанровом проявлении определяется специфической структурированностью парадигмы, которая более произвольная, чем в художественном тексте, что зависит, в первую очередь, от его малой формы. Этим обстоятельством мотивируется и когерентность текста, его членение и выявление семантической целостности. Сочетаемость языковых единиц определяется значительной апеллированностью к парадигматическому уровню, т.к. большинство публицистических жанров (особенно информационных) не терпят окказиональности, броской индивидуальной образности. Актуализируется апробированная синтагматика. Очень часто она достигает устойчивости и легко восстанавливается журналистом (отсюда появление так называемых газетных метафор, газетизмов). Публицистическая сочетаемость приобретает универсальный характер, она показывает на общие, типичные свойства: административно-командная (*система*), правящая (*элита*), финансовая (*олигархия*), жертвы (*терроризма*), ведомственные (*интересы*) и др. Подобного типа синтагмы могут служить хорошим карьерным арсеналом любого чиновника. Служебно-официальная среда и - вслед за этим - официальная хроника заполнена синтагматически устойчивыми оборотами, что влечет за собой преобладание в официальном общении особого чиновничье-бюрократического стиля.

Такого рода словосочетания подают панорамную картину той речевой действительности, которая господствовала на протяжении XX столетия: эксплицитная, невыраженность, энтропичность, завуалированность, двусмысленность вербального знака благоприятствовали внедрению в речевую практику логически неправомερных синтагм.

Тезаурус журналиста синтагматически обусловлен, выйти из поля его действия - непростая задача для творческой личности. Однако если это и удастся, то и тут необходимо соблюдение соразмерности и последовательной соотнесенности синтагматически обусловленного публицистическим стилем компонента и произвольного словоупотребления. Журналист как создатель профессионального текста очень зависим от кодифицированных в синтагматике выражений, которые «проложили» себе семантический путь и «зафиксировали» его частотным употреблением. В этом наглядно просматривается речевой вкус эпохи, т.к. именно публицистическая, речь, предзнаменует новые явления в языке, возникновение новых или реализацию генетически природных закономерностей развития речи.

Особым свойством современной публицистической речи является эволюционирование субстантивных форм, особенно отглагольных существительных, которые семантически компактны и. аспектно коммуникативны. Однако доминирование их ведет или уже является показателем кризиса творческого процесса (литературного, в частности публицистического). За этим следует еще одно речевое обстоятельство - активизация аналитических (агглютинативных) средств русского языка (предлогов и предложных конструкций).

Высокочастотное употребление отглагольных существительных в языке прессы - свидетельство особенностей развития языка XX века. Именно им принадлежит роль сдерживающего фактора в

восприятию журналистского текста. Замечаем тенденцию к появлению нового журналистского письма, основанного на постмодернистской манере мировосприятия.

Лингвистическая организация текста наглядно выражена в морфологической стратификации его составляющих, которые презентуют специфику протекания журналистского процесса в синхронном срезе, доминирование одной из них - явный показатель зарождающихся тенденций не только в публицистической речи, но и в языке целом. Иногда в асистемном проявлении речевого факта угадывается складывающаяся закономерность в развитии языка. Сдерживающим фактором такого феноменального явления может стать языковая кодификация, аккумулирующаяся в речевой культуре журналиста.

Речевая культура журналиста больше всего подвержена речемыслительному осмыслению ее обществом, поскольку публицистическая речь еще не потеряла статус эталонной, возведенной в силу реализации воздействующей функции на массовую аудиторию в канон. К слову журналиста прислушиваются, на него реагируют, потому что на информационном пространстве оно приобретает особую значимость.

Ответственность за слово влечет за собой поиск оптимальной речевой модели. Общепринято считать, что речь - главное средство управления людьми; она же - основа формирования личности. Важно научить журналиста быть ответственным за слово. Вернее сказать, сформировать это качество у каждого журналиста путем воспитания со студенческой скамьи чувства силы слова. Сегодня языковая подготовка журналистов сопрягается (или должна сопрягаться) с риторическим образованием, которое призвано воспитать не только языковой вкус, но и воплотить в жизнь на примере журналистских текстов, к сожалению, забытый в современном обществе риторический идеал речевого общения - диалогический (субъект-субъектный) по содержанию и по форме, онтологический (истинностный), гармонизирующий. Выработанный еще Сократом и Платоном, он стал достоянием европейской традиции, в том числе и восточнославянской. В противовес ему поставлен софистический (или американизированный) тип общения, наиболее распространенный в СМИ: монологический по содержанию, скорее монологический, чем диалогический по форме, агональный, релятивистский.

Наполнение профессиональной подготовки журналистов риторической составляющей (не только в пределах учебной дисциплины - риторики) позволит изменить речевой образ современника, т.к. именно публицистический текст в силу своей коммуникативной предназначенности, массовости и распространенности самым непосредственным образом воздействует на читателя/слушателя/зрителя, отражает перемены в жизни общества и в сознании человека. Характеристика онтологических черт публицистического текста составляет генетический фундамент лингвистического направления, где субъектом вербального поля становится журналист, а продукт его профессиональных усилий - текст - определяет проблематику научного поиска в узнании в публицистическом тексте значительного большего - дискурса как презентанта когнитивного хранилища устройства мира.

Публицистический текст предназначен для отражения речевой действительности в сфере политико-идеологических общественных отношений. Основной семантико-конструктивный принцип его построения - сочетание экспрессии и стандарта; это обуславливается ценностной ориентацией переданной информации. Важным средством в формировании ее являются экстралингвистические факторы, которые определяют специфику публицистической речи вообще. Наглядным примером этого можем считать публицистическую речь периодов советского господства, перестройки и современности.

Политическая ситуация, экономические преобразования перестроечного и нынешнего времени радикальным образом поменяли язык и стиль средств массовой информации. Если в перестроечные времена язык СМИ характеризовался подвижностью, вызванной экстралингвистическими факторами, то сегодня можем говорить о формировании «нового» публицистического стиля, в основу которого положен «фрагмент» действительности в неразрывной связи с теми событиями, которые его порождают и культивируются в сознании потребителя информации. Исходя из специфики проявления внеязыкового начала в публицистическом тексте, необходимо отличать компоненты экстралингвистического состава публицистического текста. Текст может создаваться журналистом ситуативно, в социально обусловленной ситуации, культуроспецифической в своем преломлении, на сознание общества и исторически изменчивой.

Выводы. СМИ все больше превращаются в важный компонент политического процесса. Политизированный массовый публицистический текст расширяет поле социальной разобщенности, коллективной агрессии. Тиражируя эмоциональные стимулы, политизированные СМИ провоцируют общество на разделение «своих и «чужих», эксплуатируют традиционное доверие к печатному слову.

Тиражирование публицистического текста проявляется в могущественной силе влияния на массовую аудиторию, что иногда может перерасти в манипуляцию общественным сознанием (информационная атака принуждает реципиента думать, жить стереотипами). Оперативность определяет специфику функционирования языка СМИ, отличает его от художественного и др. условиями организации

и производства. Публицистический текст в силу регулярности и периодичности (серийности) выхода формирует информационное повеление.

Оформлением коммуникативного поведения могут служить регулярного распространения концепты, которые внедряются через идеологию и культивируются в сознании общества через информационные каналы. Они могут иметь полярное размещение по оценочной шкале – $i +$. «Приучивание» и «привыкание» к ним потребителей информации обеспечивается высокой частотностью употребления. Иногда они конституализируются и становятся выразителями эпохи. Внеязыковая структурированность СМИ в аспекте серийности является онтологической чертой публицистического текста, т.к. диктует преемственность, последовательность, системность и фактологическую пропорциональность его реализации. В то же время наблюдаем парадоксальную ситуацию, когда СМИ попадают в поле своего влияния и стихийно подчиняются ими же выстроенным коммуникативным поведением.

Источники и литература

1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова: под ред. В.И. Герасимова; Вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. - М.: Прогресс, 1989. - С.230.
2. Бремон К. Структурное изучение повествовательных текстов после В.Проппа // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. - М: Прогресс, 2000.С.239

Поступила в редакцию 13.07.2007 г.

УДК 81'27

Коновалова Е.А.

РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ В ИНФОРМАЦИОННО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЯХ

Коновалова Е.А. Речевой этикет в информационно-развлекательных изданиях

В статье представлена специфика функционирования единиц речевого этикета на страницах прессы.

Ключевые слова: формулы речевого этикета, контактоустанавливающая, регулирующая функции

Коновалова О. А. Мовленнєвий етикет у інформаційно-розважальних виданнях

У статті представлена специфіка функціонування одиниць мовного етикету на сторінках преси.

Ключові слова: формули мовного етикету, контактоустановлююча, регулююча, функції

Konovvalova E.A. Speech etiquette in the information entertaining editions

The specific of functioning of speech etiquette units is represented with press in the article.

Key words: the formula of speech etiquette, making contacts, regulating functions

Постановка проблемы. Проблема функционирования языковых единиц в процессе речевого общения является одной из сложных и интересных в современном русском языке. Современные исследования направлены на изучение семантики языковых единиц и проявляют интерес к теории коммуникации. Проводится изучение не только языка и речи, но и языкового поведения человека, языковой личности и проблем ее формирования. В центре внимания оказывается комплексное изучение языковых средств, используемых в определенных коммуникативных ситуациях; с учетом национально-культурных факторов. Такое внимание можно объяснить тем, что, по мнению некоторых исследователей, «существует глубокое и постоянное взаимодействие между языком и действительностью, между «миром языка» и окружающим нас миром» [2, с.32].

Актуальность. В этой связи изучение речевого этикета представляет большой интерес для лингвистических исследований, так как является одним из показателей межличностных отношений. Речевой этикет является одним из важных элементов культуры и неотъемлемой частью общей системы этикетного поведения человека в обществе. Проблематика, связанная с пониманием речевого этикета, активно разрабатывается Н.И. Формановской, А.А. Акишиной, В.Е. Гольдиным, И.А. Стерниным, Л.Е. Беляевой, М.А. Егоровой, С.В. Неверовым, В. Цуриковой и другими.

В широком смысле слова речевой этикет характеризует практически любой успешный акт коммуникации. Поэтому речевой этикет связан с так называемыми постулатами речевого общения, которые делают возможным и успешным взаимодействие участников коммуникации. Это постулаты, сформулированные Г. П. Прайсом (1975), которые выводятся из лежащего в основе всякого общения принципа кооперации. К постулатам речевого общения относятся:¹ постулаты качества (сообщение не должно быть ложным или не имеющим под собой должных оснований), количества (сообщение не