

Международная лингвистическая экспедиция для школьников «Русский язык – мой друг» **«Как вас понимать?» Язык современных российских СМИ.**

**Лекция А.Г. Жуковой, к.филол.н., доц., зав. кафедрой русской словесности и межкультурной коммуникации Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина.**

Роль СМИ<sup>1</sup> (печатных и интернет-изданий, радио и телевидения) в современном мире огромна, их воздействие на общество, на все его сферы колоссально и многоаспектно. Какие функции выполняют СМИ в обществе? В чем они заключаются? Почему СМИ называют «четвертой властью»?

Обычно выделяют следующие функции масс-медиа:

- информативная (оперативное информирование общества об актуальных событиях, проблемах);
- воздействующая /регулятивная (формирование общественного мнения о различных общественно значимых вопросах, влияние на взгляды и убеждения людей, на их сознание и поведение; создание и изменение картины мира);
- аналитическая (обсуждение общественно значимых проблем, поиск различных вариантов их решения);
- культурно-просветительская /образовательная (распространение знаний о действительности, культуре, обществе и различных его стратах, разных обществах и культурах, разных сферах жизни, все это дополняет непосредственный жизненный опыт людей); очень многое из того, что нам известно об обществе и окружающем мире, мы узнаем из масс-медиа.
- развлекательная (организация досуга, релаксация).

Какие из этих функций кажутся вам наиболее важными? Какие из этих функций, на ваш взгляд, доминируют в современных СМИ?

Один из известных теоретиков масс-медиа Никлас Луман отмечал, что общество система масс-медиа сама выбирает предмет своего внимания, определяя информационную ценность тех или иных тем. То, чего нет в СМИ, как бы не существует вовсе. Таким образом, масс-медиа конструируют свою собственную реальность, формируют ценностные ориентиры масс.

Кроме того, масс-медиа оказывают огромное влияние на национальный язык: именно здесь проходят тестирование различные языковые новации. Известный отечественный лингвист, специалист по языку масс-медиа Г.Я. Солганик пишет: «Обладая огромной аудиторией, многообразными средствами информирования и воздействия, язык СМИ выдвигается в центр национального языка. Именно массовость аудитории как главный отличительный признак позволяет объединить в одном понятии «язык СМИ» телевизионную, радиоречь, язык газет и журналов, которые, естественно, имеют стилевую специфику, но обладают и некоторыми общими языковыми особенностями. Эти общие

---

<sup>1</sup> Термины СМИ (средства массовой информации) и масс-медиа мы будем употреблять как синонимы.

черты (массовость, общедоступность, актуальность и др.) и определяют особую роль СМИ в обществе, а также в формировании стилистических норм, вкусов, предпочтений».

К важнейшим стилистическим характеристикам масс-медиа принадлежат практически неограниченная тематика, массовый удаленный рассредоточенный адресат, неравноправная, односторонняя коммуникация при помощи технических средств, а также установка на удержание контакта со зрителем / слушателем / читателем.

Академик В.Г Костомаров пишет, что главная черта масс-медиа – это их установка на реализацию призыва «Оставайтесь с нами!». Масс-медиа заинтересованы в постоянной аудитории и активно работают на формирование у человека своего рода зависимости от данного СМИ.

На реализацию призыва «Оставайтесь с нами!» работают:

- принцип чередования экспрессии и стандарта,
- имитация неформального общения,
- создание впечатления обратной связи,
- эмоциональные «ловушки» и т.д.

Примером эмоциональной «ловушки» может являться анонс публикации одного из интернет-СМИ, который выглядит следующим образом: «Что Орбакайте сделала с маленькой дочкой в присутствии собственной матери». Указанный анонс как бы обещает адресату новые неприглядные подробности из семейной жизни звезд. Однако текст публикации оказывается совершенно безобидным:

*Дочь Кристины Орбакайте стала католичкой*

*Девятимесячная дочка Кристины Орбакайте и Михаила Земцова стала католичкой: родители крестили Клавдию в католическую веру.*

*Отец певицы, Миколас Орбакас, взял на себя все заботы по организации крещения внучки. Крещение прошло в понедельник в Храме Святого Людовика Французского.*

*На крещении маленькой Клавдии присутствовала Алла Пугачева с супругом Максимом Галкиным, дедушка Миколас Орбакас с женой Мариной и сыном Фабианом, а также самые близкие друзья семьи.*

Как видим, эмоциональные «ловушки» часто связаны с использованием эффекта обманутого ожидания. Это эффект используется в российских СМИ очень активно.

Приведем примеры:

1. Заголовок публикации: «Домодедово получило право на недосмотр». Слово «недосмотр» носителем языка интерпретируется двояко: «отсутствие досмотра пассажиров» и «недобросовестное исполнение обязанностей (по обеспечению безопасности пассажиров)».

Текст публикации: *Аэропорт Домодедово в суде доказал, что не обязан досматривать всех посетителей аэровокзального комплекса, как того потребовал*

президент России Дмитрий Медведев после теракта 24 января. Это указание до сих пор не отменено и строго выполняется. Впрочем, решение суда вряд ли приведет к отмене тотальных досмотров.

## 2. Заголовок публикации: «У москвичей отбирают загранпаспорта».

Текст публикации: *Федеральная служба судебных приставов (ФССП) запретила выезжать за границу более чем шести тысячам москвичей. Теперь они не смогут уехать отдыхать на майские праздники, пока не рассчитаются со своими задолженностями и не получат отобранные загранпаспорта<sup>2</sup>.*

В.З. Демьянков пишет: «Подозрительность и ожидание пакостей заставляют читателя предвкушать следующую в его жизни неприятность: мы сейчас потеряем то, за что так давно боролись. Однако затем, прочитав основной текст, большинство вздыхает с облегчением: «Слава Богу, это не обо мне!».

Исследователь также отмечает, что расхождение между заголовком и основным текстом воспринимается российским читателем гораздо более лояльно, чем, например, немецким, для которого подобное может стать основанием для судебного иска. Для российского читателя это, скорее, своего рода игра, разгадывание ребуса.

Язык всех разновидностей масс-медиа объединяется общим принципом, обеспечивающим устойчивую связь с массовой аудиторией. Этот принцип, названный В.Г. Костомаровым принципом чередования экспрессии и стандарта, проявляется в постоянном стремлении масс-медиа «смешивать важное и забавное, постоянно воздействовать на разум и чувства» и отражается в речевом строе из текстов: блочный синтаксис, сочетание книжных и разговорных средств, клишированных конструкций и всего спектра средств речевой выразительности. Приведем пример стандартного текста прогноза погоды, в который введены элементы экспрессии (выделены красным).

В Москве объявлен **"оранжевый" уровень погодной опасности**. **На столицу надвигается мощный средиземноморский циклон**. Вечером во вторник на город **обрушится** метель. В городе **может выпасть 60% месячной нормы осадков**. **«На дорогах снежные заносы, метели с ухудшением видимости. Порывы ветра будут достигать 15 м/с, а температура рухнет до минус 3-5 градусов. Атмосферное давление будет резко понижаться**. Соответственно, **самочувствие у метеозависимых людей будет неважное»**, — **рассказал в эфире программы "Вести-Москва" ведущий специалист Центра погоды ФОБОС Евгений Тишковец**.

Но уже в среду погода **смилоствится** над горожанами. **Осадки пойдут на убыль**, и в Москву **придет оттепель**. По ночам еще **сохранятся легкие заморозки**, но днем в городе ожидается **уверенный плюс**. Правда, **солнышками** пока **не увидим**. **Неприятная погода будет досаждать нам** еще некоторое время: на смену мокрому снегу придет дождь.

А вот как будет выглядеть текст, из которого убраны все экспрессивные элементы.

В Москве **объявлено штормовое предупреждение**. **На столицу надвигается мощный средиземноморский циклон**. Вечером во вторник **в городе начнется сильная**

---

<sup>2</sup> Оба примера принадлежат В.З. Демьянкову

метель. В городе **может выпасть 60% месячной нормы осадков**. **"На дорогах снежные заносы, метели с ухудшением видимости. Порывы ветра будут достигать 15 м/с, а температура упадет до минус 3-5 градусов. Атмосферное давление будет резко понижаться**. Соответственно, **метеозависимые люди будут испытывать недомогание"**, — **рассказал в эфире программы "Вести-Москва"** ведущий специалист Центра погоды ФОБОС Евгений Тишковец.

Но уже в среду погода начнет улучшаться. **Осадки пойдут на убыль**, и в Москву **придет оттепель**. По ночам еще **сохранятся легкие заморозки**, но днем в городе ожидается **устойчивая плюсовая температура**. Правда, **солнца пока не ожидается**. **Некомфортная погода продержится еще некоторое время: на смену мокрому снегу придет дождь**.

Обучать пониманию текста масс-медиа, мы, безусловно, начинаем со стандарта. Постепенно, по мере освоения стандарта, мы можем вводить экспрессивные элементы. Начиная с уровня В2 полезно использовать упражнения на преобразование текста: замену экспрессивных элементов стандартными. На уровне С1 становится возможным использование «обратной замены» - введение в текст экспрессивных элементов.

В преподавании РКИ важно учитывать разделение заголовков масс-медиа на два типа по степени отражения содержания текста: полноинформативные и неполноинформативные. Первые являются кратким выражением содержания текста, вторые дают лишь некоторое представление о нем. Меньшая информативность неполноинформативных заголовков создает простор для использования автором разных выразительных приемов, а также для активизации прогностической деятельности читателя: ср. заголовки двух материалов на одну и ту же тему: *Японский премьер в Москве надеется продвинуться в решении вопроса о спорных территориях и Острова преткновения*.

Полноинформативные заголовки, чаще всего представляющие собой двусоставные распространенные предложения, наиболее часто используются в материалах информационных агентств. Работа с заголовками такого типа в иноязычной аудитории очень плодотворна в плане проверки понимания текста (понимание как способность резюмировать прочитанное). Понятно, что подобная работа начинается на более ранних уровнях.

Неполноинформативные заголовки часто являются игровыми. Языковая игра в заголовках такого типа строится на основе разных языковых средств – переосмыслении значений лексем и устойчивых сочетаний, использовании созвучий, аллюзий и прецедентов. Работа с такими заголовками в группах продвинутых уровней разнообразна. Это и использование приема антиципации (предугадывание содержания текста по заголовку), и итоговая интерпретация смысла заголовка по результатам аналитического чтения текста.

Сравним полноинформативный заголовок *Скандал с мельдонием угрожает участию россиян в Олимпиаде* и неполноинформативный игровой заголовок *Промельдонили*. Интерпретация второго заголовка, выраженного окказионализмом *промельдонили*, требует, помимо интерпретации грамматической структуры (неопределенно-личное предложение), вычленения корневого элемента, реконструкции словообразовательной модели, вычленения отрицательного оценочного компонента. Отметим, что интерпретация словообразовательной модели здесь может быть двойкой, в зависимости от того, чье поведение в статье оценивается отрицательно: а) российских спортивных властей и общественности, ср.: «профукали, проглядели, проморгали»; б) международных антидопинговых служб, ср.: «прокатили». Одним из вариантов задания здесь может быть выбор правильной интерпретации заглавия исходя из содержания текста.

Более простой пример: полноинформативный заголовок «Ангела Меркель поддержала введение дополнительных санкций против России» и неполноинформативный игровой заголовок «Федеральный санкцлер» (санк(ц)ии + кан(ц)лер). Второй заголовок очень хорошо подходит для использования приема антиципации. Полноинформативный заголовок в данном случае может служить подсказкой при возникновении затруднений.

Очень часто заголовки основываются на использовании, в том числе в трансформированном виде различного рода прецедентных феноменов, интерпретация которых требует не просто владения какой-либо единицы, но и знание социально-культурного контекста, ее окружающего.

Так, например, правильная интерпретация заголовка статьи «Кузькина мода» требует не только опознавания фразеологической единицы «показать кузькину мать», но и знания факта известного выступления Н.С. Хрущева с трибуны ООН, в котором он, стуча башмаком по столу, пообещал показать кузькину мать странам Запада. Носитель языка, читая текст публикации, посвященной продажам футболок с надписями типа «Санкции? Не смешите мои “Искандеры”», довольно легко интерпретирует смысл заголовка: «Продажа футболок с изображением президента бьёт рекорды (хоть президент от этого и не в восторге). Акция "Модный ответ — санкциям нет!" набирает обороты... Корреспондент "Огонька" разобрался, кто и во что "одевает" национал-патриотические настроения масс». Он также легко распознает иронический смысл заголовка. Иностранному учащемуся все это нужно объяснять.

Многие проявления языковой игры связаны с использованием игрового потенциала заимствований. Приведем примеры:

Заголовок: Фас-фуд

Текст: Каждый третий ребенок в нашей стране страдает избыточным весом. А все потому, что дети мало двигаются и неправильно питаются, бьют тревогу медики. И чтобы остановить в будущем рост числа заболеваний, вызванных ожирением, депутаты предлагают уже сегодня запретить в детских теле- и радиопрограммах рекламу фаст-фуда.

Фаст-фуд (быстрая еда) трансформирована в фас-фуд (элемент *фас* означает команду «нападай», которую обычно отдают собаке). Ключевым словом для интерпретации смысла заголовка здесь является глагол *запретить*.

Заголовок: Таблеток.net

Текст: В России снова собираются закрыть все интернет-аптеки.

Элемент интернет-языка с указанием доменной зоны оказывается созвучен русскому словосочетанию «таблеток нет», одновременно указывая на тематику публикации – закрытие интернет-аптек.

Подобная работа на уровне C1 и выше позволяет развивать языковое чутье и лингвокультурную компетенцию учащихся, облегчая им в дальнейшем самостоятельную интерпретацию медиатекстов.