

УДК 811.161.1:070

**Специфика языка современных медиатекстов
(на материале издания «Зеркало недели»)**

Регушевская И.А.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского,
г. Симферополь, Украина*

В статье анализируются специфические особенности текстов масс-медиа на современном этапе.

Ключевые слова: *текст, масс-медиа, социум, автор, читатель.*

Актуальность. Система социальных ценностей вырабатывается на протяжении тысячелетий и становится носителем социального, культурного наследования, культурно-этнического или культурно-национального наследования. Масс-медиа стали трансляторами культурных достижений и, бесспорно, активно влияют на принятие либо отрицание обществом тех или иных ценностей культуры.

Поскольку индивид является членом общества, он не может избежать взаимодействия с информационным пространством данного социума – воспринимает, перерабатывает и реагирует на действительность соответственно картине мира, сформированной под влиянием медиавоздействия. Тексты СМИ приоритетны и вследствие того, что выполняют функцию ориентации индивида в окружающей среде, выступают источником значимой информации о природной и социальной реальности.

Постановка проблемы. Язык газеты, как наиболее массового представителя журналистики, подвергается существенной трансформации. Сегодня нельзя изучать язык, не изучая текст. А текст, который становится объемным, трехмерным, нельзя изучать традиционно – методы изучения текста должны стать иными. Тем более это характерно для такого сложного социально-коммуникативного явления, как журналистский текст, текст массовой коммуникации (средство отражения реальной действительности с определенных социальных позиций) [1]. Именно печатный медиатекст (связное произведение, предназначенное для публикации, отобранное и скомпонованное в номере газеты) является своеобразным культурным «срезом» общества. *Цель статьи* – проанализировать специфические особенности текстов масс-медиа на современном этапе.

Парадигма отличительных черт дискурса медиа достаточно обширна. В конкретный исторический период на первый план выдвигаются одни характерные особенности рассматриваемой функциональной разновидности языка, в то время как другие остаются в тени. Так, современные исследователи акцентируют следующие черты, характерные для языка современных СМИ [2, с. 20]: «американизация» языка СМИ, следование речевой моде, сознательный отход от литературно-языковой нормы и т.п.

Но ведущими чертами языка СМИ, по мнению Н.И. Клушиной [6], стали интертекстуальность, ирония, языковая игра, что свидетельствует в целом о возросшей экспрессивности медиатекстов, в котором реализуется установка современного автора-публициста на творчество, а не стереотип. Рассмотрим каждое из явлений в конкретных ситуациях реализации.

Интертекстуальность

Использование журналистами «вкраплений» из чужих текстов в собственные произведения стало ведущей чертой современной публицистики. Наше понимание рассматриваемой черты современной публицистики полностью согласуется с определением межтекстовых связей, данным А.И. Горшковым: «Межтекстовые связи – это содержащиеся в том или ином конкретном тексте выраженные с помощью определенных словесных приемов отсылки к другому конкретному тексту (или к другим конкретным текстам)» [3]. Мы, вслед за Н. Клушиной, остановимся на термине «интертекстуальность» как на более энергичном и емком.

Интертекстуальность стала наиболее популярной в послеперестроечной журналистике. Ученые сразу обратили внимание на этот яркий способ выражения экспрессии. Некоторые исследователи увидели в описываемом явлении развитие старого приема трансформации цитат: «Структурно или семантически преобразуя известное устойчивое речение, добавляя к нему новые смысловые, стилистические или экспрессивные оттенки, автор соотносит его прямое и «обновленное» значение, побуждая тем самым читателя к активной мыслительной деятельности. Ассоциативные нити, возникающие при этом у читателя, связывают преобразованную цитату с ее общеизвестным источником и создают яркий экспрессивно-стилистический эффект» [10]. Другие исследователи расценили это явление как новый публицистический прием раскавыченного использования цитатных выражений, который «можно отнести к безусловным находкам современного языка публицистики» [9, с. 33]. В текстах современных СМИ используются такие приемы интертекстуальности, как аллюзия, реминисценция, намек, перифраз, цитата и др.

Интертекстуальность как стилиобразующая черта создает вертикальный контекст, усложняющий речевое произведение журналиста: «Порождая двуплановость или многоплановость, «включенный текст» служит целям языковой игры разного рода: способствует поэтизации текста, создает поэтический намек, подтекст, рождает загадку, создает ироническое, саркастическое, гротескное, трагическое или иное звучание. Способствует иерархизации смысла, «выделению смысловой доминанты» (Н. Кожина), придает бытовой фразе смысл иносказания – политического, поэтического, философского или какого-либо иного, иногда просто рождает неприятную шутку» [4].

Интертекстуальность успешна, если фоновые знания адресата пересекаются с фоновыми знаниями адресанта. Тогда и возникает эффект «узнавания» закодированного смысла. В противном случае происходит коммуникативная неудача. Иными словами, цитированные тексты должны быть прецедентными [5], хорошо известными широкой аудитории, так как язык массовой коммуникации ориентирован на массовое сознание.

Рассмотрим реализацию интертекстуальности в медиатекстах.

Перехопивши правицю, вони замість двосічного меча вклалиї односічну шаблю «світової революції», «чтобы в мире без Росий и Латвий жить единым человечым общежитьем» (Комментарий: В. Маяковский «Товарищу Нетте, человеку и

пароходу»); «І, з огляду на хохляцьку звичку *«пересидіти за тином»*, ця перспектива не здається такою вже й фантастичною. Чи ми й досі, як заведено, списуватимемо свої негаразди на турків, татар, ляхів, жидів, а тепер, зрозуміло ж, на клятих москалів?» [«Дзеркало тижня. Україна» №31, 02 вересня 2011]; *Госакты на землю: бесплатный сыр только в мышеловке* [«Зеркало недели» №1, 15 января 2010]; *Обещанного три года ждут. Что обещают предпринимателям будущие президенты?* [«Зеркало недели» №3, 30 января 2010] (Комментарий: отсылка к пословицам и поговоркам); *Європі болить Іспанія* [«Дзеркало тижня. Україна» №21, 10 червня 2011] (Комментарий: отсылка к фразе В. Литвина «Мені болить Україна»); *Кого зіпсувало земельне питання?* [«Дзеркало тижня. Україна» №21, 10 червня 2011] (Комментарий: отсылка к фразе героя романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита» Воланда); *Когда Святослав Вакарчук сложил мандат народного депутата, многие расценили этот шаг как «сдачу без боя»* [«Зеркало недели» №30, 21 августа 2010] (Комментарий: отсылка к тексту песни украинской рок-группы «Океан Эльзы» – «Я не здамся без бою». Элемент иронии); *О чем ревет и стонет Днепр широкий* [«Зеркало недели» №31, 28 августа 2010] (Комментарий: отсылка к тексту стихотворения Т. Шевченко «Причинна»); *Все умрут, а я останусь?* [«Зеркало недели» №32, 04 сентября 2010] (Комментарий: отсылка к названию фильма В. Гай Германики (Россия, 2008 г.); «Вот-вторых, французский президент позиционирует себя политиком, для которого, как говорят американцы, *Christmasis Christmas, butbusinessis business*. Иными словами — сначала бизнес, остальное потом. В этом плане визит Януковича во Францию правильнее было бы назвать командировкой: минимум протокольных «красивостей», максимум дела» [«Зеркало недели» №37, 09 октября 2010] (Комментарий: отсылка к поговоркам (амер.); *С чего начинается Родина?* [«Зеркало недели» №38, 16 октября 2010] (Комментарий: отсылка к стихам М. Матусовского («Щит и меч», СССР, 1968 г.); *Герои нашего времени* [«Зеркало недели» №39, 23 октября 2010] (Комментарий: отсылка к названию романа М. Лермонтова «Герой нашего времени»); *«Графиня изменившимся лицом...»* [«Зеркало недели» №40, 30 октября 2010] (Комментарий: отсылка к тексту романа Л. Толстого «Война и мир»); *Итоги кампании: что день вчерашний нам готовит?* [«Зеркало недели» №40, 30 октября 2010] (Комментарий: отсылка к либретто оперы по роману в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин» (Что день грядущий мне готовит»); *Как казаки Киев сдавали* [«Зеркало недели» №41, 06 ноября 2010] (Комментарий: отсылка к заглавию мультипликационных фильмов «Как казаки...» студии Киевнаучфильм (СССР, 1970); *Мавр сделал свое дело, мавр может уходить* [«Зеркало недели» №41, 06 ноября 2010] (Комментарий: отсылка к тексту пьесы И. Ф. Шиллера «Заговор Фиеско в Генуе»).

Итак, интертекстуальность как прием привлечения читательского внимания активно использовалась авторами «ЗН». В качестве привлекающего внимание читательской аудитории приема приводится цитирование пословиц и поговорок (*молодим скрізь у нас дорога, не спроможний з'їсти вагон яблук, то хоч понадкушує, пересидіти за тином*), литературных произведений (*«чтобы в мире без России и Латвии жить единым человеческим общежитьем»*, *«итоги кампании: что день вчерашний нам готовит»*, *«графиня изменившимся лицом...»*), кинематографа и песен (*«как казаки Киев сдавали»*, *«Назад, в будущее»*, *«Все умрут, а я останусь?»*, *«сдача без боя»*).

Языковая игра

Языковая игра заняла ведущее положение в публицистическом подстиле. Она высвобождает огромные экспрессивные возможности, заложенные в языке, и именно

поэтому ее так охотно используют СМИ. Цель языковой игры – привлечение внимания слушающего с помощью языковой шутки, юмора, остроты. Как и интертекстуальность, языковая игра рассчитана на фоновые знания адресата. В противном случае автора подстерегает коммуникативная неудача [7].

Например: *Пропавшие с вестью* [«Зеркало недели» №40, 30 октября 2010] (Комментарий: игра слов – «пропавшие без вести»); *Сигнал по флоту: «Газы!»* [«Дзеркало тижня. Україна» №38, 21 жовтня 2011] (Комментарий: заголовок с элементами игры слов («Газы!» - в значении российского газа), содержание раскрывается в следующей цитате: «*То рік ішлося про договірно-правове оформлення україно-російського кордону, насамперед про делімітацію Керченської протоки. Тепер у Києвізнову, як і навесні 2010-го, вирішили пов'язати питання Чорноморського флоту з ціною на газ: наші співрозмовники вважають, що угода про модернізацію ЧФ РФ — один із елементів обговорюваного Києвом та Москвою великого пакета домовленостей, які передбачають зниження ціни на газ для України. Принаймні, звертають увагу наші джерела, саме після зустрічі Віктора Януковича з Дмитром Медведевим у Донецьку було оголошено рішення про візит в Україну глави російського оборонного відомства Анатолія Сердюкова*».

Поэтому наш обеспокоенный украинец чешет сегодня затылок и упорно думает, где же поставит запятую в предложении: «Объединиться нельзя разойтись». Одному — на западе Украины — кажется, что достаточно избавиться от беспокойного Донбасса, и дела в стране наладятся. Другой же — на востоке — убежден, что достаточно «исправить ошибку Сталина» и избавиться от Галичины, как Украина заживет спокойно и счастливо; И уже в 21.00 «разогретая» толпа по всему залу вовсю скандирует: СКОР-ПІ-ОНС!!!; Ирэна Карпа ведет свою текстовую (да и не только текстовую) канву таким смело-ортодоксальным образом, чтобы безальтернативно доминировать в номинации секс-герл украинской прозы; Как когда-то в Северодонецке мечтали о «ПіСУАРі», так и теперь в Галичине нередко можно услышать: «Чтобы выжить, надо разойтись» [«Зеркало недели» №42, 13 ноября 2010]).

Ирония

Ирония также стала ведущей чертой языка современных СМИ. Если ранее она была ограничена рамками сатирических жанров (например, памфлет или фельетон), то теперь именно ирония «размыла» жанровые барьеры публицистической речи [8].

Причины этому находятся в экстралингвистической действительности: «Отмена цензуры, идеологических табу, строгих стилевых установок привели к раскрепощению традиционно-нормированного газетного языка. И многие процессы, происходящие в этот период в обществе и отражаемые языком прессы, можно объяснить как реакцию на газетный язык недавнего прошлого, как отрицание его, отталкивание от него» [9, с. 50].

Ирония – это переносное значение, основанное на полярности семантики, на контрасте, при котором исключается возможность буквального понимания сказанного. Но в современной публицистике ирония проявляется не только с помощью определенных стилистических приемов (тропы, перифразы, антонимичные лексемы и т.п.). Всепоглощающая ирония пронизывает весь текст в современной публицистической речи, формируя его двуплановость. Ирония как бы узаконивает двойственность, параллельность смыслов, а значит, и двуплановость восприятия. Первый план может быть рассчитан и на неискушенных людей, которые понимают речевое сообщение

однозначно. И только второй план восприятия представляет собой собственно иронию. Двойственная природа иронии выражается и в различных ее текстовых функциях. Во-первых, иронический контекст создается с целью шутильной, когда читатель приглашается к совместной стилистической (и смысловой) игре. И, во-вторых, ирония скрывает за собой социальную оценку даже при кажущейся объективированной подаче факта. При этом мы можем наблюдать в современных средствах массовой информации всю шкалу социальных оценок, от резко неодобрительной до весьма одобрительной, выраженной с помощью иронии [6].

Например: *«Ми мусимо вчитися бути демократами, послідовно до цьогойти. Мусимо старатися. Це нелегка проблема, бо де кому здається, що народ можна виховати, тільки маючи диктатора. Часом мріємо про такого собі ідеального диктатора, який людей провадить, а за п'ятдесят років скаже: ну, досить, ви вже виростили, виховані, досить диктату, будемо жити інакше»* [«Дзеркало тижня. Україна» №20, 03 червня 2011]; *Суд є. Суддінемає* [«Дзеркало тижня. Україна» №20, 03 червня 2011]; *День журналіста: Іванющенко подав до суду на журналістів* [06 червня 2011]; *Новогодняя виручка шокировала торговцев — их клиенты привыкают жить хуже; Тоталитарные секты могут запретить* [«Зеркало недели» №1, 15 января 2010]; *Украина: из морской державы в «страну у моря»? [«Зеркало недели» №2, 23 января 2010]; «Изнасилование с особым цинизмом украинской Фемиды вследствие принятия Законов «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины по недопущению злоупотреблений правом на обжалование» и «О судоустройстве и статусе судей» не вызывает у автора ни особого сожаления, ни искреннего сочувствия. Хоть режь, не могу себя убедить, что персональный президентский судебный гарем радикально хуже юридического борделя. Поскольку верю, что Справедливость (на латыни — Justitia), как барышню по определению порядочную, независимую и гонимую, одинаково сложно встретить как среди проституток, так и среди наложниц (пусть простят мне такое сравнение те порядочные судьи, которые еще чудом сохранились в системе)»* [«Зеркало недели» №32, 04 сентября 2010]; *«С каждым новым годом свободной и независимой Украины ее система образования становилась все более несвободной и зависимой. Стоит какой-либо стране обрести внешнюю независимость, как внутри нее для отдельных людей и социально-культурных институтов свободы и независимости становится ощутимо меньше»* [«Зеркало недели» №37, 09 октября 2010]; *«Летючі хохланці»* [«Зеркало недели» №38, 16 октября 2010]; *«Закалившаяся еще в конце 90-х эта «Криворожсталь» — предприятие прибыльное. Без пяти минут «империя», как утверждают знатоки, может гордиться «миллионом, миллионом, миллионом алых роз» — финансового оборота в год. И это не предел»; «Студия Квартал 95» — это своеобразная «Криворожсталь», только шоубизнесовая. Большое производственное предприятие, специализирующееся на изготовлении и распространении разных пародий и хохм»* [«Зеркало недели» №40, 30 октября 2010]; *«Желание родителей «одипломить чад», готовность ректоров и деканов своеобразно порадеть «чадолюбиво», стремление каждого политика обзавестись собственным медиа привели не только к повышению расценок на некоторые оказываемые услуги. Но и к обесцениванию самого понятия «журналистика»* [«Зеркало недели» №40, 30 октября 2010]; *«Планета понемногу отходит от очередного финансового кризиса. Постепенно банки возвращают вкладчикам долгожданные вклады, предлагают кредиты. Но обыватель не спешит вновь доверить нажитое непосильным трудом этим финансовым учреждениям. Предпочтение от-*

дается дедовским методом: прячь в банку, в тайник... Банки — то ли финансовые, то ли керамические, стеклянные и металлические. В языковом плане они не родня, но ведь часто случалось, что именно в емкости из перечисленных материалов упаковывали наличность, прежде чем доверить ее заветному месту» [«Зеркало недели» №43, 20 ноября 2010].

Оценивание действительности сквозь призму иронии включает в себя весь спектр средств образности: в контекстах есть метафоры, эвфемизмы, интертекстуальность, игра слов – в совокупности все это формирует авторское отношение к сказанному. Ядро феномена иронии формирует авторская «задумка» и, собственно, его отношение к объекту мысли.

Выводы. Влияние медиатекстов на экономику, политику, культурные, национальные, морально-нравственные традиции заставляет исследователей изучать язык средств массовой информации в единении с внешней средой – обществом, что требует нового интегрированного подхода и раскрывает новые границы понимания проблемы исследования языка.

Список литературы

1. Богуславская В.В. Особенности моделирования текста средств массовой коммуникации и информации [Электронный ресурс] / В.В. Богуславская. – Режим доступа: http://www.ipages.ru/index.php?ref_item_id=5450&ref_dl=1
2. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // СМИ как объект междисциплинарного исследования: [учеб. пособие] / отв. ред. М. Н. Володина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С. 14 – 31.
3. Горшков А.И. Русская стилистика / А.И. Горшков. – М., 2001. – С. 72.
4. Земская Е.А. Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет / Е.А. Земская // Поэтика. Стилистика. – Язык и культура. – С. 167.
5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М., 1987. – С. 220.
6. Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля [Электронный ресурс] / Н.И. Клушина. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_03
7. Клушина Н.И. Этические границы языковой игры / Н.И. Клушина // Журналистика и культура русской речи. – 2002. – № 2. – С. 104.
8. Коньков В. И. Язык СМИ : современное состояние и тенденции развития / Коньков В. И., Потсар А. Н., Сметанина С. И. // Современ.рус. речь: состояние и функционирование. – СПб, 2004. – С. 151.
9. Солганик Г.Я. Без кавычек: Об одном новом явлении в языке газеты // Журналистика и культура русской речи. – Вып. 4. – М., 1997. – С. 33, 50.
10. Шалимова Г.С. Форма новая – проблемы старые. (Об одной модели газетного заглавия) // Журналистика и культура русской речи. – Вып. 1. – М., 1996. – С. 81.

Регушевська І.А. Специфіка мови сучасних медіатекстів (на матеріалі видання «Дзеркало тижня») // Ученіє запискі Таврічеського національного університета ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2012. – Т.25 (64). – № 1. Частина 2. – С. 156-162.

У статті проаналізовано специфічні риси медіатекстів на сучасному етапі.

Ключові слова: *текст, мас-медіа, соціум, автор, читач.*

Regushevskaya I. Specificity of the language of contemporary media texts (based on the edition of "Zerkalo Nedeli") // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 1. Part 2. – P. 156-162.

This article analyzes the specific features of media texts on the modern stage.

Key words: *text, media, society, the author, the reader.*

Поступила в редакцію 07.03.2012 г.