

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА СМИ

Статья посвящена проблеме использования языка средств массовой информации с целью совершенствования культуры речи студентов. Для этого речь СМИ должна быть образцовой, полностью соответствующей кодифицированным нормам. Однако в речи СМИ существуют определенные отклонения от нормы, которые ограничивают возможности использования её в качестве дидактического средства. На эти отклонения и обращено внимание в настоящей статье.

Ключевые слова: совершенствование речи, средства массовой информации, кодифицированная норма, речевая культура.

SOME SPECIAL OF LANGUAGE RESOURCES TO THE MASS MEDIA

The article is devoted to the problems of use the style of speaking of mass media to the formation of the speech culture of students. In order to reach it speaking of mass media must be correct and correlative of codification of the norms. But nowadays the speech of our presenters has the forms not traditional for the Russian language. Mass media must teach the Russian and foreign students the laws of Russian phonetic and grammatical system, then they may be used as didactic means. So here we shall find information about these not traditional forms of speech.

Key words: formation of the speech culture, mass media, codification of norm.

Современные средства массовой информации являются двигателем развития современного русского языка, законодателем в области изменения языковых норм, образцом культуры речи для всех носителей русского языка. Это позволяет предъявить к языку СМИ самые высокие требования. При соответствии речи СМИ кодифицированным нормам устные и письменные тексты СМИ могут быть использованы в качестве живого, мобильного средства совершенствования культуры речи как русских школьников и студентов, так и иностранных студентов всех специальностей. Средства массовой информации не отличаются консерватизмом, живо реагируют на все изменения и новации в речи, поскольку, как известно, все изменения в системе языка происходят только через речь.

Язык СМИ всегда вызывал острый интерес лингвистов (В. Г. Костомаров, Н. И. Кузнецова, М. В. Панов, Л. И. Плотникова, Р. Н. Попов, И. А. Стернин, М. А. Ягубова). При этом в большей

степени анализу подвергались тексты письменных СМИ и в меньшей – устных. Стилисты отмечают, что журналисты «не всегда способны оценить уместность используемых средств в определённой ситуации общения, теряют чувство такта, меры, ответственности» [Ягубова 2001: 101].

В последние годы речь СМИ несколько очистилась от сквернословия, вульгаризмов и просторечий, однако идеальной эту речь не назовёшь. Отметим, что особенно нетребовательны в выборе языковых средств молодежные СМИ, которые до сих пор являются источником засорения языка, и пока это так, речь молодежи также будет засорена. Так, молодёжные журналы изобилуют сленговыми словами, неправомерными сокращениями, некорректными фактами словообразования, отражающими дурной «языковой вкус эпохи» [Костомаров 1999: 1]. Ознакомление с языком молодежных СМИ позволило сделать некоторые выводы о том, как возникают новые слова в языке наших дней. Правда, современные молодежные СМИ представляют процесс пополнения словарного состава современного русского языка несколько в искаженном виде, поскольку, стремясь к популярности у тинэйджеров, часто литературный стиль подчиняют молодежному, а то и подростковому сленгу. Тем не менее, основные тенденции пополнения словарного состава языка находят в них отражение [Плотникова 2000].

Наши скромные выводы сделаны на основе анализа языка некоторых популярных в молодежной среде СМИ: журналы «Молоток», «Лиза», «BRAVO», «COOL», телепередачи, рассчитанные в основном на молодежную аудиторию, типа «Большая стирка», «Короткое замыкание», газеты «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Житьё-бытьё» и др. По нашим наблюдениям, наиболее активно используется морфологическое словообразование, а продуктивным способом остается суффиксация.

При образовании существительных наиболее продуктивен суффикс *-ик*. Семантический конденсат, представляющий собой имя нарицательное, может быть образован с сокращением, усечением производящей основы и наложением финали основы и производящего форманта: *мультипликационный фильм* – [(мульти-ипликационн-) + *-ик*-] + -□ = *мультик*, а также *мотик*, *телик*, *фотик*, которые получены с помощью суффикса *-ик*, присоединяемого к заимствованной сложной основе, с усечением интерфикса и второй корневой основы: [(мот-оцикл-) + *-ик*-

] + -□, [(тел-евизор-) + -ик-] + -□.

Иной путь представляет собой производство слова *динамитчик*, свидетельствующее, что активными, продуктивными остаются суффиксы *-чик*, *-щик*. Образованные с их помощью существительные мотивированы существительными же, их семантика вполне складывается из семантики производящей основы и суффикса, правда, с наложением обязательной идиоматичности.

Обнаружены нами также образования с помощью суффикса *-ка*: *виртуалка*, *понтовка*, *занималка*, представляющие собой семантические конденсаты.

Подобно словам *телик*, *фотик* образовано слово *фотка*, на примере которого можно наблюдать последовательное стяжение материальной оболочки: *фотографическая карточка* – *фотография* – *фотка*, что подтверждает тезис о действии принципа «экономии» в речи [Поливанов 1968: 82-84]. Однако вместо суффикса *-ик* использован суффикс *-ка* для существительного женского рода. Наблюдали мы также сокращения с нулевой суффиксацией: *фанатичный поклонник* – *фанат* – *фан*, *фен*; *человек* – *чел*; *преподаватель* – *преп*, *препад*; *университет* – *универ*, *компьютер* – *компи*, *татуировка* – *тату*.

Часто молодежными СМИ привлекаются не только разговорные, но и просторечные средства, заимствованные из жаргонов, арго, сленга: *верн-як*, *отходн-як*, *наивн-як*; *завар-ух-а*, *пресс-ух-а*, *непр-ух-а*, *черн-ух-а*.

Из неморфологических способов словообразования наиболее заметен лексико-семантический, на основе метонимического переноса: *тусовка*. Переосмыслению довольно часто подвергаются глаголы, и эти слова – почти обязательный элемент в тексте СМИ: *просёк* – ‘узнал, понял’; *рулят* – ‘командуют, руководят’; *врубает* – ‘включает’; *кидать*, *кинуть*, *подставить*, *наколоть* – ‘обмануть, предать’; *наглухо* – ‘очень’ и под.

Встречаются в текстах СМИ грубо просторечные образования, на грани вульгаризмов: *чувак*, *впарить*, *обстебал*, *фигня*, *долбанет*, *друганы*.

Сферу молодежной публицистики полностью завоевали заимствования из других языков, прежде всего – из английского в его американском варианте: *чад*, *бойз-бэнд*, *бой-френд*, *гёл-френд*, *интерфейс*, *драйв*, *рафтинг*, *шоу-бизнес*, *креатив*, *VIP-менеджер*, *про-*

грессив-хауз, прессинг, продюсер, менеджер, хот-дог, кастинг, гамбургер и др. Небольшая часть заимствований поступает из других языков: *аругулы, кунг-фу, равиоли*. Много в СМИ употребляется расчлененных наименований, часто мало приемлемых для стиля публицистики и усвоения носителями языка: *отпадная телка, поповдвигательный дискач, психодинамические рубашки*.

Таким образом, по инициативе молодежных СМИ на голову подростка сваливаются образования, неприемлемые в строго литературной речи даже на разговорном уровне, литературный стиль подменяется тинейджерским сленгом. Между тем «правильность – один из главных критериев хорошей официальной, публичной речи» [Ягубова 2001: 91]. Юное поколение, а вместе с ним и обучающиеся в России иностранные студенты, увлекшись видимой новизной и экспрессивностью явления, воспринимают весь словесный мусор как норму, как естественные новации в русском языке, в результате речь подрастающего поколения и иностранного студента формируется искаженно, не прививается вкус к красивой и грамотной речи. СМИ подражают подростку, а не подросток СМИ, развивается языковой инфантилизм, засорение речи сохраняется до зрелого возраста. Одобренное СМИ, воспринимается рядовым носителем языка как норма, как рекомендация.

С этим явлением сталкиваются и школьный учитель, и преподаватель вуза, призванный формировать культуру речи, вырабатывать языковое чутьё, прививать вкус к красивой и грамотной речи. Задача на фоне СМИ становится почти невыполнимой. Однако школьный учитель пытается вместе с детьми разобраться в потоке неподвижной и неприемлемой речи и подобрать по возможности соответствующий литературной норме эквивалент или, по крайней мере, – достаточно приемлемый вариант, вынужден учить критичному отношению к языку СМИ, прибегать к рефлексии обучаемого. Преподаватель вуза, работающий с иностранными студентами, вынужден строго особенно строго отбирать материал молодёжных СМИ, предназначенный для обучения публицистическому стилю.

В устных СМИ обращает на себя внимание искажение интонационного рисунка русской фразы. Особенно страдает интонация вопросительного предложения с вопросительным словом (ИК-2) [Брызгунова 1985: 91]. Постцентровая часть этой интонации в русской произносительной традиции произносится с заметным понижением тона. В СМИ

мы часто слышим повышение тона в подражание английской интонации. В повествовательном предложении постцентровая часть часто произносится не просто с понижением тона, но ещё и невнятно, так что конечное слово остаётся непонятым, особенно если это неизвестная слушателям фамилия или новое слово. Неприемлемой представляется нам скороговорка или нечёткая дикция.

Мы не будем подробнее рассматривать вопрос о русской интонационной системе. Только приведём одну цитату, одно высказывание Н. И. Кузнецовой: «С огромным сожалением приходится констатировать, что... в официальной речи и даже в электронных средствах массовой информации исчезает свойственный русской речи тип интонационного ее оформления – мелодичный, без резких тональных переходов, спокойный темп речи, четкое интонационное выделение наиболее значимых частей высказывания без интонационного дробления словосочетаний на отдельные слова. Именно эти черты интонационного оформления устной речи наряду с соблюдением фонетических и акцентологических норм всегда отличали и должны отличать элитарный тип речевой культуры, и именно к этому должны стремиться и носители других типов речевых культур при улучшении и совершенствовании своих речевых навыков» [Кузнецова 2001: 56]. Что в полной мере, на наш взгляд, касается российских СМИ.

Таким образом, СМИ, стремясь вложить максимум информации в минимальный отрезок речи, прибегают к ненормативному словообразованию и другим средствам языка, не всегда соответствующим кодифицированным нормам языка, что снижает общий уровень речевой культуры населения, принимающего речь СМИ в качестве образца для подражания, заставляет учителя настороженно относиться к этому источнику фактов языка в процессе обучения.

Литература

1. Брызгунова Е. А. Звуки и интонация русской речи. – М.: Русский язык, 1985.
2. Кузнецова Н.И. Орфоэпическая правильность речи // Хорошая речь / под ред. М.А. Кормилициной и О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 50-56.
3. Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. – М., 1998.

4. Плотникова Л.И. Новое слово: порождение, функционирование, узуализация. – Белгород, 2000.
5. Поливанов Е.Д. Статьи по общему языкознанию. – М.: Наука, 1968.
6. Попов Р.Н. Новые слова на газетной полосе // Русский язык в школе. - 1993. – № 1.
7. Попов Р.Н. Новые слова и словосочетания в языке современной прессы // Русский язык в школе. – 1996. – № 1.
8. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века. – Воронеж, 2003.
9. Ягубова М.А. Речь в средствах массовой информации // Хорошая речь / под ред. М.А. Кормилицыной и О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 84-103.

Н.М. Ильенко (г. Белгород, Россия)

ВЛИЯНИЕ ИНТОНАЦИОННОЙ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ РЕЧИ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕЛОДИКИ РЕЧИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Статья посвящается проблеме влияния речи СМИ на формирование интонационной правильности речи младших школьников. В настоящее время в речь радио- и телеведущих проникает интонация, заимствованная у носителей английского языка, которая нарушает связь синтаксиса и интонации. СМИ оказывают сильное влияние на язык и сознание подрастающего поколения. Для противопоставления искаженной речи СМИ необходимо вести целенаправленное обучение младших школьников законам русской интонации. В качестве основных средств эффективно использовать стихотворный текст и музыкальные средства.

Ключевые слова: речь СМИ, интонация, мелодика, пауза, синтаксис, стихотворная строка, музыкальные средства.

The article is devoted to the problems of the influence of the style of speaking of mass media to the formation of the intonation expressiveness in the junior schoolchildren's speech. Nowadays the speech of our presenters has the intonation which is not traditional for Russian language. It is borrowed from English and it breaks the connection of syntax and intonation. Mass media influences on the style of speaking and the consciousness of our future generation. You must teach the junior pupils the laws of Russian intonation. It is necessary to contrast the correct speech with the violent style of speaking of the mass media. It is efficiently to use for this purpose the poems and musical means.