

УДК 81
ББК81.2Р
А-98

Ашева Аминат Аслановна, аспирантка кафедры русского языка фило-логического факультета Адыгейского государственного университета, e-mail: alla.asheva@mail.ru

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ И ОБЩАЯ МЕДИЙНАЯ РЕЧЕВАЯ ПРАКТИКА
(рецензирована)

Asheva Aminat Aslanovna, post graduate of the Department of the Russian Language of the Faculty of Philology, Adygh State University, e-mail: alla.asheva @ mail.ru

INDIVIDUAL STYLE AND GENERAL MEDIA SPEECH PRACTICE
(reviewed)

The article is devoted to the category of individual style, which is directly connected with a common media speech practice. Active processes in the language of the media of the beginning of XXI century reflecting the interaction of two opposing trends - democratization and intellectualization are described. It's been noted that these trends have specific features due to both the type of periodicals and the author's individuality of journalistic text.

Keywords: *author, democratization, individual style, intellectualization, speech practice, language media.*

Статья посвящена категории индивидуального стиля, который непосредственно связан с общей медийной речевой практикой. Описываются активные процессы в языке СМИ начала XXI века, отражающие взаимодействие двух противоположных тенденций – к демократизации и интеллектуализации. Отмечается, что данные тенденции имеют специфические особенности, обусловленные как типом периодического издания, так и индивидуальностью автора публицистического текста.

Ключевые слова: *автор, демократизация, индивидуальный стиль, интеллектуализация, речевая практика, язык СМИ.*

По наблюдениям многих исследователей, постсоветская публицистика начала XXI века характеризуется гетерогенной речевой практикой, которая отражает стилевую дифференциацию между периодическими изданиями, рассчитанными на разную аудиторию. «Современная российская медиакоммуникация не является однородной, - пишет Н.И. Клушина. – Сегодня она представлена тремя основными типами дискурсов: информационным, публицистическим и развлекательным, различающимися интенциональностью, коммуникативными стратегиями и тактиками порождения текстов, а также перлокутивным эффектом, направленным на адресата» [1, с. 36].

Значительные изменения в дискурсе СМИ, произошедшие одновременно с возросшим влиянием категорий автора и читателя, нашли отражение, прежде всего, в стилистике разных периодических изданий – качественных и бульварных газетах, которые ориентированы на «своего» адресата, то есть на целевую аудиторию. «В речевой деятельности российской прессы углубляются стилевые различия между традиционными и совершенно новыми для российских СМИ изданиями. <...> Глобальный взгляд на язык СМИ выявляет две стилевые разновидности - это газеты, традиционно опирающиеся на книжно-письменную речь, и газеты, основой которой выступает устно-разговорная речь» [2, с. 256].

Разные по своей стилевой концепции издания также отличаются друг от друга не только речевым поведением авторов, но и отношением к читательской аудитории и ее информационным потребностям: в качественной прессе – серьезное осмысление общественно значимых фактов, событий, явлений, иначе говоря, аналитика, требующая от читателя, с которым устанавливаются официальные отношения, мыслительной активности, в бульварной – преобладают слухи и специфические темы частной жизни, интересные «легкому» читателю.

На фоне произошедшей стилевой дифференциации становятся особенно заметными, по словам В.И. Конькова, образцы русской речи высокого качества. «Зритель, слушатель, читатель может познакомиться с речевыми личностями, которые воплощают в себе лучшие традиции

русской речевой культуры <...>. В условиях, когда окружающая нас речевая среда стала более агрессивной, когда она оказалась отягощенной большим количеством ненужного речевого материала, когда речь массовой информации все чаще связывают с манипулятивными намерениями, особенно важно обратить внимание на образцы речевой продукции, продолжающие традиции русской речевой культуры» [3, с. 67].

Образцы русской речевой культуры, о которых говорит известный исследователь и которые обнаруживаются именно в качественных газетах, как правило, тесно связаны с индивидуальностью речи, или индивидуальным стилем (применительно к СМИ более целесообразно говорить об индивидуальном стиле). Если газетный язык советского времени независимо от типа периодического издания – районного или центрального – отличался унифицированностью и усредненностью, то в постсоветский период повысилась значимость индивидуального стиля, так как язык газеты отказался от ориентации на «старые» стилистические нормы, которые обуславливали безличность и безадресность. «Многие особенности языка современных качественных газет объясняются отталкиванием от языка газет застойного периода. Выбор слова определяется не традицией, не оглядкой на идеологически выдержанные формулы, клише, а исключительно требованиями темы, движения мысли и т.д. <...> Современный период выдвинул новый стилиеобразующий центр, перемещающийся в сторону языковой личности журналиста» [4, с. 31].

Новым стилиеобразующим центром становится и позиция автора, концепция которой принадлежит Л.Г. Кайде, которая исходит из принципиальных различий между художественной речью и публицистической. «Позиция автора – это подчеркнуто личностное и творческое начало. Общество предъявляет публицисту особые требования.<...> Он должен, обязан быть личностью» [5, с. 24-25]. В этом научном контексте и формулируется позиция автора, представленная как центр эстетической и лингвистической системы публицистического текста, его основополагающая категория. Ее признаком является социально-оценочное отношение к фактам, явлениям, событиям.

Анализ концепций Г.Я. Солганика и Л.Г. Кайды показывает, что оба исследователя подчеркивают стилистическую значимость авторского «я» в продуцировании публицистической речи – речи личностной, документальной, ибо в публицистике важен сам автор как личность, и поэтому внимания исследователей, действительно, заслуживают примеры авторского своеобразия, индивидуальности, тем более если они выступают в качестве эталона речевой культуры.

В речевой практике СМИ индивидуальный стиль соотносится с традицией, с действующими в тот или иной период общественного развития нормами литературного языка и публицистической речи. С одной стороны, заметной составляющей речевого поведения автора, реализующего свой творческий потенциал в той функциональной разновидности, которая предполагает проявление личностного начала, являются индивидуально-речевые особенности, благодаря чему индивидуальная речь выделяется среди всего массива текстов, образующих дискурс СМИ. С другой стороны, «субъект речи в своей речевой деятельности прежде всего реализует соответствующую стилиеобразующую концепцию... Автор стремится строить свою деятельность в соответствии с требованиями стиля» [6, с. 16].

Действительно, каков бы ни был уровень личностного начала автора, в его речи, несомненно, находят отражение как основные черты публицистического стиля, так и общие особенности медийной речевой практики. Язык массовой коммуникации образует особый вид функционально-стилевых единств, обусловленный спецификой речепотребления в сфере массовой коммуникации. В этой связи следует сказать о том, что функционально-стилевая целостность языка СМИ во многом определяется воздействующей функцией, которая объединяет все тексты массовой информации независимо от их тематической и жанровой направленности в единый массив. Но в то же время язык СМИ характеризуется достаточной степенью функционально-стилевой разнородности. Именно эта двойственность – конструктивное единство и функционально-стилистическое разнообразие – и составляет важнейшую особенность языка средств массовой информации.

Исходя из двойственной природы языка СМИ при описании индивидуально-стилевой манеры той или иной языковой личности, свидетельствующей об авторизации современного публицистического дискурса, следует обязательно учитывать характерные тенденции в речевой практике СМИ, которые показывают направление развития средств массовой информации в определенный общественный период. Среди активных процессов, протекающих в средствах

массовой информации в начале нового столетия (период относительной стабильности, наступивший после радикальных преобразований), отмечается: во-первых, явно выраженный полистилизм, то есть употребление языковых средств с разной стилистической окраской, причем даже в пределах узкого контекста, что отвечает конструктивному принципу газетного языка, который носит интерстилевой характер, поскольку тесно взаимодействует со всеми разновидностями национального языка; во-вторых, активизация разговорных, просторечных и жаргонных слов, вызванная стиранием грани между книжно-письменной речью и устно-разговорной; последняя усилила свое влияние на публичное общение в связи с тем, что источниками инноваций в сфере СМИ стала живая стихия неофициальной, непринужденной разговорной речи.

Со стилистической точки зрения вышеназванные процессы направлены на формирование новой системы языковых средств, отказавшейся от казенного официоза, и новой нормы языка СМИ, основными свойствами которой становятся гибкость, демократичность и вариативность. Как справедливо полагает Г.Я. Солганик, «главный путь преодоления официозности – использование разговорных, просторечных средств и жаргонов. В поисках экспрессии, способов выражения оценки газета обращается к сниженным нелитературным лексическим единицам, обладающим значительными стилистическими ресурсами и оживляющим газетную речь».

Газетно-публицистическая норма гораздо шире общелитературной и терпимее к нелитературной лексике. Обращаясь к пластам национального языка, не обладающим качеством литературности, газета перерабатывает, осваивает их и в конечном счете олитературивает. Это естественный и закономерный процесс демократизации языка газеты» [7, с. 265].

Взаимодействие книжно-письменной речи с устно-разговорной позиционируется многими учеными как одно из важнейших условий развития литературного языка, динамики его норм, и поэтому стилистически сниженные средства на страницах газет и журналов требуют не одностороннего нормативно-языкового подхода, а коммуникативного.

Благодаря тенденции к демократизации язык СМИ развивается не только в количественном отношении, но и качественном, ибо функционально-стилистика трансформация нелитературных средств, «приспособление» их для выполнения задач публицистики оказывает положительное влияние на категорию оценки, которая считается движущим фактором развития газетного языка.

Активные процессы в языке СМИ считаются закономерным явлением и с точки зрения социолингвистики. «Для развитых обществ не характерна жесткая дифференциация языка на замкнутые системы <...>; в развитых обществах с развитой массовой коммуникацией социальные различия в языке становятся все менее резкими. Данная аксиома объясняет движение между литературными и нелитературными пластами, книжностью и разговорностью, устностью и письменностью» [2, с. 253].

Другой процесс, который протекает не менее активно в языке СМИ, отражает тенденцию к интеллектуализации. Данная тенденция описывается в связи с экспансией лексических заимствований в язык СМИ, которые не только используются для номинации новых предметов и явлений, расширяя словарный состав языка публицистики, но и становятся источником экспрессивных стилистических ресурсов.

Интенсивный рост заимствований в языке СМИ, начавшийся в конце прошлого столетия, был предопределен не только внутренними газетными факторами, но внешними, личностно-психологическими, обусловленными психологической установкой на восприятие иноязычных слов как наиболее социально значимых. Таким образом, в предпочтении иноязычного слова русскому отражаются ценностные ориентации языковой личности.

Тенденция к интеллектуализации также связана с активизацией определенных стилистических приемов, относящихся к непрямой коммуникации и выражению имплицитной оценки. К ним относятся: прецедентные феномены, языковая игра, метафора и ирония, которая считается своего рода интеллектуальной эмоцией адресанта. В начале XXI века популярность вышеназванных приемов настолько возросла, что их стали рассматривать в качестве стилистических черт современной публицистики, иначе говоря, ведущих «переменных».

Подобно тому, как конструктивный принцип газетного языка «чередование экспрессии и стандарта» проявляется по-разному в разных жанровых группах, так и две противоположные тенденции – к демократизации и интеллектуализации – имеют специфические особенности по

отношению к категории индивидуального стиля. Разделяя сложившееся мнение среди исследователей русской речи в средствах массовой информации, под индивидуальным стилем мы понимаем «речь одного конкретного человека – субъекта речи, рассматриваемую как реализацию стилеобразующей концепции речи» [6, с. 37]. По своей природе публицистический текст ориентирован на проявление авторского «я», и поэтому индивидуальный стиль, обусловленный как экстралингвистическими факторами, так и творческими особенностями авторов, приобретает здесь огромное значение.

Литература:

1. Клушина Н.И. Интеллектуализация языка современных печатных СМИ/ Н.И. Клушина // Коммуникативистика в современном мире: эффективность и оптимизация речевого воздействия в социуме: материалы междунар. конф. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2012. С. 36-38.
2. Казак М.Ю. Об основных тенденциях развития языка СМИ // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. С. 249-253.
3. Коньков В.И. Речевая практика современных СМИ: основные тенденции эволюции // Русский язык как важный фактор объединения наций и народностей: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2008. С. 65-67.
4. Солганик Г.Я. Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода // Язык массовой и межличностной коммуникации. М.: Медиамир, 2007. С. 15-53.
5. Кайда Л.Г. Композиционная поэтика публицистики. М.: Флинта: Наука, 2006. 144 с.
6. Митрофанова И.А. Индивидуальная речь и индивидуальный стиль // Русская речь в средствах массовой информации: Речевые системы и речевые структуры. СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 2011. С. 9-38.
7. Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: МГУ, 2003. С. 261-268.

References:

1. Klushina N.I. *Intellectualization of the language in modern print media / N.I. Klushina // Communication studies in the modern world: the effectiveness and optimization of speech influence in society: proceedings of the International Conference. Barnaul: Altai University Press, 2012. P. 36-38.*
2. Kasak M.Y. *About the main trends of media language development // Journalism and Media Education in the XXI century: coll. of scientific papers of the International scientific-practical conference. Belgorod: BelsU, 2006. P. 249-253.*
3. Konkov V.I. *Speech practice of modern media: major trends in the evolution // Russian language as an important unifying factor of nations and nationalities: materials of All-Russian Scientific and Practical Conference. Vladikavkaz: NOSU Press, 2008. P.65-67.*
4. Solganik G.Y. *General characteristics of the language of modern media in comparison with the previous period media language // Language of mass and interpersonal communication. M.: Mediamir, 2007. P. 15-53.*
5. Kaida L.G. *Compositional poetics of journalism. M.:Flinta: Nauka, 2006. 144 p.*
6. Mitrofanova I.A. *Individual speech and individual style // Russian speech in the media: Speech systems and speech patterns. SPtb.: SPtb University Press, 2011. P. 9-38.*
7. Solganik G.Y. *About the language and style of the newspaper // Media Language as an object of interdisciplinary research. M.: MSU, 2003. P. 261-268.*