

«Вот где собака порылась»

Об актуальных проблемах языка и речи СМИ: информация-смысл-интерпретация

*Галина Трофимова,
профессор кафедры массовых коммуникаций
Российского университета дружбы народов,
доктор филологических наук,*

В статье автор размышляет о причинах и следствиях современных актуальных тенденций в языке СМИ, которые определяют сегодняшнее русскоязычное медиaprостранство на примере печатных изданий.

Ключевые слова: информация, смысл, медиатекст, речевая аномалия, лингвистическая безопасность.

Ключевым понятием в профессиональной деятельности журналистов всегда было и остаётся понятие информации, которое сегодня оказалось в состоянии глубокого кризиса в силу расширения его понятийного поля, размывающего основные свойства и характеристики. Что есть информация? Сведения? Факты? Комментарии и пояснения? В ситуации формирования глобальной информационной среды, единого информационного пространства, наконец, информационного общества эти вопросы приобретают особенную актуальность. Информация стала главным стимулом развития, но её создание и функционирование всё больше усложняются. И медиатексты, как тексты современной культуры, уникальные артефакты сегодняшней социокультурной реальности, подтверждают актуальность этой проблемы.

Проблема формирования информации в её вербальном воплощении всегда была сложна и противоречива. В принципе процесс кодировки и декодировки мысли через слово никогда не был простым. Сегодня под воздействием ряда новых факторов он сопровождается множеством осложнений, связанных и с глобализацией, и с расширением межкультурного диалога, и с экономическим кризисом. Поэтому информация часто искажается как намеренно, так и непреднамеренно. Так, например, случилось со значением слова *«заработать»*, которое в общественном сознании теряет коннотацию *«честным трудом»*: *первый миллион он заработал на спекуляции и фарцовке*.

Особенности восприятия и интерпретации смысла обращают нас к основным вопросам герменевтики, учения о понимании смысла высказывания и о факторах его разнообразных интерпретаций. Великий русский поэт Ф.И. Тютчев в стихотворении *«Silentium»* писал: *«Как сердцу выразить себя?/Другому как понять тебя?/Поймёт ли он, чем ты живёшь?/Мысль*

изреченная есть ложь». Ведь смысл высказывания – это не только то, что сознательно или непреднамеренно вложено в него автором, но также и то, что извлек из него толкователь. Это совокупность того, что слово вызывает в сознании. В разных контекстах слова легко меняют свои смыслы. Субъективно окрашенные личностные высказывания - это множество смыслов, явных и скрытых, сознаваемых и несознаваемых говорящим. Высказывания способны видоизменяться, достраиваться, обогащаться в различных контекстах восприятия, в частности, в бесконечно множасьихся интерпретациях. И язык современных СМИ – это ярчайшее тому подтверждение.

Многочисленные речевые аномалии (языковая игра, эвфемизация, метафоризация, логоэпистемизация, иносказательность и т.п.), без которых не мыслится современный медиатекст, уже не столько обогащают, сколько затемняют смысл высказывания и тем самым разрушают или искажают заложенную в нём мысль: «...маргинализировал молодёжное сознание, барахтаясь в кислой луже кафкианства»¹.

Тотальная иронизация, поиск вторых и третьих смыслов, подтексты, «подмигивание», иносказание и образность – всем этим насыщены медиатексты, а также публичные высказывания общественных деятелей, политиков, представителей власти, науки и культуры и т.д. А журналисты с удовольствием цитируют их в своих текстах, тиражируя и распространяя на всю обширную аудиторию СМИ. Яркой демонстрацией этой тенденции является недавняя предвыборная риторика ряда наших политиков, например, *кремлины* (по аналогии с гоблинами, сверхъестественными человекоподобными созданиями, живущими, согласно западноевропейской мифологии, в подземных пещерах и не переносящие солнечный свет) или думские старцы (с иронической коннотацией).

Особенно широко распространены сегодня разнообразные аллюзии и ремисценции (от прямого цитирования до намёка на некий текст), то есть участие в авторском высказывании «чужого», неавторского слова, что расширяет рамки интертекстуальности и заставляет учитывать данное явление при интерпретации смыслов. Например, «*Зима, пора которой не прошла, будет продолжать злиться*» (реминисценция к стихотворению Ф.И. Тютчева «Зима недаром злится»).

Использование «чужого слова» даёт журналисту прибегнуть к устоявшемуся, общепринятому авторитету известного представителя культуры (писателя, музыканта, артиста, политика, общественного деятеля и т.д.), так как за его словом всегда стоит образ, который воздействует на сознание читателя, радиослушателя, телезрителя. Кроме того, очень часто данное «чужое слово» употребляется в ироническом или сатирическом контексте, так как является меткой, точной, близкой к афоризму формулировкой какого-либо аргумента. В

сегодняшних условиях процветания в медиасреде языковых игр, метафоризации, эзопова языка и тотальной подтекстовой иронизации неавторское слово стало очень популярным приёмом аргументирования журналистом своей позиции. Отдельным случаем неавторского слова можно считать логоэпистемы и производные от них логоэпистемоиды, которые указывают на стремление журналиста, во-первых, к демонстрации того, что он находится в рамках единого культурного кода с той аудиторией, к которой обращается, во-вторых, к выявлению тем самым тех, кто находится вне данного культурного кода в контексте парадигмы «свой-чужой»: *«Дети лейтенанта Шмидта против сына капитана Гранта»*².

Лингвокультурологический фактор, осложняющий сегодня понимание текстов СМИ, связан с национальным менталитетом, особенностями национальных культур, закреплёнными и проявленными в языке. Культурные ценности координируют взаимоотношения человека и мира природы и по разному воздействуют на них. Всякий человек, обратившийся к изучению языка какого-либо народа, становится исследователем его культуры. Поэтому всегда, традиционно, журналисты широко использовали, как верное средство воздействия на аудиторию, фразеологизмы, пословицы, поговорки и другие лингвокультурологические единицы: *«Ловись, доза, большая и маленькая»*³. Однако их ошибочное воспроизведение или речевое употребление часто демонстрирует низкий уровень понимания культурных оснований фразеологических единиц: *«Вот где собака порылась (вместо ФЕ - собака зарыта)»*.

В современных текстах СМИ языковая специфика обостряется, а информация нередко подвергается компрессии и свёртыванию, например: *«пожар в бардаке во время наводнения или ...у вас не будет второго шанса произвести первое впечатление»*. Базовыми доминантами этих текстов становятся свёрнутость, сжатость содержательных составляющих (тема-проблема-идея), распределение уровней осмысления в соответствии с жанровыми спецификациями (оповещение, ориентирование, коррекция, символизация).

Активно развивается тенденция к визуализации сообщения, при которой значительная часть информации должна быть сообщена в виде изображения. Эту тенденцию поддерживают все средства массовой информации, особенно телевидение и интернет-вещание, двигающееся в направлении мультимедиа. Именно интернет с его гипертекстовостью, которая характеризуется незавершенностью, неконечностью, нелинейностью, принципиальной ориентацией на читателя, отсутствием фокуса (невозможностью определить предпочтительность тех или иных гиперссылок для конкретного пользователя), высокой информативностью и интегративностью, включил в тексты практически на равных правах с вербальной частью и мультимедиа, и картинки, и видеосюжеты.

Вообще виртуальная среда значительно обостряет все сложности и противоречия так называемого реального мира, а относительно текстов СМИ, размещаемых в интернете или создаваемых специально для презентации в онлайн, ещё больше актуализирует роль интерпретирования, дешифровки сообщения, так называемого соавторства. Начало становления интернет-эпохи в России совпало с поисками новых языковых стилистических средств, изменением языковых вкусовых особенностей. Происходила бесспорная либерализация всего языка в целом и ослабление языковых норм и литературных стандартов, что ярко проявилось на страницах блогов и соцсетей, претендующих сегодня на место новых, гражданских, СМИ. Желание вольного самовыражения, увлечение языковой игрой, тотальная карнавализация подтекста и поиск наиболее точных метафор для передачи тонких смысловых и экспрессивных нюансов делают тон так называемых «постов» и «комментов» ещё более развязным, стиль речи – еще более разговорным, а речевую манеру киберобщения - еще более просторечной: *«Дурку гонишь, браток, Ирка, что Вы городите тут, уважаемый?»*⁴ .

Интернет предлагает автору ситуацию мнимой свободы высказывания, а в результате речевое поведение становится более агрессивным: *«Кто платит "Ъ" за все эти параш...ые статьи? костипучковы? полон-кампуччийский? старик батуринский? пугачево-аблязобородины? ну не Усманов же?»*⁵ .

Если раньше участники интернет-общения обязаны были осознавать не только собственные цели и задачи, но и потребности, целеустановки и психологические характеристики собеседника, и такая коммуникативная направленность на партнера была характерна для любых видов веб-коммуникации, то теперь в текстах блогосферы всё больше проявляются самопрезентация, стремление к самовыражению, причём на первый план этой самопрезентации выходят наиболее агрессивные, негативные, а подчас и низкие черты виртуальной личности. Например: *«Мдяя, хачьё оно и в Москве хачьё!...»*⁶ .

Провозглашённая основателями интернета ответственность привела сегодня к большим проблемам в сфере информационной и лингвистической безопасности. Ряд приведённых выше примеров вполне может быть квалифицирован как явление лингвистического экстремизма. А ведь именно в сложной и неоднозначной современной ситуации современный медиатекст должен быть безопасен, то есть не должен нести угрозу или наносить вред автору, персонажу или аудитории. Наличие в тексте таких угроз или потенциального вреда указывает на его лингвоконфликтность. Интересно, что текст должен стремиться к безопасности, но не может стать абсолютно безопасным, так как его замысел, формирование, воспроизведение и восприятие на каждом из этих этапов всегда

обусловлены бесконечным множеством интерпретаций и толкований, которые зависят от множества факторов.

Стремление текста (высказывания) к безопасности обеспечивается, прежде всего, правилами и нормами русского языка, зафиксированными в словарях и справочниках. Вопросы нормирования в русском языке и культуре речи постоянно обсуждаются и приводят к развитию и модификации этих норм, однако само наличие этих норм не подвергается сомнению. Сегодня к нормам орфографии и пунктуации, безусловно, добавляются нормы коммуникативно-стилистические, связанные с условиями коммуникативной ситуации.

Итак, пора подвести некоторые результаты. Язык современных СМИ демонстрирует очень любопытные явления, которые открыто и честно указывают на происходящие в обществе серьёзные изменения. Общеизвестно, каков язык – таково и общество, и наоборот.

Наблюдается активное и весьма непримиримо -агрессивное размежевание аудитории. Так, «Новая газета» претендует на изысканно-ёрнический, усложненно-символический стиль, в котором соседствуют гламурно-метафорические иносказания и просторечная озлобленность: «Дохлое Ваше дело, господа. Корневые духовные скрепы с самодеятельным ансамблем юродивых бесповоротно утрачены. ... Пропанганда, построенная на скучной вере, что всё на свете делается за бабки, расплзлась и как грелка разорвалась под победоносным Тузиком (орфография автора – Г.Т.)»⁷.

Известная нам со студенческой скамьи базовая специфическая черта текстов СМИ – сочетание стандарта и выразительности – приобретает сегодня весьма причудливое воплощение.

С одной стороны, журналисты не считают для себя зазорным опускаться ниже этических норм и часто путают выразительность и эксплуатацию низких человеческих инстинктов: «...и вот уже Владимир Владимирович вместе со своими приёмными накрыл всю страну»⁸. Другие издания изобилуют шаблонами: «Кратко – значит конкретно», «Месячник завершён – что дальше?», «Оптимизм задаёт тон», «Информационная открытость – к лицу»⁹. Их язык крайне бедный, казённый, если не маргинальный («будут отреставрированы», «должны подняться новостройки», «начаты работы» и т.д.). По прочтении таких опусов так и хочется вслед за Гоголем воскликнуть: «Скучно жить на этом свете, Господа!».

Все СМИ открыто защищают своё право на равнодушие к грамматическим и речевым ошибкам, ссылаясь на А.С. Пушкина. Но ошибки страшны не сами по себе, а как образец для подражания (печать и интернет-СМИ остались сегодня единственным массово востребованным печатным словом), как причины непонимания, наконец, как повод для социально-политического размежевания.

Большая проблема – разрыв культурных кодов, при котором журналисты, с одной стороны, справедливо стремятся включить в текст как можно больше культурно-прецедентных выражений, которые делают текст выразительным, оригинальным, авторитетным: «И Кастро – такой молодой»¹⁰. Но, с другой стороны, всё меньше людей могут понять весь смысл этих выражений, со всеми подтекстами, в том числе и иронического характера.

Думается, пришло время осознать необходимость организации постоянных комплексных речевых (а не просто языковых!) тренингов для журналистов и других деятелей, производящих публичные медиатексты, предназначенные для массовой аудитории. В наше нелёгкое, с точки зрения речевых ситуаций, время общения в режиме реального времени и прямого эфира, всем нам крайне необходим ежедневный тренаж и работа над собой, чтобы кризис смыслов и интерпретаций не привёл нас к информационному коллапсу и хаосу. Ведь кто ясно мыслит – тот ясно излагает и наоборот!

¹ Г. Старостенко. Лёхин груз//«Литературная газета» №31 от 31.07.-6.08.2013, стр.11.

² О. Богуславская. Дети лейтенанта Шмидта против сына капитана Гранта//«Московский комсомолец» №163 от 1.08.2013, стр.1.

³ Деловой и политический журнал «Однако», 25/02,2013, 06 ((155), стр.67.

⁴ Комментарий пользователя Сергея Мамеева к новости «Ольга Романова показала фотографию, за которую против нее возбудили дело» в группе «Журналистика и журналисты» в «В Контакте» - http://vk.com/journalism_rf, 9 января 5:05.

⁵ Запись в твиттере экс-депутата и бизнесмена Александра Лебедева, 9 января 8:12, <http://twitter.com/lebedevalex>.

⁶ Комментарий к заметке «Ревзин: «Приношу свои извинения за слово «хачи» - Газета "Известия", 13 января 2013, 13:26. <http://izvestia.ru/news/542827#ixzz2I8NfhmVY>.

⁷ Д. Орешкин. Политика возвращается на кухни, в курилки и автобусы//«Новая газета» №83 от 31.07.2013., стр.8.

⁸ С. Тарошина. Про яички Фаберже//«Новая газета» №83 от 31.07.2013., стр.24.

⁹ М. Беляева. Избавили город от ям//«Аргументы и факты» №21 за 2013, с.57.

¹⁰ И. Дмитриев. И Кастро – такой молодой//«Культура» №27 от 26.07.-1.08.2013, стр.12.

117198 г.Москва, ул.Миклухо-Макляя, д.6,
+79035727117, gnt@mail.ru