

Механизмы конструирования медиареальности в современных российских СМИ

Костарнова Наталья Викторовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: n.kostarnova@gmail.com

Язык средств массовой информации, обладая значительной аудиторией, разнообразными средствами информирования и воздействия, выдвигается в центр национального языка. Массовость, общедоступность, популярность определяют особую роль СМИ в формировании стилистической нормы, вкусов и предпочтений. Кроме того, как активный участник политической коммуникации СМИ выступают проводником между государством и обществом, формируют с помощью медиаинтерпретации событий общественное мнение и оказывают существенное воздействие на ход политической жизни. На примере социально-политических материалов периодических изданий «Российская газета» и «Новая газета»; мы описали типологические, семантические и функциональные особенности лексики современного политического дискурса. Механизмы формирования и вовлечения лексики в тексты полностью зависят от того, какой эффект журналисты хотят оказать на аудиторию. Изучив тексты «Российской газеты» и «Новой газеты», мы проследили, как номинации, предложенные авторами, в конечном счете меняют картину произошедшего и насколько отличаются медиаинтерпретации события, предложенные читателям «Новой газетой» и «Российской газетой». Для «Российской газеты» характерна официальная риторика и тенденция к эвфемизации, замене отрицательного оценочного знака на нейтральный или положительный с целью понижения градуса общественной напряженности в отношении значительных социальных угроз. Важным явлением в политическом дискурсе нам представляется процесс образования неологизмов. В настоящее время он осуществляется особенно активно, потому как за счет особенностей Интернета читатель перестал быть безмолвным адресатом журналистского текста, у него появилась возможность вступить в дискуссию. Смелые номинации, рожденные в спорах на форумах и в комментариях под заметками на Интернет-ресурсах, быстро становятся важными элементами неофициальной речевой коммуникации и за счет популярности у аудитории проникают на страницы СМИ. Нами выявлены следующие механизмы формирования новой лексики. Во-первых, неологизмы происходят от имен собственных, фамилий знаковых для нашего времени личностей (путиноид, титушки, сердюковщина, кисилевщина). Во-вторых, они рождаются из аналогий с предметно-вещественным миром (ватник, колорад, укроп). В-третьих, неологизмы появляются как ответ на информационную повестку (крымнашисты, единая Россия, Гейропа). Кроме того, некоторые слова приобретают новые смысловые оттенки, расширяется семантическое поле (так, например, фашистами сегодня без разбора называют всех инакомыслящих). Примечательно, что все проанализированные в исследовании неологизмы имеют яркую отрицательную оценочность. Речевая агрессия, по нашему замечанию, это естественная реакция языка на тот градус общественной напряженности, который установился в России в связи со значительными политическими потрясениями последних лет. В процессе формирования лексики современного политического дискурса мы отметили также тенденции к демократизации и следующей за ней вульгаризации языка, вовлечение в медиатекст большого количества заимствованных слов. Заимствование всегда было механизмом развития языка и представляет опасность только в том случае, когда иностранное слово полностью вытесняет из речевой коммуникации русский синоним или когда нагромождение заимствований, неуместное

употребление слишком редкого варваризма мешают пониманию смысла текста (блокадный саспенс, от англ. Suspense (сыспээнс) — неопределённость, беспокойство, тревога ожидания, приостановка).
Процесс демократизации, то есть расширения стилистической многомерности медиатекста, и вульгаризации, то есть вовлечения в текст некодифицированной лексики, также является инструментом речевой агрессии, особенно актуальной для современно политического медиадискурса. Таким образом, мы выделяем два механизма формирования лексики: естественный, когда как реакция на явления действительности появляются неологизмы, язык становится грубее и демократичнее под влиянием внешних процессов, и искусственный, когда журналисты используют приемы речевого манипулирования, намеренно меняют знак оценочности номинаций, вовлекают читателя в игру смыслами. Искусственный процесс формирования лексики мы называем конструированием действительности, созданием особой медиареальности, в которой существует носитель языка. Понимание этого процесса имеет большое значение для теоретических исследований политического медиадискурса, для прикладных работ экспертного характера и для практической журналистики в целом.

Источники и литература

- 1) Бельчиков Ю.А. О роли СМИ в процессе демократизации русского литературного языка, Вестник № 13
- 2) Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. М, 1973
- 3) Дейк, ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / Т.А. ван Дейк. М, 1989
- 4) Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М.: ИНИОНРАН. 2002. № 3
- 5) Завьялова О.Н. Речевое (языковое) манипулирование // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М, 2003
- 6) Марьянчик В.А. Асиологичность и оценочность медиа-политического текста. М, 2013
- 7) Полякова Г.П., Солганик Г.Я. Частотный словарь языка газеты. М., 1971
- 8) Солганик Г.Я. Лексика газеты: Учеб. Пособие для вузов по спец. «журналистика». М, 1981
- 9) Солганик Г.Я. Современная языковая ситуация. Тенденции развития русского литературного языка. Stylistyka XXI № 23, 2014.
- 10) Язык СМИ и политика. Под ред. Г. Я. Солганика. М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2012.
- 11) Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. Володиной М.Н. – М. : Академический проект, 2011