

## Литературная норма и русская речь в тексте СМИ

1. Краткая характеристика особенностей речевой практики СМИ советского общества (до 1985 года): господство институционализированного монолога; контроль тиражируемых\транслируемых речевых потоков; содержательные фильтры (запретные темы) и социально-речевые фильтры; обработка речи носителей, не владеющих литературной нормой, перед тиражированием в СМИ; отношения автор – читатель носят субъект-объектный характер, т. е. представляют собой воздействие.

Все эти условия приводили к относительной гомогенности речевой ткани текстов СМИ (за исключением идеологических текстов), отражающей постулируемую однородность социальной структуры советского общества.

2. Краткая характеристика особенностей речевой практики СМИ перестроечного и послеперестроечного периода (с 1985 года):

отказ от полного контроля тиражируемых\транслируемых речевых потоков;

разрушение содержательных фильтров (сведение к минимуму числа запретных тем) и социально-речевых фильтров (технически обеспечивается развитием Интернета, не поддающегося полному контролю);

идейный и речевой плюрализм при малоразвитом навыке самостоятельного монолога и речевого самовыражения у большинства;

разногласица, т. е. отсутствие речевой гармонии в обществе; отношения автор-читатель приобретают субъект-субъектный характер, т. е. начинают представлять собой взаимодействие.

3. Проблема речевой культуры как следствие изменения коммуникативной ситуации:

большая часть носителей русского языка вошла в новую коммуникативную ситуацию, не имея навыков, необходимых для участия в общественном диалоге. Лингвисты заговорили о «порче» русского языка («Русский язык на грани нервного срыва», Максим Кронгауз, 2007), хотя следовало бы говорить о порче русской речи, вернее, о недостаточном развитии речевых навыков у обретших голос россиян, вследствие чего авторы современных СМИ-текстов находятся в более сложной ситуации при выборе номинативных средств для отображения фрагмента реальности и своих представлений о ней, чем авторы доперестроечных текстов; для части профессионально пишущих «вербальная свобода» стала нелегким испытанием.

4. Мнение специалистов о специфике языка современных российских СМИ:

- использование разговорных, просторечных средств и жаргонов в языке газеты продиктовано стремлением уйти от обезличенного и унифицированного газетного языка прошлого и является способом преодоления книжности и официозности, при этом газета способна "олитературировать" изначально нелитературные лексические единицы общенационального языка (например: *разборка, тусовка, беспредел*)

- широкое употребление "примитивно грубых слов" в языке газеты наших дней стало признаком "хорошего тона", хотя на самом деле есть следствие вульгарности и отсутствия вкуса, которые обычно свойственны "низко-пробным печатным изданиям", но, несмотря на все более широкое распространение таких слов в современной публицистической речи, они не нейтрализуются в стилистическом узусе эпохи и их стилиевая "инородность" ощущается носителями языка, владеющими литературной нормой

5. Разнофокусные номинации в текстах современных СМИ: разнофокусные номинации внутри одного высказывания (и шире – текста) являются знаками присутствия в нем других субъектов отражаемой ситуации (не-авторов) и свидетельствуют о полифоничности современного медиатекста.

6. Лингвокреативность как черта современного медиатекста: лингвокреативность приводит к отказу от штампов, типичных речений, избитых выражений при обозначении элементов ситуации, вследствие того что говорящий видит эту ситуацию под собственным углом зрения; лингвокреативность как черта языковой личности и свойство создаваемого такой личностью текста наиболее явно проявляется в создании\выборе лингвокреативных номинаций – новых слов (окказионализмов, потенциальных слов, внешних и внутриязыковых заимствований), в построении неузусальных словосочетаний, в использовании уже имеющихся слов и словосочетаний в индивидуально-авторском значении, раскрывающемся с помощью контекста; в использовании номинаций, основанных на прецедентных текстах (феноменах).