

нера теплого душевного общения. Но при этом диалогу на равных всегда предпочиталась иерархия. Некая имитация «вертикали власти», о которой пишут Вайль и Генис в книге «Мир советского человека»⁴, сохранялась и в журналистике. Интерактив в работе журналиста был сведен к минимуму: например, к зачитыванию писем в эфире, выбор которых, условно говоря, тоже возлагался на ведущего. Таким образом, журналист, теле- и радиоведущий всегда оставался внеполноцен своей аудитории и над ней.

Восприятие журналистской информации в советскую пору предполагало аксиоматику. Скепсис нынешнего времени повлиял на развитие других форм общения СМИ с аудиторией. Современный ведущий вынужден следовать за своим зрителем/ слушателем либо быть чуть ниже. Любые попытки дидактики и морализаторства вызывают отторжение. Сегодня для работы ведущих развлекательных передач более приемлемы ирония и гротеск. Этим объясняется популярность И. Урганта, И. Охлобыстина, Шоу Бачинского и Стиллавина, Русских Перцев, Френки-Шоу и т.п. Информационные программы требуют более деликатной, по сравнению с классической дикторской школой, подачи. Спонтанность в этом случае не нужна, но именно поэтому основная нагрузка ложится на просодию. Например, ведущий новостей должен осуществлять контроль за атакой звука: она не должна быть слишком мягкой (Анфиса Чехова, Рената Литвинова) или слишком жесткой (Юрий Левитан, Сергей Доренко).

Современные тенденции в аудиовизуальных СМИ требуют от дикторов новых подходов к работе в эфире.

На смену техничности в работе диктора приходит харизматичность. Упрощенность лексики, синтаксиса, использование приемов разговорной речи не делают работу ведущего легче, так как имитация разговорной манеры — это стратегия, которую необходимо выстраивать в контексте заданных целей и в рамках собственного имиджа. Для молодых журналистов большую трудность представляет поиск «золотой середины» между литературной и разговорной нормами во время работы перед микрофоном. В начале своей профессиональной деятельности теле- и радиоведущие достигают необходимого результата медленно, интуитивно, методом проб и ошибок. Изучение же разговорной речи, ее лингвистических и экстралингвистических особенностей, например, в рамках вузовской подготовки, позволило бы начинающим ведущим действовать более эффективно и на практике устранить противостояние разговорной и литературной нормы.

- 1 Кузин В.И., Кузин И.В. Метаморфозы и маски российских журналистов. URL: http://www.rus.jf.spbu.ru/upload/files/file_1331539044_1464.doc
- 2 Земская Е.А. Русская разговорная речь. URL: www.moda-city.ru/design/...i.../russkaya-razgovornaya-rech.doc
- 3 Лященко Б.П. Хочу к микрофону: Профессиональные советы диктору. М., 2009. С. 13.
- 4 Вайль П., Генис А. 60-е. Мир советского человека. Изд. 3-е. М., 2001.

Мохирева С.В.,

Кемеровский государственный университет

РЕАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ И ВЕРБАЛЬНЫЙ ФАКТ В ТЕКСТАХ РОССИЙСКИХ СМИ

Событие является ключевой категорией, лежащей в основе формирования информационной картины действительности и «повестки дня». Сегодня сообщение СМИ о том, что произошло, это подача уже «интерпретированного факта вместо сырой информации»¹. В этом плане особую роль играют печатные СМИ, выполняя главным образом интерпретативную функцию — «так или иначе, с учетом разнообразных критериев и установок, интерпретировать произошедшее реальное событие, переводя его посредством речевых структур в факт вербальный и давая ему определенную оцен-

ку»². Очевидно, что для аудитории событие как таковое (независимо от приписываемой ему значимости) начинает существовать, пройдя процесс вербализации и став текстовой категорией, которая «связана с описанием различных действий субъекта и объекта в определенном пространстве и времени»³.

«Чтобы быть принятым реципиентом, событие должно стать текстом, то есть обрести искомую текстуальность, стать выразимым, описуемым и т.д.»⁴. А.А. Еникеев, поддерживая идею события как вербализованного акта, рассматривает варианты развития

отношений между событием и наблюдателем. Один из них представляет ситуацию, «когда несколько наблюдателей (свидетелей) наблюдают одно и то же событие. Это <...> ведет к множественности самого события, поскольку будет существовать множественность описаний этого события, его интерпретаций, модальностей»⁵. На наш взгляд, именно такой подход, предлагающий множество вариантов описания события, характерен для медиасреды. Реципиент имеет дело уже с осмысленным автором вербальным фактом, репрезентированным в медиатексте — «разновидности текста, принадлежащей массовой информации, характеризующейся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразие проявлений авторского Я), рассчитанной на массовую аудиторию»⁶. Если реальное событие, происходящее в действительности, имеет признак континуальности, целостности, то в медиатексте оно теряет это свойство. Автор, выступающий в роли «творца» медиасобытия, расчленяет его на определенные фрагменты, которые приобретают ценностное значение в данной коммуникативной ситуации. Актуализация того или иного элемента происходит по У.Л. Чейфу на уровне пропозиционализации («построения суждения»)⁷.

Таким образом, под событием в медиатексте мы понимаем текстовую категорию, представляющую фрагмент действительности, в котором выделены субъект и объект действия, обозначены пространственно-временные координаты, и наделенную той или иной модальностью.

Выражение авторского отношения (с помощью эксплицитной или имплицитной оценки), расстановка акцентов в понимании свершившегося факта происходит через обращение к интерпретации — «когнитивного процесса и одновременно *результата* в установленном смысле речевых и/или неречевых действий»⁸.

Рассмотрим вариативность репрезентации вербального события на примере текстов газетных изданий, информирующих о конкретном событии (авария теплохода «Булгария» в июле 2011 года). Это событие имеет высокую новостную ценность, так как содержит информацию, влияющую на изменение устоявшейся информационной среды. Материалом исследования стали 170 текстов разных жанров из ведущих российских изданий («Российская газета», «Известия», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Коммерсантъ», «Новая газета», «Аргументы и факты», «Независимая газета»).

Применение лингвистического метода позволило сделать следующие наблюдения:

1. В анализируемых текстах в поле авторского видения попадают следующие аспекты (смысловые ядра) события: собственно авария теплохода «Булгария», пострадавшие — «жертвы», виновные в том, что случилось, власть и ее представители, спасатели. «Монолитное» реальное событие распадается на составные

элементы.

2. Сжатая, лаконичная информация о событии в первых сообщениях постепенно «обрастает» подробностями и деталями произошедшего в последующих.

3. В газетных текстах одновременно существует «журналистский», авторский взгляд на событие, нередко представленный в виде репортажных элементов, и официальная, регламентированная статусом участников (официальные лица, представители власти) точка зрения на произошедшее.

Вариативность представления события, несмотря на то, что оно носит, казалось бы, однозначный характер, заметна уже на уровне заголовочного комплекса (например, «Людей топят как хотят», «Смерть в «Булгарии», «Булгария» ушла на дно с половиной пассажиров», «Почему экипаж «Булгарии» не предупредил пассажиров об опасности»).

Остановимся подробнее на характеристике событийного аспекта «авария», который получает в газетных текстах следующие интерпретации: *катастрофа; трагедия; бедствие; случившееся; место происшествия; кораблекрушение; трагические события; крушение; авария; катастрофа на Волге; роковой рейс; случившаяся беда; трагический случай; преступление, связанное с гибелью «Булгарии»; последнее плавание; смертельный круиз на старом «корыте»; крупнейшая за последние несколько лет трагедия; последний рейс; кошмар; ЧП; страшная гибель теплохода; трагическое плавание; семейная катастрофа; смертельный рейс; смерть в «Булгарии»; страшная катастрофа на Волге; ужасающая трагедия на Волге; трагический круиз; крупнейшая катастрофа на российских реках почти за 30 лет; произошедшее; нынешняя катастрофа стала одной из самых крупных в мире за последние пять лет; последний круиз.*

Наиболее частотными являются лексемы «катастрофа», «трагедия», «бедствие». Значение этих слов содержит оценочный компонент, который имплицитно оказывает эмоциональное воздействие на воспринимающего. Так, катастрофа — это событие с трагическими последствиями⁹; трагедия — потрясающее событие, тяжелое переживание, несчастье¹⁰; «бедствие» — большое несчастье¹¹. В семантике слов, используемых для номинации события, заложена его оценка как неожиданного, масштабного, имеющего серьезные последствия, при этом встречаются словосочетания, еще более усиливающие воздействующий потенциал, например, «страшная катастрофа», «ужасающая трагедия». Автор прибегает к образным прилагательным, передающим всю трагичность ситуации.

Интерпретация события как катастрофы актуализируется через его пространственно-временные характеристики, что обусловлено таким обязательным свойством, как локализация в пространстве и во времени. Трагичность произошедшего автор подчеркивает с помощью слов с выраженным эмоционально-воздействующим значением. Например, пространственная характеристика дается через следующие номинации: *место крушения теплохода на Волге; место кора-*

блекрушения; катастрофа на Волге; кораблекрушение в Куйбышевском водохранилище; смерть в «Булгарии»; ЧП в Куйбышевском водохранилище; трагедия на Волге; катастрофа на Волге; место трагедии до последнего их не отпускало; (...) Куйбышевского водохранилища, ставшего братской могилой для десятков людей; «гиблое место»; страшная катастрофа на Волге; ужасающая трагедия на Волге; река слез; река не отпускает; река смерти; на Волге потерпел крушение теплоход; на Волге уже была масштабная катастрофа с пассажирским судном; это уже вторая крупная авария на Волге; одна из крупнейших катастроф на Волге произошла вчера в Камско-Устьинском районе Татарии; место крушения.

Географическое место аварии (его указания требуют правила подачи информации в СМИ) получает дополнительный эмоциональный смысл «места смерти и трагедии».

Временные координаты обозначены такими словосочетаниями, как *роковой день*; *последнее плавание*; *последний рейс*; *трагический рейс*; *смертельный рейс*; *трагический круиз*; *кошмарный день*, *навсегда впечатавшийся в их память*; *трагическое утро*. Объективно безоценочные временные координаты (*утро*, *день*, *рейс*) получают от автора-интерпретатора дополнительную смысловую нагрузку (*трагический*, *кошмарный*, *смертельный*), которые задают соответствующую тональность для его восприятия.

Ключевым элементом рассматриваемого события, на наш взгляд, является вербальная репрезентация собственно теплохода «Булгария», название которого стало источником целого ряда интерпретаций, постепенно превращаясь из имени собственного в имя нарицательное для многочисленных трагических ситуаций, происходящих в России (см., например, заголовок публикации в одном из номеров «Комсомольской правды» — «Булгарии продолжают возить туристов»).

Найденные в газетных текстах варианты номинации теплохода, можно разделить на две группы:

1) «Булгария» — судно, которое характеризуется в соответствии со своим состоянием и теми последствиями, к которым оно (состояние) привело: *«Булгария»: теплоход; пассажирский теплоход; двухпалубное прогулочное судно; круизный лайнер; братская могила для пассажиров; терпящее бедствие «Булгария»; затонувшая «Булгария»; хромой теплоход; старое «корыто»; корабль; многострадальная «Булгария»; судно-могила; несчастная «Булгария»; махина; злосчастная «Булгария»; аварийная «Булгария»; хромой теплоход; «старая калоша с глохнущим двигателем, с креном на один борт, перегруженная и без лицензии»; ветхий теплоход «Булгария»; плавсредство; несчастный теплоход; «Булгария» — наш «Титаник»; «обшарпанное корыто»; утлое суденышко; бедная старушка «Булгария»; старая лоханка; неисправное судно; несчастная «Булгария»; «старая посудина»; старенькая «Булгария»; опасное старье; злосчастное судно; затонувшее судно; «живой труп»; «плавучий гроб»; древний корабль; «перекошенное судно, которое с трудом шло по Волге»; «утопленник»; дыря-*

вая калоша; ветхая посудина; «страшный пароход»; Волжский Титаник; проклятый теплоход.

2) «Булгария» как символ состояния современной системы управления: «Булгария» пошла ко дну как символ паразитирующей, нежизнеспособной системы; гибель «Булгарии» стала очередным проявлением серьезной болезни, подтачивающей страну; крушение «Булгарии» как диагноз отечественной системе управления; катастрофа «Булгарии» — «индикатор абсолютного неблагополучия нашей патриархальной системы управления технологическими процессами и системами, (...) показателем заскорузлости всей общественной системы в стране.

Предлагаемые интерпретации возможно представить следующим образом: 1) интерпретации, открыто указывающие на то, что произошло («смертельный рейс», «гиблое место»; «судно-могила», «плавучий гроб», «дырявая калоша»); 2) интерпретации, демонстрирующие авторские ассоциации (*Волжский Титаник*); 3) интерпретации, выходящие за рамки представления только фактологической информации (например, «Булгария» как символ упадка общественной системы управления).

Таким образом, реальное событие, отображаясь в медиатексте, теряет свойство континуальности и приобретает признак дискретности. Аудитория воспринимает только одну «грань» события, актуализированную в данном журналистском тексте (с определенной оценкой, коннотацией, эмоциональной характеристикой), иные аспекты, оказываясь за «границей» текста, выпадают и из поля зрения реципиентов. Так, в качестве виновных чрезвычайного происшествия могут быть определены и представлены одни лица, тогда как те, кто действительно должен понести наказание, остаются за «кадром». В результате представление о социальной действительности у массовой аудитории строится за счет дозированной подачи интерпретированных фактов.

¹ Сизьмин М.А. СМИ как важный фактор обеспечения национальной безопасности // М.А. Сизьмин. Журналист. Социальные коммуникации. 2012. №3. С. 35.

² Чернышова Т.В. Тексты в СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. Изд. 2-е, перераб. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. С. 15.

³ Цит. по: Болотнова Н.С. Филологический анализ текста. М., 2007. 183.

⁴ Грушевская Е.С. Языковые средства презентации системно-структурной организации события как глобальной категории политического газетного текста. Автореф. дис. на соиск. уч. степ. кандидата филол. наук. Ставрополь, 2010. С. 11.

⁵ Еникеев А.А. Событие, сознание, текст в пространстве социально-философского знания. Дис. на соиск. уч. степ. кандидата филол. наук. Екатеринбург, 2003. С. 17.

⁶ Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 15.

- ⁷ Чейф У.Л. Память и вербализация прошлого опыта // Чейф У.Л. Новое в зарубежной лингвистике. М., 1983. Вып. 12. Прикладная лингвистика. С. 47.
- ⁸ Демьянков В.З., Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов // Кубрякова Е.С., Демьянков В.З. и др.; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М., 1996. С. 31.
- ⁹ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: Азбуковник, 1997. С. 269.
- ¹⁰ Там же. С. 807.
- ¹¹ Там же. С. 39.

Набиева Е.А.,

Тюменский государственный университет

НОВЫЕ СЛОВА В МЕДИАКУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОСТИ

Основой нашего размышления является утверждение И.В. Анненковой о том, что «язык средств массовой информации — это демонстрант сегодняшнего состояния нашей культуры. Сегодня, на мой взгляд, русская культура (будем говорить о нашей, отечественной культуре) из литературоцентричной однозначно стала медиацентричной...»¹. Таким образом, тенденции, наблюдаемые в языке СМИ, дают возможность делать выводы о текущем положении не только отечественной культуры, но и о состоянии нашей медиакультуры. В данной статье мы, используя анализ новых слов, появившихся в масс-медиа за последние годы, хотим обозначить наличие нескольких тенденций. Для анализа мы использовали «Словарь новейших иностранных слов (конец XX — начало XXI в.)» под редакцией Е.Н. Шагаловой, содержащий более 3000 слов и словосочетаний, «проникших в русский язык в 80–90 гг. XX — начале XXI в., многие из которых не были описаны прежде в лексикографических источниках» (в дальнейшем все сноски на него в тексте, с указанием страниц)².

В первую очередь, обращает на себя внимание обилие слов, обозначающих новые специальности в сфере массовых коммуникаций. Кроме общеизвестных, появились такие «профессии» (пишем в кавычках, поскольку они еще не прошли период институционализации):

- байер — «специалист в сфере медиабайнга» (с. 55) (медиабайнг определяется как «оптовая скупка рекламного времени и площадей в средствах массовой информации и в наружной рекламе с последующей перепродажей рекламным агентствам» (с. 391));
- бильдредатор — «заведующий отделом иллюстраций» (с. 77);
- блоггер — «пользователь компьютера, ведущий блог» (с. 83);
- медиапланер — «специалист, занимающийся медиапланированием» (с. 393);

- модератор — «ведущий передачи, представления, викторины» (с. 418);

- ньусмейкер — «1. лицо, вызывающее интерес публики, средств массовой информации, о котором говорят, имя которого печатается на первых полосах периодических изданий (политический деятель, артист и т.п.); 2. то, что вызывает интерес СМИ, становится предметом новостей, о чем говорят и пишут (деятельность Думы, эффективность рекламы)» (с. 451);

- папарацци — «журналист-фоторепортер, преследующий знаменитостей с целью получения сенсационной информации, касающейся их частной жизни» (с. 475);

- рерайтер (рирайтер) — «специалист, занимающийся обработкой исходных текстовых материалов в целях их дальнейшего использования для публикации» (с. 565);

- спичрайтер — «составитель текстов речей, выступлений для высокопоставленного лица (обычно для политического или государственного деятеля)» (с. 675);

- стрингер — «корреспондент, теле- или радиоре- портер, оператор, работающий по контракту, по договору, не являясь сотрудником компании» (с. 639);

- фрилансер — «работник, не входящий в штат организации, компании и приглашаемый для выполнения определенной работы или предлагающий свою работу после ее выполнения (внештатный корреспондент, журналист, писатель, переводчик)» (с. 824).

Автор словаря выделяет и неизвестные ранее в нашей стране формы презентации массово значимой информации:

- баннер — «графическое изображение или текстовый блок рекламного характера, появляющийся на экране компьютера и являющийся гиперссылкой на страничку в компьютерной сети с расширенным описанием продукта или услуги» (с. 60);