**Мухамадиева Лариса Ивановна** – старший преподаватель

кафедры издательского дела и дизайна Казахского национального

 университета имени аль-Фараби

пр.аль-Фараби, 71, Алматы, 050038,Казахстан

E-mail: Larissa\_2300@mail.ru.

**Вербальная свобода современных СМИ: культурная революция**

Исследование феномена языковой культуры современного информационного общества надо рассматривать с учетом того показателя, что в наше время повседневной речевой коммуникации средств массовой информации литературный язык испытывает, с одной стороны, серьезное давление ненормированной речевой стихии. С другой стороны, отмечается наплыв иноязычной лексики, преимущественно английского и американского происхождения, немотивированное и неумеренное использование такого рода слов главным образом из сферы финансов, торговли, шоу-бизнеса, спорта, политики больше всего в текстах СМИ и рекламы. Принципиально важно, проводя систематические наблюдения над языковой жизнью современного общества, выявить тенденции в использовании языковых средств, в их функционировании в повседневной речевой коммуникации, в различных ее сферах - социокультурных, функционально-стилистических, жанрово-тематических /1/. И конечно, прежде всего - в рамках литературного языка, организуемого системой общелитературных и стилевых норм, глубокими традициями национальной речевой культуры. Не менее существенно выяснить, на базе анализа «поведения» языковых средств в реальной речевой коммуникации проявления, действие эволюционных процессов, присущих языку вообще и конкретному национальному языку.

Состояние русского языка в социальной структуре общества за последние десятилетия резко изменилось. Существенные изменения происходят и в деятельности звучащих и печатных средств массовой информации, вектор динамики их развития значительно либерализирован, снизилась ответственность за выпускаемый в эфир и в тираж информационный продукт. Отсюда - лавина ошибок, стилистических, синтаксических и прочих.

Язык таков, каким является общество, на нем говорящее. Оно изменилось. Во многом - под влиянием средств массовой информации. Здесь уместным будет предположить, что зеркало состояния русского языка - это коммуникативные возможности языка и речи средств массовой информации. Язык существует в языковом сознании говорящих, а речь существует в звуковой или письменной форме.

Вербальная свобода современных СМИ проявляется в выборе словесных форм, выражений, ключевых слов, вариативности ранее бесспорных норм и правил. Своеобразная *культурная революция* на рубеже веков произошла не только в политическом смысле, но и на мировоззренческом, ментальном уровне. Журналист перестал быть представителем интеллигенции, превратился в «своего парня», не безгрешного, как в мыслях, так и в выражениях. Например, ведущий «Авторадио» весело шутит над неправильным ударением в слове «феномен» и честно признается, что не знает значения многих слов.

По мнению исследователя Л. Д. Реймана, тот факт, что среди наших современников много безграмотных людей, очевиден. Человек, который постоянно пересыпает свою речь иностранными словами или нецензурными выражениями, канцелярскими оборотами или словами-паразитами, засоряет именно свою речь, делает ее неприятной или невразумительной, но язык здесь не при чем, пока есть другие люди, умеющие им пользоваться. Язык - явление социальное, а не индивидуальное /2/. Однако именно звучащие средства массовой информации, особенно электронные, создают «благодатную» почву для неуважительного отношения к литературному языку.

В политику, во власть, в СМИ пришли новые люди, которые по-новому устанавливают планку нормативности (литературности) использования языковых средств. Очевидно, единственным способом соблюдения разумного баланса между необходимым и допустимым в условиях действия обоих факторов остается целенаправленная работа по формированию нового уровня феномена языкового сознания тех, кто говорит с нами с телеэкрана, в радиоэфире /там же/.

Однако нельзя умолчать о том, что под знаком неосознанного протеста против жестко предписываемых нормой правил словоупотребления и построения речи произошло снятие запретов на использование в средствах массовых коммуникаций стилистически сниженных, эстетически безобразных слов и выражений. Насыщение публичной речи вульгарными выражениями превратилось в признак доверительного общения, языковая раскованность приблизилась к языковой распущенности.

Многие журналисты, комментаторы и ведущие, пришедшие на смену профессиональным дикторам, слишком смело «обогащают» русский язык новой лексикой и фразеологией, произношением, ударением и интонацией. Но соблюдение культуры языка и речи - главный вектор позитивного развития СМИ.

Развитие казахстанских СМИ в ХХ веке и особенно во второй половине века сделало их главным каналом распространения социальной информации в современном обществе. Во второй половине века центр тяжести потоков социальной информации все более смещался в область электронных СМИ. До 80% массовой социальной информации потребители получают по каналам радио- и телевещания и лишь 20% - через печатные периодические издания. В Казахстане смещению интереса потребителя в сторону электронных СМИ способствовало подорожание периодической печати, доступность и вездесущность электронных СМИ.

Электронные СМИ, в отличие от печатных, получили возможность во всех возрастных слоях миллионных масс людей формировать языковое сознание, словарный запас языка и языковые нормы. Ряд специфических особенностей, «имманентных электронным средствам массовой коммуникации - невозможность приостановить поток информации с целью осмыслить непонятное, переспросить неясное, выборочно получать лишь желательное из потока информации и т.п., вплоть до преемлемости или непреемлемости диктора или ведущего, - еще в большей мере превращают электронные СМИ в доминирующий инструмент в процессе формирования языка, «диктующий» свои условия и ставящий потребителя в безвыходное подчиненное положение» /3/.

Почему исследователи с большим вниманием относятся к качеству языковой культуры электронных СМИ? Степень «пленения» радиослушателя и телезрителя языковыми нормами в электронных СМИ значительно выше, чем нормами языка печатной периодики, поскольку потребитель получает не только понятие, термин, но и его звучание, мелодику фразы, акцентацию, манеру произношения.

Таким образом, нельзя отрицать человеческий фактор в снижении языковой культуры – другие люди пришли в СМИ. Развал экономики Казахстана в первые годы перестройки привел к росту безработицы, особенно среди молодежи, в том числе и получившей образование. Значительный контингент такой молодежи, не имеющей высшего журналистского образования, хлынул в средства массовой информации. Новые кадры принесли в электронные, да и в печатные СМИ свой язык, свой уровень понимания культуры речи, свою лексику, иногда механически заимствованную из иностранных языков, в первую очередь, англо-американского.

К факторам отрицательного влияния на языковую культуру современных электронных СМИ надо отнести стремительную смену кадров в этих органах СМИ, что было вызвано как политическими причинами, так и бурным ростом числа органов СМИ.

В настоящее время в Казахстане зарегистрировано более тысячи образований различного типа и в радио-, и телевещании, их число увеличилось примерно в 6 - 7 раз. К этому следует добавить и возникновение большого числа отделов рекламы и служб по связям с общественностью в сфере частного предпринимательства, которые также нуждаются в профессиональных журналистах.

Важным фактором влияния на формирование языковой культуры электронных СМИ стало также внешнее, зарубежное влияние. Распад СССР, перестройка экономики на рыночной основе привели к неконтролируемому государством культурному обмену. А в условиях коммерциализации отечественных средств массовой информации, в том числе и электронных, этот неконтролируемый обмен сочетался с заинтересованностью органов электронных СМИ в получении оплачиваемой рекламы из западных стран. В результате культурный обмен превратился в «улицу с односторонним движением», по которой в Казахстан хлынул поток «непереводимых» слов, преимущественно из английского языка, сформировавшегося в США. Однако «свободное движении людей и идей» привело лишь к выплеску проблем, связанных с негативным формированием языкового сознания общества.

 Язык СМИ, прежде всего, отражает нашу жизнь, поэтому он находится в постоянном развитии и обогащается новыми словами и терминами. Например, политическая сфера – яркий пример идеологизации и политизации языка. Значительная часть общественно-политической лексики - общелитературные слова, англицизмы и различные термины (науки, военного дела, искусства, спорта): диалог между странами, брифинг, военные круги, дружеская атмосфера, очередной тур переговоров и т.д.). В начале века в язык СМИ гармонично проникают словоформы казахского и арабского языков - мажилис, аким, маслихат. Определенные трудности возникли с новыми написаниями названий городов, областей, приведением их в соответствие с правилами казахского языка. Например, Алма-Ата – Алматы; Джамбул – Жамбыл; Медео - Медеу. Некоторые газеты долгое время допускали двойной стандарт написания. Путались и русскоязычные дикторы. Этим изменения в газетно-журнальном языке не ограничиваются. Кроме лексики, новых тем, изменилась форма подачи материалов. Равнение на Запад, Россию, выработка собственных образцов рождало дикую смесь рассудка, эмоций и равнодушия.

Казахстанская пресса за период новейшей истории пережила немало: от полной вседозволенности до трезвой оценки своей вербальной свободы. За это время пришло осознание того, что произвол в выборе слова – не самое действенное средство в борьбе за читателя. Появились первые судебные иски за клевету и оскорбления, ответственность за которые несли журналисты. Сегодня казахстанская пресса в языковом и стилистическом плане активно развивается. Появляются новые авторы, обновляется лексический состав, публицистический стиль приобретает новые черты. Хотя очень часто свобода слова оборачивается свободой брани. Вербальную свободу журналистов ограничивают не только мораль, воспитание, образование, но и статьи закона «О СМИ», а также статьи Уголовного кодекса РК. Показательным примером использования новых языковых выражений, вербальной свободы может служить еженедельник «Караван»: «лупасили сотовым телефоном; вылизываете ж…; идите на фиг, прикалываемся, пописали, выкатил иск, умаслить честь и достоинство; поднялось у нашего рупора достоинство. Да не просто поднялось, а прямо-таки выстрелило. И оказалось оно весьма впечатляющим, размером…». Не менее впечатляющи: «золотопогонный негодяй», «подонок», «говно продажное и бесталанное», «фиголог», «кинопупея», «телефил», «полные мустанги», «стебовое кино», «драйв», «прессуха» и т.д. Интересно использование журналистами просторечных слов и выражений: «сие невыносимо», «шибко обиделся», «так вы, батенька, враг народа!». Так борются за читателей казахстанские газеты «Караван», «Мегаполис» и «Время». На сегодняшний день каждое издание выработало свой «кодекс чести». Кто-то позволяет себе больше, кто-то меньше. Но в целом становление вербальной свободы в СМИ Казахстана произошло. Языковые и стилистические предпочтения определены. Наряду с официальной формой подачи информации соседствует так называемая неофициальная, порой недостоверная.

Свежую струю в языковой арсенал современной журналистики вносит пишущая молодежь. Пафосный стиль старшего поколения уходит в прошлое, молодые полны иронии, издевки над всем и вся, так называемого стеба, который часто подменяет серьезную аргументацию в споре ерничеством и циничностью. Казахстанские издания «Караван», «Время», и даже оппозиционная «Свобода слова» охотно пользуются «молодежной мовой». Причем для них это не только языковая форма, но и в значительной степени жизненная философия. Молодые журналисты, ее исповедующие, порой ведут себя бесцеремонно и вульгарно, но возможно это также защитная маска, стремление прикрыть свою растерянность, отсутствие новых идеалов.

Из вышесказанного следует вывод, что язык СМИ стал персонифицированым. Идет перенасыщение языка СМИ американизмами и обилием в нем жаргонной, «блатной» и даже матерной лексики, а также новой особенностью столетия - стебом. Понятия «правило» и «норма» в русском языке СМИ все же присутствует, однако не в должной степени. В большей части виновники сложившейся ситуации не столько СМИ, сколько отсутствие правил игры в соотнесении стиля с нормой.

Язык меняется, но его искажение не тотально в СМИ. У нас еще много мастеров образцовой русской речи и их усилиями, а также проявлением политической воли власти и общественных институтов, ситуации нынешнего беспредела может быть поставлен надежный заслон.

1. Киселева Т. В. Русский язык. Опорные схемы. М., 1997. С.14.
2. Рейман Л.Д. Практические исследования лингвиста. М., 2001. С.21.
3. Леонтьев А.А. Слово звучащее. М., 2003. С.84.