

## تأثير لغة وسائل الإعلام على المعايير اللغوية والأدبية للغة

### الروسية الحديثة

ا م د علي عدنان مشوش

جامعة بغداد - كلية اللغات - قسم اللغة الروسية

[aliadnan1@colang.uobaghdad.edu.iq](mailto:aliadnan1@colang.uobaghdad.edu.iq)

ملخص:

يتناول هذا البحث الوضع الحالي للغة الروسية من حيث تأثير الاتصال الجماهيري عليها. الهدف من البحث هو الخطاب الإعلامي بشكله -المطبوع والمرئي، يتطرق البحث على تأثير النصوص الإعلامية على اللغة الأدبية كجزء أساسي من اللغة الروسية. الغرض من العمل هو معرفة كيفية تحول اللغة الأدبية الروسية تحت تأثير لغة الإعلام. يفهم من تعريف وسائل الاعلام على أنه خطاب تمثله وسائل الإعلام، وهي وحدة وظيفية وأسلوبية يتم فيها الجمع بين الوسائل اللغوية لأنماط مختلفة (في تكوين لغة الصحافة) وكذلك الأنواع غير الأدبية للغة الروسية (لهجات أصحاب المهن، العامية) من أجل تنفيذ وظيفة التأثير على المرسل إليه.

الكلمات المفتاحية: اللغة الأدبية الروسية، لغة الاتصال الجماهيري، لغة الإعلام، الخطاب ديناميكية الأنماط الأدبية.

الكلمات الرئيسية: تكوين ، مكون ، اختصار ، اختصار ، كلمة مركبة ، اختصار .

## Влияние языка СМИ на языковые и литературные нормы современного русского языка

Др. Машуш Али Аднан –

Багдадский университет - Факультет языков -Кафедра  
русского языка

[aliadnan1@colang.uobaghdad.edu.iq](mailto:aliadnan1@colang.uobaghdad.edu.iq)

Аннотация: В статье рассматривается современное состояние русского языка в аспекте воздействия на него массовой коммуникации. Объектом исследования является медиаречь в двух

ее формах - печатной и телевизионной, предметом выступает влияние медийных текстов на литературный язык как эталонную часть русского национального языка. Цель работы - выяснить, каким образом трансформируется русский литературный язык под влиянием медиаречи. Медиаречь понимается как речь, репрезентируемая средствами массовой информации, представляющая собой функционально-стилевое единство, в котором объединяются языковые средства разных стилей (на базе публицистического), а также нелитературных разновидностей русского языка (жаргона, просторечия) с целью реализации функции воздействия на адресата

Ключевые слова: русский литературный язык, язык массовой коммуникации, медиаречь, дискурс, динамика литературных норм.

## **The influence of the language of the media on the linguistic and literary norms of the modern Russian language**

**Dr. Ali Adnan Mashosh -**

**University of Baghdad –College of Language -Department of Russian Language**

**[aliadnan1@colang.uobaghdad.edu.iq](mailto:aliadnan1@colang.uobaghdad.edu.iq)**

### **Abstract:**

The article examines the current state of the Russian language in terms of the impact of mass communication on it. The object of the research is media speech in its two forms - print and television, the subject is the influence of media texts on the literary language as a reference part of the Russian national language. The purpose of the work is to find out how the Russian literary language is transformed under the influence of the media language.

Mediarech is understood as speech represented by the mass media, which is a functional and stylistic unity in which linguistic means of different styles (based on journalistic), as well as non-literary varieties of the Russian language (jargon, vernacular) are combined in order to implement the function of influencing the addressee

Keywords: Russian literary language, the language of mass communication, media language, discourse, , dynamics of literary norms.

### **Влияние языка СМИ на языковые и литературные нормы современного русского языка**

Актуальность исследования определяется как его принадлежностью к одному из важных направлений общего языкознания и русской лексикологии - изучению языка средства массовой информации, так и тем, что в настоящее время русский политический дискурс претерпевает значительные изменения, обусловленные целым рядом экстралингвистических факторов, и эти изменения нуждаются в фиксации и лингвистическом осмыслении. Язык современных газет зачастую непонятен тем, кто привык к клишированному идеологическому языку советского времени (в частности, он вызывает затруднения у иностранных студентов, изучающих русский язык, и даже иногда у преподавателей).

СМИ в рамках современного социума определяют во многом культурную, социально-психологическую и языковую обстановку. Бесспорно, СМИ, войдя в жизнедеятельность человеческого общества, воздействуют на тип культуры, стиль мировосприятия и строй мышления людей.

Сегодня язык СМИ входит в одну из ключевых форм существования языка в целом. Исследования текстов, представленных в массовой коммуникации, предоставляет широкий спектр выводов в отношении языковых компетенций, а также тенденций развития современных литературных языков.

Современные СМИ имеют новейшие средства распространения, что обеспечивает им в рамках информационного социума важную роль в речевой практике носителей национального языка. Язык СМИ оказывает большое влияние на современные языковые предпочтения и литературные нормы.

Безусловно, язык СМИ насыщает разнообразными оценочными оборотами литературный язык, обогащая его. Зачастую он выступает источником афористической речи. Тем не менее, невозможно не видеть отрицательного влияния языка средств массовой информации на русский язык. Язык

средств массовой информации наполняет речь зарубежными словами и жаргонизмами. Кроме того, в ряде современных средств массовой информации часто представлены разнообразные отступления от литературной нормы [ 3- Виноградов С.И. 1996. ]

Современные российские средства массовой информации являются источником или катализатором многих процессов, которые трансформируют нормы русского литературного языка.

Язык СМИ на современном этапе имеет следующие характеристики:

- культурное и социальное многообразие речевых норм отдельных общественных категорий, выраженное в языковой реальности современных масс-медиа);
- качественное и количественное усложнение определенных областей речевой коммуникации (например, публичная устная речь, особенности языка телевидения, радио и сети Интернет и др.);
- диверсификация нормативных рамок языка СМИ;
- американизация и демократизация языка СМИ;
- активное распространение публицистического стиля;



– осознанный отход от традиционных языковых литературных норм;

– следование тенденциям речевой моды и др.

Таким образом, особую актуальность приобретает вопрос формирования в современном социуме информационно-языковой культуры, а также сохранения речевой культуры и многовековых традиций языка.

Современный язык СМИ имеет важнейшее значение в увеличении уровня лингвистической образованности граждан, а также в широком распространении грамотного русского языка. Невозможно не отметить уважение к языку в СМИ, однако даже на страницах журналов мы часто можем увидеть большое количество ошибок.

В телевизионных программах мы редко слышим идеально чистый русский язык. На наш взгляд, современные СМИ, принимая во внимание их влияние на молодое поколение через интернет и телевидение, с особой бережностью и вниманием должны использовать русский язык.

Речь с экрана (в эфире) отражает фонетические трансформации, происходящие в языке. Редукция звука значительно усилилась. То же самое можно сказать и о темпе речи.

В он-лайн СМИ широко представлены такие фонетические явления, которые ранее были не характерны для публичной и в целом литературной речи и наблюдались лишь в бытовом общении. Кроме этого, в процессе произношения слов отсутствуют не только звуки, но и целые слоги (не произносятся финали слов).

В речевых конструкциях современных электронных СМИ распространены отклонения от литературной интонации и классических акцентных схем слов в русском языке, а в интонационных стилях СМИ ярко выражены стандарты англо-американского языка.

Также в речевой практике современных российских журналистов часто можно увидеть лексико-грамматические трансформации. Морфологические числовые значения изменились во многих словах политического и социального обихода под воздействием различных факторов, что подразумевает трансформацию предметного содержания. Почти не употребляемые во множественном числе ранее слова (например, *вызов, альтернатива, бюджет* и др.) сегодня произносятся нередко с традиционным числовым распределением.

Следующей специфической характеристикой современного языка СМИ служит распространение

заимствований. С конца 80-х гг. прошлого столетия с формированием рыночной экономики появилось большое количество зарубежных слов, как правило, англо-американских:

- политических (*импичмент, рейтинг, консенсус* и др.);
- экономических (*брокер, маркетинг, дилер, менеджмент* и др.);
- речевых формул (*вау, ноу проблем* и др.);
- наименований бытовых понятий (*кола, гаджет* и др.);

Сегодня общеупотребительными являются слова «прайс-лист», «супермаркет», «ресепшн» и т.п. Наименования некоторых российских ТВ-передач также произносятся на иностранный манер, например, слово «шоу» часто присутствует в названиях российских передач и др.).

Безусловно, неотъемлемым качеством современного человека выступает достаточно высокий уровень развития культуры его речи, поэтому следует стремиться не допускать ошибок при построении предложений, при употреблении (произношении) слов. Тем не менее, сегодня это является крайне непростой задачей, особенно когда существенно



воздействующие на речевую культуру социума популярные СМИ так далеки от стандарта.

К большому сожалению, в современных СМИ часто можно встретить нарушения норм языка. Лексико-стилистической ошибкой в русском языке является нарушение семантико-синтаксических правил сочетаемости слов (например, уровень жизни не «ухудшается», а «снижается»).

Также неграмотно составлено следующее предложение: «Правоохранительные органы для того, чтобы улучшить в городе криминогенную ситуацию, трудятся...» (понятие «криминогенный» означает «способствующий совершению преступного деяния»). Соответственно, правильным будет сказать «...чтобы в городе изменить криминогенную ситуацию...»[1- Беркнер С.С. 2001.]

Нельзя не отметить и ослабление функций падежей. Так, рассмотрим ошибку при выборе падежа – «подтвердил о собственном намерении» («подтвердил собственное намерение»).

Кроме этого, предлоги «вопреки», «благодаря» и «согласно» после себя требуют местоимения или существительного в дательном падеже. Тем не менее, в СМИ регулярно наблюдаются нарушения данного правила. Такие

досадные ошибки - результат незнания грамматических правил. Примеры:

– «вопреки предостережения мальчик пошел...»  
вместо «вопреки предостережению»;

– «согласно указа мероприятие перенесут.... вместо  
«согласно указу» и др.

Максимальное число речевых погрешностей отмечается при употреблении имени числительного. Далее представлены примеры, в которых ошибки вызваны незнанием норм склонения слов данной части речи:

– «пятидесятью процентами» вместо «пятьюдесятью процентами»;

– «около триста машин» вместо «около трехсот машин») и др.

Неполное склонение (несклонение) составных (сложных) числительных – это прямое нарушение нормы литературного языка. Крайне редко в бытовой речи верно склоняют числительное «полтора» («на протяжении полтора суток...» вместо «на протяжении полутора суток»).

Зачастую можно увидеть ошибки при выборе падежа сложного числительного, сочетаемого с одушевленным существительным. Вне зависимости от определенной категории одушевленности, форма винительного падежа в

подобных конструкциях совпадает с формой именительного падежа («в госпиталь за месяц доставили двадцать два раненых»), но не «двадцать двух раненых»).

Литературной норме также не соответствует следующая конструкция: «...к двум тысячам четвертому году» (вместо «...к две тысячи четвертому году»), поскольку в сложном порядковом числительном необходимо склонять лишь последнее слово. Часто можно встретиться и с подобными ошибками: «...заплатить к четвертому ноябрю» вместо «...заплатить к четвертому ноября»).[ 6-Голуб И. Б. 2003].

Также отметим ошибки в собирательных числительных, использование которых в русском языке в сочетании с существительными, применяемыми в официальной лексике, не рекомендуется («в регионе сразу оказались двое сенаторов» вместо «...оказались два сенатора»).

Таким образом, в СМИ существует много отрицательных явлений, непосредственно связанных с нарушениями языковых норм (орфоэпические ошибки, неуместное или чрезмерное употребление слов-заимствований и слов-паразитов, неграмотное словоупотребление; ошибки в сокращениях, склонении и др.).

Общаясь с огромной аудиторией, авторы программ и журналисты, дикторы и ведущие так или иначе влияют на нее, оказывая в том числе влияние на языковой вкус и речевое поведение.

Тем не менее, важно стремиться к литературно грамотной речи. Культура речи в СМИ представляет собой базовую характеристику при выявлении уровня профессионализма радио- и ТВ-передач, отражая их художественную и публицистическую полноценность. Именно этим определяется их огромная ответственность за сохранение норм русской литературной речи и шире русской культуры.

СМИ (радио, пресса, телевидение, сеть Интернет) представляет собой проверенное средство формирования социального сознания, мощное оружие, воздействующее на массы.

Сравнивая различные эпохи (советскую и российскую), мы видим радикальную трансформацию политической и экономической обстановки в стране за достаточно короткий временной промежуток, и, как следствие, кардинальные изменения в СМИ.

СМИ в рамках современного социума определяют во многом культурную, социально-психологическую и

языковую обстановку. Бесспорно, СМИ, войдя в жизнедеятельность человеческого общества, воздействуют на тип культуры, стиль мировосприятия и строй мышления людей.

Сегодня язык СМИ входит в одну из ключевых форм существования языка, в целом. Исследования текстов, представленных в массовой коммуникации, предоставляет широкий спектр выводов в отношении языковых компетенций, а также тенденций развития современных литературных языков.

Престижный язык СМИ с новейшими инструментами распространения сегодня в рамках информационного социума играет роль модели языка нации, оказывая активное влияние на современные языковые предпочтения и литературные нормы[4.Володина М.Н., 2003].

Безусловно, язык СМИ насыщает разнообразными оценочными оборотами литературный язык, обогащая его. Зачастую он выступает источником афористической речи. Тем не менее, невозможно не видеть отрицательного подтекста языка заполняющего речь зарубежными словами и жаргонизмами ряда современных СМИ, где представлены в изобилии разнообразные отступления от классических норм.



В СМИ активизируются процессы трансформации языковых норм. Единые характеристики современного языка СМИ:

– культурное и социальное многообразие речевых норм отдельных общественных категорий, выраженное в языковой реальности современных масс-медиа);

– качественное (количественное) усложнение определенных областей речевой коммуникации (например, публичная устная речь, особенности языка телевидения, радио и сети Интернет и др.);

– диверсификация нормативных рамок языка СМИ;

– «американизацию» и демократизация языка СМИ;

– активное распространение публицистического стиля;

– осозанный отход от традиционных языковых литературных норм;

– следование тенденциям речевой моды и др.

Таким образом, особую актуальность приобретает вопрос формирования в современном социуме информационно-языковой культуры, а также сохранения речевой культуры и многовековых традиций языка.

Современный язык СМИ имеет важнейшее значение в увеличении уровня лингвистической образованности

граждан, а также в широком распространении грамотного русского языка. Невозможно не отметить уважение к языку в СМИ, однако даже на страницах журналов мы часто можем увидеть огромное число ошибок.

В телевизионных программах мы редко слышим идеально чистый русский язык. На наш взгляд, современные СМИ, принимая во внимание отношение молодежного поколения к сети Интернет и телевидению, с особой степенью бережности и внимания должны использовать русский язык.

Речь на экране (в эфире) отражают фонетические трансформации. Редукция звука значительно повысилась. То же самое можно сказать и о темпе речи.

Он-лайн СМИ наполнились широким разнообразием явлений фонетики, характеризовавших ранее не литературную и публичную речь, а лишь некоторые диалекты. Кроме этого, в процессе произношения фраз (слов) отсутствуют целые слоги (звуки).

В речевых конструкциях современных электронных СМИ распространены отклонения от литературной интонации и классических акцентных схем слова русского происхождения, а в интонационных стилях СМИ ярко

выражены стандарты англо-американского языка[9-Лакофф Д. 1990. ]

Также в речевой практике сегодня часто можно увидеть лексико-грамматические трансформации. Морфологические числовые значения изменились во многих словах политического и социального обихода под воздействием различных факторов, что подразумевает и, как следствие, трансформации предметного содержания. Почти не употребляемые во множественном числе ранее слова (например, правительство, банк, партия, бюджет и др.) сегодня произносятся нередко с традиционным числовым распределением[8-Демьянков В. 1994,]

Следующей специфической характеристикой современного языка СМИ служит распространение иностранных заимствований. С 80-х гг. прошлого столетия с формированием рыночной экономики возникло большое число зарубежных слов, как правило, англо-американских:[ 7- Григорьева О. Н., 2003].

- политических (импичмент, рейтинг, консенсус и др.);
- экономических (брокер, маркетинг, дилер, менеджмент и др.);
- речевых формул (вау, ноу проблем и др.);

– наименований бытовых понятий (кола, херши, гетры и др.);

Сегодня общеупотребительными являются слова «прайс-лист», «шоп», «супермаркет» и т.п. Наименования некоторых российских ТВ-передач также произносятся на иностранных языках (например, «Бомонд», «Аншлаг», «Ревю», «Телемикс», «Шоу» и др.).

Также в качестве наглядных примеров выступают тексты реклам (например, «Сникерсни!»), надписи в отелях (например, «ресепшн», «ореп» и др.).

Безусловно, неотъемлемым качеством современного человека выступает достаточно высокий уровень развития культуры его речи, поэтому следует стремиться не допускать ошибок при построении предложений, при употреблении (произношении) слов. Тем не менее, сегодня это является крайне непростой задачей, особенно когда существенно воздействующие на речевую культуру социума популярные СМИ так отдалены от правил [11-Солганик Г.Я. 1996]

К большому сожалению, в современных СМИ часто можно встретиться с нарушениями норм языка. Лексико-стилистическим дефектом в русском языке является незнание специфики сочетаемости лексики слов (например, уровень жизни не «ухудшается», а «снижается»).

Также неграмотно составлено следующее предложение: «Правоохранительные органы для того, чтобы улучшить в городе криминогенную ситуацию, трудятся...» (понятие «криминогенный» означает «способствующий совершению преступного деяния»). Соответственно, правильным будет сказать «...чтобы в городе изменить криминогенную ситуацию...»

Нельзя не отметить и ослабление функций падежей. Так, рассмотрим ошибку при выборе падежа – «подтвердил о собственном намерении» («подтвердил собственное намерение»).

Кроме этого, предлоги «вопреки», «благодаря» и «согласно» после себя требуют местоимения (Д.п.) или существительного. Тем не менее, в СМИ регулярно наблюдаются нарушения данного правила. Такие досадные ошибки - результат незнания грамматических правил. Примеры:

- «вопреки предостережения мальчик пошел...» вместо «вопреки предостережению»;
- «согласно указа мероприятие перенесут.... вместо «согласно указу» и др.

Максимальное число речевых погрешностей отмечается при употреблении им. числительного. Далее представлены



примеры, в которых ошибки вызваны незнанием норм склонения слов данной части речи:

– «пятидесятью процентами» вместо «пятидесятью процентами»;

– «около триста машин» вместо «около трехсот машин») и др.

Неполное склонение (несклонение) составных (сложных) числительных – это прямое нарушение нормы литературного языка. Крайне редко в бытовой речи верно склоняют числительное «полтора» («на протяжении полтора суток...») вместо «на протяжении полутора суток»).

Зачастую можно увидеть ошибки при выборе падежа сложного числительного, сочетаемого с одушевленным сущ., с окончанием на «2», «3», «4».

Вне зависимости от определенной категории одушевленности, винительный падеж в подобных конструкциях имеет форму именительного падежа (в госпиталь за месяц доставили двадцать два раненых», но не «двадцать двух раненых»).

Литературной норме также не соответствует следующая конструкция: «...к двум тысячам четвертому году» (вместо «...к две тысячи четвертому году»), поскольку в сложном порядковом числительном необходимо склонять лишь

последнее слово. Часто можно встретиться и с подобными ошибками: «...заплатить к четвертому ноябрю» вместо «...заплатить к четвертому ноября»).

Также отметим ошибки в собирательных числительных, использование которых в русском языке в сочетании с существительными, применяемыми в официальной лексике, не рекомендуется («в регионе сразу оказались двое сенаторов» вместо «...оказались два сенатора»).

Таким образом, в СМИ существует много отрицательных явлений, непосредственно взаимосвязанных с ошибками в правилах говорения (орфоэпические ошибки, неуместное или чрезмерное употребление слов-заимствований и слов-паразитов, неграмотное словоупотребление; ошибки в сокращениях и др.).

Общаясь с огромной аудиторией, авторы программ и журналисты, дикторы и ведущие так или иначе воспитывают ее, заставляют запоминать произносимые ими языковые нормы, развивают у нее определенный вкус.

Тем не менее, важно стремиться к художественному, безукоризненно грамотному языку. Культура речи в СМИ представляет собой базовую характеристику при выявлении уровня профессионализма радио- и ТВ-передач, отражая их художественную и публицистическую полноценность. В

значительной мере СМИ определяют как языка, так и общения. Именно этим определяется их огромная ответственность за соответствие данных правил (норм) лучшим традициям культуры.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

- 1-Беркнер С.С. Язык как инструмент политики // Эссе о социальной власти языка. -Воронеж, 2001.
- 2- Былинский К.И. Язык газеты. Избранные работы / Сост. К.М. Накорякова. М.: Изд-во МГУ, 1996.
- 3-Виноградов С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения. -М.: Наука, 1996. С. 281-317.
- 4.Володина М.Н. Язык СМИ основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. - М.: Изд-во МГУ, 2003.
- 5-Воробьева О. И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи. Архангельск, 2000.
- 6-Голуб И. Б. Стилистика русского языка. 4-е изд. - М.: Айрис-пресс, 2003.
- 7-Григорьева О. Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка // Язык СМИ как

объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. -М.: Изд-во МГУ, 2003.

8-Демьянков В. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994, № 4.

9-Лакофф Д. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры; перевод с англ. А. Н. Баранов – М. Едиториал УРСС, 1990. – 415 с.

10-Медведева С. Ю. Специфика языка печати как средства массовой коммуникации // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М.: 1996.

11-Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе // Журналистика и культура русской речи. М., 1996. Выпуск 1. - С. 13-25.

12-Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики (на материале русского языка). М., 1973.