

УДК 81.42

*Чумакова Д.А.,
учитель иностранного языка
МБОУ «ЦО-СШ №22»
г. Старый Оскол*

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ВЫРАЖЕНИЯ, ПРИМЕНИМЫЕ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Аннотация: В статье проанализированы актуальные примеры языковой игры, которые используются в современных СМИ. Анализ заголовков и лидов публикаций на сайте издательского дома «Коммерсантъ» показал, что для описания и оценки общественно-политических событий могут быть использованы каламбуры, окказиональные единицы, трансформация фразеологизмов и прецедентных текстов, что дает возможность вносить неожиданные коннотации в описание, анализ и оценку социально-экономической, политической и культурной проблематики.

Ключевые слова: интернет-журналистика, приемы языкового взаимодействия, языковая игра, нарушение нормы.

*Chumakova D.A.
a teacher of foreign languages
MBEI "EC-Secondary school No. 22"
Stary Oskol*

LINGUISTIC EXPRESSIONS USED IN MODERN MEDIA COMMUNICATIONS

Abstract: The actual examples of language games that are used in mass media are analyzed in the article. The analysis of the titles and leads of publications on the website of the publishing house "Kommersant" showed that puns, occasional units, transformation of phraseological units and precedent texts can be used to describe and evaluate the socio-political events, which

makes it possible to introduce unexpected connotations into the description, the analysis and evaluation of socio-economic, political and cultural issues.

Key words: *internet journalism, the methods of language interaction, language game, breaking the rules.*

Для современных СМИ характерны такие качества, как недостаточная культура устной и письменной речи и нарушение нормы литературного языка. Эти процессы влекут искажение стилистической системы русской речи, традиционной шкалы ценностей, порождают безответственные отношения к культуре речи, в том числе в рамках медиадискурса. В борьбе за аудиторию возрастает потребность в языке, отличающемся ярко выраженной прагматической направленностью и стремящемся к нестандартным стилистическим приемам и конструкциям [2, с. 105].

В связи с этим, современные медиакommunikации позволяют читателю глубже познакомиться с многообразием существующих лингвистических приемов, влияющих на актуальное восприятие прочитанной информации. В данном аспекте уместно будет упомянуть необходимость культуры речи, с которой читатель начинает знакомиться в процессе языкового взаимодействия с современными СМИ [2, с. 138].

Множество приемов языкового взаимодействия становится отличительной особенностью современной журналистики. Специальные приемы создают игровое пространство медиадискурса, реализуют прагматически интенсивные установки и привлекают внимание широкой аудитории через оценку различных явлений социальной, культурной, экономической, политической жизни [1, с. 23].

Несомненно, медиакommunikации и медиатекст активно вошли в нашу современную жизнь. Человек сейчас узнает большее количество информации благодаря тому, что занимается поиском необходимых ему

сведений через компьютерные технологии, что позволяет лучше познакомиться с особенностями современного медиатекста.

Исследование современного медиатекста невозможно без учета такого принципа современной журналистики и рекламы, как нарушение нормы литературного языка, к которой можно отнести разные виды каламбуров, оксюморонные построения, создание окказиональной лексики, трансформацию фразеологических сочетаний, модификацию прецедентных текстов, алогичные высказывания и т.д.

На примере заголовков и лидов, данных в газетах «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Независимая газета», рассмотрим некоторые наиболее частотные речевые приемы, содержащие аномативность:

1) создание окказиональных единиц: *«Владислав Сурков взял замоотвод» (Бывший замглавы администрации президента стал бывшим вице-премьером) (Коммерсант);*

2) трансформация фразеологических единиц: *«Долг тиражом красен» (Назойливость современных коллекторов и судебных приставов не идет ни в какое сравнение с «прелестями» долговых тюрем. Вряд ли и в литературе они займут заметное место — современных Диккенсов и Достоевских волнуют другие проблемы) (Коммерсант);*

3) нарушение логической однородности: *«Мэр Москвы рассказал о столичных пробках, мигрантах, своей команде и жене» (анонс интервью) (Комсомольская правда).*

В современном медиадискурсе активно используется языковая игра, которая мыслится как двунаправленный процесс. Успешность реализации поставленных задач в языковой игре зависит не только от адресанта, от использованных им средств, но и от адресата, от его способности дешифровать и грамотно воспринять юмористический смысл высказывания, основанный зачастую на аномативности [3, с.81].

Языковая игра является преднамеренным и осознанным нарушением нормы, но связаны, как правило, с серьезной филологической подготовкой журналиста и служит показателем уровня его фоновых и специальных знаний: *«Британская разведка начинает и выигрывает» («Шпион, выйди вон» Томаса Альфредсона вышел в наш прокат) (Независимая газета).*

Таким образом, в средствах массовой информации мы наблюдаем развитие такого стилистического приема, как расшатывание, нарушение нормы литературного языка, включение лексики и фразеологии ограниченного употребления в газетные и журнальные тексты, в радио- и телевыступления. Прагматическая установка современной журналистики предполагает не только отбор определенной информации, но и ее подачу аудитории в определенной стилистической «оболочке», в том числе основанной на аномативности, что усиливает воздействие и эмоциональность позиции автора текста.

Список литературы

1. Клушина, Н.И. Публицистический текст в прагматическом аспекте / Н.И. Клушина. – М., 2007.
2. Костомаров, В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В.Г. Костомаров. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
3. Покровская, Е.В. Прагматика современного газетного текста / Е.В. Покровская // Русская речь. – 2006. - № 3. – С. 81-87.