Ольга ВладимировнаПыстина

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

olga-pystina@yandex.ru

**Основные тенденции развития языка региональных СМИ (на примере медиатекстов Республики Коми)**

В работе выявляются особенности языка современных региональных медиатекстов на основе анализа публикаций СМИ Республики Коми. Полистилизм, цитатное письмо и приемы языковой игры рассматриваются как средства обновления региональной медиаречи. Описывается стилистический потенциал выявленных языковых процессов.

Ключевые слова:полистилизм, интертекстуальность, цитатное письмо, языковая игра.

Начало XXI в. – период относительной стабилизации языка массмедиа, позволяющий сделать выводы о современном состоянии языка СМИ. К новым тенденциям в развитии языка современных российских СМИ исследователи относят демократизацию и интеллектуализацию текстов СМИ, усиление личностного и диалогического начала, стилевую контаминацию, связанную с активизацией разговорной речи, жаргонной, арготической и просторечной лексики, а также увеличение креативной направленности [4: 18].

Опираясь на современные исследования [2], охарактеризуем некоторые особенности использования русского языка в СМИ Республики Коми.

Важная особенность современной медиаречи – полистилизм: «Мы констатируем факт существования в речевой практике СМИ явления стилевой неупорядоченности, природа которого носит весьма специфический характер» [3: 118]. Смешение полярных языковых начал – книжности и разговорности – вовлекает в массмедийное пространство как терминологию, так и разговорную лексику, жаргонизмы, просторечие. Как показывает региональный материал, сниженная лексика может использоваться и в публикациях на серьезные общественно-политические темы, но при этом она чаще всего представлена в прямой речи персонажей, в цитатах. В одной из заметок Виктор Бетехтин раскритиковал Олега Михайлова за «хайпожорство на термодеструкции» (БНК. 26.12.2020). Сленговая единица «хайпожорство» – экспрессивное средство выражения негативной оценки.

Одна из тенденций развития языка СМИ – актуализация интертекстуальных связей, предполагающая наличие цитат, реминисценций, аллюзий [5: 108]. С. И. Сметанина, характеризуя интертекстуальность как прием в современном медиатексте, использует термин «цитатное письмо» [5]. В практике региональных СМИ цитатное письмо встречается в разных фрагментах текста, но особенно часто – в заголовках. Массовые издания обычно пользуются доступными прецедентными феноменами, отсылающими к популярным песням: «Жаркая “погода в доме”» (Республика. 29.09.2021); к кинофильмам: «Деньги, золото, два ствола» (Трибуна. 06.01.2022); к художественным произведениям: «Таежный тупик на Ижме» (Республика. 24.07.2017), к известным высказываниям: «Вычисляй и властвуй» (Красное знамя. 14.09.2016). При этом прецедентные феномены зачастую являются необходимым материалом для создания авторского текста. При их обработке чужая цитата трансформируется путём усечения синтаксической конструкции: «Тварь я дрожащая или…?» (Трибуна. 11.02.2022); введения средств, формирующих противоположный смысл: «Героиня не нашего времени» (Трибуна. 30.10.2020) и др. Примеры говорят о том, что СМИ осваивают прецедентные феномены по определенным правилам: журналист, ориентируясь на общеобразовательный уровень аудитории, трансформирует структуру узнаваемой цитаты для повторного ее использования как средства номинации современных реалий, для передачи местного колорита.

Еще одна особенность речевой практики СМИ – использование приемов языковой игры, преднамеренная «деструкция речевой нормы» [1: 657]. В региональных СМИ пользуются спросом игры с сочетаемостью слов, так как нарушение устойчивых синтаксических связей дает возможность соотнести слово с чем-то неожиданным, при этом решаются важные содержательные задачи. В публикации о желании властей региона централизовать лабораторную службу «Биоматериальные стимулы» (Трибуна. 04.03.2022) необычная сочетаемость фокусирует внимание на лоббировании интересов частной фирмы. Востребована словообразовательная игра, основанная на создании окказионализмов. Источником для инноваций могут выступать имена собственные со значением оценки: в заголовке «Леди Гага Усть-Сысольского уезда» (Красное знамя. 03.04.2020) лексема «Гага» – соединение первых слогов фамилий бывших руководителей региона Вячеслава Гайзера и Сергея Гапликова. В целом языковая игра является инструментом социального воздействия, используется для создания уникального лингвистического ландшафта.

Итак, полистилизм, цитатное письмо, креативная инноватика региональных медиатекстов, как и других текстов российских медиа, обеспечивают обновление языка СМИ.

Литература

1. Данилевская Н. В. Языковая игра // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2006. С. 657–660.

2. Казак М. Ю. Язык газеты. Белгород, 2012.

3. Коньков В. И. Стилистическая неупорядоченность в речевой практике СМИ // Современная русская речь: состояние и функционирование. Вып. II: Сборник аналитических материалов. СПб., 2006. С. 112–118.

4. Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М., 2014.

5. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002.