

Бульбенко Елена Сергеевна

канд. филол. наук, старший преподаватель

ФГКОУ ВО «Волгоградская академия МВД России»

г. Волгоград, Волгоградская область

DOI 10.31483/r-99334

СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ЯЗЫКОВОЕ ПРОСТРАНСТВО (НА МАТЕРИАЛЕ РОССИЙСКИХ СМИ)

Аннотация: в статье рассматривается проблема языка в современной информационной коммуникации. Выделяется такая наука как лингвоэкология и определяется ее роль в СМИ. Анализируются языковые значения понятий в современных СМИ. Выявляются такие номинанты понятий, которые характеризуются негативной оценкой. Описываются языковые номинации, вызывающие негативные эмоциональные состояния у языковой личности, которая рефлексирует факты, ситуации и события, происходящие в современном мире и комментирующиеся в СМИ.

Ключевые слова: эмоции, (эмотивная) лингвоэкология, (не)экологичное общение, СМИ, массовая коммуникация.

Возросшая информационная сила в обществе в настоящее время вызывает научный интерес не только у лингвистов, но и ученых других гуманитарных наук, таких как психология, философия, социология, культурология.

Повседневную жизнь человека можно охарактеризовать как зависимую от СМИ и вовлеченную в СМИ. Характеризуя СМИ, следует упомянуть основные функции коммуникации: 1) *информировать* (предоставить информацию о событиях в определенном обществе); 2) *коррелировать* (интерпретировать смысл событий); 3) *обеспечивать преемственность* (поддерживать общность ценностей не только своей культуры, но и других культур и субкультур, а также новых культурных тенденций); 4) *развлекать* (обеспечить переключение на другие культуры); 5) *мобилизовать* (проводить кампании, имеющие отношение к различным сферам: политике, экономике, религии, войне и др.).

Неоспоримо, что массовая культура распространяется за счет массовой коммуникации, при этом, охватывая большую часть членов того или иного общества. Мы рассматриваем массовую коммуникацию как систему социального взаимодействия, в центре внимания которой находится непосредственно общество, коррелирующее с конкретными внутренними культурными характеристиками. Подчеркнем, что массовая коммуникация трактуется нами как процесс свободного самовыражения прессы и телевизионных программ не с политической точки зрения, а с языковой.

В данной статье рассмотрим языковые средства, представленные в российских СМИ, а также изучим их роль в русле лингвоэкологии, т.е. определим, каково влияние современного языка СМИ на общество и человека.

Не вызывает сомнения тот факт, что СМИ достаточно эффективны в формировании взглядов по проблематикам многих современных вопросов, в особенности, по темам, о которых адресаты либо не имеют собственного мнения, либо есть некоторые сомнения относительного определенного факта или события.

Кроме того, СМИ характеризуются убеждающей силой, т.е. СМИ направляют на адресата определенную информацию, которая утверждается и накладывает свой отпечаток на мнение получателей этой информации относительно конкретной ситуации. Безусловно, среди новых слов были, есть и всегда будут заимствования, особенно англизмы, обозначающие современные реалии: *тиктоковский образ, бартер, имидж, тендер, дистрибутер, селфная персона и др.* Значительную роль в популяризации таких слов играют современные СМИ: именно журналисты расставляют смысловые акценты в номинации современных понятий, освещая соответствующие факты.

Следовательно, языковая личность воспринимает, рефлексирует происходящие события при помощи языковых средств передачи в СМИ. Каждый человек обладает способностью не просто воспринимать информацию, а эмоционально рефлексировать ее и проецировать на окружающую действительность.

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

«Эмоции сегодня в моде. Они охватили все коммуникативное пространство Homo loquens: СМИ, политику, бытовое и художественное общение. Эмоции стали важнейшими компонентами разума, мышления и языкового сознания современного человека, принадлежащего к любой лингвокультуре» [4, с. 6].

Следует также сказать, что эмоция – это один из основных человеческих инстинктов, который может быть достаточно опасным для окружающих, и который может привести к последствиям, иногда необратимым. Именно эмоции лежат в основе выбора обозначения современных понятий, отражающих реалии нашего времени: *фальшивые лекарства, криминалитет, бомбезка, криминальная группировка, заказное убийство, горячая точка* и др.

Человек может легко поддаваться эмоциям, особенно негативным, в число которых входят такие эмоциональные состояния как *злость, ненависть, зависть, месть, неприязнь, отвращение* и др. Под воздействием таких эмоций человек способен совершить различные поступки вплоть до безумных, о которых впоследствии, как правило, сожалеет, но исправить ситуацию оказывается иногда невозможно.

Зачастую у человека происходит постепенное накопление негативных эмоций, в результате которых возникает апатия, нервное расстройство, нежелание заниматься какой-либо деятельностью, будь то либо профессиональная деятельность, либо любой другой вид деятельности, например, творческий. В результате, под воздействием негативных эмоций процесс коммуникации подвергается отрицательным эмоциям и, соответственно, становится негативным.

Таким образом, под воздействием негативного общения возникает разрушение языковой личности. В таком случае, психологи выделяют следующие понятия, которые являются языковым обозначением предпосылок или результатов разрушения языковой личности: *эмоциональный подвиг, эмоциональное выгорание, вспышка эмоций, эмоции кипят* и др. Изучением негативной, а также положительной коммуникации занимается такая наука как лингвоэкология. Формированию такой науки способствовала новая отрасль лингвистики эмоций – *эмотивная лингвоэкология*.

Эмотивная лингвоэкология (далее – ЭЛ) – представляет собой относительно новое направление в современной теоретической лингвистике. ЭЛ объединяет ряд таких наук, как нелингвистические и лингвистические, а также культурологические, в основу которых входят следующие научные направления: экология, валеология, культура речи, риторика, коммуникология, лингвистика эмоций. Целью ЭЛ является определение и изучение как экологичного, так и неэкологичного общения, а также его влияние на эмоциональную компетенцию языковой личности.

Появление такого направления, как ЭЛ, основоположником которой является профессор В.И. Шаховский, «диктуется острой необходимостью контролировать социальную и языковую ситуацию в современной России, которая представляет собой постоянно эмоционально-напряженную действительность с превалированием негативных событий и их негативной вербальной упаковки в различных СМИ и бытовом общении» [4, с. 152]. Ежедневные несчастные случаи, трагедии, катастрофы, природные катаклизмы и их оязыковление с отрицательной коннотацией в СМИ, вызывает у языковой личности сгусток негативных эмоций, которые передаются адресату как журналистский прием. Очень часто происходит искажение фактов при их интерпретации, т.е. СМИ формируют у получателей информации негативное мнение касательно конкретных событий.

Замечено, что российские СМИ провоцируют негативное воздействие на психоэмоциональную сферу как языковой личности, так и на сам язык. Происходит эмоционализация новости, факта, как следствие, искажение представляющей языковой личностью картины мира. Оценочность и эмотивность – это важнейшие характеристики СМИ, которые заключаются в следующем: оценочность – это та составляющая, находящаяся в основе любой эмоции и являющаяся главным компонентом эмотивности, тогда как эмотивность представляет собой презентацию эмоционального состояния коммуникантов.

Анализ телевизионных программ российского телевидения и фрагментов текстов в российских СМИ показал, что слова, обозначающие отрицательные

оценочные понятия доминируют, например, нами выявлено достаточно слов, которые служат номинантами для описания ежедневных событий, происходящих в стране и мире. Именно эти события служат источником негативной информации, которая распределяется во многих словах, например, *карантин; авиакатастрофа; обнищание; обстрелы; осколки власти; вакуум безвластия; горячая тема; пандемия; эпидемия; кризис; комендантский час; локдаун; тема – оголенные провода, короткое замыкание; тема искрит; жареные факты; банкротство предприятий и физических лиц; терроризм; социальная незащищенность граждан страны; забастовка* и др.

Так как приведенные выше слова, номинирующие современные реалии или понятия не могут не вызывать соответствующие отрицательные эмоции, становится вполне очевидным, что журналисты создают в обществе, в целом, и для каждого человека, в частности, негативную картину окружающей действительности, что вызывает негативные эмоции: *страх, подавленность, неуверенность в себе, негодование, переживание, сомнение* и др.

Такие эмоциональные коннотации, которые заключены в словах являются отрицательными, поскольку они мотивированы негативной оценкой фактов в СМИ. Полагаем, что эти понятия уже стали новыми концептами современной российской действительности и останутся таковыми надолго.

Безусловно, в нравственном и здоровом обществе в коммуникации должна доминировать лексика с положительной оценкой, так как такая языковая номинация (*патриотизм, гордость, совесть, волонтер, достоинство, благородство, (безвозмездная) помощь нуждающимся* и т. п.) является маркером вечных ценностей, которые возвышают языковую личность и его коммуникативное поведение. Вслед за В.И. Шаховским, считаем, что эмоции – это мотивационная основа сознания [3], оказывающая определенный эффект на коммуникативное поведение языковых личностей.

Полагаем, что влияние негативной психоэнергетики может привести к изменению русского менталитета, к ложному когнитивному и коммуникативному поведению. Однако признаем, что во многих случаях нельзя обойтись без поня-

тий и обозначающих их номинантов с отрицательно заряженной коннотацией. Мир подвижен. «Русский язык неизбежно будет подвергаться изменениям, т.к. время не стоит на месте, и глобализация затрагивает даже самые незначительные сферы общественной жизни, что уж говорить о языках» [2, с. 155].

Негативное влияние на русский язык в настоящее время остро ощущается практически во всех сферах его функционирования. «Ни один закон не может регулировать демонстрацию и пропаганду агрессивных форм общения, равно как и трансляцию примитивного и отупляющего контента. Неоднократные попытки запрета употребления нецензурной лексики в российских СМИ оказались тщетными» [1, с. 22], например, шоу «Comedy Club». Вслед за В.А. Буряковской, полагаем, что коммерческая оставляющая массовой коммуникации и ангажированность политики представляют собой факторы, препятствующие соблюдению этики и коммуникации [1, с. 24].

Безусловно, коммуникативное поведение требует, чтобы в языке постоянно появлялись слова, номинирующие новые понятия, провоцирующие на новые ощущения. Однако во многих исследованиях отмечается, что современное состояние русского литературного языка характеризуется наложением на него вульгаризмов, гибридов, американизмов, а также смешения функциональных стилей. И уже не так легко предотвратить этот процесс, чтобы распознать великий русский язык.

По нашему глубокому убеждению, негативное вербальное обрамление событий в СМИ разрушительно. В первую очередь, это касается духовной культуры общества, ровно так же, как и языка как культурного компонента, которые непосредственно оказывают отрицательное влияние на здоровье и психическое состояние языковой личности и его нравственных ценностей.

Итак, для того, чтобы минимизировать негативное влияние отрицательных эмоций, которые заключены в значения номинантов современных понятий и которые отражаются в обществе, необходимо не отказываться от свободы слова, в частности, в СМИ, а следует профессионально и что важно – постоянно

мониторить и оптимизировать лингвоэкологию в СМИ как в печатном виде, так и в электронном и эфирном форматах в современной России.

Отсюда следует, что в настоящее время назрела необходимость для контроля современного информационного языкового пространства с целью сохранения чистоты русского языка, а, следовательно, общество нуждается в принятии соответствующего проекта и закона о государственном языке в России.

Список литературы

1. Буряковская В.А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков): монография / В.А. Буряковская; Волгогр. гос. соц.- пед. ун-т. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2014. – 228 с.
2. Шадиева Д.К. Негативные тенденции и угрозы развитию русского языка в СМИ / Д.К. Шадиева, Г.Н. Мухиддинова // Современный ученый. – 2021. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://su-journal.ru> (дата обращения: 18.08.2021).
3. Шаховский В.И. Эмоции – мотивационная основа человеческого сознания / В.И. Шаховский // Языковое бытие человека и этноса. Вып.6. – М.; Барнаул: АГУ, 2003. – С. 215 – 222.
4. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: монография / В.И. Шаховский. – Волгоград: Перемена, 2007. – 529 с.
5. Шаховский В.И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции: монография / В.И. Шаховский. – Волгоград, изд-во ИП Поликарпов И.Л., 2016. – 504 с.