

Актуальные языковые явления в языке СМИ неоригинального формата на примере "Афиша Daily"

Научный руководитель – Петрушина Мария Владимировна

Фролов Артем Романович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова, Москва,
Россия

E-mail: artem1516@mail.ru

В постсоветской России, в связи с глубокими социально-политическими преобразованиями, в языке СМИ на первый план вышли фатическая, коммуникативная, информативная и развлекательная функции. Для того, чтобы удержать внимание читателей, журналистам пришлось искать новые средства речевой экспрессии. Это обуславливает основные тенденции в языке СМИ, сложившиеся на настоящий момент.

Объектом нашего исследования послужили языковые явления, нашедшие активное применение в новых медиа: 1) тенденция к употреблению некодифицированных единиц языка - варваризмов, неологизмов и т.д.; 2) увеличение роли интертекстуальных элементов в текстах СМИ; 3) увеличение доли и роли креолизованного текста в материалах СМИ [3].

В то же время данные тенденции имеют свои особенности при реализации в различных изданиях. Особенно активное развитие они получили в изданиях заимствованного (неоригинального) формата. Одним из самых ярких примеров такого издания среди современных российских СМИ является интернет-издание «Афиша Daily», которое, несмотря на свое российское происхождение, позиционирует себя как life-style издание, формат которых является заимствованным.

«Афиша Daily» как издание неоригинального формата, нацелено прежде всего на формирование у читателей поп-культурной системы ценностей, т.е. выполняет ценностно-ориентирующую функцию. Кроме того, данные издания также выполняют познавательную (информируют читателей о новых явлениях в мире поп-культуры), коммуникативную (соединяет читателей с героями поп-культуры) и досуговую функции [5].

Так как большинство явлений и понятий западной поп-культуры не имеют однословных эквивалентов для обозначения в русском литературном языке, в публикациях «Афиша Daily» активно используются такие некодифицированные единицы, как **варваризмы**. В этом случае они выполняют номинативную функцию: «Cashmere» — это голливудские *семплы*, клубные *биты*, а также *панчи* про Махатму Ганди и «харе кришну», «Что такое *бустеры* и почему на них все помешались».

Весьма распространено в языке издания употребление варваризмов в целях привлечения внимания аудитории и установления с ней контакта. В данном случае они выполняют фатическую функцию: «*Sharing economy*: как это работает в России», «О чем молчат онлайн-уроки: 11 неочевидных *бьюти*-вопросов», заголовки рубрик «*Хайт*» и «*Бит и флоу*». Варваризмы в языке издания также реализуют парольную функцию, сигнализируя целевой аудитории сайта о принадлежности к своему кругу [4].

Следующий по степени распространенности элемент некодифицированной лексики в языке издания - **неологизмы**. Как правило, это авторские неологизмы, выполняющие экспрессивно-оценочную функцию. Они помогают выразить дополнительные оттенки смысла либо усилить их: «Афиша Daily» собрала коллекцию нескучных вестернов, которые *перепридумывают* старый жанр заново».

Интертекст - также распространенное явление в публикациях «Афиша Daily». Наибольший интерес в плане специфики реализации в текстах издания представляют интертекстемы, выполняющие апеллятивно-аргументативную и оценочно-экспрессивную функции [6].

Интертекстемы, выполняющие апеллятивно-аргументативную функцию, характеризуются ограниченным кругом источников прецедентных текстов. Данные источники могут быть разделены на 2 категории.

Первая категория - западные англоязычные СМИ. Например: «Либеральный *Vox* обещает кошмар для сексуальных меньшинств; катастрофические последствия для климата всей Земли; крах системы здравоохранения, выстроенной Обамой; угрозу праву на аборт». Второй источник прецедентных текстов - либеральные российские СМИ и отдельные журналисты. В материале «Почему вам нужно пойти в музей истории ГУЛАГа» тезис о том, что Московский музей ГУЛАГа рассказывает о теме, «которая по-прежнему вызывает болезненную реакцию в обществе» подтверждается в тексте ссылкой на соответствующий новостной материал «Новой газеты», которая является либеральным общественно-политическим изданием.

Интертекстемы, реализующие оценочно-экспрессивную функцию, как правило используют в качестве источника прецедентного текста артефакты западной поп-культуры: «На выходе образовалась поразительная работа, которая становится на одну полку с последними альбомами *Джеймса Блейка* и *Френка Оушена* — ну или даже с «*Kid A*», если пожелаете» - о новом альбоме Бона Ивера. Практически все интертекстемы в языке «Афиши Daily» также выполняют факультативные парольную и фатическую функции, ограничивая ее и в то же время поддерживая с ней контакт.

Креолизованный текст, наряду с интертекстом, является одним из основных стилеобразующих элементов языка «Афиша Daily». Тексты сайта характеризуются умеренной либо высокой степенью креолизации, которая заключается в наличии в них большого числа невербальных и интерактивных компонентов [2].

Невербальные компоненты в языке издания как правило, представлены интерактивными фотографиями, фотогалереями, интерактивными таймлайнами, записями из соцсетей, а также видеороликами и gif-изображениями.

Креолизованный текст в «Афиша Daily» обладает двумя основными качествами: высокой частотностью использования и высокой степенью интерактивности. Данные качества способствуют более эффективному выполнению информативной и фатической функций текста, а также реализации его развлекательной функции, что позволяет добиться более тесного контакта с целевой аудиторией издания.

Таким образом, опираясь на результаты анализа реализации языковых явлений в языке «Афиша Daily», можно говорить о том, что формат изданий оказывает существенное влияние на их язык. Общеязыковые явления в текстах различных изданий выполняют различные функции, реализуются в различной степени и используют различные источники в качестве ресурсов языкового материала.

Источники и литература

- 1) 1. Ворошилова М.А. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2007. №21 С.75-80.
- 2) 2. Костомаров В.Г. Тексты в масс-медиа// Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. — М.: Гардарики, 2005. С. 179-219.
- 3) 3. Матюшенко Е.Е. Варваризация языка молодежного журнала // Вестник ЧелГУ. 2013. №1 (292) С.102-106.

- 4) 4. Матюшенко Е.Е. Динамические процессы в языке молодежного журнала. Автореферат диссертации. – Волгоград, 2013.
- 5) 5. Махова А. А. Типы и функции интертекстем в журналистском тексте // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2014. №20 (191) С.142-149.