

Языковая норма в постсоветской социокультурной ситуации

© кандидат филологических наук Г. Ю. Никипорец-Такигава, 2004

Языковая норма – «совокупность правил выбора и употребления языковых средств в данном обществе в данную эпоху»¹. Э. Косэриу предложил разграничивать два смысла понятия норма: в широком смысле норма соответствует не тому, что «можно сказать», а тому, что уже «сказано» и что по традиции «говорится» в рассматриваемом обществе. В узком смысле «норма» – это результат целенаправленной деятельности общества по отбору и фиксации определённых языковых средств в качестве образцовых, рекомендуемых к употреблению»². Нас в данной статье интересует языковая норма (ЯН) в узком понимании, которая характеризуется следующим набором признаков:

1. ЯН существует в подсистеме литературного языка.
2. ЯН едина.
3. ЯН консервативна.
4. ЯН культивируется.
5. ЯН кодифицируется.

Несмотря на наличие нормы в широком смысле в диалектах, жаргоне и других подсистемах языка, языковая норма в узком понимании связана только с литературным языком, который противопоставляется другим подсистемам языка как кодифицируемый, нормированный.

В наши дни языковая ситуация продолжает развиваться по пути возрастания влияния СМИ на русский язык как систему и на языковую компетенцию среднего носителя русского языка.

«В процессе речевых контактов «говоримая» и слышимая речь явно преобладает над речью письменной. По данным исследований, в среднем на чтение мы отводим 16 процентов суточного бодрствования, на восприятие звучащей речи – 45 процентов, на говорение – 30 процентов, на письмо – 9 процентов. Иными словами, звучащая речь (в значительной своей части разговорная) в количественном отношении втрое «влиятельнее» речи письменной»³.

Завоевание технического прогресса и либерализации общественного сознания – современные устные СМИ, способствуют возрастанию

¹ Беликов В. И., Крысин Л. П. Социоллингвистика. М., 2001. С.39.

² Косэриу Э. Синхрония, диахрония и история // Новое в лингвистике. Вып.3. М., 1960. С. 175.

³ Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1998. С.38.

пропорции звучащей речи. Результаты многочисленных социологических опросов и статистические данные свидетельствуют о том, что главным видом досуга среднего россиянина является телевизор. Устные СМИ вытесняют чтение как вид речевой деятельности, успешно конкурируя с печатными СМИ, заменяя чтение художественной литературы.

Печатное слово, художественная литература в советское время выполняла роль языкового ориентира, на основе которого и при помощи которого формировались представления о языковой норме и культуре речи. В постсоветской социолингвистической ситуации таким ориентиром становится устное слово, а его образцом язык устных СМИ.

Лингвисты всесторонне исследуют СМИ, и в наших оценках языка СМИ соседствуют два полюса. С одной стороны, как явно положительное явление, отмечается большая свобода в выборе средств выражения, отсутствие скованности и зажатости, продвижение свободной стихии разговорной речи в язык СМИ. С другой стороны, отмечается негативное влияние свободного и демократичного языка СМИ на языковые вкусы современников, языковую компетенцию, на языковую норму и культуру речи.

Постараемся избежать критики. Это не продуктивный путь, так как не видно предпосылок для того, чтобы язык СМИ вернулся к почти идеальному с точки зрения соблюдения языковой нормы состоянию, которое его отличало в эпоху тоталитаризма. Языковая ситуация складывается так, что влияние СМИ на язык и общество будет возрастать, а язык СМИ становится всё свободнее и демократичнее, взяв на себя функцию единственного или самого авторитетного языкового ориентира.

Попробуем проанализировать язык СМИ в ином ракурсе – как новый языковой ориентир, культивирующий новую языковую норму.

Выделим признаки, характеризующие язык современных СМИ:

1. Язык СМИ не принадлежит подсистеме литературного языка.

С начала девяностых годов в язык СМИ стали активно проникать элементы неcodифицированных подсистем русского языка: просторечие, жаргонизмы и арго: *“У”*: *Лето у поп-звёзд – пора гастрольного чёса по городам... В чём секрет их успешности? – Е.Ф.: Понятно, что «Руки вверх!» – это конченная попса, но публика на них ходит, потому что в своём формате это мало-мальски талантливо сделано... По этой же причине в прошлом году они слили свою же шведскую группу «Афродит» с очень сильной песней... («Утро на НТВ» 26.08.03.).*

Щас они объединятся с такими амбициями... Вот, к доктору не ходи, сейчас начнётся массовое вооружение иракцев для того, чтобы они истребляли других иракцев. То есть, насвинячили, разворошили улей – а теперь они хотят смотреться... Однако есть ещё более общий урок.

Союзники Соединённых Штатов теперь должны почувствовать, с какими вызовами они столкнутся... («Однако» 19.11.03).

Американский госкомстат сообщил тут об экономическом росте больше 7 процентов, а рынок прореагировал падением котировок. Но того, что произошло во вторник – маски-шоу на Уолл-стрите, – это вообще-то как-то будит воображение. А вот представьте себе, если бы у нас в Москве на ММВБ люди в масках свинтили 48 брокеров? То есть вы понимаете, на что мы намекаем... («Однако» 20.11.2003).⁴

Часто приглушённо, но довольно явственно звучит в эфире и общенная лексика.

В стилистическом отношении в настоящее время мы имеем дело с СМИ, которые максимально приблизились по форме к бытовому общению, настойчиво имитируют сниженную бытовую коммуникацию.

Помимо высокого содержания не кодифицированной лексики для СМИ характерно нарушение существующей языковой нормы, так как современные СМИ ориентированы на спонтанное говорение. Говорение и письмо – суть разные по степени ответственности и по возможностям самоконтроля виды речевой деятельности, игнорирование процесса предварительной записи читаемых текстов неизбежно продуцирует ошибки и неточности.

2. Язык СМИ вместо единой языковой нормы предлагает большую вариативность и свободу выбора.

Чётких ориентиров СМИ не даёт, законодателем, языковым авторитетом становится популярный ведущий или политик. «Так можно, я вчера по телевизору слышал. Так можно, все так говорят. Так можно, так сам такой-то говорит», – аргументация для оправдания ошибки. «Как хочу, так и говорю», «Как хочу, так и пишу», – это новая языковая норма.

Устные СМИ расширили круг говорящих публично. Скучные по содержанию, безнадёжно идеологизированные советские радио и телевидение демонстрировали высокую культуру речи в исполнении известных поимённо профессиональных дикторов, зачитывающих тексты, тщательно выверенные профессиональными редакторами. Важную роль играла и система материального наказания за допущенные ошибки. Ликвидация института дикторов и литературных редакторов, ставка на содержание, создание новой неопределённой профессии ведущего-

⁴ В качестве иллюстрации предлагаются не отдельные примеры, а тексты, что позволяет оценить степень концентрации ненормативных явлений в речи говорящего. Популярность передач определялась при помощи рейтингов компании TNS GALLUP MEDIA. Рейтинги помогают очертить круг телевизионных предпочтений и выбрать те передачи, которые в большей степени влияют на языковую компетенцию среднестатистического россиянина.

диктора-комментатора привели к тому, что СМИ предлагают в качестве образца не единую языковую норму и культуру речи, а индивидуальную. Актуальное требование говорить «без бумажки» породило новую генерацию журналистов – самоуверенно несущих в массы собственные представления о культуре речи и языковой норме.

3. Язык СМИ не консервативен, немедленно реагирует на узус и языковую моду.

Последнее десятилетие в моде американизмы. «Если с 1960-1985 в русском языке было зафиксировано около 9000 новых слов, то с 1984 прибывало каждый год по 2 тысячи» (из доклада Л. А. Вербицкой на X Конгрессе МАПРЯЛ). Долгие годы изоляции СССР от внешнего мира сменились эпохой открытых границ и калькированием стиля жизни, чужой культуры и языка в ущерб красоте и точности русской речи, замствования стали социально престижным слоем лексики.

Модно придать речи некоторый флёр ироничности. Иронией, злоязычием, ёрничаньем прикрывается неуверенность в словах и мыслях, нередко отсутствие слов в индивидуальном словаре, мыслей и чувства юмора, так как тонко пошутить труднее, чем грубо связвить. Того же происхождения модное *как бы*. Его употребление продиктовано желанием «говорить красиво» (ложно понятое представление о культуре речи) и неопределённо. Такое стремление снять всякую ответственность за слова, неуверенность в словах и мыслях характеризуют современное духовное состояние общества.

Явления языковой моды широко представлены в языке СМИ. *Сейчас не в моде роскошь. Украшения стали более микшированные, более гламурные... И, видите, они как бы висят, гнутся.* («Утро на НТВ» 27.02.04.) На церемонии вручения «Серебряной галоши» 1.01.04 года ведущие выражали восторг и удивление при помощи восклицания *вау* (*уау*). Многократно повторяемое в течение полутора часов *вау* подхватывал зал, сначала со смехом, потом привычно. Тем самым наглядно демонстрируя модель воздействия СМИ на аудиторию.

4. Язык СМИ культивируется.

Мы переживаем «словарный бум», лексикографы спешат отразить быстро меняющийся узус. Отрадно, что любое услышанное в СМИ слово можно найти в словарях. Хотя, помня определение А. М. Пешковского (языковая норма – «это то, что было вчера, отчасти то, что есть сегодня, но отнюдь не то, что будет завтра»⁵), можно было бы так не торопиться. Следует помнить и о том, что фиксация продле-

⁵ Пешковский А. М. Избранные труды. М., 1959. С.54-55.

вает жизнь слову, в том числе устаревающим на этапе печатания явлениям языковой моды.

Язык СМИ пропагандируется. СМИ обладают уникальной возможностью тиражирования и мощным пропагандистским эффектом. Наряду со способностью внедрять в массы идеи, СМИ пропагандируют стиль, темп речи, новую лексику. Язык СМИ престижен. В той же степени, насколько популярны герои экрана, престижен их язык.

Пока языку СМИ не обучают в школе. Учебники написаны красивым и правильным русским языком, программы по литературе призваны воспитывать литературный вкус и культуру речи. Однако школа не может противостоять влиянию на речь подрастающего поколения со стороны СМИ, лингвисты не определяют развитие узуса, если язык СМИ уйдёт ещё дальше от языка учебников по родной речи, придётся изменить учебники.

Суммируя изложенное, можно представить язык СМИ как новый языковой ориентир, культивирующий новую языковую норму (НЯН) со следующим набором признаков:

1. НЯН существует во всех подсистемах языка. (Или снимает деление языка на подсистемы.)
2. НЯН не едина.
3. НЯН не консервативна.
4. НЯН культивируется.
5. НЯН кодифицируется.

Такой набор признаков размывает понятие «языковая норма», поэтому не может удовлетворить лингвистов. Лингвистическое сообщество предпринимает попытки убедить общественность в необходимости соблюдения языковой нормы и культуры речи в СМИ.

Следует учитывать, однако, что языковая норма – это инструмент языковой политики государства, кодификация и культивирование – задачи не сугубо лингвистические. Это задачи государственного масштаба, направление языковой политики, которое зависит от осознания политиками и государственными деятелями роли и места языка в становлении и укреплении национального самосознания.

В эпоху тоталитаризма строго соблюдаемая единая языковая норма способствовала консолидации общества. Новая языковая норма с новым набором признаков может служить идеальным инструментом языковой политики государства, направленной на дезинтеграцию общества.

Не будем утверждать, что политика нашего государства именно такова. Может быть, у нашего государства нет языковой политики или государство не понимает, что языковая политика – важная часть госу-

Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. — М.: МАКС Пресс, 2004. — Вып. 26. — 168 с. ISBN 5-317-00981-2

дарственной политики. Тогда следует думать, что язык СМИ развивается стихийно и культивирование языка СМИ происходит бессознательно.

Если же сегодняшней задачей языковой политики государства является разрушение языковой нормы и целостности языка, превращение языка в инструмент дезинтеграции общества, то современные СМИ с этой задачей успешно справляются.