

### ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ПОСТМОДЕРНИЗМА

*В статье рассматриваются различные подходы к определению явления трансформации в современном языкознании, определяются причины широкого распространения различного рода трансформаций в текстах современных СМИ как проявления постмодернистской культуры.*

*Ключевые слова: трансформация, язык СМИ, постмодернизм.*

Развитие лингвистических исследований на современном этапе отличается множественностью направлений и концепций изучения языка, при этом общепризнанной доминирующей парадигмой является антропоцентрическая, в русле которой язык изучается с позиции его носителя – человека, который формирует язык и формируется языком. Антропоцентризм как особый принцип исследования заключается в том, что научные объекты изучаются, прежде всего, по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования [11, с. 212].

Переход во второй половине XX в. к принципу антропоцентризма совпал с проявлением интереса лингвистов к языку СМИ, тексты которых по своей сути являются текстами «от человека» (журналиста) и «для человека» (читателя, слушателя, зрителя). Одним из первых начали изучать язык прессы [8; 9; 15; 17; 22]. Позднее, со стремительным развитием других средств массовой информации и появлением медиаобусловленных систем (рекламы и PR), в центре внимания исследователей

оказываются языковые особенности телевидения [10; 14; 21], радио [2], рекламы [6; 20], PR- [20] и Интернет-текстов [7]. Изучение специфики языка СМИ [4; 5; 12; 19 и др.] предполагает определение его как «устойчивой внутриязыковой системы, характеризующейся вполне определенным набором лингвостилистических свойств и признаков» [5, с. 19]. Такое активное развитие изучения языка СМИ стало основой появления новой отрасли современного языкознания – медиалингвистики, в рамках которой сегодня происходит комплексное изучение языка средств массовой информации.

Как отмечает С. И. Сметанина, одним из явлений, под воздействием которого развивается модель журналистского текста, является обращение к приемам постмодернистского письма, а методологией исследования современности журналистикой конца XX века часто становится поэтика и стилистика постмодернизма [23, с. 80]. Это не случайно, поскольку постмодернизм является «мировоззренческой концепцией, отражающей интеллектуальное и эмоциональное восприятие эпохи» [23, с. 81], доминирующим ментальным направлением современности, а его курс – «субстанцией, сближающей язык и реальность» [16, с. 30].

Такие общепризнанные принципы постмодернистского дискурса, как игровое начало, карнавализация, интертекстуальность, прецедентность, установка на эпатаж, иронический модус высказывания, полисемантика [16] являются основой и причиной создания различного рода лингвистических трансформаций не только в художественных, но и в текстах современных средств массовой информации. Так, в современную эпоху постмодернизма внимание к языку, к пределам его возможностей становится ориентированным не на норму, а на изменение [16, с. 45]. Журналисты начинают экспериментировать с языком, или, другими словами, играть. Практически все исследователи рассматривают игровой принцип как один из главных принципов создания текстов постмодернистского дискурса, который и определяет создание и динамичное развитие различного рода трансформаций. Явление языковой игры, так активно обсуждаемое лингвистами, является по своей природе трансформацией: играют с нормами, узусами языка, преобразовывают и обрабатывают их, ведь сегодня люди в большей степени «заинтересованы не в истине, а в том, чтобы кто-то играл на их ощущениях» [9, с. 72].

Понятие трансформации не является новым для лингвистики. Основу лингвистических трансформаций заложил в своих работах З. Хэррис, а позже их развил Н. Хомский, предложил рассматривать синтаксис языка в виде двух систем: базовой (порождающей глубинные структуры) и трансформационной (порождающей поверхностные структуры). В теории перевода активно разрабатывается проблема переводческих трансформаций в работах Л. С. Бархударова, В. Н. Комиссарова, А. Д. Швейцер, Я. И. Рецкер, Л. К. Латышева, Р. К. Миньяр-Белоручева, Е. А. Селивановой и др. Так, например, Л. С. Бархударов полагает, что сам перевод является определенным видом трансформации, а именно межязыковой трансформацией. Под термином «трансформация» (или «преобразование») ученый понимает определенные отношения между двумя языковыми или речевыми единицами, из которых одна является исходной, а вторая создается на основе первой [1, с. 6]. В. Н. Мигрин рассматривает трансформацию как синхронные преобразования одних кон-

струкций в другие, осуществленные исследователем с заранее установленным алгоритмом [18, с. 10] и называет переходность в области частей речи (такой процесс является транспозицией) морфологической трансформацией, а переходность в области членов предложения, сопровождающуюся трансформацией и в области частей речи, – морфолого-синтаксической.

Особо активно лингвистами рассматриваются процессы трансформации фразеологизмов и прецедентных текстов в языке СМИ. Исследуя различные способы преобразования фразеологизмов на страницах газет, Т. С. Гусейнова понимает трансформацию как «любое отклонение от общепринятой нормы, закреплённой в лингвистической литературе, а также импровизированное изменение в экспрессивно-стилистических целях» [3, с. 7].

Анализируя язык постмодернистских текстов, Е. Н. Лучинская рассматривает различные приемы трансформации, называя трансформы (результаты трансформации) маркерами – «актуализированные языковые средства текстообразования, которые своей необычностью, из-за принадлежности к постмодернистскому дискурсу привлекают внимание читателя и исследователя» [16, с. 66]. Исследовательница выделяет стилистические, лексико-семантические (каламбуры, авторские неологизмы и окказионализмы, оксюморон), фонетические и интонационные (фонетические игры, аллитерации), графические, лексико-синтаксические маркеры и орфографические, пунктуационные аномалии.

На сегодняшний день учеными не выработан единый подход к процессам лингвистической трансформации как широкому и важному явлению. Исходя из представлений лингвистов о процессах трансформации на различных языковых уровнях, мы предлагаем свое понимание трансформации как общелингвистического явления, находящего свою реализацию в текстах современных СМИ. Лингвистическая трансформация – намеренное изменение узальной (нормативной) языковой единицы или структуры с определенной прагматической целью, заданной автором (выражение авторского «я», ирония, привлечение внимания реципиента, воздействие или манипуляция и т.п.).

Как отмечает Н. А. Кузьмина, адресат текстов СМИ хочет от автора, с одной стороны, чтобы сложную информацию сводили к простому (узальному), с другой стороны, «чтобы его (читателя, слушателя, зрителя) уважали, доверяли его интеллекту, предоставляли возможность самому делать выводы из сообщенных фактов, и именно этот двойной эффект дает трансформация» [13]. Лингвистическая трансформация по сути является некой манипуляцией сознанием объектов масс-медийного дискурса. Иными словами, с одной стороны, автор при помощи трансформации вовлекает адресата в процесс изменения, интерпретации и деконструкции узуса, а с другой – автор трансформанта имплицитно направляет сознание объекта на нужный лад, указывая, в каком ракурсе и с каких позиций воспринимать информацию.

В современном мире акцент ставится на переходные состояния, трансформации, на процессы становления и исчезновения, на дискурс, на «текст в движении» [16, с. 22], потому функционирование различного рода окказиональных трансформов (некоторые ученые называют их аномалиями, абсурдами, гибридами и др.) в текстах СМИ становится, как ни парадоксально, нормой.

## Литература

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. – 240 с.
2. Бернштейн С. И. Язык радио / С. И. Бернштейн. – М. : Наука, 1977. – 47 с.
3. Гусейнова Т. С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии: дисс. на соискание ученой степени канд. филол. Наук : 10.02.01 – «Русский язык» / Т. С. Гусейнова. – Махачкала, 1997. – 188 с.
4. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т. Г. Добросклонская. – М. : URSS, 2005. – 286 с.
5. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации: [учебное пособие] / Т. Г. Добросклонская. – М. : КДУ, 2012. – 116 с.
6. Зирка В. В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект: [монография] / В. В. Зирка. – Днепропетровск : ДНУ, 2004. – 294 с.
7. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологические аспекты: [монография] / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2008. – 528 с.
8. Костомаров В. Г. Некоторые особенности языка печати как средства массовой коммуникации. (На материале современной русской газеты): автореф. дис. на соиск. уч. степени д-ра филол. наук / В. Г. Костомаров. – М., 1969. – 38 с.
9. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М. : МГУ, 1971. – 267 с.
10. Кривенко Б. В. Экранная речь / Б. В. Кривенко // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М. : Моск. ун-т, 1980. – С. 237–256.
11. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е. С. Кубрякова // Язык и наука конца XX века. – М. : РГГУ, 1995. – С. 144–238.
12. Кудрявцева Л. А. Современный масс-медийный дискурс: экспрессия – воздействие – манипуляция / Л. А. Кудрявцева, Л. П. Дядечко, А. А. Черненко и др. // Czlowiek. Swiadomosc. Komunikacja. Internet. – Warszawa: Uniwersytet Warszawski, 2004. – С. 106–116.
13. Кузьмина Н. А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса [Электронный ресурс] / Н. А. Кузьмина // Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2011. – Вып. № 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/755>
14. Лаптева О. А. Живая русская речь с телеэкрана. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте / О. А. Лаптева. – Изд. 5-е, стереотипное. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 520 с.
15. Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации / И. П. Лысакова. – СПб., 1989. – 182 с.
16. Лучинская Е. Н. Постмодернистский дискурс : семиологический и лингвокультурологический аспекты интерпретации / Е. Н. Лучинская. – Краснодар : Кубанский ун-т, 2002. – 197 с.
17. Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста: Средства выразительного письма / Л. М. Майданова. – Красноярск, 1978. – 178 с.

18. Мигирин В. Н. Очерки по теории процессов переходности в русском языке : [учебн. пособ. для студ.] / В. Н. Мигирин. – Бельцы, 1971. – 199 с.
19. Петрова Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: [учебное пособие] / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 160 с.
20. Реклама та PR у масовоінформаційному просторі / Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, Н. В. Кутуза та ін.; за заг.ред. О. В. Александрова. – Одеса : Астропринт, 2009. – 400 с.
21. Светаева С. В. Телевизионная речь / С. В. Светаева // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М. : Моск. ун-т, 1980. – С. 179–237.
22. Солганик Г. Я. Лексика газеты: функциональный аспект / Г. Я. Солганик. – М., 1981. – 112 с.
23. Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): [монография] / С. И. Сметанина. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.

***Perepelytsia M. S. Transformation in the language of the mass media as a quality of the postmodern culture***

*In the article various approaches to definition of the phenomenon of transformation in modern linguistics are considered, the reasons of different wide circulation of transformations in texts of modern mass media as manifestations of postmodern culture are defined.*

*Key-words: transformation, language of the mass media, postmodernism.*

***Перепелиця М. С. Трансформація в мові сучасних ЗМІ як вияв культури постмодернізму***

*У статті розглядаються різні підходи до визначення явища трансформації в сучасному мовознавстві, окреслені причини широкого поширення різного роду трансформацій в текстах сучасних ЗМІ як прояву культури постмодернізму.*

*Ключові слова: трансформація, мова ЗМІ, постмодернізм.*