

The background features a series of concentric, overlapping curved lines in various shades of blue, creating a sense of depth and movement. The lines are more densely packed in the center and become more widely spaced towards the edges.

# **ЖУРНАЛИСТЫ О РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

**И. Б. Александрова**

**В. В. Славкин**

# **Журналисты о русском языке**

*Текст предоставлен издательством*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=65902289](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=65902289)*

*Журналисты о русском языке: Факультет журналистики МГУ имени*

*М. В. Ломоносова; Москва; 2016*

## **Аннотация**

Выход в свет книги «Журналисты о русском языке» – важное событие в современной жизни как журналистов, так и ученых-лингвистов, а также всех, кому небезразлична судьба современного русского языка. Это издание, которое готовилось в течение нескольких лет силами студентов и преподавателей факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, уникально, так как оно включает в себя материал, который еще никогда и нигде не был опубликован. Книга состоит из двух частей: в первой приводятся ответы журналистов и руководителей СМИ на вопросы о русском языке, во второй – высказывания преподавателей и студентов факультета журналистики о состоянии современного русского языка. Использование в СМИ жаргонизмов, заимствованных слов, терминов и профессионализмов, появление на страницах иных изданий и в эфире ненормативной лексики – вот проблемы, которые появляются в ежедневной медийной

практике. Журналисты приводят и примеры многочисленных нарушений языковых норм. Составители книги задают важный вопрос: можно ли повысить речевую культуру журналистов и общества в целом?

Книга будет интересна как широкому читателю, любящему русскую речь и болеющему о судьбе русского языка, так и ученым, студентам лингвистических факультетов, профессионально изучающим русский язык.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

# Содержание

Предисловие	11
Г. Я. Солганик. Язык и журналистика	14
И. Б. Александрова, В. В. Славкин. Современная журналистская речь	24
Часть 1	57
Андрей Абрамов	59
Мария Адамчук	61
Меланя Айдинян	65
Ксения Алейникова	67
Леся Анфиногенова	72
Дмитрий Бавильский	74
Дарья Балабошина	77
Виктор Балашов	79
Гуля Балтаева	86
Лилия Барладян	90
Радик Батыршин	92
Валерия Беленькая	94
Ольга Белова	97
Анатолий Богомоллов	100
Наталия Бодылевич	107
Олеся Бондаренко	109
Екатерина Босина	112
Геннадий Бочаров	116

Анна Бояринова	118
Дмитрий Быков	123
Владимир Верников	131
Денис Вдовин	134
Виктор Волков	136
Татьяна Выводнова	138
Александр Гаврилов	141
Евгений Гаврильченко	144
Евгения Гайсина	146
Мария Гарнова	148
Константин Гетманский	152
Сергей Гогин	156
Сергей Голованов	172
Павел Головин	175
Ирина Горшкова	177
Юлия Горшкова	179
Кирилл Громов	182
Вячеслав Грунский	184
Алексей Гусев	189
Маша Давтян	192
Вячеслав Данилов	194
Юрий Дарахвелидзе	198
Елена Девяткина	201
Тамара Дейкина	202
Екатерина Демина	203
Максим Демков	206

Евгений Дружинин	207
Анна Емельянова	209
Григорий Заславский	212
Елена Зернова	225
Андрей Зиновьев	230
Александра Злотарь	232
Евгения Злотарь	234
Оксана Зотикова	237
Евгений Зырянкин	240
Александр Кабаков	244
Роман Кареев	248
Александр Карягин	251
Любовь Ковалева	253
Дмитрий Коваленин	255
Максим Ковальский	258
Андрей Колесников	265
Татьяна Комарова	272
Василий Коньков	274
Елена Конькова	276
Ольга Коробицына	280
Ольга Костина	289
Егор Крылов	292
Александр Кузмак	294
Евгений Кустов	296
Анна Лазарева	298
Степан Левин	301

Кирилл Легков	303
Артем Липатов	305
Ульяна Литцер	308
Оксана Львова	311
Айна Магомедова	313
Александр Макаренко	315
Наталья Малахова	318
Аркадий Мамонтов	322
Дарья Манина	324
Тимур Мардер	327
Ольга Мартыненко	335
Лейла Мачавариани	337
Татьяна Мерзлякова	339
Константин Мильчин	345
Эмма Михейкина	347
Владимир Молчанов	349
Лидия Мониава	361
Галина Моргун	370
Михаил Моргун	374
Максим Немцов	376
Валерий Панюшкин	379
Илья Переседов	386
Даниил Перушев	389
Лариса Погонина	391
Анна Позина	394
Владимир Познер	396

Анастасия Попова	399
Евгений Прудовский	403
Илья Прудовский	406
Михаил Пукшанский	409
Петр Романов	411
Вероника Рубцова	427
Татьяна Русанова	429
Полина Русяева	432
Александр Садиков	438
Кира Сапгир	441
Лилия Секания	443
Андрей Сенцов	445
Евгений Синичкин	448
Александр Смотров	451
Сергей Соков	454
Светлана Соколова	457
Олег Сотников	462
Анастасия Стемпковская	465
Татьяна Степаненко	472
Ирина Стрельникова	474
Илона Суворова	477
Александр Танас	479
Владас Ташев	483
Андрей Титов	485
Анна Федосенко	488
Константин Филатов	494



Александр Хабаров	498
Александр Хабургаев	502
Алексей Харламов	507
Алан Хурумов	513
Виталий Чельшев	518
Наталья Чернышова	532
Елена Шевелева	538
Тимофей Шевяков	540
Елена Шенгелия	542
Наталья Щукина	544
Часть 2	546
Николай Алексеевич Богомолов	546
Татьяна Эдуардовна Гринберг	550
Тамара Федоровна Дедкова	555
Ясен Николаевич Засурский	560
Григорий Яковлевич Солганик	567
Татьяна Ивановна Фролова	574

# **Журналисты о русском языке**

© Александрова И. Б., Славкин В. В., сост., 2016

© Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016

# Предисловие

Уважаемый читатель!

Вы держите в руках книгу, которая посвящена журналистской речи. В нее вошли размышления о русском языке и о медиаречи, которыми делятся с нами сами журналисты, а также статьи, в которых анализируется современный медиадискурс.

Какой представляется им медийная речь? Каково состояние русского языка на современном этапе? Ответ на этот вопрос мы попытались получить, в течение ряда лет – с 2008 по 2015 г. – интервьюируя двести журналистов, работающих в разных – русских и зарубежных, центральных и региональных, печатных и электронных, качественных и массовых – СМИ. Ознакомившись с ответами, мы решили опубликовать те анкеты, которые наиболее полно и интересно, без повторов, отражают современное состояние русского языка в средствах массовой коммуникации, языковую личность журналистов XX и XXI в., речевую картину мира, типичную для русскоязычных сотрудников СМИ. Считаем, что получившаяся книга – уникальный материал для лингвистов, изучающих особенности функционирования слова в средствах массовой коммуникации, и для широкой читательской аудитории. Это первый опыт создания хрестоматии, в которой пишущие люди стремятся представить свое видение со-

временного состояния русской речи.

Мы искренне благодарны вам, уважаемые коллеги-журналисты, за то, что вы смогли найти время и дали яркие, самобытные ответы на вопросы о судьбах родного языка. Ваши интересные метафоры, ваши афоризмы о русском слове, бесспорно, станут частью науки о современной журналистике и помогут нам, преподавателям, разбудить в студентах интерес к родной речи.

Мы также благодарим и тех, без кого этой книги не было бы, – **СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ МГУ имени М. В. Ломоносова**. Именно они в течение нескольких лет интервьюировали журналистов и сотрудников информационных и рекламных агентств. Первоначально мы хотели поименно указать всех наших помощников. Но их оказалось так много, что мы посчитали возможным выразить глубокую признательность студентам журфака **В ЦЕЛОМ**. Если значение корня «жур» в слове «журналист» – это «свет», то ваша работа имеет высочайшее просветительское значение!

Хотелось бы выразить признательность **Анне Злуникиной, Адель Нурмухаметовой, Айгуль Кушаевой, Веронике Гришечкиной, Анастасии Егоровой, Александре Зиновьевой, Виктории Щербаковой** за кропотливую работу по установлению современного места работы журналистов, которые дали ответы на вопросы анкеты. Труд студенческой инициативной группы, которую увлекла идея создать свою, журна-

листскую хрестоматию, оказался поистине титаническим!

Особая благодарность – родному журфаку МГУ, и прежде всего его декану – профессору Елене Леонидовне Вартановой, за возможность воплотить в жизнь этот объемный и очень важный для всех проект.

Вот так, вместе, создав эту книгу, мы ответили на последний вопрос анкеты: «Как можно повысить речевую культуру журналистов и общества в целом?». Только бережное внимание к культуре русского слова сохранит богатство речи, которой мы пользуемся в речевом обиходе, даже не замечая, сколь велико благо изъясняться на родном – великом и могучем – языке.

Будем признательны всем читателям, которые прочтут нашу книгу. Если вы захотите поделиться с нами мыслями о состоянии русской речи, прислав ответы на вопросы, будем рады получить их по адресу: [aib777@newmail.ru](mailto:aib777@newmail.ru), [vladimir-slavkin@yandex.ru](mailto:vladimir-slavkin@yandex.ru)

*С искренним уважением – научные редакторы книги  
«Журналисты о русском языке» И. Б. Александрова, В. В.  
Славкин*

# Г. Я. Солганик. Язык и журналистика

Как оценить состояние современного русского литературного языка? Вопрос очень сложный. И мнения специалистов-языковедов, а также журналистов, как свидетельствуют материалы данной книги, можно объединить в две группы. Одни, и их, как кажется, большинство, полагают, что русский язык в беде, переживает далеко не лучший период и его нужно спасать, принимать срочные меры.

Другие считают, что ничего катастрофического, угрожающего судьбам нашего языка, не происходит. Он и в прошлом преодолевал трудности, и в настоящем выйдет из испытаний еще более окрепшим.

Кто же прав? Различие и даже противоположность мнений понятны: трудно судить о языке «изнутри», будучи участником происходящих в нем процессов. Необходима некая временная дистанция, позволяющая взглянуть на язык по возможности в целостном его виде. Современники же видят, как правило, лишь некоторые бросающиеся в глаза грани, стороны общего процесса развития языка. И предлагают нередко противоположные пути развития языка. Вспомним: западники и славянофилы, архаисты и новаторы. Каждая партия, каждое движение выделяли ту или

иную сторону развития русской речи. Они талантливо угадывали, улавливали нечто существенное в становлении, эволюции языка. Но охватить весь процесс в целом им было не дано.

Язык развивается по собственным законам, которые открываются при взгляде на него с исторической дистанции. Поэтому и современное состояние русского литературного языка целесообразно оценивать исторически, сопоставляя его с предшествующими этапами развития.

После теории трех «штилей» М. В. Ломоносова синтез языковых средств, осуществленный А. С. Пушкиным, касался прежде всего языка художественной литературы и предполагал распространение принципов этой языковой реформы на другие средства общения. Однако этот процесс заключал в себе не только синтезирующее, но и дифференцирующее начало. Необходимость создания систем средств выражения для языка науки и других сфер общения объединяла задачи синтеза и дифференциации. Пушкинская реформа, разрушившая жанрово-стилистическую закрепленность языковых средств и объединившая их в пределах единых контекстов, предполагала в то же время последующую дифференциацию их на иных принципах, гораздо более прогрессивных и продуктивных, значительно расширивших понятие литературного языка, увеличивших возможности его семантического и экспрессивного варьирования.

Функциональные стили радикально изменили языковую

ситуацию. Литературный язык сегодня – это и газеты, и журналы, и художественная литература, и научная, и публичная речь, и телевидение, и радио. Но в каждой из этих разновидностей литературный язык имеет своеобразные качества. В XIX в. основной оппозицией в рамках литературного языка было противопоставление «книжное – разговорное». В наши дни в качестве сопоставленных, а нередко и противопоставленных оказываются все функциональные стили. Членами стилистической оппозиции могут выступать характерные элементы любых двух стилей, ибо каждый функциональный стиль осознается как самостоятельная стилистическая реальность. И это значительно усложняет картину современного языкового функционирования и развития, делает литературный язык полифункциональным и полифоничным, имеющим несколько стилистических регистров.

Новая языковая ситуация существенно меняет наши представления о литературном языке. В условиях функционально-стилевого расслоения каждый функциональный стиль манифестирует литературный язык. В каждом из них более или менее рельефно обнаруживаются те или иные черты литературного языка, полностью и во всем объеме раскрывающихся в системе функциональных стилей. Однако языковое сознание общества нуждается в наглядной модели литературного языка, осуществляющей единство в многообразии на основе одного какого-либо стиля, выступающего в качестве своеобразного представителя всего литера-



турного языка. Многостильность ослабляет представление о единстве литературного языка, поэтому в каждый из периодов развития общество нуждается в стиле, который моделировал бы, представлял литературный язык в его целостности и единстве.

Если в XIX в. понятие литературного языка ассоциировалось прежде всего с языком художественной литературы, то в наше время в качестве авторитетного и полноправного представителя литературного языка выступает язык СМИ, который можно назвать медиастилем. Актуальность СМИ определяется глубоким общественным интересом к их содержанию, имеющему отношение ко всем и к каждому в отдельности.

Это объединяющее начало, заложенное в СМИ, дало основание академику Н. И. Конраду назвать язык СМИ «общим языком нации»:

«В наши дни общим языком нации можно считать то, что именуется языком массовой коммуникации... В сфере массовой социальной и культурной коммуникации в настоящее время несомненно формируются новые черты языковой системы, и прежде всего – в области семантической: в составе понятий и их связей»<sup>1</sup>. Наиболее важной функцией средств массовой коммуникации, по мнению Н. И. Конрада, является поддержание единства общества путем сохранения стан-

---

<sup>1</sup> Конрад Н. И. Предисловие к Большому японско-русскому словарю. – М., 1970. – С. VII.

дартных, усредненных значений в нем.

Современная языковая ситуация отличается многомерностью и сложностью. С одной стороны, непреложным фактом является функционально-стилевое расслоение литературного языка. Однако рядом с функциональными стилями и во взаимодействии с ними сформировалась сфера массовой коммуникации, уже не ограничивающаяся литературным языком, но захватывающая и элементы, пласты национального языка, находящиеся за пределами литературной речи.

Таким образом, одна из функций языка СМИ (медиастиль) заключается в осуществлении взаимодействия литературного языка с национальным (с теми его сферами, которые не включаются в литературный язык), в освоении этих сфер и в итоге в расширении, демократизации литературного языка. Фактически медиастиль (язык СМИ) производит новое членение литературного языка. Сохраняя прежнюю оппозицию «литературное – нелитературное», язык СМИ меняет в общественном сознании отношение к этой оппозиции, смягчая оценку «нелитературное» не как запретного, а как возможного, но ограниченного средства. Результат изменения языкового сознания – расширение границ литературного языка. Понятие литературности сохраняется, но оно становится более гибким, широким, демократичным.

Итак, медиастиль (язык СМИ) можно определить как широкое функционально-стилевое единство, в рамках которого

объединяются языковые средства разных функциональных стилей (прежде всего газетно-публицистического), а также нелитературные средства (жаргоны, просторечие). Критерием включения служат качества языковой единицы – экспрессивность, имеющая оценочный характер, удобство (краткость) номинации и др. Следует подчеркнуть, что критерии эти широки и гибки, что соответствует природе языка СМИ, охватывающего практически все сферы жизни общества.

Таким образом, два противоположно направленных процесса, две тенденции можно наблюдать в развитии современного русского литературного языка – тенденцию к дифференциации и тенденцию к синтезу. Эти два процесса диалектически взаимосвязаны. Дифференциация (превращение функциональных стилей в относительно самостоятельные разновидности литературного языка) предполагает синтез-тенденцию к объединению стилей, стилевых образований (ср. художественно-документальную прозу, художественно-публицистические жанры). Синтез ведет к дальнейшей дифференциации, основанной на новых принципах.

Есть основания полагать, что эти два процесса протекают на всех этапах развития литературного языка, определяя характер его эволюции. Поэтому можно сделать вывод, что эти две тенденции действуют и на современном этапе. Дифференциация ведет к углублению литературного языка, к формированию языковых средств художественного, публицистического и других стилей. Синтез связан со стремлени-

ем сохранить единство литературного языка во множестве, разнообразии его употреблений.

Обе названные тенденции действуют и в медиастиле. Если раньше литературный язык питали по преимуществу диалекты, то в настоящее время этот источник практически иссяк. И в литературный язык (в основном через язык СМИ) устремились жаргоны, городское просторечие, профессионализмы. Медиастиль «перерабатывает» эти средства в соответствии с собственными законами (прежде всего социальной оценочностью, экспрессивностью) и делает их достоинством литературного языка. Так, уже вошли в литературный язык такие жаргонизмы, как *тусовка*, *беспредел*, *отморозки* и некоторые другие. И это процесс прогрессивный, обогащающий лексикон литературного языка.

Рамки литературной речи расширяются и за счет специальной лексики, в том числе иноязычных заимствований: ср. *саммит*, *консенсус* и др., которые при первом появлении встретили сопротивление пуристически настроенных носителей языка.

Во всех этих процессах проявляется действие тенденции к синтезу, объединению различных стилевых потоков в рамках единого медиастилея, так как медиастиль – это плоть от плоти литературного языка, его модель, важнейший его представитель.

Однако процесс синтеза может иметь и серьезные негативные последствия, «издержки производства». Наш извест-

ный языковед Г. О. Винокур в 20-е годы XX в. с тревогой писал о вторжении «языка улицы»<sup>2</sup> в литературную речь, об опасности растворения литературного языка в нелитературной стихии.

Эта опасность существует и в наши дни. Неумеренное использование жаргонизмов, просторечия лишает их экспрессии, свойственной им на фоне литературной речи, нивелирует литературный язык. В использовании жаргонизмов, просторечия нужны мера и вкус, «соразмерность и сообразность»<sup>3</sup>, по словам А. С. Пушкина.

Тексты, рассчитанные на массовую аудиторию, должны отвечать литературной норме, ибо они воспринимаются многими как эталон, как своеобразное руководство по языковому поведению. Поэтому любое отступление от нормы (в ударении, словоупотреблении, грамматике) тут же тиражируется, рассматривается как пример для подражания. И если СМИ нехотят растерять авторитет, они должны стремиться к чистоте литературной речи.

Что же касается ненормативной лексики, вопрос о возможности употребления которой в журналистской среде вызывает живой интерес, то в СМИ она должна находиться «вне закона». Средства массовой информации и мат несов-

---

<sup>2</sup> Винокур Г. О. Культура языка: Очерки лингвистической технологии. – М.: Работник просвещения, 1925. – 216 с. (изд. 2-е, испр. и доп., 1929).

<sup>3</sup> Пушкин А. С. Отрывки из писем, мысли и замечания. – URL: [http://rvb.ru/pushkin/01text/07criticism/01criticism/0124\\_30/0915.html](http://rvb.ru/pushkin/01text/07criticism/01criticism/0124_30/0915.html)

местимы. Есть хорошее русское слово, определяющее эту лексику, – *сквернословие*. Скверна, по толковому словарю Д. Н. Ушакова, «все гнусное, мерзкое; пороки»<sup>4</sup>. И этим все сказано. Воспроизводя нецензурную брань, журналист унижает, оскорбляет не только читателя (зрителя, слушателя), но и себя самого. Языковая норма СМИ категорически исключает употребление обсценной (ненормативной) лексики. Она резко снижает (если не уничтожает) престиж СМИ. Хорошо написала об этом (в данной книге) Леся Анфиногенова: «СМИ – это „лицо языка“, зачем же мазать его грязью безостановочно? От этого бывают прыщи!».

Другое дело – язык художественной литературы, принципиально не знающий запретов на использование любой лексики. Но и здесь употребление ненормативной лексики должно быть мотивировано художественным заданием. Отношение к мату определяется мировоззрением, вкусом писателя.

К сожалению, язык СМИ дает немало оснований для его критики. Некоторые специалисты даже считают, что неряшливый, небрежный, изобилующий ошибками язык СМИ способствует падению общей речевой культуры. Разумеется, это преувеличение. Современная языковая ситуация чрезвычайно сложна, пестра. И вряд ли можно говорить о падении речевой культуры общества (в том числе и СМИ).

---

<sup>4</sup> Толковый словарь русского языка Ушакова Д. Н., 1935-1940. – URL: <http://alcala.ru/slnvar-ushakova/slovar-S/166828.html>

Мы располагаем богатой литературой, влиятельными, яркими СМИ, талантливыми журналистами. Литературный язык непрерывно развивается, совершенствуются его нормы. И естественно, что этот процесс сопровождается «издержками производства». Наряду с качественными СМИ широко распространена бульварная, желтая, гламурная журналистика. Эта пресса не определяет общей картины, но вносит в нее «диссонирующие» краски. И общество (прежде всего сами журналисты) должно заботиться о чистоте и выразительности языка – нашего национального достояния.

Медиастиль (язык СМИ) обладает огромной силой влияния, превышающей воздействие художественной литературы. СМИ находятся в центре современной стилистической системы. И не случайно они называются массовыми. Они активно участвуют в развитии литературного языка, формируют языковые вкусы, литературные нормы. И естественно, что язык СМИ должен быть выразительным, литературным, образцовым.

# **И. Б. Александрова, В. В. Славкин.**

## **Современная журналистская речь**

Современная речь, представленная в средствах массовой информации, – один из наиболее важных объектов лингвистических исследований. Вот почему в наше время сформировалась такая научная дисциплина, как медиалингвистика. Этот термин ввела в научный обиход Т. Г. Добросклонская: в ее книге «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь» (М., 2008) рассматриваются теоретические основы медиалингвистики, категориальные особенности медиатекста, лингвистические характеристики основных типов медиатекстов, а также когнитивно-культурологический аспект медиатекста.

Медиалингвистика предполагает исследование языка массовой коммуникации и медийное речеведение. Она включает в себя как составную часть медиастилистику, которая разрабатывает проблемы соотношения собственно лингвистических и экстралингвистических принципов при создании медиатекстов, специфики речевого развертывания медиатекстов, предлагает их типологию с социальной, жанровой и интенционально-модальной точек зрения, описывает концептосферу медиаречи, ее семантико-стилистические особенности. Исследование журналистской речи в аспекте



рефлексивного осмысления русского языка – еще одна актуальная составляющая современной стилистической науки. Кроме того, к сфере медиастилистики относятся так называемая «экспертная лингвостилистика»; исследование медиатекстов с позиций лингвоэтики и стилистики; изучение речи, представленной в интернет-пространстве (в сетевых медиа, интернет-версиях печатных изданий, в блогосфере), а также в рекламе и пр.<sup>5</sup>

По определению Ю. Н. Караулова, современный язык средств массовой информации – это «планетарный поток со-

---

<sup>5</sup> См. работы по медиастилистике, в которых отмечена роль авторской позиции в речевой организации медиатекстов (Г. Я. Солганик, Л. Г. Кайда, Л. М. Майданова, Н. С. Цветова, Т. В. Шмелева); дана их типология (Л. Р. Дускаева, В. И. Коньков, И. П. Лысакова, С. О. Калганова, Л. М. Майданова и др.); представлена специфика речеведения в медиатексте и особенности его архитектоники (Н. С. Болотнова, Л. Р. Дускаева, Л. Г. Кайда, Е. В. Какорина, В. И. Коньков, М. А. Кормилицына, Н. А. Корнилова, Н. А. Кузьмина, В. А. Салимовский, С. В. Светлана, А. П. Сквородников, Э. В. Чепкина, Т. В. Чернышова); разработана система концептов, характерная для текстов СМИ (Е. С. Абрамова, Е. Г. Малышева, О. В. Орлова и др.); рассмотрена картина мира, отраженная в современной медиаречи (И. В. Анненкова); рассмотрены средства усиления экспрессивности медиатекста (Г. В. Бобровская, Н. Н. Вольская, Г. А. Копнина, М. А. Кормилицына, Т. И. Краснова, А. П. Сквородников) и дан анализ идиостиля в медиаречи (Н. С. Болотнова, М. А. Кормилицына); предложен интенционально-модальный анализ медиатекстов (Н. И. Клушина); проанализированы рекламные тексты с точки зрения семиотики (А. Н. Баранов, Е. С. Кара-Мурза, М. В. Горбаневский, Т. В. Чернышова); указаны теоретические аспекты речи в электронных СМИ (И. А. Вещикова); выявлены культурно-речевые и лингвоэтические основы организации текстов (Н. Д. Бессарабова, В. В. Славкин, Н. С. Лопухина, О. Б. Сиротина, Т. И. Сурикова, М. А. Штудинер); дана характеристика интернет-речи (М. Ю. Сидорова, Е. В. Какорина, Т. Б. Карпова, И. Б. Александрова).

знания»<sup>6</sup>, в котором присутствуют элементы разных функциональных стилей. Он создается при помощи традиционных СМИ (газет, журналов, телевидения и радио, информационных агентств), интернет-версий печатных изданий или радио- и телеканалов и электронных сетевых медиа. Помимо традиционных СМИ в современное информационное поле входит и «народная журналистика» – *citizen journalism*, которая принимает формы моблогинга и блогинга. Эти сравнительно новые формы массовой коммуникации – моблоги (*mobiog, mobile phone log* – дневник мобильного телефона) и блоги (производное от *web log* – дневник в Интернете) – заняли важное место в системе массовой коммуникации XXI века. Ряд блогов-тысячников сейчас обрели равные права со СМИ.

Благодаря развитию электронных носителей информации и Интернета медиаречь обрела такие характеристики, как интерактивность, способность к креолизации, к гипертекстуальному разветвлению. Потенциально гипертекстуален любой текст, поскольку обладает способностью к распространению путем добавления новой информации в ссылки. В Интернете же текст живет особой жизнью, так как возможность получить интересующие читателя сведения появляется почти мгновенно, по ходу чтения. Следовательно, по-

---

<sup>6</sup> Карацлов Ю. Н. Язык СМИ как модель общенационального языка // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М., 2001. – С. 15.

тенциальное гипертекстуальное развертывание – характерная черта сегодняшней интернет-речи. И это не случайно. Новые, электронные носители оказывают свое влияние и на лингвистические характеристики текста. Высокая технологичность современной журналистики стала предпосылкой для исследования тех качеств медиатекста, которые раньше не воспринимались как языковые. Это прежде всего относится к визуализации, которая подразумевает включение в журналистское произведение элементов разных кодов – вербального и невербального. В принципе это явление не назовешь новым: газетчики со стажем помнят, что такое «слепая» полоса», т. е. лишенная иллюстративного материала газетная страница. Да и журналисты телевидения давно обращают особое внимание на соотношение видеоряда и текста. Но развивающийся весьма активно процесс мультимедиазации заставляет лингвистов, изучающих язык СМИ, уходить от традиционного, линейного понимания текста и концентрироваться на таких его характеристиках, как сочетание словесного материала и разного рода иллюстраций, инфографики и пр.

Одним из самых востребованных является сейчас термин «креолизованный текст», т. е. текст поликодовый. При всей внешней научной «продвинутости» этого термина нужно иметь в виду, что само появление письменности было неразрывно связано с изобразительными элементами и пиктография исторически предшествовала разделению знака-буквы

и знака-изображения. Так что мы наблюдаем своеобразное возвращение к информационным истокам цивилизации.

Однако повсеместная визуализация журналистского текста не только позволяет освоить информацию о факте во всем многообразии его качеств, но и достаточно часто приводит к дисбалансу, когда внешняя составляющая, заведомо более активно воспринимаемая аудиторией, настолько превалирует над словом, что просто «затмевает» его. Рекламные тексты и материалы массовой прессы дают, к сожалению, слишком много образцов такой «победы» над печатным словом.

Свою специфику получил и медиадискурс, появившийся в Интернете. Он «создается посредством „ядерного“ текста – проблемного, вызывающего многочисленные отклики, – и постов-комментариев, авторы которых имеют возможность не только выразить свою точку зрения о „ядерном“ тексте, но и вступить в диалог с другими блогерами»<sup>7</sup>. Таким образом, еще одним важным свойством речи, которое особенно ярко проявляется именно в интернет-дискурсе, является диалогичность. Это особенность как дискурса, который возникает на основе текстов электронной версии печатных изданий, так и медиаречи электронных СМИ. Диалогичный дискурс имеет синкретичную природу, поскольку способен

---

<sup>7</sup> Александрова И. Б., Славкин В. В. Диалогичность как категориальная характеристика речи современного общества // Медиаскоп (электронный журнал). – 2015. – № 4. – URL: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/586>

включать в себя прозаический или поэтический текст, фотографию (коллаж, картину и пр.), ссылки на звучащую музыку, которую может послушать блогер-читатель, инфографику и пр. Он обладает полифоничностью, поскольку также является поликодовым. Порой такой дискурс представляет собой лишь систему ссылок на посты участников диалога (дискуссии), тем не менее диалогичное начало подобного речевого единства очевидно.

В эпоху цифровых носителей информации активно развивается такое явление, как ререйтинг – создание нового текста на основе другого источника. Надо сказать, что ререйтинг неоднозначно оценивается не только лингвистами, но и самими журналистами. Так, Д. Л. Быков, отвечая на вопрос нашей анкеты (см. хрестоматию), пишет: «Я за то, чтобы... ререйт был упразднен как класс». Однако он отчетливо показывает, как меняется образ события в СМИ. Ререйтинг также порождает медиадискурс, поскольку один и тот же факт может трактоваться по-разному как в содержательном, так и в стилистическом аспектах. Событие обретает протяженность во времени, видоизменяясь по мере поступления новой информации. Иногда это частные изменения, уточнения, комментарии экспертов, порой – кардинально иная трактовка событий. Примером первого типа жизни события в Интернете стали сообщения о санкциях против Турции, чья ракета сбила российский самолет. Второй тип бытования информации был представлен в «Яндексе» но-

востной лентой, которая сообщала об энергетической блокаде Крыма: в исходном тексте присутствовало известие о том, что Кубань становится энергетическими воротами в Крым, но последующие комментарии СМИ содержали опровержение этого факта.

Интернет-пространство существенно расширило возможности публицистического стиля и в содержательном, и в стилистическом отношении. Оно породило нового человека – виртуальную личность, которая наделена высокой социальной активностью, способна быстро откликаться на злободневные события, выражая свою жизненную позицию (не случайно такое развитие получил *Twitter* – социальная сеть, в которой можно опубликовать небольшое сообщение (до 140 знаков). Краткость сообщений позволяет сделать обмен мнениями интерактивным, динамичным). Интернет-личность по определению дискурсивна, так как «живет» только в состоянии диалога с другими участниками виртуальной коммуникации. Она является субъектом творческого процесса или соавтором журналиста.

Медиапоток нашего столетия – это зеркало, в котором при помощи разных средств отражена как национальная, так и общефилософская языковая картина мира. Составляющие любой картины мира – личность, пространство и время. Современная русская (русскоговорящая) языковая личность, запечатленная в СМИ, бесспорно, отражает и мышление конкретного журналиста (или блогера), и мировосприя-

тие собирательного автора, характерного для того или иного типа издания. Она реализуется, «овеществляется» в тексте посредством одноуровневых, многоуровневых и сегментных концептов – таких, например, как язык, речь, гражданин, власть, труд, культура или оптимизм/пессимизм, зло/добро, прошлое/настоящее, ложь/истина, русские/чужие. Концепты, в свою очередь, могут становиться центром той или иной концептосферы, которая отражает общечеловеческий, национально-культурный, социальный, психологический уровень бытия личности, и помогают понять нравственные критерии, актуальные для современного общества, его аксиологию.

Информационное пространство, продуцируемое СМИ, очень широко. Это целый мир, родной и чужой, говорящий по-русски и на других языках. Он «проживает» многие жизни в кратчайшие мгновения. Как этот мир, это время отражаются в языке СМИ?

Прежде всего, информация о многообразных реалиях жизни поколения XXI века передается при помощи новых заимствований. Они создают предметные очертания современного бытия, как материального, так и общекультурного. Айфон, гаджет, скриншот, инфографика, 3D (англ. *3-dimensional* – стереоскопичный, объемный), слоган, флэш-моб, фандрайзинг (процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов организацией для реализации определённого социального проекта), краудфандинг (народное финансирование тех или иных проектов) – вот небольшой перечень

относительно «свежих» заимствованных слов. Они уместны в медиаречи, так как явления, которые они обозначают, уже вошли в нашу жизнь. Многие журналисты отмечают необходимость заимствований. Так, в нашей хрестоматии представлено мнение Д. Л. Быкова, который пишет о заимствованных словах: «Знаете, как замечательно сказано в „Фаусте“: „Зачем во всем чуждаться иноземцев? Есть и у них здоровое зерно. Французы не компания для немцев, но можно пить французское вино“». Интересна и точка зрения С. В. Гогины: «Я знаю журналиста, который в своих заметках никогда два раза подряд не использовал слово „вертолет“, второй раз он всегда писал „винтокрылая машина“, из-за чего новостийная заметка начинала походить на детскую сказку, вышедшую из-под пера графомана, или на беллетристику низкого пошиба. Подобным образом сегодня телевизионные журналисты почему-то стесняются два раза произнести в эфире слово „бюджет“, заменяя его на громоздкое синонимическое словосочетание „главный финансовый документ“, в котором целых два иностранных слова, и возят по всему репортажу эту тяжелую конструкцию. В вопросе употребления заимствований, я полагаю, журналист должен руководствоваться языковым чутьем и вкусом, эрудицией, чувством меры, а также знанием антропологических законов восприятия текстов (как, впрочем, и в остальных случаях)».

Заимствования всегда присутствовали в русском языке – и при крещении Руси, и во времена Ивана Грозного, и в



XVIII–XIX вв., будут они приходиться и в будущем. Явление это международное. Языковая политика разных стран в отношении заимствований, однако, различна. Например, во Франции для того, чтобы заимствованное слово вошло в словарь французского языка, должно быть решение Французской академии. В Италии тоже достаточно аккуратно используют заимствования. В итальянском алфавите даже появились новые буквы, которые маркируют слова, пришедшие из английского языка (это «k», «w», «j»). В английский язык, наоборот, слова из других языков проникают свободно, что можно объяснить влиянием менталитета американцев: в США соединились многие народы и культуры. Пожалуй, только в области использования международной терминологии существует определенное единство.

Известно, что многие термины имеют заимствованную природу. И если журналист стремится точно информировать своего читателя о тех сторонах нашей жизни, которые связаны с достижениями в науке, ему не избежать использования иноязычных слов (к сожалению, такова реальность: многие устройства, для создания которых используются высокие технологии, пришли к нам из-за рубежа).

В подобной ситуации оказываются и те работники СМИ, которые информируют общество о принятии новых законов, указов, постановлений. Такие тексты очень трудно переложить на ежедневный, понятный язык, подобрать адекватные русские аналоги. Вот почему журналистские материалы со-

держат множество цитат, в которых присутствуют термины иноязычного происхождения (действительно, пересказ «своими словами» законов, постановлений и инструкций может привести к разночтениям). Но здесь необходимо чувство меры: журналист должен ощущать тот предел, за которым необходимое заимствование превратится в кокетство «умными» словами. Как пишет О. А. Бондаренко (см. анкету), «самое главное – не захламлять суть, не путать смысл и не забывать о доступности информации». Ведь специализированное издание – это все-таки средство массовой информации, а не перепечатка регламентирующих документов. Газета или журнал должны быть удобочитаемыми. И здесь на помощь журналистам может прийти знание особенностей речевой коммуникации, собственно языка и его структур. Придать сухому повествованию диалогическую форму, расчленить сложное синтаксическое построение на короткие ёмкие фрагменты, использовать в заголовке аллюзию или градацию, столкнуть прямое и переносное значение слова – вот далеко не полный перечень советов журналистам, пишущим для аудитории со специфически профессиональными предпочтениями.

К сожалению, существует и мода на заимствования, которые в этом случае употребляются как ненужные синонимы уже имеющихся обозначений предметов, явлений, понятий. Таковы, например, эндаумент-фонд (целевой фонд), фейк (фальшивка, подделка), энтертейнмент (развлечение), ка-

стинг (отбор), паблики (публичные страницы в какой-либо социальной сети), скайдайвер (парашютист/ парашютист-акробат), автохтонный (коренной), тикеты (билеты), афтершок (повторный сейсмический толчок), мелтдаун (расплавление активной зоны ядерного реактора), кофе-брейк (перерыв на кофе) и пр.<sup>8</sup> Подобные варваризмы неуместны в медиаречи, ведь журналистский текст должен быть прежде всего информативным и доступным для понимания самой широкой аудиторией.

Об этом пишут и сами журналисты. К примеру, Г. Балтаева, отвечая на вопрос нашей анкеты о заимствованиях, указала: «...мне не нравится, когда из иностранных языков берется то, что есть в родном. Например, „презентовать“. „Представлять, показывать“, по-моему, – гораздо лучше». Такова и позиция К. Алейниковой (см. анкету): «К сожалению, в последнее время употребление заимствованных слов в СМИ стало избыточным, и это вредит изданию: если за красивым „фасадом“ иностранных слов от читателя ускользает смысл статьи, он перестанет читать такой журнал». Особенно эмоционально высказался по поводу злоупотребления заимствованиями легендарный диктор В. И. Балашов (см. анкету): «Вы услышите сегодня Чехова, даже Пушкина, Лермонтова, других поэтов? Я не слышал. Слышу музыкальный бред, ведение теле- и радиопрограмм какое-то звонкоголо-

---

<sup>8</sup> См. подробнее: *Габ Гаревои*. Сочинения на незаданную тему. – URL: [http://gab-garevoi.narod.ru/inoslova\\_v\\_russkom.html](http://gab-garevoi.narod.ru/inoslova_v_russkom.html)

сое, основанное на криках, дурацких шутках. Шоу придумали... Кто может до конца расшифровать это слово?..». Столь же выразительно высказалась и Л. Мониава (см. анкету): «Недавно в „Вечерней Москве“ под фотографией была подпись „дримфлэш“. Мне сначала показалось, что верстальщики вставили слово в неверной кодировке. На газетной полосе это выглядит как полная абракадабра. Потом вчиталась, узнала знакомые английские корни. Но ощущение смешной несуразицы осталось. Русский язык не беден, большинству заимствованных слов вполне можно найти привычный русский аналог. Даже нужно. Кто же будет заботиться о стиле и возрождать русский язык, как не его носители? Заимствование – в каком-то смысле предательство».

Действительно, намеренно «зашифрованная» речь употребляется в двух случаях: если автору нечего сказать и он прикрывает отсутствие глубокого содержания иноязычно-макароническим стилем, который, с его точки зрения, придаст значимость тому, о чем пишет такой журналист. Другая причина – это намеренное «затемнение» информации, поскольку русские соответствия могли бы нарисовать правдивую картину, которая вызвала бы тревогу у читателя. Эвфемизация речи путем излишнего, ненужного употребления заимствований вызывает протест и у самих журналистов. Так, А. Бояринова (см. анкету) пишет: «... журналистика – это **ОЧЕНЬ И ОЧЕНЬ** ответственное дело. И если ты боишься затрагивать серьезные социальные темы, пиши хо-

тя бы так, чтобы тебя нельзя было бы обвинить в уничтожении русской мысли, великого русского языка!».

Эта тревога о состоянии русского языка в ряде СМИ, бесспорно, оправдана. Позволим себе еще раз процитировать О. А. Бондаренко: «А состояние русского языка на сегодняшний день таково, что его нужно спасать – от засилья сленга, иностранных слов, нецензурщины, а еще от нежелания и лени говорить красиво и правильно». Как писал в работе «Ключ к познанию силы языка» А. С. Шишков, «желающему утвердиться в языке надлежит вникать в коренной его состав, дабы не делать его похожим на чужой и не смешивать в нем высоты с низостью, красоты с безобразием»<sup>9</sup>.

Вопрос об использовании ненормативной лексики (в широком смысле слова), просторечия и жаргонизмов в СМИ стал весьма актуален в конце прошлого столетия и все еще не утратил своей значимости сегодня. Журналистская речь изначально формировалась как социально-ориентированное пространство: не будучи прямым отражением складывающихся в обществе политических и социальных проблем (эту миссию принимало на себя содержательное наполнение текста), она всегда воспринималась как неотъемлемая часть национальной культуры. Поэтому она немислима вне сопряженности с языковой нормой и речевыми практиками и должна соответствовать сложившимся в обществе представ-

---

<sup>9</sup> Шишков А. С. Ключ к познанию силы языка / Учебный словарь по лексикологии. Приложение. – М., 2014. – С. 298.

лениям о публичной речи. С этой точки зрения журналистская речь выступала не просто как источник формирования нормы, но и как некий посыл: общество через СМИ ориентирует своих членов, как следует говорить и писать, что допустимо в публичной речевой деятельности, а что нет.

Оценочность – важнейшая черта журналистской речи, и естественно, что формы ее выражения в медиадискурсе должны не только отвечать требованиям точности, взвешенности, аргументированности, но и соответствовать культурным, нравственным установкам аудитории. Оценка в журналистском тексте может быть выражена и в просторечном стиле: по-видимому, нет ничего предосудительного в выражениях «бабий батальон» (о «соратницах» А. Сердюкова по министерству) или «взбесившийся принтер» (о Госдуме). Экспрессивность этих словосочетаний соответствует эмоциональному накалу мнений аудитории по отношению к описываемому.

Но нельзя оправдать появление оценок, задевающих нравственное чувство людей, их представления о жизненных ценностях. Прежде всего речь идет о допустимости просторечия в журналистском дискурсе. И столь же серьезную тревогу вызывает такая широко распространившаяся манера речевой деятельности журналистов, как стёб. Не может не покоробить, когда молодой журналист, говоря о знаменитых мхатовских «стариках», называет их «мастодонтами». Еще более яркая демонстрация стёбной манеры подачи матери-

ала – эфир программы «Болячки» на «Маяке» 4.10.2012, когда ведущие В. Колосова и А. Веселкин в недопустимом, оскорбительном тоне говорили о больных муковисцидозом. К сожалению, подобного типа речевого поведения придерживаются многие ведущие электронных СМИ, а порой и авторы печатных текстов, полагая, видимо, что профессионализм заключается прежде всего в хлесткости оценок, а не в их соответствии культурным и нравственным нормам поведения в обществе.

Нарочито стёбный стиль, каким бы ни было отношение журналиста и его газеты, или радио, или ТВ к описываемому явлению, создает впечатление «желтизны» медиаматериала. А СМИ все-таки должны служить целям повышения культуры в обществе.

Речь СМИ – главный фактор развития современного русского языка. Она создает новые значения слов, новые смыслы, транслируемые по каналам массовой коммуникации. Она отражает изменения в окружающем мире и закрепляет их в общественном сознании. Она активно изменяет нормы словоупотребления и словообразования и тем самым доказывает, что русский язык не стоит на месте. Таким образом, медиаречь – это не только по сути главный нормообразующий фактор, но и обширное поле взаимодействия разных культур и интересов, без которого нет национальной культуры. В языке СМИ всегда соединяются прошлое, настоящее и будущее.

Следовательно, работники СМИ должны осознанно относиться к проблемам речевой культуры, понимать, что коммуникация в современном обществе может быть успешной только при условии соблюдения законов речевого взаимодействия. А они в значительной степени базируются на системе языковых норм.

О нарушении культурно-речевых норм в массовой коммуникации с тревогой пишут и сами журналисты. Так, Н. А. Чернышова отмечает (см. анкету): «Употребление ненормативной лексики в СМИ – это проявление агрессии, эпатажа, это противопоставление своего миропредставления общественной морали. Недопустимость ненормативной лексики очевидна для всех, кто неравнодушен к судьбам отечественной культуры. Ежедневно аудитория СМИ пополняется новыми читателями, зрителями, слушателями из числа молодых людей. И они воспринимают ненормативную лексику уже как норму. Им просто навязывается субкультура уголовного мира, ценности, стереотипы поведения. Если мы хотим жить в цивилизованном обществе, то необходимо принимать меры, ограничивающие поток оскорбляющей, унижающей человеческое достоинство лексики. Это задача не законодателя, а журналистского сообщества и общества, которые должны создать механизмы саморегулирования сферы СМИ, механизмы общественного контроля».

Появление подобной лексики связано с процессом демократизации речи. Первый период общей демократизации



языка связан с деятельностью М. В. Ломоносова, А. П. Сумарокова и, бесспорно, Н. М. Карамзина. Второй этап определяется деятельностью А. С. Пушкина, который даже в поэзии использовал просторечные усеченные формы. Следующий период развития языка в этом направлении – разночинский. Если раньше литературный язык был самостоятельной сферой, практически не связанной с разговорной речью, то в разночинский период у нас возникают «мосты» между речью письменной и устной. Пятый период демократизации – это, бесспорно, послереволюционное время. И здесь уже можно говорить о том, что демократизация как явление глобальное, характерное не только для русской речи, но и для других языков, может иметь не только положительную, но и отрицательную сторону.

Отдельного разговора заслуживает возникновение «новояза» советской эпохи. Трудно предположить, что в дореволюционной, царской России на заседании Совета министров были бы представлены, например, Минвнудел или Мининдел. Ведь аббревиатуры практически не существовали в русском языке в дореволюционное время. И уж конечно, в то время было бы невозможным сокращение «император РИ» – Российской Империи. Это один из простейших примеров возникновения нового облика русского языка.

Новый период языковой демократизации обрел силу в перестроечное время. Действительно, перестройка повлекла за собой отмену очень многих запретов и появление новых тен-

дений в русском языке. И, как любые изменения в общественном сознании, перестройка в языке имела и положительную, и отрицательную стороны. К чему же мы пришли в результате этих перестроечных лет в области языка?

Демократизация коснулась практически всех сфер русской речи. До рассматриваемого периода разговорная речь весьма существенно отличалась от языка СМИ. Сейчас же трудно провести жесткую границу между медиаречью и речью обыденной. Это, с одной стороны, положительная тенденция. Язык приобрел новый образный потенциал, стал освобождаться от навязанных ему запретов и штампов – к примеру, таких, как «правофланговый пятилетки», «на ударной вахте», «третий, решающий год». С появлением свободы журналистского самовыражения газета, а также ТВ и радио стали интереснее. В то же время естественное стремление журналистов отринуть «навязшие в зубах» штампы и придать речи более живую окраску закономерно привело и к отрицательным последствиям. Раньше СМИ были серьезным авторитетом с точки зрения языка: раз так написано, значит, так нужно говорить. Как слово произнесено с экрана телевизора, именно так и нужно было его употреблять. Неоднократно именно с помощью телевидения лингвисты, филологи могли внести коррективы в определенную сферу говорения. Например, в 70-х гг. XX века название детективного фильма «Петля» объявляли с ударением сначала на первом слоге, как того требовали тогдашние словари ударений, а за-

тем – под влиянием реального употребления – кодифицированным стало ударение на втором слоге.

Теперь граница между речью книжной, литературной, в том числе журналистской, и речью обыденной стала стремительно исчезать. К чему это привело? Медиаязык обрел такую «вольность», что не всякую заметку можно прочитать вслух. В качестве примера можно привести заголовок в журнале «Огонек» – «Дерьмовая канализация». Это материал о плохой работе городской системы очистных сооружений. В этом случае языковая игра, характерная издавна для русской непринужденной речи, стала главной целью журналиста, стремящегося привлечь к своему материалу внимание читателя. В. Грунский пишет (см. анкету): «Язык СМИ не допускает использования ненормативной лексики. У нас нет цензуры, но существует законодательство, регулирующее деятельность СМИ». Эту точку зрения разделяет и С. Гогин (см. анкету): «Ненормативная лексика – это сигнал, символизирующий грубое несанкционированное вторжение в сферу интимного опыта, как сознательного, так и подсознательного, и поэтому она не имеет права на бытование в СМИ». Цензура как ограничительный орган перестала действовать, и это прекрасно. Но нельзя обойтись без цензуры культурной – внутреннего редактора, который должен основываться на понятиях чести, порядочности, культуры и образованности.

Бесспорно, журналистская речь не может полностью от-

вергнуть такие единицы языка, как специфические сокращения или замена слов цифрами, употребляемые в Интернете или в смс-сообщениях, – к примеру, *4life* вместо *for life* (для жизни).

Не уйдут из речевого медиаобихода и жаргонизмы. Жаргон имеет свои разновидности, поскольку это социальная (профессиональная) разновидность речи, характеризующаяся лексическими и словообразовательными особенностями, а также специфической фразеологией. Выделяются профессиональный, молодежный (сленг), воровской (арго) и интержаргон. В последнее время лингвисты отмечают и появление *социального жаргона* (социолекта, социального диалекта). Пожалуй, можно говорить о социолекте только как о стилистической разновидности речи, которая шире какой-либо одной группы лексики. По наблюдениям Л. П. Крысина, жаргонизация – свойство речи «представителей технической интеллигенции молодого и среднего возраста в ситуациях фамиллярного или эмоционального речевого общения: в разговорах с друзьями, с сослуживцами в неофициальной обстановке, в речевых актах инвективы, предъявления претензий, обиды и т. п.»<sup>10</sup>. Зачастую употребление жаргона в речи эвфемизируется фразами *как сейчас говорят, как принято говорить*.

Жаргонная лексика – результат переосмысления значения

---

<sup>10</sup> Крысин Л. П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. – 2001. – № 1.

слов в результате метафорического и метонимического переноса (*рубить, сечь* – понимать), паронимазии (*муроприятие, хрущоба*), освоения варваризмов и иноязычных морфем (*либо селявы, либо селявас; аскнуть* – спросить, *сичет* – говорит, *траблы* – неприятности, *лавнулся* – понравился). Жаргон пополняется и за счет эвфемизмов: *Царское Село* – квартал новых домов для номенклатурных работников, *цветок в пыли* – солдат, занятый подметанием помещения, плаца.

При образовании жаргона главную роль играет стремление к языковой игре. Функции жаргона в том, чтобы придать экспрессию высказыванию, дать яркое изображение предмета, действия, явления; помочь осуществить групповую идентификацию (так, из речи музыкантов пришел жаргонизм *рыба*; из речи компьютерщиков – *клава* (клавиатура), *ламер, чайник* (новичок); из речи цыган – *чувак* (парень) и пр.), а также «зашифровать» предмет речи (с этой целью и создается арго: *мочить* – убивать и пр.). Как показывают наблюдения за медиаречью, чаще всего употребляются профессионализмы (*шапка, подвал* в газетных текстах) и сленг (*зелень, капуста* – о долларах), в меньшей степени – интержаргон (*тусовка, беспредел*). Их функция – усиление экспрессивности текста, его воздействующего потенциала.

С этой целью жаргонизмы используют и многие журналисты. Д. Л. Быков пишет в нашей анкете: «Моя речь на 90 % состоит из разных жаргонов: профессиональных, филологических, журналистских, уличных, детских. Слово “жесть”

давно уже не является жаргоном. Это обозначение жанра. Я думаю, что грань между жаргонизмом и нормативной речевой культурой постепенно стирается». Не отрицает жаргона как средства выразительности и Н. А. Чернышова (см. анкету): «Употребление жаргонной лексики возможно, но в меру. Чувство вкуса и стиля у каждого свои, но стремиться к тому, чтобы жаргон не огрублял текст, надо. Прежде всего личность самого журналиста, его культурный уровень определяют выбор лексики. Широкое использование жаргонизмов объясняется тем, что журналисты, поставленные в жесткие временные рамки, порой не имеют возможности (или желания) работать над текстом. Стремление усилить воздействие текста на читателя, сделать его энергичным, экспрессивным также влияет на выбор выразительных средств». Это мнение разделяет и К. Мильчин. Отвечая на вопрос анкеты об использовании жаргона в своей журналистской практике, он пишет: «Использую, но редко. Чтобы расставить акценты или для усиления комического эффекта». Не менее интересна и позиция Л. Мониавы, чья профессиональная деятельность отмечена таким вехами – журналист газеты «Вечерняя Москва», ассистент директора фонда «Подари жизнь», менеджер детской программы благотворительного фонда помощи хосписам «Вера»: «В области фандрайзинговой журналистики жаргонизмы очень важны. Наша задача – «зацепить» читателя, вырвать его из привычного мира, окунуть в атмосферу – жесткую, больную, страшную – жизни людей,

для которых мы просим помощи. Для решения этой задачи все средства хороши. Жаргонизм – одно из них».

Однако единства мнений по этому вопросу нет и среди журналистов. Так, А. Хабаров, И. Суворова, А. Сенцов, А. Садиков, А. Позина, М. Пукшанский, А. Титов и др., отвечая на вопрос, используют ли они жаргонизмы в своей практике, дали отрицательный ответ. По-видимому, вновь следует вспомнить совет А. С. Пушкина – писать соразмерно и сообразно (теме и задаче, которые избирает для себя журналист). Фактура материала, его предназначение подскажут, можно ли в каждом конкретном случае использовать жаргонные слова.

Актуальным представляется и вопрос о влиянии языка Интернета на речь СМИ. Сейчас Интернет как электронное информационное поле прочно вошел в жизнь общества. В интернет-пространстве действуют СМИ, развивается блогосфера, «живут» различные энциклопедии, словари, существуют сайты по сходству интересов (к примеру, обсуждение марки автомобилей, подробностей их эксплуатации) или целей (от общения одноклассников до коммерции и политики). По существу, то, что прежде существовало на бумаге или функционировало при помощи телефона, во многих случаях перешло в Сеть.

Существует ли какой-то особый «язык Интернета»? Интернет – это всего лишь технологическая среда для коммуникации, такая же, как бумага в эпоху открытий Гутенберга.

Вот почему «язык Интернета» – это яркая метафора, но не собственно лингвистическое образование. Вместе с тем не вызывает сомнений, что эта новая коммуникационная среда порождает ряд особенностей, которые могут быть интересны и лингвисту. Интерактивность влечет за собой увеличение компонента спонтанности, неподготовленности речи; появление особых знаков (смайликов) и буквосочетаний, передающих эмоции личности («гегеж», «чмоки»), порой – ее оценку предыдущего текста («имхо»); речевых сокращений. Мультимедийность приводит к появлению креолизированных текстов. Непрерывность коммуникации предусматривает ее гипертекстуальность и дискурсивность, диалогичность. Все эти черты – дань медиасреде, в которой протекает общение.

Зачастую «языком Интернета» называют речь блогосферы. Думается, и это утверждение неточно. Действительно, блогосфера – неотъемлемая часть современной жизни Сети. Но она не является единственным «заместителем», единственной формой всех разновидностей коммуникации, представленных в Интернете. Речь в Интернете разнообразна и по задачам общения, и по форме, и по стилистическим характеристикам.

Насколько специфические черты электронной коммуникации влияют на медиаречь в целом? Усиление диалогизации речи, ее дискурсивности, а также креолизация текста – вот особенности, которые присущи теперь и традиционной коммуникации.



Велико ли влияние речи блогосферы, а также интернет-изданий на речевую культуру общества? Как полагают многие журналисты, его не следует переоценивать. К примеру, Д. Л. Быков пишет (см. анкету): «Только в том смысле, может быть, что проникает „падонский“ язык: „красавчеги“ – все, что я сам использую в разговорах с людьми (с детьми, иногда с женой). Никакого другого влияния нет». Подобной позиции придерживается и Г. Балтаева (см. анкету): «Мне кажется, не стоит переоценивать влияние Интернета. Шутки на тему „Превед, медвед“ уже никого не смешат. Но слова „аська“, „мэйл“, „скачать“, „зазиповать“ вошли в обиход, и, видимо, надолго». Сходное мнение высказывает О. Белова (см. анкету): язык Интернета «не оказывает значительного влияния» на речь традиционных СМИ.

Однако не все склонны лояльно относиться к жаргонизированной, сниженной речи блогосферы. Так, Е. Синичкин считает, что, «к сожалению, уровень интернет-изданий слишком низок, чтобы он оказывал какое-либо положительное влияние на язык. Необходимо брать пример с Запада, в частности с США, где интернет-ресурсы стали популярнее и качественнее многих газет. К этому придем и мы, но, чтобы это произошло, надо работать над содержанием и стилем изданий». Интересно и мнение Л. Мониавы: «Влияет стремительно, массово и неизбежно. Интернет стал первым средством массовой информации в современном мире. Причем средством массовой информации в самом прямом смысле

этого слова. Там главенствуют далеко не информационные агентства или издания, основные средства информации в сети – это социальные сети, блоги. Интернет стер границу между языком разговорным и языком письменным. Смысл передается не только словами, но и символами. Даже в официальных интернет-изданиях можно встретить т. н. „смайлики“, которыми люди в довесок к словам выражают свое настроение. Интернет-издания – это источник большинства современных калькированных слов.

Интернет-издания в силу своей внутренней организации имеют еще меньше внутренних фильтров, т. е. авторский текст журналиста там практически не правится, даже очевидные ошибки. Интернет – место вседозволенности, в том числе и в обращении с языком».

Опасения журналистов в отношении невысокого культурно-речевого качества интернет-текстов были совершенно оправданы еще пять лет назад, когда стилистика интернет-изданий не всегда соответствовала норме. Надо отметить, что за время существования электронных СМИ, их постепенной стратификации положение существенно улучшилось. У журналистов, пишущих в интернет-изданиях, появилось больше ответственности за рожденное в электронной среде слово. По-видимому, это объясняется экстралингвистическими факторами: многие россияне владеют гаджетами, которые позволяют читать электронные «клоны» газет и журналов, смотреть ТВ и слушать радио в интернет-вер-

сии. Интернет все больше и больше становится лишь удобной платформой хранения и передачи информации, общения блогеров. И речь в интернет-изданиях чаще всего соответствует стилистическим правилам. Это вполне объяснимо: как пишет в анкете С. Гогин, «сайты тоже конкурируют друг с другом за читателей, и в этой конкуренции шансов больше у ресурсов с высокой языковой культурой. Чем лучше, грамотнее контент сайта, тем чаще к нему хочется обращаться».

Однако случаются и сейчас досадные нарушения нормы, связанные с проникновением в электронный текст жаргонизмов и орфографически искаженных слов. Так, об этом пишет в анкете Ю. Горшкова: «У моей подружки младший брат недавно очень удивился, когда узнал, что нет слова „исчо“». Раньше «поставщиком» неправильных форм в обиходный русский язык зачастую была реклама: вспомним хотя бы название подсолнечного масла «ЗолотАЯ семечкА»! Теперь орфографические ляпы чаще всего приходят в нашу речь из Интернета, но не из печатных «клонов», а из блогосферы. Именно «коменты» дают нам наибольшее количество неправильных написаний. Если проверить посты блогеров на соответствие нормам орфографии и стилистики, то многие пользователи никогда не сдали бы ЕГЭ по русскому языку!

Медиатекст, будучи важнейшим элементом массовой коммуникации, воздействует на представления читателя, слушателя, зрителя в самых разных областях, и это воздействие не всегда можно оценить положительно. Особенно в

области культуры.

Когда ведущая радиостанции «Ретро FM», после того как отзвучала песня «Нежность», сообщает, что эту песню написала Надежда (!) Пахмутова, а потом аффективно-радостно поздравляет Надежду (опять!) Пахмутову, автора более чем трехсот прекрасных песен, с юбилеем, пришедшимся именно на этот день, 9 ноября, становится обидно. Обидно и за великую Александру Николаевну Пахмутову, которую «поздравили» так оригинально, и за то, что слушатели и радиостанция оказались в разных культурных плоскостях. Ведь это не просто оговорка – ведь ошибка была повторена. Это свидетельство того, что коммуникация данного СМИ и аудитории понесла ущерб, подобно тому как в разговоре неуместное или неправильно произнесенное одним из говорящих слово вызывает у его собеседников чувство неловкости.

Медиатекст всегда факт культуры. Он должен отражать принятые в данном обществе в данное время нормы речи, пусть даже и не вполне литературной. И автор таких текстов не может не учитывать, как его слово отзовется в сознании аудитории. Как пишет У. Литцер (см. анкету), «в прошлом веке законодателем в области правильного русского языка была художественная литература. В последние же годы эта роль по праву принадлежит СМИ...»

К сожалению, слишком часто современный медиатекст (в значительной мере это относится к рекламному дискурсу)

сознательно эпатирует аудиторию просторечием, скабрёзностью, нарочитым нарушением норм коммуникации. Это не объяснить полемическим запалом журналиста и остротой идеологической борьбы: отрицательное мнение о какой-либо персоне или общественном явлении необязательно выражать хлётско, иногда язвительная ирония, сарказм могут стать гораздо более эффективным средством, чем развязная речь.

Умножение нарушений профессиональной культуры со стороны работников СМИ ведет к росту бескультурия в обществе.

Как известно, главные вопросы в российской культуре – «кто виноват?» и «что делать?». Что же делать? Как повысить речевую культуру общества? С точки зрения В. В. Познера, «для этого необходимо добиться, чтобы использование хорошего русского языка считалось престижным, чтобы за это награждали, чтобы наказывали за коверкание языка (снижали в должности, отстраняли на время от написания статей, от микрофона, в крайнем случае увольняли бы). Общество в значительной степени „берет“ свой язык от телевидения, так что <...> советовал бы обратить особое внимание на это СМИ».

Для создания общей картины мнений важна и позиция В. Чельшева: «Язык тем и хорош, что переживает и своих хулиганов, и своих защитников, и социальные системы с их новоязами и аббревиатурами, понятными лишь на очень корот-

ком историческом отрезке. Язык хорош бесстрашием жизни, и как только (в целях академической неприкосновенности или тщеславной политической придурковатости) его пытаются превратить в консервы с этикеткой „Язык заливной. Беречь от чуждых звуков. Срок годности – вечность“ – тут-то наш великий и могучий станет большим и пахучим: сиречь протухнет». Однако и он не отрицает необходимости «повышать качество среднего образования», поскольку «без хорошего среднего образования не будет и хорошего высшего».

Пожалуй, наилучшим образом объединяет различные точки зрения журналистов мнение Л. Мониавы: «Повысить или понизить что-то в целом, к счастью, никому не под силу. У нас у каждого есть свой небольшой клочок жизни, людей вокруг, написанных писем и сказанных слов. Если то, что лично мы пишем и произносим, будет сказано и написано без ошибок, то и общий градус грамотности на одну миллионную поднимается. Наверное, если каждый журналист и просто человек полюбит своей язык и будет следить за собственной речью, только тогда хоть что-то изменится „в целом“».

Ф. – М. Вольтер писал в философской повести «Кандид»: «Надо возделывать свой сад». Если каждый из нас будет писать и говорить правильно, образно, живо, то наша речь действительно будет тем «рычагом влияния», который способен «перевернуть» мир невежества и бескультурия.

Таким образом, современная журналистская речь весь-

ма разнообразна по стратификации, контенту, аксиологии, стилистическим характеристикам. Она включает в себя как традиционные СМИ, так и их интернет-варианты, а также электронные сетевые издания и ряд блогов, приравненных к средствам массовой коммуникации. Медиаречь нашего столетия интерактивна, диалогична (диалогизирована) и потенциально гипертекстуальна, она отличается стилистическим многообразием, по-разному, в зависимости от социальной ориентации издания, оформляется в культурно-речевом плане. Ей присущи и такие качества, как полифоничность, поликодовость, визуализация, креолизованность. Она антропоцентрична, то есть отражает особенности авторского мировосприятия, трактовки событий и явлений, направлена не только к среднестатистическому россиянину, но и к представителю той или иной страты, к личности.

Многомерна и картина мира, которая создается современными СМИ. Она во многом определяется принципом корпоративности, накладывающим свой отпечаток на ценностный аспект изображаемых событий, на стилистику медиаречи. Однако по-прежнему сохраняется общий круг «вечных» тем, а соответственно, и концептов, которые становятся зеркалом материального и духовного бытия личности XXI века, живущей в России.

«Человек живущий», чье бытие разносторонне отражено в СМИ, – вот главный предмет современной журналистской речи. И не удивительно, что это бытие зачастую описано при

помощи многочисленных новообразований, заимствований и жаргонизмов: журналистский текст фиксирует те изменения, которые произошли и происходят в обществе и сознании отдельной личности в наше время. В этом смысле современная журналистская речь может обоснованно восприниматься как дискурс эпохи, адекватно отражающий бытие как письменной, так и устной разновидностей современного русского языка.



# Часть 1

1. Как Вы оцениваете состояние современного русского языка? Какие явления, процессы в русской речи Вы считаете актуальными?

2. Как Вы оцениваете язык современных СМИ? Каким, на Ваш взгляд, должен быть идеальный язык газеты (телевидения, радио)?

3. Какими средствами создается выразительность языка газеты (телевидения, радио)? Чем отличается язык публицистики от языка художественной литературы?

4. Используете ли Вы жаргонизмы в своей практике? Какую роль Вы им отводите?

5. Каково Ваше отношение к использованию заимствованных слов в СМИ?

6. Как Вы оцениваете присутствие в СМИ терминов и профессионализмов?

7. Допустимо ли употребление в СМИ ненормативной лексики? Поясните Вашу точку зрения.

8. Чем Вы объясняете многочисленные нарушения языковой нормы? Не могли бы Вы привести примеры типичных стилистических ошибок, допущенных журналистами?

9. Как влияет язык интернет-изданий на речевую культуру общества?

10. Как можно повысить речевую культуру журналистов и

общества в целом?

# Андрей Абрамов

**Внештатный корреспондент и фотограф  
газеты «вестник северо-западного округа» г.  
Москвы**

1. Русский язык очень изменился. Появилось много иностранных слов, которые мы готовы считать нашими собственными. Новые слова уже не образуются, а изымаются из культуры других языков.

2. Язык СМИ также претерпел очень большое изменение. На мой взгляд, язык должен быть правильным, без стилистических ошибок.

3. Язык газеты и прочих СМИ основывается на так называемой разговорной речи, понятной большинству. Язык публицистики должен обладать всеми качествами языка художественного, но не быть запутанным, а, наоборот, понятным и простым с точки зрения стиля и пунктуации.

4. Жаргон – это плохо, но порой без него не обойтись. Он так же незаменим, как и нормированный литературный язык.

5. Заимствованные слова должны употребляться в правильных контекстах.

6. Большинство терминов обычному человеку непонятно, поэтому нужно грамотно использовать данные слова, по возможности разъясняя их содержание.

7. Ненормативная лексика не только разрушает психику, но и вызывает привыкание к подобному стилю общения. На мой взгляд, это неправильно, нужно заменять подобные слова на более достойные синонимы.

8. Стилистические нарушения зависят только от самого автора, а типичные речевые ошибки можно увидеть и в старых советских газетах.

9. Интернет дает начало новому языку, смешанному интернет-общественному языку, зачастую неправильному.

10. Речевую культуру лучше всего повышать, уделяя стилю и языку больше внимания в школе и в вузах.

# Мария Адамчук

**Редактор-обозреватель журнала «Семь дней ТВ-программа»**

1. В современном русском языке в данный момент протекают непростые процессы, наблюдать за которыми очень интересно. На язык сильно влияют несколько факторов, без которых представить развитие современного общества невозможно: развитие и повсеместное распространение Интернета, глобализация и – как следствие – многочисленные заимствования из других языков, полное отсутствие какой-либо цензуры в СМИ. Дать какую-либо оценку этим процессам я не решаюсь, потому что убеждена: язык – система очень гибкая, самоорганизующаяся (если смотреть на него с точки зрения исторических масштабов), и сказать, что для него хорошо, а что плохо, очень сложно.

2. Язык современных СМИ зачастую выглядит достаточно убого, особенно это касается «желтой» прессы и программ, ориентированных на массовую аудиторию. Масс-медиа характеризуются общей неграмотностью, стилистической, лексической и прочей. Все время ловлю себя на мысли, что поправляю ведущего или обнаруживаю ошибки в газетных и журнальных текстах. Идеальный язык СМИ – это, прежде всего, язык без ошибок.

3. Русский язык необычайно богат, и выразительность его

можно усилить разными способами. Они зависят от аудитории, на которую данное издание направлено. Безусловно, от финансовых изданий трудно ожидать образного и яркого языка, но, например, издания молодежные, развлекательные и прочие могут себе позволить расширять палитру изобразительных средств – за счет синонимов, цитат, может быть, сленговых слов, если они употребляются к месту и со вкусом. Язык публицистики, как мне кажется, несколько суховат по сравнению с языком художественной литературы. Поскольку у публицистики другие объемы и несколько другие задачи, более узкие и конкретные, журналист располагает более ограниченным набором выразительных средств.

4. Жаргонизмы использую, поскольку занимаюсь в основном молодежной тематикой и пишу о музыке. Без жаргонизмов иногда просто не обойтись. Это некие пароли, по которым читатель может распознать во мне человека, понимающего, о чем идет речь, не дилетанта в современной молодежной культуре. Кроме того, жаргонизмы очень часто имеют ярко выраженную экспрессивную окраску и позволяют добавлять в текст необходимую эмоциональность.

5. Заимствованные слова – это данность, которую сложно игнорировать. В массе изданий (спортивных, финансовых, политических) использование зависимых слов – обязательное условие, иначе читатель просто не поймет, о чем идет речь. Но, как и любые слова, употреблять их надо к месту и в правильном значении. Иначе это выглядит смешно и негра-

МОТНО.

6. То же касается терминов и профессионализмов.

7. В обычной жизни я более чем лояльно отношусь к использованию ненормативной лексики и не вижу ничего зазорного в использовании ее в художественной литературе. Эти книги отнюдь не являются низкопробной литературой и принадлежат перу признанных классиков. Но когда я встречаю эти слова и выражения в прессе, они режут мне слух (или глаз). Может быть, это происходит потому, что у прессы несколько иные задачи, несколько иная аудитория, более массовая, и использование ненормативной лексики журналистами кажется кощунством.

8. Информационное поле в нашей стране за последние десять – двадцать лет увеличилось во много раз. Появилось огромное количество сомнительных учебных заведений, готовящих журналистов. Многие журналисты, «работающие лицом», то есть ведущие программ на телевидении и радио, вообще не имеют специализированного образования. Даже самый грамотный человек, с трудом справляясь с лавиной неграмотной речи, начинает забывать, как правильно говорить: «Надевает» или «Одевает», «звОнит» или «звонИт». И этот ком все растет...

9. Интернет-язык оказывает колоссальное влияние и на язык печатных СМИ, и на речевую культуру общества в целом. Русский язык, как и любой другой, подвержен изменениям, это очень гибкая структура, в которую постоянно вно-

сятя какие-то изменения. В какие-то годы развитие языка идет медленнее, в какие-то – быстрее. Мне кажется, что нынешняя ситуация может привести к настоящей революции в русском языке, подобной той, которая отменила «яти» и «еры». Хорошо это или плохо – судить сложно, но то, что изменения происходят, и очень активные, – факт.

10. Это очень сложный вопрос, может быть заслуживающий отдельной кандидатской диссертации ☺. Может быть, приведенные выше примеры неправильного употребления и произношения слов через сто лет станут нормой языка, а значит, мы в данный момент наблюдаем эволюцию, препятствовать которой не можем, даже если очень захотим. Но наблюдать за такой эволюцией любому грамотному человеку очень грустно. Как в любой области, касающейся культуры, начинать надо с себя. Тщательнее следить за тем, что и как ты говоришь и пишешь! Другого способа я не вижу.



# Меланя Айдинян

**Журналист газеты «Элитный персонал», в  
2015 г. – пиар-консультант, фрилансер**

1. В языке явно происходят изменения, я бы сказала, что русский язык находится в переходном состоянии.

2. Думаю, что уместно говорить о языке определенного издания, а не о СМИ в общем. Идеальный язык СМИ – это литературный русский язык.

3. Язык публицистики более экспрессивен, эмоционален, так как журналист пытается воздействовать на сознание общества. Выразительности речи журналисты часто добиваются путем употребления метафор и других тропов, фразеологизмов и различных риторических фигур.

4. Не использую.

5. Заимствованные слова должны быть уместны.

6. Это зависит от конкретного случая, но журналист должен быть уверен, что термин или профессионализм понятен аудитории данного издания.

7. Недопустимо употреблять мат! Такой лексики достаточно на улице. Журналист должен заботиться и об эстетической стороне текста.

8. Я замечала немало стилистических ошибок, допущенных журналистами. Часто не учитывается семантика слова или выражения. Например, в газете «Известия» накануне

Нового года я прочитала заметку, которая посвящалась новогодним подаркам и называлась «Пора подложить свинью». Выражение «подложить свинью» означает сделать кому-либо подлость, неприятность. А в заметке рассказывалось о том, как сделать приятное своим близким на Новый год.

9. Язык интернет-изданий искажает нашу речь, делает ее более примитивной.

10. Необходимо обратить внимание на школьное образование. Школьные учителя, даже учителя русского языка и литературы, разговаривают неграмотно. Вот с этого, собственно, и следует начать – учить правильно говорить еще в школе.

# Ксения Алейникова

## Журналист РИА «Новости»

1. Современный русский язык является своеобразной «лакмусовой бумажкой», показывающей изменения, происходящие в жизни общества, причем в первую очередь в духовной сфере. К сожалению, отношение большинства людей к языку оставляет желать лучшего – рекламные плакаты с грубейшими ошибками можно увидеть на каждом шагу, а неправильное употребление слов или построение предложений можно встретить на любом телеканале. Чего в такой ситуации ждать от обычных людей, особенно от тех, для кого СМИ долгое время были образцом языковой культуры? Однако, с другой стороны, не все так плохо, ведь о проблемах русского языка начали говорить, многим людям это небезразлично (например, объявление 2007 года «Годом русского языка» – еще одно тому подтверждение).

2. Сложно говорить о языке современных СМИ в целом, ведь рынок СМИ отличается разнообразием. Можно лишь отметить тенденцию своеобразного «расслоения» языка – в зависимости от цели, содержания и аудитории того или иного средства массовой информации. Конечно, «идеальным» языком газеты может называться язык, говоря на котором издание достигает диалога с читателем, становится услышан-

ным и понятным. Однако не следует всецело подчинять языковую политику издания этой цели, забывая о других критериях языка: элементарной грамотности, уместности употребления изобразительно-выразительных средств и, конечно, о соответствии языка общепринятым культурным нормам – язык СМИ не должен вызывать у читателя возмущение или отторжение.

3. Вопрос о средствах выразительности, мне кажется, уже освещен со всех сторон. Однако следует отметить, что в наши дни журналисты находят все новые и новые формы языковой игры – иногда удачные, иногда – не очень. И этот поиск будет продолжаться всегда, пока будет существовать газета. Ведь читателя надо привлечь, а средства выразительности помогают это сделать.

С каждым днем стирается четкая граница между языком публицистики и художественной литературы – отчасти это связано с «закатом» публицистики и отходом от прежних канонов этого рода журналистики. Кроме того, само понятие «художественная литература» расширяется – сегодня «художественной литературой» может называться практически все, а это неправильно. Называть писателем любого человека, написавшего книгу, – это путь к постепенному снижению требовательности аудитории, ухудшению литературного вкуса.

4. Очень редко, только если без жаргонизмов текст теряет реалистичность и «красноречивость». Очень часто ис-

пользование жаргонизмов задается самой темой материала – например, о футбольных фанатах невозможно написать без упоминания об их своеобразном жаргоне.

5. К использованию заимствованных слов в СМИ относись нормально – только если это использование оправдано: допустим, не существует русского аналога или само называемое явление только входит в нашу жизнь. К сожалению, в последнее время употребление заимствованных слов в СМИ стало избыточным, и это вредит изданию: если за красивым «фасадом» иностранных слов от читателя ускользает смысл статьи, он перестанет читать такой журнал.

6. Здесь так же, как и в отношении заимствованных слов, одним из главных требований является уместность и умеренность их использования. Искусственно упрощать текст тоже не стоит – просто вводить терминологию следует постепенно.

7. Считаю, что употребление в СМИ ненормативной лексики абсолютно недопустимо. СМИ – это средства массовой информации. Какую информацию можно донести нецензурной лексикой? Как можно отправить эту информацию массам, фактически узаконивая мат как языковую норму? И если об уместности нецензурной лексики в художественной литературе еще можно поспорить, то относительно СМИ этот вопрос должен решаться однозначно.

8. В первую очередь нарушения языковой нормы вызваны резким снижением профессионального уровня журналистов

и их стилистической неграмотностью. Более того – на том же уровне зачастую находятся редакторы и корректоры. Типичные стилистические ошибки чаще всего связаны с лексической и стилистической несочетаемостью слов. Для того чтобы этого избежать, нужно не только знать правила русского языка, но и иметь вкус к языку, чутье, которые в совокупности рождают Мастера! Мастерство оттачивается с самого детства и на протяжении всей жизни.

9. Интернет стремительно входит во все сферы жизни человека, и язык интернет-изданий оказывает огромное влияние на речевую культуру общества. В первую очередь это выражается в том, что в Интернете каждый может найти то, что ему ближе, – как по тематике, так и по стилю изложения. Но если один обращается к Интернету в поисках языкового китча, то другой все равно будет искать там глубокие материалы, отвечающие запросам умного человека, ведь так? Другая грань влияния Интернета – возможность самому стать автором публичного текста, а значит, сделать свой выбор в отношении подхода к языку. И выбор этот у каждого свой.

10. Следует понимать, что невозможно взять и повысить речевую культуру всего общества. Начать следует с себя, со своей семьи, с окружающих людей. Не секрет, что многое закладывается в детстве – поэтому уважение к родному языку надо прививать в семье, главное – делать это естественно и быть примером для детей. Конечно, такой подход не исключает того, что какие-то меры должны быть приняты и со

стороны государства, и со стороны общественных организаций, и, что особенно важно, со стороны учебных заведений. Но нельзя полностью перекладывать ответственность за речевую культуру на чиновников – мы же общаемся друг с другом напрямую и не используем их в качестве посредников. Повышение речевой культуры журналистов – вопрос особый, и это объясняется спецификой профессии. Чем больше в журналистике будет «случайных» людей, равнодушно относящихся к своему труду или просто не имеющих должных способностей и знаний, тем больше в итоге будет оговорок и опечаток. Борьться с этим можно только с помощью повышения образовательного и общекультурного «ценза» журналистов при приеме на работу. Как говорится, чисто не там, где убирают, а там, где не сорят.

# Леся Анфиногенова

ИД «Медиа Медика», главный редактор  
изданий для провизоров и фармацевтов

1. Язык живет и активно развивается, изменяется параллельно с процессами, происходящими в обществе. Сейчас появилось очень много слов и выражений, заимствованных из других языков, – они пока не успели «устояться» в нашей речи.

2. Однозначного ответа нет, так как СМИ все разные и язык разнится в зависимости от контента издания, телеканала и пр. Требования к «идеальности» речи – четкая дикция и отсутствие «перлов» вроде «проезжая станцию, у меня слетела шляпа».

3. Язык публицистики отличается большей живостью и остротой. Выразительность каждое СМИ создает в зависимости от собственного видения: кто-то – громкими «желтыми» заголовками, некоторые – мастерством авторов.

4. Огромное влияние, поскольку читательская аудитория газет и журналов плавно «перетекает» в Интернет.

5. Если их немного, то спокойное: в данном случае они лишь подчеркивают «вкус блюда». Если наблюдается явный «перебор» – резко отрицательное, поскольку это свидетельствует либо о том, что автор «не в теме», либо он не уважает своих читателей (слушателей, зрителей).



6. Это непрофессионализм тех, кто готовит материалы.

7. Использую, но редко, и в основном – профессиональные (например, провизор первого стола аптек – «первостольник»)

8. Нет. Язык нужно засорять дозированно, и исключительно в тех ситуациях, когда это остро необходимо. СМИ – это «лицо» языка, зачем же мазать его грязью безостановочно (от этого бывают прыщи!)?

9. От ошибок никто не застрахован (см. п. 2). Причины – невнимание к чистоте стиля вообще, отсутствие контроля в этом отношении. Особенно это касается телевидения и радио. Примеры – «летать на самолете», «ехать машиной», неправильно расставленные ударения (например, «когда ты мне позвол<sup>ю</sup>нишь?») и многочисленные «ляпы» при использовании деепричастных оборотов в репортажах с места события, когда молоденький журналист очень торопится успеть сказать все, что запланировал.

10. Необходима специальная национальная программа, охватывающая все области применения языка в целом, начиная от поощрения чтения книг школьниками до «повышения языковой квалификации» представителей СМИ. Языком нужно заниматься так же серьезно, как физическим здоровьем нации.

# Дмитрий Бавильский

Редактор раздела «Культура» и колумнист интернет-издания «Взгляд», в 2015 г. – журналист газеты *The Art Newspaper Russia*

1. Страна и мир сильно меняются, и в языке находят свое проявление процессы глобализации и постиндустриализации; культуры постмодернизма. Из наиболее явных – обилие заимствований из других языков (гламур и корпоративная культура) и влияние Интернета («олбанский язык»).

2. Он должен быть нормированным и хорошим литературным.

3. Конечно, должен, в сторону большей утилитарности.

4. Стараюсь не использовать. Тут каждый пишущий должен опираться (и, вероятно, опирается) на свое лингвистическое чутье. Я стараюсь не употреблять явных англицизмов и заимствований из криминальной сферы (стрелка, разборка), стараюсь не употреблять субкультурных выражений, научной терминологии.

5. Все хорошо в меру. Хотя практически любому слову можно найти родной эквивалент. Даже какому-нибудь «ребрендингу».

6. Мне это не нравится. Хотя если говорящий (пишущий) сублимирует точность, они возможны. Нужно лишь вводить своих потребителей в контекст. Обычно я даю расшифров-

ку сложной терминологии (например, литературоведческой и искусствоведческой) в скобках.

7. Допустимо. В качестве исключения. Отношение к мату как к табуированной области идет от архаического (языческого) переживания слова как формы магической практики. Пример уместного употребления мата можно встретить в отдельных статьях «Коммерсанта».

8. Меня больше всего напрягает размывание точных семантических понятий, неточность словоупотребления. Как редактор я терпеть не могу употребление слова «вещь» в смысле «текст», «артефакт», когда рецензент пишет: «В своей последней вещи Аксенов показал...». Текст – это не столько материальный носитель, сколько облако семантических смыслов, не имеющее материального выражения. Всегда исправляю! Таких моментов очень много. Смысловая приблизительность мирволит всяческим плеоназмам, утяжеляющим текст и затрудняющим чтение.

9. Влияет, но это влияние локально. Пока локально. Хотя и весьма агрессивно. Интернет-лексикон проникает через контркультуру и рекламу (тариф «зачОт»), расширяет речевые возможности через игру (смайлики), однако всё это не носит устойчивого характера (где теперь еще недавно популярный «медвед»?). Тем не менее, мне кажется, это влияние важно в смысле демократизации обыденного (но не литературного) языка. В это можно поиграть, но после переболеть, как детской болезнью.

10. Институт редактуры и четкость нормированного языка в СМИ – вот средства повышения речевой культуры.

# Дарья Балабошина

## Журналист издания «Forbes»

1. Современный русский язык развивается очень быстро. Актуальные явления в русской речи: переход просторечных, разговорных слов в разряд общеупотребительных.
2. Язык современных СМИ неплох, но в нем много штампов и стандартов. Он должен быть удобочитаемым и общедоступным.
3. Выразительность языка СМИ создается в каждом случае индивидуально. Существует бесконечное множество способов. Язык публицистики использует большее количество разговорных слов и прямые обращения к читателю.
4. Не использую. Считаю, что это зачастую признак отсутствия профессионального вкуса.
5. Они объективно необходимы. Но когда можно подобрать русский синоним – лучше это сделать.
6. Они могут присутствовать только в специализированных изданиях. Впрочем, если термины общеизвестные – то почему нет...
7. Недопустимо. Это дешевый эпатаж, способ прослыть «скандальным» журналистом, если способности средние. Он подходит для тех журналистов, которым больше нечем «завлечь» читателей, – для безответственных честолюбцев, ко-

торых не волнует, что они снижают своим речевым поведением культурный уровень населения.

8. Исключительно неграмотностью. Других объяснений нет.

9. Он вносит в нее разнообразие. С другой стороны, он способствует сокращению слов до минимального количества символов.

10. Цензурой СМИ. Но стоит ли возвращать то, с чем так долго боролись все мыслящие журналисты? Наверное, следует начать с себя, с повышения собственной речевой культуры.

# Виктор Балашов

**Народный артист СССР, диктор Всесоюзного телевидения СССР**

1. Плохо. На русскую речь воздействует культура, которая должна быть отличительной чертой всего общества, сверху донизу. К сожалению, сегодня культуру нам преподносит только телевидение. А там очень мало хорошего русского языка! На наши русские головы сыплется то, что очень далеко отстоит от хорошей русской речи. И думаю, что в ближайшее время ситуация не изменится.

2. Мне очень трудно сказать, потому что телевидение я почти не смотрю и не слушаю. Этот бред я просто не переношу иногда! Я 62 года у микрофона, и не просто сижу, а произношу какие-то русские слова, русские фразы, русские мысли. Давайте честно скажем – хотя я не люблю говорить о себе, – что раньше, во время существования института дикторов на ТВ, на телевидении и радио работали люди, владеющие культурой русского слова.

Ведь я не какой-либо особенный. Просто я из среды дикторов, выросших на классике и учившихся у великих мастеров русского слова. Брал все лучшее, работал над этим! всю жизнь работал – и продолжаю работать. Я владею правильным русским языком, хорошим русским языком! Для меня главное – личность, говорящая правильно и красиво. И

это не вычурное слово – «красиво». Просто правильно говорить – это уже красиво. В русском языке есть законы, правила звучащей русской речи, которые надо знать тем, кто работает в СМИ. Я имею в виду теле- и радиоречь. Я не вижу, чтобы ведущие программ знали их, хотя многие говорят, что им это знание помогает в работе, но я этого не замечаю. На телевидении ведущих невозможно слушать, – пожалуй, кроме трех женщин, которые работают с информацией. Их не часто выводят на передний план. Они где-то там, вдали. Их еще можно слушать.

3. Только культурой. Подготовкой себя. Пропагандой культуры. Тут, за шиворот-то брать не надо никого! Мы очень правильно говорили, кстати, до революции этой дурацкой (я называю революцией перестройку). Страна говорила очень грамотно, очень тактично. Во всяком случае, средние слои – интеллигенция, школьники, студенты – говорили очень грамотно. Очень плохо говорило наше руководство. Это я вам могу точно сказать. Я знал их и говорил с ними. Им, может быть, даже было это безразлично – они другим делом занимались. Сегодня наконец-то мы слышим от человека власти грамотную речь. Медведев говорит правильно. Если говорить о правительстве, если обратиться к речи Владимира Владимировича Путина, я порой удивляюсь, как он ярко и образно изъясняется по-русски. Его бы немного подправить в разговорной речи, научить, как строится фраза. Но это уже дело техники. Иванов тоже хорошо



говорит. Есть, правда, технические нюансы. Но им это не нужно – они же не мастера художественного слова и не у микрофона работают с утра до вечера.

Публицистика более сдержанна. А литературный язык – это и Пушкин, и Лермонтов, и Гоголь, и Толстой. Это великие учителя великого русского языка. В одной фразе у того же Гоголя сказано все. В «Вечерах на хуторе близ Диканьки» у него начинается рассказ: «А знаете ли вы, что такое украинская ночь? Нет, вы не знаете, что такое украинская ночь». В этих двух фразах я уже вижу всю Украину. Красоту Украины. Всего две фразы! И таких фраз очень много у наших дорогих, неповторимых учителей языка. А у Чехова... Я когда Чехова вспоминаю... Это удивительно. Настолько тонкий знаток русского языка, русской души, русского характера. Это чудо!

Сейчас я даже не понимаю, что говорят некоторые с экрана. А при быстроте сегодняшней речи – тем более. Это я, наверное, такой «отсталый». А остальные понимают, и им, может быть, это нравится, они точно так же говорят.

Я сожалею, что нет культуры общения между людьми. На красивом, очень красивом русском языке. Это удивительный язык.

4. Вы знаете, я не залезаю в Интернет, я его не познал и не хочу познавать.

Кому-то он мешает, особенно молодежи, школьникам, которые увлекаются Интернетом. Я за естественный образ жиз-

ни: это письмо, это телефонный разговор (правда, он тоже уже другим стал, к сожалению), это хорошая беседа за чашкой чая, которые были когда-то на Руси, в Москве, в моем доме, у самовара. Я понимаю, что ритм жизни уже совершенно другой. Это уже все забыто. А это и есть русский язык – общение, разговоры за столом. Не за рюмкой водки! Это какое-то добрососедское отношение друг к другу... А сейчас я на улицах слышу речь, но произношение звуков какое-то чужое. А ведь когда-то была речь московская, говор петербургский, владимирский, суздальский... Люди жили в своих регионах и говорили по-русски, но со своим говорком, таким красивым, столетиями, наверное, наработанным. Сегодня это смесь каких-то непонятных интонаций. Особенно это проявляется в речи молодых девушек. Идешь по улице, слышишь, как они говорят, – очень неприятно. Для меня, во всяком случае. Девушка должна красиво говорить, очень сдержанно. Это целая наука. Её нужно преподавать.

5. Плохое. Я не говорю о тех словах, которые остались от наших предков. Они гармонично вошли в речь. А то, что сегодня... Для меня это мусор. Этот язык кем-то внедряется. Кем – я не знаю. Могу только догадываться. Все русское стирается, также и русский язык. Поэтому кто-то и приносит такие слова. Я называю это «обезьяний язык». Особенно когда слушаю радио, смотрю телевидение.

Главное – должна быть личность. А в ней очень многое заложено, не только внешность... Думают, личность – зна-

чит, должен быть красавец или красавица. Нет, не только. Конечно, должен великолепно сидеть костюм – это тоже проявление личностного начала, – должен быть красиво повязан галстук, выглажена рубашка...

Должна быть культура. Должно быть обаяние. И основа речевого поведения личности – звучание голоса, речи, произносимой с телеэкрана. Это очень многое значит.

Вернусь к тем годам, когда пришлось и мне выступать, проходить жесткий отбор. Были же конкурсы. И какие! А сейчас? «Вася, ты хорошо говоришь, у тебя все нормально. Будешь у нас работать... Это мой приятель, он – хороший парень» – вот на чем все построено сегодня. О чем мы с вами говорим?..

6. Не встречал. Хотя, пожалуй, у музыкантов есть такая речь. Они могут ей пользоваться в любой стране, не зная языка. Я не знаю, откуда взялся этот язык, но он существует уже много лет. Объясниться на нем я смогу. Коротко, бегло, но смогу.

7. Нет.

8. Нет.

9. Я не хочу указывать пальцем на лица. Я бы мог привести массу примеров стилистических ошибок тех, кто сейчас работает на телевидении. Но я не буду этого делать. Вы и сами их видите. Некоторые из них меня просто раздражают, потому что я – профессионал. У меня есть высокое звание – народного артиста. Я – профессионал. Я прошел вели-

кую школу русской речи!

10. Да, как после Ельцина? В наших капиталистических условиях правительство хоть как-то наладило отношения с миром. Оно что-то старается делать. Где-то – удачно, где-то – нет. Но все-таки мы куда-то движемся. Не знаю куда – может быть, даже в пропасть катимся. Во всяком случае, не стоим на месте. Хотя левые без конца кричат, что все плохо... Может быть, и не очень хорошо – и меня это тоже не устраивает! Но что делать? И все-таки после ельцинского правления, простите, мы немножко вздохнули. Так и в русском языке. Вы помните, как говорил Ельцин? Это был абсолютно антикультурный человек. И странно, когда о нем говорят в превосходной степени. Он разрушитель. Есть такие люди. Так что для того, чтобы воссоздать русскую культуру в русском языке, нужно время. Нужны хорошие учителя, а их почти нет. Их можно по пальцам перечесть. Умерли, ушли. Есть кое-где кое-какие проблески. Но их очень мало. Их не хватит на всю страну. Я вел мастер-класс для людей, которых готовят к телевидению, радио... И я при встрече с ними ссылался на мастеров, которые мне помогли. А меня спросили: «Кто это?». Ни одного мастера художественного слова они не слышали. Даже о таком, как Владимир Яхонтов, не имеют ни малейшего представления. Потому что по радио он не звучит, по телевидению его не показывают. А где еще можно услышать? Ведь его послушать – какая удивительная речь! Настолько хорошо он читал Есенина, Маяковского!

Раньше все это было: вечера мастеров художественного слова, чтецы были великолепные. А на радио какие дикторы были! Какая школа великолепная! Какие педагоги были! Да что вы! Сегодня же этого нет, это никому не нужно!..

Левитан на слуху, конечно. Он вне конкуренции. А больше они никого не знают. Но Левитан не был чтецом. Он был диктором. Но все равно это высокое чтение, высокое мастерство. Левитан – это целая эпоха военных лет. Я говорю о тех, кто выступал с эстрады, по радио. Вы услышите сегодня Чехова, даже Пушкина, Лермонтова, других поэтов? Я не слышал. Слышу музыкальный бред, ведение теле- и радиопрограмм какое-то звонкоголосое, основанное на криках, дурацких шутках. Шоу придумали... Кто может до конца расшифровать это слово? Слушаешь эту грязь, которая льется в наши уши из СМИ, как вы их называете, и она уже в момент своего рождения начинает разрушать нашу речевую культуру. Она в меня чуть-чуть вползает – я ее обрубаю, сбрасываю. Но что же говорить о молодежи, которой так нравится сказать «клево»... Еще какие слова?.. Я их даже не знаю. Что такое «клево»? Или «крутой»? Можно же сказать: «Хороший, сильный человек». А то – «крутой». И всем сразу становится все понятно. Это обезьяний язык.

Но если пропагандировать культуру русского языка с экрана, по радио, в печати, постепенно начнут говорить нормально. Но это счастье не выпадет даже, наверное, и на ваш век.

# Гуля Балтаева

**Журналист ВГТРК «РОССИЯ», в 2015 г. – ТК  
«Россия 24», ВГТРК**

1. Он не в лучшей форме. Когда берешь в руки словарь, понимаешь, как много слов стали его пассивной частью, как много выражений ушло в прошлое. И не потому, что устарели, а потому, что активный словарный запас сведен к минимуму. В молодежной среде преобладает сленг и англоязычные заимствования.

2. Он далек от идеала. Издания вроде «МК» и газеты «Жизнь» зачастую выглядят стенограммой уличных или кулуарных разговоров – такова простота изложения. Если не высокий слог, то хотя бы близкий к литературному стиль в периодике – большая редкость. Если, конечно, актуальные события не комментирует такие колумнисты, как писатель Александр Кабаков или поэт Лев Рубинштейн.

3. Телевидение в меньшей степени, чем любые другие СМИ, зависит от языка. Все-таки главное для ТВ – «картинка». Яркий пример – видео в жанре «без комментариев», которое, собственно, ни в каких выразительных описаниях и пояснениях не нуждается. Тем не менее ведущие и корреспонденты, владеющие русским языком в совершенстве, сразу обращают на себя внимание, – впрочем, как и на радио. Никогда, конечно, журналисты в большинстве своем не

овладеют языком художественной литературы хотя бы потому, что не всем дано стать писателями. Да и не нужно это. Читатели, слушатели и зрители привыкли к подаче информации «без затей». И литературность ежедневных текстов будет выглядеть «умничаньем», будет раздражать.

4. Мне кажется, не стоит переоценивать влияние Интернета. Шутки на тему «Превед, медвед» уже никого не смешат. Но слова «аська», «мэйл», «скачать», «зазиповать» вошли в обиход, и, видимо, надолго.

5. Заимствования неизбежны. Тот же «жаргон» – из французского. Немецкий, английский, латынь... Но мне не нравится, когда из иностранных языков берется то, что есть в родном. Например, «презентовать». «Представлять, показывать», по-моему, – гораздо лучше.

6. В некоторых случаях термины и профессионализмы уместны, но чаще всего эти слова сводят на нет то, что создавалось веками, – многообразие, богатство русского языка. Они его упрощают.

7. Жаргонизмы добавляют неожиданные оттенки и зачастую лучше любых эпитетов и подробных описаний помогают передать атмосферу, специфику того, о чем рассказываешь. Образно, сочно. Но это не значит, что жаргонизмы входят в мой активный словарный запас. Отнюдь. Употребляю исключительно по делу.

8. По определению ненормативная лексика – «та, что выходит за пределы нормы», – не может быть использована

в СМИ. Хотя мат, как известно, широко распространен в России. И не только среди людей, «академиев не кончавших». Один чиновник крупнейшей государственной энергетической компании, например, рассказывал, что стоит только журналистам покинуть зал заседаний, его коллеги сразу переходят к «неформальной лексике». Но средства МАССОВОЙ информации рассчитаны на огромную аудиторию. Во-первых, это – дети, во-вторых – взрослые, которые категорически не приемлют нецензурные выражения. Думаю, что и те, кто в устной речи иногда могут прибегнуть к непечатному слову, не хотели бы читать газет, где используется мат. Собственно, и доказательств особых не требуется. Сама этимология – «непечатное» – означает ТО, что печатать не принято.

9. Необразованностью. Банальной спешкой (когда речь идет о прямом эфире, сюжетах в информационных программах, и просто нет времени проверить правильность произношения). Заниженными требованиями аудитории СМИ.

10. Как там у Льва Кассиля – «все мы родом из детства»? Пропагандировать (именно ПРОПАГАНДИРОВАТЬ – «распространять и углубленно разъяснять») семейное чтение на примере известных, авторитетных людей. В детских садах поощрять воспитателей и нянь, которые, как в группе моего сына, перед дневным сном ОБЯЗАТЕЛЬНО ставят пластинку со сказкой. В школе не прививать отвращение ко всему, что проходят по программе, а, наоборот, стараться вызвать



интерес. Может быть, через кино хорошее, театр. В вузах больше и строже спрашивать. Поощрять чиновников – хвалебными статьями, премиями с номинациями «за грамотность», «за богатый лексикон», «за высокую культуру речи», в конце концов. И ругать их же – чиновников – за отвратительное владение родным языком. Учредить лингвистическую «золотую малину» – по аналогии с той, что вручают в Америке за худшие фильмы.

# Лилия Барладян

Корреспондент, редактор колонки новостей интернет-версии журнала *Geo*, в 2015 г. – координатор учебных проектов *Yandex*, фотограф-фрилансер

1. Сейчас возникает очень много калек с английского в разговорной и письменной речи. «Сейлы», «копирайтеры» уже привычны, видна общая тенденция.

2. От классического литературного он далек. Много жаргона, воды. Почему-то использование профессионального жаргона часто считается знаком хорошего знания темы. Идеальный язык СМИ должен быть похож на язык повестей И. Грековой. Коротко, точно, емко, понятно.

3. Броскими заголовками и грандиозными обобщениями. «В Японии погибло более 100 человек!» Не в Японии, и не 100, и не погибло, но это не важно, и это расскажут только в тексте статьи. А может, и не расскажут. Художественная литература по сравнению с публицистикой использует больше определений, выраженных причастными оборотами. Больше мелких бытовых подробностей, больше описания!

4. Использую кальки с английского, когда совсем никак без них не обойтись. Использую жаргонизмы из профессиональных областей, но стараюсь их избегать. Кальки – когда нет устоявшегося перевода термина на русский. Жаргониз-

мы – для колорита.

5. Полагаю, что заимствование – вещь вредная, но, с другой стороны, излишний перевод тоже вреден. Разумно соблюсти какой-то компромисс между тем и другим.

6. В узкоспециальных СМИ их использование необходимо. Как минимум терминов. Профессионализмов все-таки лучше избегать, хотя в динамично развивающихся отраслях часто проще использовать их, чем придумывать какие-то свои, не всем понятные переводы терминов и профессионализмов с английского.

7. Недопустимо. На то они и ненормативные (непечатные) слова, чтобы их не печатать (не произносить на радио и телевидении). Как только они появляются в СМИ, их использование становится нормой.

8. Недостатком образования и времени у журналистов.

9. Популярные интернет-издания, использующие жаргонизмы, новояз, модные интернет-сокращения и интернет-жаргон (лжеюзер, например), кальки с английского вводят все эти новые слова в нашу жизнь как нечто нормальное. Слово «превед» воспринимается уже чуть ли не как норма.

10. Учиться, учиться и учиться! Мне кажется, общество ориентируется на язык изданий. Когда-то «МК» завладел умами всех и принес свой чудовищный стиль как образец того, как надо. Теперь все пишут так. Было бы здорово, если какое-то издание с более-менее приличным языком могло бы завладеть умами. Но для этого нужно такое издание.

# Радик Батыршин

**Председатель МТРК «Мир», Член Правления Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ), профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, член *The International Academy of Television Arts&Sciences***

1. Постреволюционное время всегда сложно, но интересно. Я бы поставил на первое место процесс насыщения русского языка заимствованиями из английского языка. Это можно назвать процессом глобализации современного русского языка.

2. Язык современных СМИ зависит от формата медиа, а значит – его целевой аудитории. Сравнить язык «Известий» и газеты «Твой день» – бессмысленно. Цель любого медиа – захватить максимум своей целевой аудитории. Язык – это средство достижения этой цели. Другое дело – наличие вкуса, то есть чувства меры у редакторов. В этом смысле можно сравнивать язык «Комсомолки», «МК», ТНТ, телеканала MTV и «Русского радио». Разница очевидна. Отсюда понятен ответ на вопрос: «Какой должен быть идеальный язык медиа?». Он должен быть богатым, красивым и четко отвечающим формату этого медиа.

3. Тропы, метафоры, сравнения, гиперболы, четко подведенные и врезанные в контекст публикации цитаты. Язык

публицистики отличается от языка художественной литературы разными задачами на рынке.

4. Жаргонизмы использую входе профессионального общения для вывода из анабиоза участников совещаний.

5. Отношения к заимствованиям – крайне положительное, когда смысл иностранных слов понятен людям, их использующим.

6. Предпочитаю использовать термины и профессионализмы параллельно с их переводом на русский язык.

7. Использование в СМИ ненормативный лексики недопустимо. Рабочий инструмент российских СМИ – русский литературный язык.

8. Крайне низкий уровень среднего и высшего профессионального образования, повальная нечитанность авторов, отсутствие профессионального навыка переводить с канцелярита на русский, неумение писать простыми, краткими и ясными предложениями.

9. Язык интернет-изданий не отличается от языка печатных СМИ (если не считать офлайновыми СМИ все, что публикуется в Сети), потому влияет на речевую культуру общества так же, как и другие виды медиа.

10. Читать и писать. Ежедневно, много раз в день, до, после и вместо еды.

# Валерия Беленькая

## Журналист женского журнала «Superстиль»

1. На мой взгляд, за последнее время русский язык не очень изменился. Все так же заимствуются иностранные слова, появляются новые жаргонизмы, все так же образуются аналитические прилагательные и аббревиатуры.

2. Современные СМИ очень разные, довольно сложно обобщать. Но мне кажется, что современные журналисты стремятся к упрощению выражения своих мыслей. Возможно, влияет огромное количество СМИ в Интернете – здесь сражаются за каждую дополнительную минуту внимания читателя. Исходя из этого, длинные, тяжеловесные предложения не приветствуются.

Идеальный язык СМИ – тот, который востребован на данный момент, тот, который понятен читателям, слушателям и зрителям. В противном случае работа СМИ будет бесполезной.

3. Выразительность языка СМИ достигается при помощи поддержания контакта с читателями (слушателями). Это и риторические вопросы, вопросы к воображаемому собеседнику, широко распространены графические выделения (в газетах). Так же, как и в художественной литературе, часто используются аллегории, метафоры, аллюзии и т. д. Современ-

ная художественная литература преследует те же цели, что и СМИ: она всеми силами «оживляет» и приближает к читателю свой язык. Поэтому особых отличий я не вижу.

4. Интернет-издания оказывают все больше и больше влияния на язык. Пагубно сказывается феномен так называемого «албанского» языка – слова, нарочито исковерканные, с совершенно немыслимыми грамматическими ошибками. Изначально этот «язык» возник как пародия, но он все активнее используется даже грамотными людьми в качестве экспрессивного средства.

5-6. Использование заимствований и терминов в СМИ – процесс закономерный, отражающий основные процессы, связанные с языком и культурой в целом.

7. Да, формат моих статей позволяет использование жаргонизмов, но в небольших дозах. Они служат своеобразными «крючками», которые цепляют внимание читателя, делают мысль более яркой, а формулировку – более привычной. Это позволяет сблизить автора и читателя.

8. Нет. Я думаю, ненормативную лексику, которая служит выражением ярких эмоций, вполне могут заменить языковые средства, добавляющие высказыванию экспрессии.

9. Думаю, как раз из-за многочисленных нарушений, допускаемых даже серьезными СМИ, журналисты закрывают глаза на многие языковые нормы. Это, в свою очередь, оказывает влияние на другие СМИ и на сами языковые нормы.

10. Думаю, что, к сожалению, никак. На мой взгляд, рече-

вая культура повышается при помощи качественной литературы. При этом понятие качества и речевой культуры у каждого человека свое. И, конечно же, невозможно заставить человека читать то, что необходимо (да и вообще – читать).



# Ольга Белова

**Корреспондент НТВ, ведущая программы «Сегодня» (НТВ), с 2015 г. – ведущая субботнего информационного телешоу «50 оттенков. Белова» на НТВ, награждена медалью ордена «За заслуги перед Отечеством»**

1. Сейчас в русский язык приходят новые иностранные слова – язык пополняется и развивается. Основной тенденцией русского языка на сегодня является смещение ударения на корень слова, а также «иканье».

2. Язык современных СМИ во многом оставляет желать лучшего, поскольку нынче нередки и ошибки (грамматические, стилистические и др.) в эфире и на полосах газет, на страницах журналов. В идеальном языке СМИ полностью должны отсутствовать ошибки, а также нецензурная лексика.

3. Стандартными средствами художественной выразительности (метафоры, сравнения и др.). Язык публицистики отличается от языка художественной литературы ярко выраженной оценочностью и достаточно высокой степенью «ораторства» (риторичности) речи.

4. Да, только при жесткой необходимости. Незначительную роль.

5. Если нет русского эквивалента какому-либо понятию,

то почему бы не использовать заимствованную лексику? В небольших количествах оцениваю этот тип лексики положительно.

6. В незначительном количестве и при необходимости считаю их использование приемлемым.

7. Недопустимо. СМИ – это пример литературного языка для всей страны.

8. Основным объяснением столь частых нарушений языковой нормы является спешка в подготовке материалов. Частенько журналист не успевает даже перечитать свою статью перед публикацией.

Жизнь, 8 ноября 2006:

*Нонна Викторовна за месяц до своего дня рождения (25 ноября ей исполнится 82 года) попала в больницу. Врачи ЦКБ применили искусственную вентиляцию легких, чтобы стабилизировать состояние здоровья легенды советского кино – лексическая несочетаемость.*

Правда, 08.11.2006:

*Ему хотелось тишины, покоя, домашнего уюта, а не бурных страстей. Но разве это может быть кому-то интересно? Нет, конечно. Поэтому и появляются **сплетни, слухи**, анекдоты – лексическая избыточность.*

КП, 06 ноября 2006:

*Согласно Мулдашеву, две вершины холма – зеркала лазера, ребро между ними – резонатор. Некая энергия якобы **прет** из горы, проходит зеркала и ударяет прямо в Кайлас –*

просторечное выражение.

Правда, 08.11.2006:

*История этого Виктора с самого начала полна несоответствий.*

*Потому что якобы роман его матери с Рокоссовским начался в 1919 году, когда **будущий** маршал, **будучи** раненым, лечился в одном из сибирских госпиталей – близко стоящие однокоренные слова.*

9. Не оказывает значительного влияния.

10. Речевую культуру журналистов можно повысить только в случае наложения жестких санкций на нарушителей нормы литературного русского языка, а культуру общества в целом можно повысить лишь в случае идеальной культуры речи в СМИ.

# Анатолий Богомолов

Секретарь Союза журналистов России, в период войны в Афганистане находился в зоне боевых действий, был ранен; заслуженный работник МВД СССР, член Союза кинематографистов СССР; имеет награды: «Орден Трудового Красного Знамени», орден «Знак Почёта», «Орден Почёта», медали «За ратную доблесть» Всероссийской общественной организации ветеранов (ОООВ) «Боевое братство» и «За отличие в охране госграницы СССР»

1. Никак не оцениваю. Ничего чрезвычайного нет. Он находится в очередной стадии развития, как и в любой другой момент времени. На это развитие оказывает воздействие комплекс факторов. В связи с бурными социальными процессами в течение последних пятнадцати лет в языке активизировались процессы заимствования (появились новые наслоения заимствованной лексики) и развились подязыки (жаргоны) отдельных групп (профессиональных, по интересам и проч.).

Например:

- заимствования, относящиеся к политической деятельности: «транспарантный», «аутсорсинг»;

- в сфере бизнеса и корпоративной жизни: «лидерство», а не «руководство», «менеджмент», «бренд», «тренд», «эйчар» (а не «отдел кадров»). А уж слово «пиар», видимо в силу востребованности, чувствует себя в русском языке совсем как дома, образовывая новые части речи с русскими приставками и суффиксами: «пиарщик», «отпиариться»;

- сленг, основанный на использовании «обрусевших» терминах в сфере массовых коммуникаций и компьютерной индустрии в основном среди молодежи – пользователей персональных компьютеров, мобильных телефонов: «эсемески», «комп виснет, глючит», «Емеля» (означает «электронная почта» – от англ. «и-мейл»);

- отдельно обозначим совсем уже новое явление, развивающееся на глазах: язык интернетских чатов, форумов и СМС-сообщений. Ясно, что на стиль этих произведений речи влияет прежде всего способ передачи: эти сообщения стремятся к краткости – отсюда сокращения, смайлики, замена слогов цифрами (например, слог «фор» замещают на цифру «4» и проч.) Объяснить это можно, но каково непродвинутым людям, для которых Интернет – это еще не жизнь? Все это не хорошо и не плохо: это неизбежный результат перемен в социальной сфере. Самым красивым языком, лучшим языком писал Лесков, но кто сегодня будет так говорить? Сегодня язык переделан. Это как дистиллированная вода. Да, она чистая, но невкусная. Мы пьем минеральную, газированную, но не дистиллированную. Поэтому чи-

тать нужно и Пелевина, и Достоевского.

Кроме этого – миграция населения с юга на север. «Гака-  
нье» и «оканье» – неистребимы. Языки смешиваются, диалекты смешиваются.

Враг языка – слова-паразиты. «Как бы» – «якобы» или «на самом деле» – получается, что до того, как ты произнес «на самом деле», ты все время врал? Слова-паразиты необходимы людям с маленьким словарным запасом, чтобы заполнить паузы. Все боятся пауз. А они нужны. Паузы в речи показывают уважение собеседника. После вопроса человек не сразу начинает говорить все подряд, думая на ходу, а поразмыслит, выдержит паузу и начнет свою речь.

Подводя черту: язык развивается вместе с обществом. По мере появления новых ситуаций, взрывных, болезненных – появления Афганистана, Чечни как понятий; в случае замены одного общественного строя другим меняется и язык. Мы сами не заметили, как эти явления усложнили нашу жизнь и нашу речь. Мы многое боимся сказать теперь: не «кавказец», а «лицо кавказской национальности». Кто-то называет это «политкорректностью».

Язык будет развиваться своим путем. Наши стремления, учения, нравоучение не помогут. В девятнадцатом веке славянофилы и западники бились за свои идеи. Но Хомяков так и не победил – жизнь наступила другая.

2. Такой же, как и всегда. Идеальный язык должен быть абсолютно понятным, а это требует четкости мысли и уме-

ния ее ясно выражать. Идеальность – неправильное понятие, скорее понятность, ясность, образность. Самое неприятное – безликость текстов, бедность вопросов во время интервью.

3. Выразительность языка газеты создается, если не вдаваться в филологические подробности, теми же средствами (лексическими и синтаксическими), что и в других стилях языка. Публицистические высказывания, произведения не должны допускать двойного толкования. Ценится индивидуальность – знание предмета, умение подать его не стандартным языком, а образной речью.

Из журналистов никогда не выходит писателей. Разве что Константин Симонов из военного журналиста стал неплохим романистом. Всё. Других примеров я не знаю. Журналистика – это другой способ мышления. Писатель придумывает жизнь, героев, ситуации. Журналист рассказывает жизнь.

Необходимо, чтобы журналист прибегал к назидательным словам, задавал вопросы, «держал» внимание читателя и собеседника.

Неотъемлемой частью публицистической речи должны стать паузы! Непрерывность речи и письма недопустима – это не интересно! «А вот был такой случай» – хорошая фраза для отвлечения собеседника от непрерывного потока информации. Журналист должен иметь в рукаве несколько интересных «фишек», чтобы завлечь, заинтересовать. Речь не может быть кольчугой, вязаным платком – дыры, иголки очень важны.

4. Жаргонизмы – в зависимости от контекста. Скорее как иронию. «А вот я слышал, как дворник сказал...» – жаргонизм. Употребить можно, но со ссылкой на источник. Ведь для журналиста важно найти, подслушать, запомнить меткое слово. Жаргонизмов не надо бояться.

5. Вне зависимости от нашего к нему отношения процесс заимствования неизбежен в связи с тенденциями к глобализации, и глупо пытаться его остановить, тем более что нами заимствуется не только слово, но, как правило, и явление. Кроме того, можно заменить слово «бренд» на слово «марка», а слово «дилер» – на слово «агент», но они тоже будут заимствованными. Заимствования все равно придется использовать, главное, чтоб они не становились главной темой беседы.

6. Как неизбежные при описании той или иной сферы деятельности. У Герцена есть «птичий язык», сегодня появился служебный язык, понятный для тех, кто изображен на фотографии рядом с текстом, – для чиновников. С одной стороны, все понятно, а с другой – приходится цитировать, ведь перевести на нормальный язык эти «тексты» невозможно.

Я пишу. Если у меня есть непохожесть, индивидуальность, значит, я журналист, я – автор. А если мне нужно составить записку Громову (губернатору Московской области), то мне необходимо придерживаться формата – это убивает меня как автора.

7. Недопустимо ни при каких обстоятельствах. Язык



СМИ – нормативный, лексика – ненормативная, непечатная, поэтому и недопустимо.

8. Низким уровнем языковой культуры в обществе в целом. Примеры – ударения («вклЮчит», «включИт» или «обеспЕчение», «обеспечЕние» – как правильно? Президент говорит «обеспечЕние», а диктор или ведущий сразу после его слов говорит «обеспЕчение» – люди думают: кто прав?); старые стилистические ошибки, перешедшие в хронику («представляет из себя» – вместо «представляет собой»).

Зачастую на язык общества влияют не группы людей, а отдельные личности, которые чаще других выступают на радио, телевидении.

9. На языковую культуру общества – никак не влияет. Во-первых, язык интернет-изданий как таковых (а не чатов и форумов) не слишком отличается от языка прочих СМИ, а даже если бы и отличался, у нас слишком мало пользователей Интернета, чтобы влиять на язык общества.

10. Для начала – правильно учить школьников.

Второе – читать произведения классической литературы. Русский язык будет жить, когда мы будем знать, что основы классики вы прочитали.

И часто беседовать с разной аудиторией – диалог с человеком очень важен, с человеком не вашего круга. Во время разговора Вы услышите незнакомое слово, запомните его и поймете, в каком контексте надо его употреблять.

Слово – это лишь частичка жизни, а в нашу жизнь входят новые понятия. Журналисту необходимо прежде всего учиться не писать, а думать. Тогда у него появятся слова, которые будут понятны и другим людям. А мы, к сожалению, пишем, а потом думаем, что написали...

# Наталья Бодылевич

*PR-директор ПЦ «Братья Grimm»*

1. Любой язык – это социальное явление, поэтому, как и общество, язык постоянно меняется. Беднее он не становится. Появление неологизмов, появление специальных профессиональных терминов – таковы процессы, наиболее характерные для современного русского языка.

2. В целом язык СМИ оценить невозможно: слишком много газет, журналов, телепрограмм появляется каждый день. Есть издания с образцовым языком, есть (особенно среди молодежных) – с таким языком, что читать невозможно. Это нормальное явление. И хорошо, что у нас есть выбор.

3. Таких средств бесконечное множество, и о них много говорят в пособиях по русскому языку. На данный момент прослеживается тенденция к тому, что стилистические границы между литературой и публицистикой стираются.

4. Да, конечно.

5. Положительное. Язык обогащается за счет культуры другого языка, и в этом нет никаких негативных последствий. Пытаться очищать язык до кристальности славянизмов – это то же самое, что пытаться вести политику нацизма по отношению к другим странам.

6. Положительно.

7. Я думаю, что иногда допустимо, потому что в этом мире допустимо все. Действительно, бывают такие случаи, когда ненормативная лексика помогает идеально выразить мысль или придать материалу определенный колорит.

8. Неграмотностью.

9. Чем отличается Интернет издания от печатных изданиях? Ничем.

10. Это риторический вопрос. Об этом должно думать Министерство культуры, потому что одна лишь пропаганда высокой речевой культуры в СМИ, не подкрепленная поддержкой со стороны политиков, ни к чему не приведет.

# Олеся Бондаренко

Ведущий обозреватель ИД «Абак-Пресс»

1. Русский язык считают родным и используют его в повседневной жизни около трети миллиарда человек. Это четвертый язык по распространенности в мире, – а это уже вопрос престижа нашей страны, гордости за могучее наследие великих поэтов и писателей. И если количественный уровень на высоте, то вот качественный...

А состояние русского языка на сегодняшний день таково, что его нужно спасать – от засилья сленга, иностранных слов, нецензуры, а еще нежелания и лени говорить красиво и правильно. Эта актуальная проблема.

2. Да никак не оцениваю. Считаю, что это полный упадок, деградация и отсутствие желания как-либо исправлять плачевную ситуацию. В федеральных СМИ, на центральных каналах телевидения и радио всеми способами пытаются сдерживать наплыв косноязычия и безграмотности, но это глобальная проблема. Нужно начинать с самого главного – воспитания. Нет ничего идеального, как мы знаем. И то, каким должен быть идеальный язык современных СМИ, прежде всего зависит от нас, журналистов, от тяжелой, но увлеченной работы сверхобразованной и честолюбивой команды.

3. Пора обратиться к учебному процессу. Оставляю этот

вопрос без комментариев.

4. Мое четкое убеждение: неправильно, запретно употреблять жаргонизмы в печатных СМИ. Это элементы разговорного языка, которые позволяют порой журналисту выразить свою мысль гораздо ярче или конкретнее, когда других слов уже недостаточно. Это внезапность, которую довольно сложно зафиксировать, а более того, жаргонизмы быстро теряют свою актуальность.

К тому же это слишком кощунственно по отношению к русскому языку. Все же СМИ призваны облагораживать умы читателей, поэтому давайте постараемся доносить любую информацию, пользуясь грамотным, красивым и не режущим слух языком!

5. Нормальное, спокойное отношение. Не вижу в этом особой трагедии. См. пункт 6.

6. Вы же понимаете, все хорошо в меру. Положительно – когда просматриваю спецлитературу, не имеющую массового характера. Самое главное – не захламлять суть, не путать смысл и не забывать о доступности информации.

7. Категорическое «нет». Мат не является средством выразительности и символом современности. Это язык общения узкого круга людей. Я допускаю использование мата в повседневной речи как дополнительного способа эмоционально выразить свои мысли. Не стоит забывать, что СМИ – это великий посредник, глас народа, поэтому задача средств массовой информации – прежде всего информировать. Ла-

конично, четко, объективно, честно...

8. Единственная и главная причина – необразованность, халатность и равнодушие к собственной профессии еще на этапе обучения.

9. В нашей стране Интернет не является полноценным СМИ, как в Америке или Европе, например. Как ни банально это звучит, но довольно большому проценту аудитории Интернет недоступен, – соответственно, большей популярностью пользуется телевидение и радио. Поэтому оценить влияние интернет-изданий не так просто, рано пока об этом говорить.

10. Понимаете, это во многом зависит от внутреннего устройства человека, его чуткости и способности чувствовать язык. Для меня безусловными пророками и мастерами своего дела выступают Владимир Познер, Марианна Максимовская, Леонид Парфенов. Это журналисты высокой внутренней культуры. Вот к чему необходимо стремиться и чему внимать.

# Екатерина Босина

Ведущая рубрики «Журнальный зал»  
в издании «Журнальный зал»

1. Состояние в целом – не то чтобы совсем плохое, но от некоторых явлений становится не по себе. Жаргон и ненормативную лексику всё чаще используют те, кого принято считать «элитой» и «интеллигенцией». Безграничная свобода интернет-дневников (блогов) переносится в неvirtуальное общение и в печатные издания. Из личного опыта: малообразованные жители небольших городов Карелии говорят порой более грамотно, чем столичная молодёжь, лучше владеют языком. У них богатые интонации, выразительная речь. Можно говорить не очень связно – и выразительно, а у нас говорят и невыразительно, и бессвязно. Достаточно выйти на улицу и послушать: матерятся – и то без всякой интонации.

Появляются новые слова, модели словообразования, но опять-таки в блогах. Например, слово «готично» («здорово»), которым, насколько мне известно, злоупотребляла в дневнике одна представительница готической субкультуры, перешло в лексикон огромного количества блогеров. Молодые евразийцы поспешно переделали его в «опрично». Но теперь уже не всегда понятно, когда эти слова употребляются всерьёз, а когда – с ироническим или издевательским оттенком.



2. Плохо, по-моему, обстоят дела с молодёжными СМИ: явный переизбыток жаргона. Журналисты хотят быть ближе к аудитории, используя сленг, но лучше бы они пытались «поднять» аудиторию до себя, научить её выражать свои мысли как-то иначе, без помощи сленга.

Идеальный язык – понятный и в то же время выразительный, если этого требуют стиль и жанр материала. С экспрессивными средствами нужно обращаться осторожнее. По-моему, в газетах сейчас слишком много ёрничества. Есть прекрасные журналисты, которые так зло и навязчиво иронизируют, так давят своим ироническим безверием, что рано или поздно начинаешь их недолюбливать. Недавно мне сказали: журналист обязан быть язвительным. Это не так. Язвить по любому поводу – неумно. Нужно иногда быть добрее.

3. Лучшие средства – тропы и языковые фигуры. Яркие эпитеты и метафоры в СМИ всегда приятно встречать.

Язык публицистики предполагает наличие риторики, прямых обращений к читателю. Риторика в художественном тексте выглядит, как правило, неуклюже. Воздействие литературы – скорее скрытое, чем явное. Публицистика действует на сознание, художественное произведение – на подсознание.

4. Есть серьёзные интернет-издания, равнозначные «солидным» печатным газетам и журналам. Там соответствующее отношение к языку – бережное. Но таких, по-моему, меньшинство. А на речевую культуру сейчас влияют блоги,

где люди самовыражаются, не задумываясь о последствиях, или носят определённые языковые «маски», чтобы повысить уровень своей популярности в блогговом пространстве. Кто-то в блогах чувствует себя свободнее, чем в личном, бытовом общении. То есть человек, например, может быть вполне грамотным и деликатным в обычном разговоре, а в «Живом журнале» отчаянно ругаться матом и всех оскорблять. И неясно: то ли это языковая игра, то ли просто выплеск агрессии. Только читающие этим заражаются и потом могут выругаться или нахамить друзьям без особых на то причин. В лингвистике есть теория о двух типах речевого поведения – информативном и фатическом (фативном). В фатическом информативность сведена к минимуму, это – общение ради общения, обмен какими-то привычными «ритуальными» формулами. В блогах оно преобладает и вот уже потихоньку перебирается в СМИ.

5. Нормальное, если их мало и если они уместны.

6. Относительно политических и экономических терминов: наверное, это сродни магическим заклинаниям. Люди «очаровываются», для них умными словами создаётся видимость благополучия.

7. Пока не доводилось, но, возможно, придётся в будущем. Употребление жаргонизмов неизбежно, если журналист описывает какую-то особую среду, где этим жаргоном активно пользуются. Тюрьму, например, или сквот – свободное поселение хиппи. При этом он, естественно, должен

разъяснять читателю непонятные слова. В остальных случаях жаргонизмы лучше не употреблять.

8. Нет. Употребление ненормативной лексики уместно в каких-то экстремальных обстоятельствах либо в узком кругу знакомых (и то не всегда). Это слишком эмоциональный и личностный язык, использовать его в каких-то иных ситуациях – всё равно что забивать маленький гвоздь кувалдой (а не молотком). СМИ ведь не созданы для выражения эмоций, к газете или телепередаче люди обращаются прежде всего за информацией.

9. Малограмотностью журналистов и тем, что они воспринимают своё место работы исключительно как трибуну для личных выступлений. Легкомыслием: «от одной-двух ошибок ничего плохого в мире не случится».

Типичные ошибки – двусмысленные и оскорбительные заголовки у серьёзных статей. Переизбыток выразительных средств: метафор, эпитетов (когда автор статьи гонится за «красивостью», при этом он употребляет и жаргон, и разговорную лексику, – такое смешение стилей выглядит, как правило, нелепо).

10. На этот вопрос обычно отвечают: «Нам нужно больше читать». Я отвечаю так же: нужно читать хорошую художественную литературу, привыкать к ней с детства, и тогда, скорее всего, чувство языка разовьётся само.

# Геннадий Бочаров

Писатель и публицист, журналист издания «Комсомольская правда» (1966-1982), спецкор издания «Ленсмена», обозреватель в «Литературной газете», «Известиях» (1984-1994), ныне – независимый журналист. Автор более двадцати книг, в которых собраны его личные впечатления о более чем из пятидесяти стран мира; о выдающихся людях – Габриэле Гарсиа Маркесе, Константине Симонове, Мэри Хемингуэй и других, с которыми он встречался.

**Член Союза писателей Москвы.**

**Лауреат премии Ленинского комсомола.**

**Имеет знак «Золотое перо» России (2011)**

1. Язык в самом общем виде не бывает вчерашним. Или завтрашним. Язык всегда современен. В таком деле, как язык и время, одно никогда не может опережать другое.

2. Несколько лет назад в связи с повсеместной компьютеризацией язык СМИ я назвал «электронной щебенкой». Определение оставляю в силе.

Об идеальном языке. Ни в газете, ни на ТВ или радио идеального языка, на мой взгляд, быть не может. И не должно. Как и все идеальное, «идеальный» язык – мертв. В лучшем случае – бездуховен. Речь, конечно, идет не о грамотности. О стерилизации.

3. Язык настоящей публицистики и настоящей литературы – одинаков. Дело в чувстве меры. В чутком обращении с образностью. И еще: если литературщина унижает текст романа или повести, то в публицистике уже отвращает читателя. Разумеется, оба эти жанра принципиально различны. Они не могут быть одинаково актуальны, динамичны, предметны, злободневны и т. д. Но это уже другой вопрос – язык здесь ни при чем.

4. Нет. Жаргонизмы, как и многоточия в конце фраз – от авторской беспомощности.

5. Если к месту – спокойное.

6. Все зависит от уровня проблематики. В очерке о работах в области термоядерной энергетики, драматизма ее укрощения без профессиональных выражений не обойтись.

7. Резко отрицательное. В разговоре – без возражений. В этом смысле я в устной речи как раз и отдыхаю от письменной.

8. Убожеством общей культуры. Примеры – любой телеканал, радиоволна, газеты.

9. Как засуха на поле клевера.

10. Если отвечать в шутку – то с помощью семинаров. Или курсов. Или особых школ, кружков.

Если серьезно – то никак. Без высокой общественной культуры высокая речевая культура – как звуковое выражение человеческого бытия – невозможна.

# Анна Бояринова

Журналист интернет-сайта [www.moscvichka.ru](http://www.moscvichka.ru)

1. Сейчас в русском языке происходят естественные процессы как следствие глобализации: к нам приходит много новых слов, чаще английских, которые заменяют русский аналог понятным всему миру словом (например, тот же «менеджер»). Это, повторяюсь, нормальная тенденция, и меня она особо не пугает. Меня тревожит другое: русские люди сейчас не только не стремятся оберечь свой язык от заимствований, непонятных никому, кроме специалистов (и при этом выходящих за «специальные» рамки своего употребления), но еще и всячески способствуют «макаронизации» речи. И тогда происходят ужасающие вещи, которые ни в одном (каким бы он ни был) языке не приемлемы (одно только: «Филипп Киркоров продакшейн представляет». Вот что такое в русском языке «продакшейн»?!! Это – ужасно. И грустно.).

2. Язык современных СМИ оцениваю так: сейчас там две крайности – или журналисты компетентные, прочитавшие не только книги по теории языка, те пособия, по которым нас учат в университете, но и, если так можно выразиться, «правильную» художественную литературу (я говорю о классике), умеющие говорить с кем угодно, о чем угодно и на каком угодно языке (в зависимости от обстоятельств). Таких не так

уж много, но они есть. Это прекрасно! И другая тенденция, которая нарастает ужасающе быстро: хорошо, если журналисты – самоучки (корень -уч- все-таки облагораживает это слово), но часто это люди после КВН, светских вечеринок, конкурсов красоты, спортсмены (здесь я не говорю про канал «Спортивный»). Конечно, они всеми силами стараются быть «на уровне», и иногда у них это получается. А иногда бывают такие страшные проколы, которые перечеркивают все их старания (вспомним «петербурку» – слово, употребленное вместо «петербурженка»). На канале «Домашний» работает много таких «новых» журналистов – спортсменов, модельеров, дизайнеров. Их послушать – в голове иногда просто не укладывается, что они хотят сказать. Хорошо, что пока эта тенденция не так широко распространена на центральных каналах.

Идеальный язык газеты, на мой взгляд, в «Коммерсанте». А вообще, «идеальный язык» отдельно взятой газеты должен определяться ее аудиторией. У нас не так много действительно просвещенных людей – от этого и не так много истинных просветителей в прессе. Много людей в нашем обществе находятся «за чертой» – ниже среднего класса не только по уровню жизни, но и по уровню образования (а следовательно, и по уровню интересов). Для них и создаются странные для нормального журналиста «МК», «КП», «Желтая газета» и т. д. И здесь возникает вопрос, на который мне самой сложно ответить: это пресса подстраивается под непри-

тязательную аудиторию и тем самым превращается в жалкую пародию на журналистику, или же это люди превращаются в жалкую пародию на читателей оттого, что им просто больше нечего читать, кроме плохой периодики? Связь очевидна, но – «кто виноват»? Наверное, все-таки пресса: не думаю, чтобы кто-нибудь из журналистов редакции той же «КП» не понимал, какова сила влияния слова на народ, не осознавал, какая огромная духовная власть над человеком в его руках. И измени он хоть чуть-чуть манеру подачи информации, сразу и люди станут чуть-чуть чувствительнее к тому, что происходит в мире и стране, они сразу посмотрят на себя по-другому, сразу станут чище и лучше. Мне грустно наблюдать за ситуацией: люди, имеющие такую духовную власть над обществом, используют ее неподобающим образом. Хотелось бы, чтобы в той же «КП» новости отбирали чуть качественнее – тогда многое изменится в лучшую сторону. Русский человек будет испытывать чувство гордости за себя, начнет жить с достоинством.

3. Выразительный язык газеты, телевидения и радио создается тропами, реминисценциями, аллюзиями и пр. Язык публицистики тем и отличается от языка художественной литературы, что в первом случае фундаментальное средство подачи информации – это максимальная точность в изложении фактов и цитаты в их подтверждение, которые еще и оживляют их, создают некоторую образность; а во втором же – напротив: основное средство художественного повест-



вования и описания есть образность. Одним словом, в публицистике работа идет от факта, а в художественной литературе – от образа.

4. Да, я использую жаргонизмы в своей речи. Для меня они не столько средство коммуникации, сколько эмоции и привычка. Но чаще использую нейтральную лексику.

5. Отрицательное. Новости смотрит вся страна, здесь нужно быть очень и очень аккуратным в подаче информации и осознавать свою ответственность.

6. Когда они без пояснения для обычной аудитории и в рамках популярной передачи – отношусь негативно. Это определенно лишняя информация для неспециалиста.

7. Вообще, честно говоря, недопустимо. Недопустимо ни в каком виде. Все знают, что это отличный способ снять стресс, эмоции и т. п. Но нигде в классической литературе мы не видим этого. И язык СМИ должен быть максимально приближен к идеалу. Если все-таки мата не избежать, то надо указывать на его присутствие в теле- и радиоречи при помощи звуковой защиты.

Чувство нормы, знание, «что такое хорошо, а что такое плохо», не должно никогда покидать человека.

8. Объяснение многочисленных нарушений языковой формы – это большое присутствие «новых» журналистов: спортсменов, КВНщиков – простите за правду, – светских львиц и т. п. Подробно об это я уже говорила выше. Типичные стилистические ошибки – это неверные ударения,

неверное построение предложений, неверное склонение составных числительных и заимствованных слов, имен собственных, неправильное словообразование.

9. Мне кажется, они способствуют появлению новых (причем не имеющих аналога в русском языке) слов, таких как «форум», «чат», «спам» и т. п.

10. Журналистам нужно для начала осознать, чем они занимаются и какая гигантская власть в их руках. А потом подумать и написать текст, достойный называться журналистским, написанный с уважением к своему читателю. Недопустимо, если сегодня работник СМИ пишет для «МК» и зарабатывает «свой хлеб», а завтра приходит на телевидение и говорит, что «нация деградирует». Ну и, конечно, поменьше бы «самоучек» и, как я их назвала выше, «новых» журналистов. Все-таки журналистика – это **ОЧЕНЬ И ОЧЕНЬ** ответственное дело. И если ты боишься затрагивать серьезные социальные темы, пиши хотя бы так, чтобы тебя нельзя было бы обвинить в уничтожении русской мысли, великого русского языка!

# Дмитрий Быков

Писатель, журналист, кинокритик, сценарист, колумнист и креативный редактор еженедельника «Собеседник», постоянный автор журнала «Профиль», лектор просветительского проекта «Прямая речь», профессор кафедры мировой литературы и культуры МГИМО (у) МИД России, член Союза писателей СССР, с 2016 г. – преподаватель факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова (ведет спецкурс «Журналистика как литература»)

1. Так сразу-то и не скажешь. Во всяком случае, два процесса очевидны. С постепенным расслоением населения язык расслаивается не менее интенсивно. Как некоторым людям страны при полном отсутствии общих ценностей уже становится трудно найти общие темы для разговора, точно так же им трудно друг друга понимать. Я абсолютно не убежден, что московский клерк способен понять жалобы или, наоборот, восторги жителя деревни Колбашево под Томском. Это явно люди, говорящие на разных языках, с разными значениями слов, и этим обусловлено частое непонимание писателя и читателя. Когда, скажем, ты пишешь в «Известиях», которые читают не только в Москве, то убеждаешься в дикой разнице во времени, в языке – во всем – с читателем,

допустим, в Саратове. Он просто не понимает половины того, о чем написано, или понимает это по-своему. Это один процесс.

Второй, к сожалению, столь же наглядный. Это очень заметная редукция языка. Он сокращается. Отмирают целые слои, связанные с очень резкой редукцией жизни. В стране остается все меньше занятий, востребованных и актуальных, все меньше людей, которые ей нужны. Сельский язык вообще практически умер, потому что количество мертвых деревень за последние двадцать лет выросло на треть. Соответственно, язык горожанина включает в себя всё меньше понятий и всё больше слов-сигналов, за которыми нет никакого содержания. Слово «суверенитет», например, начинает означать все – не только то, что мы хотели бы быть независимыми от других. Это значит, что говорящий подписывается под своей политической лояльностью, в принадлежности к определенному движению. «Суверенитет» начинает подразумевать еще и ненависть ко всему остальному миру, что в значении этого слова никак не заложено. То есть у слова «вымывается» содержание и «вдувается» некий фактор смыслов, который к первоначальному смыслу имеет очень касательное отношение.

2. Язык газеты должен быть прежде всего богат, так же как язык книги. Потому что у читателя должно быть ощущение, что он общается с живым существом, а не с плоской стенкой. Я за то, чтобы язык газеты был индивидуален и чтобы

рерайт был упразднен как класс. Здесь у меня нет никаких претензий.

Телевидение рассчитано на мгновенное слуховое, зрительное восприятие. Язык здесь (и даже на радио, где человек должен быстро понимать то, что говорят) играет роль вспомогательную. А язык газет должен быть так же богат или, по крайней мере, так же индивидуализирован, как в книге.

3. Я думаю, что принципиальной разницы нет, поскольку лучшими публицистами всегда были писатели. Для меня разница между образцовой и хорошей публицистикой – это разница между военной публицистикой Алексея Толстого и Ильи Эренбурга. Толстой обращается к человеческому в человеке. Эренбург будит ненависть. Это сиюминутный отзыв. Мне кажется, что Толстой более прав. Потому что человеческое находится глубже и его реакции прочнее. Толстой более индивидуализирован, более сюжетен. В Эренбурге много гремучей трескотни, притом что его публицистика «прямого действия».

Я за то, чтобы она была как можно больше похожа на литературу, чтобы границы не было. Все равно лучшая военная публицистика – это стихи Симонова, которые одновременно и высокая литература. Я вообще никогда журналистику и литературу не разделяю.

4. Только в том смысле, может быть, что проникает «падонский» язык: «красавчеги» – все, что я сам использую в

разговорах с людьми (с детьми, иногда с женой). Никакого другого влияния нет.

5. Я не делаю из этого трагедии. Примерно такое же, как к американским джинсам. Если нет своих достаточно хороших, можно носить американские. Знаете, как замечательно сказано в «Фаусте»: «Зачем во всем чуждаться иноземцев? Есть и у них здоровое зерно. Французы не компания для немцев, но можно пить французское вино».

6. Если говорить об экономических терминах, наверное, им нет российского аналога. Если говорить о других – не замечаю.

7. Да, использую. И не вижу разницы между жаргоном и обычной речью. Моя речь на 90 % состоит из разных жаргонов: профессиональных, филологических, журналистских, уличных, детских. Слово «жесть» давно уже не является жаргоном. Это обозначение жанра.

Я думаю, что грань между жаргонизмом и нормативной речевой культурой постепенно стирается. Что мы можем назвать жаргонизмами? Какую-то уличную речь? Не думаю, что она так уж серьезно (если только это не мат) проникает в нашу речевую практику и так резко выделяется. По-моему, сегодняшняя более-менее культурная молодежь, – по крайней мере, уж не отморозки – разговаривает грамотным и довольно изящным литературным языком, а их жаргон очень смешон. Он интеллектуальный, а не профессиональный. Вообще, жаргон придумывается с двумя целями – либо как ар-

го (это попытка скрыть суть того, о чем говорится) или как язык группы «посвященных», повод заставить себя уважать. Вот, дескать, мы так общаемся. Это как в газете: «дедлайн», «рерайт»... Особенно при новичках мы эти профессионализмы старательно упоминаем, чтобы они обалдели от нашей чудовищной элитарности, продвинутости. Это свойство языка, мне кажется, – попытка сделать жизнь более веселой. Молодежная речь мне очень нравится. Когда человек вместо того, чтобы сказать: «Я сильно напился», говорит: «Меня растопырило» – это же не жаргон, это метафора.

Слово «дедлайн» вообще давно уже перешло из журналистской сферы во все остальное.

Не думаю, что есть какая-то разница между моей речью повседневной и моей речью журналистской. Пишу, как говорю. Не изобретаю себе какого-то специального языка и считаю, что эти попытки всегда очень неплодотворны. Обычная моя речь всегда состоит из жаргонов. Я никогда, разговаривая со своим ребенком и проверяя его домашнюю работу, не скажу: «Ты не прав» или «Ты обсчитался». Я воскликну: «Ты опупел!». И с такой же легкостью употреблю это в колонке.

8. В некоторых обстоятельствах – безусловно. Особенно когда цитируешь первых лиц государства, употребляющих ее в том или ином контексте.

Не возражаю и против самостоятельного применения. Не вижу в этом никакого криминала, если это изящно обыграно или стилистически мотивировано.

Мат... Если мотивирован, уместен, грамотен. Никакой здесь драмы не вижу. В центральных изданиях он возможен с отточиями. Все равно все понимают, о чем идет речь. Точки ставятся явно не для сокрытия мата, а для обозначения статусности издания. Я не вижу ничего страшного, если при описании митинга, как у эстонского посольства, будут упомянуты те или иные выкрики, которые, что поделать, звучали. И трансляция их сделает значительно больше для нравственности общества, чем попытка их сокрытия.

9. Я вообще противник того, чтобы норма канонизировалась, возводилась в кодекс абсолютной непогрешимости, от которого совершенно невозможно отступить. Я согласен с мнением, которое у нас наиболее активно отстаивает Веллер, которое в убогой формулировке звучало бы так: «Норма есть языковая практика». То есть практика конституирует норму. Например, «фламинго» она определяет как слово среднего рода, хотя положено ему быть – мужского. Есть только две вещи, которые, с моей точки зрения, непростительны и сразу переводят для меня человека в примата. Это ошибки на -тся и -ться, чего делать нельзя ни при каких обстоятельствах. Это при письме. А в устной речи у нас катастрофическая ситуация с присоединением причастных и деепричастных оборотов. То есть: «Листая эту книгу, мне думается, что...». Как у Чехова: «Подъезжая к сей станции и глядя на природу, у меня слетела шляпа». Типично просторечное употребление деепричастного оборота, как бы его перенос на другой пред-



мет. Гораздо сложнее ситуация, когда, «читая этот текст, мне хочется...» Так нельзя. «Читая этот текст, я...» Тут возможна только определенно-личная конструкция. Это императивно предписывается. Это норма. А когда к безличной форме прикрепляется деепричастный оборот – это надругательство над живым телом языка. Это показатель глубокой инфантильности сознания, если человек этого не знает. И, конечно, меня безумно раздражают ошибки на «не» и «ни». Я не считаю их чем-то ужасным. Но это вечная проблема даже самых интеллигентных авторов. Конструкции типа «не кто иной, как» пишутся как «никто иной, как» хронически слитно. Меня это особенно бесит, потому что, когда я преподавал в школе, самые глупые из моих детей это вызубривали за первые три урока. Я начинал с таких конструкций. Это врут, что для детей нужно все упрощать. Они безумно любят сложное. Они безумно себя уважают за сложное. Поэтому начинать с детьми нужно только со сложных, тонких правил. Например, «не» с причастиями. У нас чего только с ним не делают! Хотя совершенно четко есть правило насчет зависимого слова и противопоставления. Нет зависимого слова – ясно же совершенно, что пишется слитно!

Вечно мучает меня путаница в газетах с «не» и «недо». Отдельные люди пишут недопустимо раздельно! Недодуманная мысль, недоделанная работа... пишут отдельно!

Неразбериха с удвоенными «н» в Московском комсомольце стала повседневной практикой. Сплошь и рядом идут nn:

«Эта книга мной непрочитанна».

10. Вопрос еще, надо ли это делать. Это часть общей культуры. Я целый роман в свое время написал, чтобы понять, зачем нужна орфография. У меня получилось, что это очень важная условность, это форма покорности божественным правилам. Русская орфография, конечно, иррациональна. Но если ты готов соблюдать эти правила – это почти как пост. Его благотворность для души не доказана. Благотворность для фигуры релевантна. Здесь можно спорить. Но его стремление к высшему в иррациональном, божественном смысле несомненна. Это способность человека понимать некие правила и им подчиняться. Пока страна в целом не примет их, я думаю, бессмысленно говорить отдельно об орфографии. У нас законов никто не выполняет. А вы хотите, чтобы возникла культура речи. Она возникает там, где возникает культура уличного движения. Как минимум. Культура взаимных отношений, умеренного отказа от кражи (когда она безнаказанна), культура внутренних запретов.

# Владимир Верников

**Собственный корреспондент «Известий» в странах Латинской Америки (1973-1979), заместитель редактора «Известий» по иностранному отделу (1979-1983) и собственный корреспондент «Известий» в Испании и Португалии (1983-2005)**

1. На мой взгляд, состояние языка соответствует состоянию общества: много мусора, вроде всяких дурацких словечек «типа», «как бы», «да?», и непонятных нормальному человеку слов, взятых напрокат из английского: профессионализмов из сферы бизнеса и компьютерного аргю, не говоря уже о новоязе авторов материалов о светской жизни и бандитских делах. Хотя сам процесс появления новых слов считаю нормальным и естественным – просто надо и здесь знать меру.

2. Даже в лучшие, если такие когда-либо и были, времена язык газеты был скуден, за исключением, конечно, очерков, эссе и хорошей публицистики в целом. Сейчас он просто убог и элементарно безграмотен. Создается впечатление, что молодые авторы в школе были сплошь двоечниками по русскому языку и «университетов не кончали», чем очень даже гордятся. Что такое идеальный язык, не знаю и сомневаюсь, что таковой вообще существует.

3. Я их не знаю. Просто нужно писать литературно грамотно и понятно, не затуманивая смысл ложными красотами и «завитушками». Вторая часть вопроса мне кажется некорректной: это два разных языка. Даже самые лучшие газетные журналисты-публицисты никогда не считали себя авторами художественных текстов, хотя порой и стремились к этому.

4. Конечно, и с удовольствием, если надо оттенить и подчеркнуть своеобразие места, личности или профессии героя.

5. Отчасти я уже ответил: «за», но: слепо заимствовать – просто глупо, как «фильтровать» – не знаю. А вообще-то вопрос непростой, его бы надо адресовать ученым-филологам.

6. Плохо. Об этом см. выше.

7. Категорически – нет. Во-первых, это первейший признак бескультурия и хамства не только автора, но и газеты (радио- или телепрограммы). Во-вторых, СМИ доступны и детям. В-третьих, мат ничего не проясняет и не добавляет: он сам по себе, вне контекста. Но есть еще и в-четвертых, и в-пятых и т. д.

8. Безграмотностью авторов и редакторов, засылающих тексты в печать или в эфир, а также изгнанием (считается, что в целях экономии!) всегда существовавших в редакциях литературных редакторов. И, конечно, спешкой, отсутствием времени даже прочитать собственный текст, отредактировать самого себя. На примеры места не хватит, шестнадцатиполосную газету можно выпускать ежедневно после тщательного чтения только московских газет.

9. Безусловно, обедняет, делает ее более вульгарной, серой, невыразительной.

10. Если не ошибаюсь, когда-то один классик уже дал совсем неглупый совет в широком контексте, повторив три раза одно и то же слово – учиться. Лучше трудно сказать – это хорошее лекарство для всего общества, изъясняющегося зачастую на воляпюке.

# Денис Вдовин

**Главный редактор еженедельника «Футбол»,  
редактор интернет-проектов ВГТРК**

1. Я могу сказать, что состояние русского языка устойчивое. Времена меняются, и язык меняется вместе с ними.
2. Язык – средство коммуникации. Если понимаешь, о чем идет речь, – уже хорошо. Если улавливаешь все оттенки – это уже идеально. Если нашел подтекст (два) – вообще отлично.
3. Считаю, что практически ничем не отличается. Выразительность и того и другого создаётся с помощью знаков препинания.
4. Да, я использую жаргонизмы, считаю, что они играют важную роль в моей работе. Иногда благодаря им можно показать особенности конкретного человека. Слово «конкретный» можно тоже в определенных контекстах считать жаргонизмом.
5. Респект всем, кто использует.
6. Ну как оцениваю? На троечку. Если серьезно, без них вообще не обойтись: в конце концов, у любого издания есть целевая аудитория. (Вот видите, «целевая аудитория» – это тоже термин, но вам же он понятен).
7. Допустимо. Про российский футбол вообще по-другому сложно писать.

8. Не должно быть четких, застывших норм. Во всяком случае, в журналистике. Попробуйте прочесть интервью, написанное по всем правилам, с соблюдением норм русского языка. Со скуки помрете! А когда такое пишешь по необходимости, во рту остается привкус металла.

9. Язык интернет-изданий просто ЖЖОТ! Но иногда «медведы» напрягают.

10. Книжки нужно читать хорошие. Лучше – в детстве.

# Виктор Волков

Обозреватель      юридического      издания  
«Городисский и партнеры»

1. Сегодня русский язык сильно себя потерял. Создается впечатление, что тот язык, который мы любим, канул в прошлое. Нет чистоты.

2. Негативно оцениваю. Поясню: видно непрофессиональное отношение к языку среди представителей СМИ. Не все, конечно, но многие не следят за своей речью. Не только в печатной журналистике, но и в эфире, особенно в радиоэфире. Стиль ведения передач зачастую режет слух.

Идеал – язык Чехова, Куприна, 19-20 вв. Может, это предвзятое мнение, но мне кажется, что лучше правильной, четкой и красивой речи ничего быть не может. К тому же необходим профессионализм, такой, как, скажем, у Кириллова, Левитана.

3. Это вопрос для филологов.

4. Стараюсь не использовать. Это лишнее, на мой взгляд.

5. Нормальное. Красивое слово всегда будет красивым. Главное – его употребить правильно, вовремя и в нужном месте.

6. Хорошо. Когда их не слишком много.

7. Нет! Употребление в СМИ ненормативной лексики оскверняет и порочит красоту русского языка. Я против. Без



этого можно обойтись.

8. Торопимся. Мне кажется, наблюдается нехватка образования. Под этим я понимаю маленький словарный запас плюс недостаток профессионализма.

9. Скорее негативно. Пользователи Интернета видят перед собой только цель, не следя за тем, как выражают свои мысли.

10. Чтобы повысить свою речевую культуру, журналистам необходимо следить за речью более внимательно и влиять на речевую культуру всего общества, создавая журналистские тексты, написанные правильным, образным языком.

# Татьяна Выводнова

**Штатный сотрудник молодежного журнала «Фишка! Самарский регион»; глянцевого журналы («Шоколад», «GIRL» и др.), статьи на экономические темы (сайт [www.expo-bank.ru](http://www.expo-bank.ru)), автор статей для сайта о развитии и воспитании детей «Бebinка» ([www.bebinka.ru](http://www.bebinka.ru))**

1. Состояние русского языка нахожу довольно плачевным: даже на чисто журналистских форумах и комьюнити довольно много грамматических ошибок, а ведь именно журналистика – зеркало современного языка, как мне кажется. Явления и процессы – «упрощение» языка, «как слышим, так и пишем», что, может быть, и забавно в рамках субкультуры, но когда «медведы» просачиваются на новостные сайты, это перестает быть забавным.

2. Лично мне не нравится «одинаковость» стиля всех глянцевого журналов, которая потом попадает в книги, написанные теми же глянцевыми журналистами. Язык для каждой группы изданий должен быть своим – более официальный для «строгих» СМИ, более вольный и эмоциональный в СМИ развлекательных. Радуют те издания, где язык узнаваем – например, тот же «Большой город» ни с чем не спутаешь.

3. Цитаты к месту, знание предмета и чувство юмора у ав-

тора – вот козыри журналиста. В то же время от художественной литературы журналистика должна отличаться краткостью и информационной наполненностью текста (никакой «воды»!)

4. По-моему, это влияние в основном негативное. См. пункт 1.

5. Нормально отношусь, если журналист использует слово в верном контексте.

6. В специализированных изданиях сие вполне оправдано, в изданиях, рассчитанных на широкого потребителя, – не совсем.

7. Когда пишу для молодежной аудитории – использую, а куда без этого. Но стараюсь не злоупотреблять.

8. Однозначно – нет. Иначе чем статья в СМИ будет отличаться от надписи на заборе?

9. Пример приводить не буду, разве что хрестоматийный «подъезжая к станции, у него слетела шляпа». Отчего это происходит? У многих людей память зрительная, наткнутся раз-другой в том же самом Интернете на написанное с ошибкой слово и привыкнут к такому его «внешнему виду», а запомнив – начнут воспроизводить. Еще одна причина – не все журналисты, даже имеющие высшее филологическое образование (а тем паче пишущие люди без оного), абсолютно грамотны. И не все корректоры внимательны. Непрофессионализм? Спешка?

10. Руководителям издательских домов – отправлять со-

трудников в принудительном порядке на семинары по обучению правилам стилистической и грамматической чистоты русского языка. Журналистам – читать на досуге побольше хорошей прозы и отгадывать сложные кроссворды, пусть даже и со словарем (расширяет кругозор и словарный запас). А что делать с речевой культурой общества – не знаю, ничего, кроме усиленного привития грамотности начиная с первого класса, в голову не приходит. Хотя образование не панацея – лично знаю одну «образованную» журналистку, которая говорит «ложит» и «текет»...

# Александр Гаврилов

Главный редактор еженедельника «Книжное обозрение», доцент кафедры проектов в сфере культуры Высшей школы экономики

1. Не понимаю вопроса, честно говоря. Состояние оцениваю как живое. Процессов в языке идет тьма. Наиболее интересен мне лично процесс объединения русского письменного с русским устным. Долгое время это были расходящиеся замкнутые системы – и потребовалась технологическая революция (Интернет, а затем блоги), чтобы они смогли раскрыться друг другу.

2. Не понимаю вопроса вообще. Идеальный язык MTV чрезвычайно далек от идеального языка газеты «Ведомости».

3. Не вижу причин, по которым язык публицистики должен отличаться от языка художественной литературы – кроме уже упомянутых в предыдущем вопросе аспектов адресации. Публицист (в отличие от художника) обязан быть понятным своему читателю. Следовательно, если журналисту выпало горькое счастье работать в СМИ с большой, массовой аудиторией, то за свою влияние он вынужден расплачиваться узким спектром языковых средств. Хорошо бы, чтоб его мыслительные способности также соответствовали уровню наиболее широкого читателя. Но тут, боюсь, без ло-

ботомии не обойтись.

4. Русский язык богат и прекрасен именно потому, что в нем есть место всему. Он демонстрирует нам гибкость столь дивную, что грех не искать возможности использовать его на всю катушку. Вопрос только в том, каким именно словом ты можешь выразить свою мысль, интонацию и эмоцию наиболее точно.

5. Не понимаю вопроса. У кого заимствованных? Если мои предположения по поводу этого вопроса верны, то не могу не вспомнить недавнего анекдота, принесенного моими друзьями с академической конференции по вопросам художественного перевода. Там из зала поднялась дама и стала пенять переводчикам за отход от подлинной чистоты языка. «К чему щеголять этим нелепым «лобстер», если есть хорошее русское слово «омар»?» – вопрошала она, в частности. Русский язык вобрал в себя множество слов и конструкций из всех наречий и групп, с которыми контактировал на протяжении своей истории. Сегодня они – наши. Вопрос времени, не более того.

6. Если они используются осмысленно (см. выше) – отчего бы и нет. В большинстве же случаев и термины, и профессионализмы, и канцелярит употребляются в СМИ по причине фатальной языковой лени аффторов.

7. Допустимо ли в общественных местах орать в голос? Как правило – нет, но есть обстоятельства, в которых это необходимо: ловля вора, требование помощи умирающе-

му или роженице. Употребление в печати слов, именуемых именно что «непечатными», есть переход демаркационной линии языка, и как таковой он производит очень сильный эффект. Если он оправдан – журналист молодец. Если нет – хулиган и дурачок.

8. Воздержусь.

9. См. ответ на вопрос 1-й.

10. Всех расстрелять. Перестанут делать ошибки.

# Евгений Гаврильченко

Руководитель компании *SFERA MASS MEDIA*

1. Современный русский язык сегодня активно атакует глобализация с ее профессиональными сленгами и наречиями-интервентами. Он беспомощен, и скоро у нас будет новый язык – великий и могучий, с хорошим иммунитетом.

Главный процесс сейчас и есть вот эта самая глобальная атака со всех сторон.

2. Качественные федеральные СМИ транслируют хороший, живой язык. В провинции за редким исключением происходит полный п...ец.

Идеальный язык у каждого отдельно взятого СМИ должен быть свой.

3. Все средства хороши, лишь бы у читателя удовольствие от чтения вырабатывалось на физическом уровне.

Этическими и юридическими аспектами использования слов «х...й», «п...а», «е...ться».

4. Когда это необходимо для достоверности текста – обязательно. Жаргонизмы – это главный показатель того, жив язык или мертв.

5. Прекрасное, просто иногда корпоративные зомби со своей «е...итдой» портят всю прелесть заимствований.

6. См. выше.



7. Допустимо в определенных СМИ и определенных случаях. Вот писать слово «х...й» нельзя в газете «Комсомольская Правда» – массы не поймут. А вот процитировать это слово в «Коммерсанте» – ничего страшного, т. к. публика почувствует необходимость восприятию перчинку, и повседневный лексикон читателя «Коммерсанта» не пострадает.

8. Нарушения стилистических форм – это результат плохой работы факультетов журналистики в нашей стране и отсутствия нормального барьера на входе в профессию.

9. Интернет в России еще не является полноценным СМИ (в плане охвата аудитории и ее сравнения с аудиториями ТВ-каналов), поэтому влияние сильно лишь на определенные общественные группы. Пройдет еще пара лет, и влияние будет прямым и полноценным.

10. Язык – живое явление. Он сам избавит себя от мусора и впитает необходимое. Нам ничего не нужно делать.

# Евгения Гайсина

**Редактор многопрофильных сайтов  
строительной корпорации**

1. Язык развивается всегда. Сейчас особое влияние на его развитие оказывает Интернет, как беспрецедентно открытое и свободное СМИ. Как всегда, идет образование новых слов и заимствование из других языков, но с заметно большей скоростью, именно из-за новых типов СМИ. Многие отмечают также упрощение языка, но это, возможно, панические заявления.

2. Язык в большинстве случаев приблизился к разговорной речи. В идеале язык должен органично восприниматься наиболее культурными слоями общества, чтобы планка качества не опускалась совсем низко.

3. Всеми художественными средствами она может создаваться. Язык публицистики отличается тем, что он прежде всего передает факты и потому менее нагружен «красивостями», подробностями, психологизмом и т. п., более близок к разговорному. Впрочем, это не аксиома.

4. Только в кавычках. Если лучше всего подходит жаргонизм, почему бы и нет, главное – дать понять, что это слово взято для выразительности, например кавычками и ссылкой с пояснением.

5. Все оправдано, если не слишком много.

6. Их следует давать в кавычках, с пояснением, не слишком много.

7. Думаю, что использование такой лексики не оправдано. Ее нужно свести к минимуму и заменять звездочками. Нельзя разрешать абсолютно все, потому что это будет хаос, должны быть правила, согласующиеся с чутьем образованных людей.

8. Довольно большим процентом безграмотных журналистов при возросшем во много раз их общем количестве.

9. Сильно. У речевой культуры большой соблазн сильно опуститься, поскольку гораздо легче написать в Интернете безграмотно и быстро, чем редактировать. И эта пагубная привычка пользователей была быстро замечена и подхвачена журналистами.

10. Прежде всего подавать положительный пример – поддерживать «культурные» СМИ. Премии за культуру речи вручать. Социальную рекламу запустить с пояснениями. И, конечно, на факультетах журналистики повысить уровень преподавания.

# Мария Гарнова

**Государственная радиовещательная компания «Маяк» и «Радио России», дирекция информационных общественно-политических программ, редактор отдела эксклюзивной информации, преподаватель, координатор программы профессиональной переподготовки «Интернет-журналистика» факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова**

1. Состояние современного литературного языка могут оценить как вполне удовлетворительное. Беспокоит лишь тенденция к заимствованию лексики из интернет-среды. Различные «удаффы», «падонки» прочно завладели умами молодежи. В этом не было бы ничего плохого, если бы мода уходила и приходила, а основы языка оставались бы неизблемыми. Но проблема кроется в восприятии интернет-сленга аудиторией. К сожалению, люди, которые пишут с ошибками, склонны «коверкать» слова не только в сетевых чатах, но и во вполне обычных ситуациях, таких как написание заявления, составление официальных бумаг.

2. Идеального языка СМИ, наверное, не существует. СМИ – «глаза» и «уши» своих потребителей (читателей, слушателей, зрителей), а потому языковой уровень посредничества во многом зависит и от них. СМИ – зеркало тех, кому

направлена информация. На мой взгляд, если потребители информации будут обладать высокой языковой культурой, то и СМИ будут вынуждены так или иначе к ним «подтягиваться».

В целом язык современных СМИ абсолютно адекватен своей аудитории. Это касается и «Российской газеты» (например), и «SPEEDinfo».

На радио и телевидении все эфирные тексты нарочно упрощаются. Сложные предложения разбиваются на простые и т. д. Это происходит в связи с тем, что аудитория на слух не воспринимает очень длинные фразы, сложные слова, замысловатые конструкции.

3. Выразительность радио – интонация, меткие словечки, придыхание ведущего. Радио, наверное, самое «интимное» СМИ, потому что оно как будто «шепчет» на ушко своему слушателю и одной только интонацией способно покорить миллионы сердец.

Язык художественной литературы шире, чем литературный, поэтому все существующие выразительные средства можно увидеть именно в художественной литературе. Публицистика – нечто на грани литературы и журналистики, некий синтез языковой мудрости веков.

4. Использую. Но не на радио, а в своих редакторских колонках молодежных выпусков районной газеты «Маяк» Пушкинского района Московской области. Жаргонизмы – как точки связи журналиста и определенной аудитории, ко-

торуую он хочет привлечь на свою сторону, доверием которой нужно заручиться. Главное – мера, которую так трудно «держать за хвост» и отсутствие которой так легко вовремя не заметить.

5. В использовании заимствований не вижу ничего плохого. Любой язык на протяжении всего своего развития «переваривает» иностранные слова. Каждый день забываются одни слова, их заменяют другие. Это естественная «жизнь» языка, динамика развития культуры речи. Полностью отказаться от заимствований или же, наоборот, стремиться большинство русских слов заменять иностранными – способствовать «закупориванию» языка. Любой язык великолепен в своем лексическом и стилистическом разнообразии.

6. Все во власти конкретной ситуации. Уместность или неуместность употребления терминов и профессионализмов можно определить только в контексте. Единственное, что необходимо, – это объяснение любого непонятого термина или профессионализма.

7. Не вижу никаких положительных перспектив в употреблении ненормативной лексики в СМИ. Общество очень быстро ко всему привыкает, в конце концов настанет момент, когда ненормативность передовиц станет обычным делом. К распущенности привыкать нельзя. Слова-связки» быстро приедаются и становятся чем-то незаменимым. Культуру общества необходимо повышать, а не потворствовать низменным вкусам.

8. Многочисленные нарушения нормы чаще всего происходят из-за отсутствия времени на проверку журналистских материалов, особенно если речь идет о «горячих» оперативных новостях. Иногда не хватает элементарных знаний, но это вряд ли можно отнести к массовому явлению в крупнейших федеральных СМИ. Самая типичная недоработка – у журналистов нет «чувства языка». Это объясняется чаще всего малым опытом.

9. Интернет – это сфера прежде всего молодежного общения. По общению в сети можно проследить весь «срез» языковых пристрастий как школьников, так и людей более старшего возраста. Все интернетовские негативные процессы рано или поздно обнаруживаются в школьных сочинениях, в неграмотном составлении документов или иных текстов. Интернет – нерегулируемая сфера языкового применения, а потому несет в себе множество опасностей для и без того неустойчивой современной языковой культуры.

10. Самое главное – это осознания того, что русский язык – родной, что именно наш язык стоит на страже национального единства и связи поколений. Без понимания всего этого невозможно ощутить всю ответственность за свою языковую культуру как носителя языка.

Речь журналиста в эфире должна быть образцовой, меткой, яркой, грамотной!

# Константин Гетманский

**Специальный корреспондент журналов «Профиль» и «BusinessWeek Россия», редактор отдела новостей журнала «Профиль», журналист «Газеты РБ» (Главного портала Бурятии), блогер**

1. Я думаю, что нельзя оценивать «состояние» современного русского языка. Оценка «состояния» подразумевает, что мы сравниваем нынешнее состояние с чем-то, например с каким-либо канонизированным вариантом русского языка, далеким от реальной языковой практики. Или, наоборот, с языком необразованной части населения. Я уверен, что русский язык такой, какой он есть.

2. Если считать одной из функций СМИ пропаганду грамотной речи, правила которой зафиксированы в словарях, то состояние ужасное. Однако я не считаю, что это главная функция СМИ. По-моему, СМИ должны разговаривать с аудиторией на понятном ей языке. Это и есть идеальный язык газеты, телевидения и радио. Аудитория должна понимать, что ей хотят сказать.

3. Могу говорить только за себя. В больших текстах стараюсь использовать больше актуальных сравнений, понятных читателям. И стараюсь избегать метафор. Хотя, наверное, для авторских текстов вроде колонки метафора может быть хорошим выразительным средством.



В языке публицистики, на мой взгляд, преобладают штампы, как новые, так и созданные в последнее время. И это оправдано, так как читатель должен быстро схватывать мысль автора публицистического произведения. Цель же художественной литературы – избегать штампов и пользоваться всем богатством языка. Но литература все же не для всех.

4. Поскольку в России 20 млн постоянных интернет-пользователей, язык Сети оказывает большое влияние на молодежь, живущую в больших городах. С дальнейшим проникновением Интернета в массы сетевой сленг, безусловно, будет влиять на язык, проникать в разговорную речь. Не удивлюсь, если многие сленговые слова вскоре будут признаны литературными. Жизнь заставит.

5. Они есть. И этим все сказано. Сам, если позволяет время и структура повествования, стараюсь использовать русский эквивалент. Например, вместо «бизнесмен» напишу «предприниматель».

6. Я считаю, что надо писать проще. Но это палка о двух концах. Если в сообщении, допустим, об авиакатастрофе не использовать профессионализмы, обидятся легчики и работники авиакомпаний, обвинят журналиста в непрофессионализме. Если же в этом сообщении будет слишком много авиационных терминов, может ничего не понять читатель. Термин хорош там, где он понятен читателю. Иногда его можно и расшифровать, если есть место.

7. Да, но только при рассказе о той или иной социаль-

ной группе. В таких заметках или интервью нельзя избежать использования жаргонизмов. Да и не надо. Они придают особый колорит материалу, позволяют лучше понять ту или иную группу людей. Отмечу, что сейчас слова, еще недавно бывшие жаргонными (например, жаргон айтишников), быстро перетекают в нормальный русский язык (идет стремительное развитие Интернета).

8. Допустимо, но только в цитировании. Если на митинге депутат А сказал слово на букву X, то не стоит в репортаже менять его слова.

9. Норма нарушается большинством людей, не имеющих филологического или близкого к этому образования. Так было, так будет.

Примеры от 12.05:

«Мы согласовали маршрут марша от фонтана на улице Осипенко, того места, которое организаторы мероприятий с самого начала определяли как место сбора»;

«Отсутствие легализации проституции способствует развитию коррупции в стране».

Про Боинг-737: «С учетом того, что в мире это самый распространенный вид авиации, можно предположить, сколько он налетал перед продажей в Россию».

«И пусть история с чайкой – происшествие, но не более того, тем, кто в тогда находился в самолете, было не до смеха».

10. Думаю, не стоит этого делать в глобальном плане. Ни-

какая кампания не поможет. Каждый человек сам решает, где как ему говорить. Российские школы, на мой взгляд, дают основу хорошего языка. А его дальнейшее совершенствование – личное дело человека. И не забывайте, над журналистом есть редактор. Есть правила в редакциях, что можно использовать в текстах, а что – нельзя.

# Сергей Гогин

Региональный корреспондент «Радио  
Свобода»

1. Я считаю, что русский язык в целом жив и здоров: у него такое мощное устойчивое основание, что поколебать его невозможно (впрочем, как и у любого другого развитого естественного языка). К тому же литературная норма, классические образцы литературной речи (книжная классика, архивные записи, в частности, теле- и радиоспектаклей, а теперь еще и аудиокниги) в качестве эталона есть, никуда не исчезли. Уверен, что язык как сложная самоорганизующаяся система способен справиться с точечными атаками или негативными воздействиями со стороны экстралингвистической реальности. Ибо новый элемент (или кластер элементов), попадая в систему языка, неизбежно ей подчиняется: он либо начинает функционировать по правилам системы, «обкатавшись» в языке, либо отторгается как инородное тело.

Актуальными в речи я считаю процессы, связанные с освоением и ассимиляцией профессиональной лексики, вошедшей в русский язык в постсоветское время из европейских языков в связи со сменой политического режима, включением России в мировую экономику и более активным ее участием в международной политике. Я имею в виду лексику, которая пришла вместе с реалиями демократии, рын-

ком, экономикой, финансами (и всем шлейфом прикладных инфраструктурных знаний), компьютерными и информационными технологиями и, конечно же, Интернетом. Откат от демократии, который мы переживаем сегодня, неоавторитарные тенденции в политике уже сказываются на языке СМИ: лексика сегодняшних СМИ, лексика выступления политиков все больше соответствует риторике советских времен. На наших глазах рождается постсоветский новояз, имеющий отчетливую пропагандистскую национал-патриотическую окраску (яркий пример: «Россия встает с колен»). Общественное сознание, проявляющееся в языке, может быть всерьез и надолго заражено этими шаблонами, но язык в этом не виноват. Уйдет явление – уйдут в историю и языковые штампы подобного рода либо останутся в качестве иронических идиом с привкусом политической архаики (как «ответ Чемберлену», «лучший друг физкультурников», «не могу поступиться принципами»).

2. Идеальный язык СМИ – это литературный язык, адекватно обеспечивающий передачу и восприятие информации. Я считаю задачу подготовки дружелюбных для понимания текстов, не замутненных информационным шумом, основной в работе журналистов и редакторов. Разумеется, надо делать поправку на тип издания и его целевую аудиторию, которые определяют язык конкретного СМИ. Ведущие на MTV говорят на языке, на котором не говорят на канале «Культура», а язык «Comedy Club» на ТНТ сильно отличает-

ся от языка программы «Время» на «Первом канале», и все потому, что они рассчитаны на разную аудиторию. Язык – тоже понятие «нишевое»: жанровый стиль или даже стиль конкретного СМИ – это тоже языковые ниши.

Если же говорить об общественно-политических СМИ в целом, то, к сожалению, можно говорить о падении языковой культуры в них. Многие газеты из экономии отказались от института корректоров, из-за чего увеличилось число ошибок, грамматических и стилистических. Журналистами и редакторами зачастую становятся люди, недостаточно эрудированные и образованные, не получившие соответствующего профессионального образования, мальчишки и девочки «с улицы», особенно в провинции. Убежден, что языковым чутьем, которое облегчает работу со словом и которое является незаменимым подспорьем при создании журналистских текстов, может обладать и нефилолог, но многие современные журналисты даже не слышат и не чувствуют, что в их текстах что-то «не то», что по-русски так не говорят. В частности, негативной тенденцией в журналистике я бы назвал ориентацию на канцелярский бюрократический стиль, характерный для выступлений чиновников и для официальных документов. Журналисты, по разным причинам некритически относящиеся к высказываниям представителей власти, копируют и их стиль, как правило, громоздкий, неудобоваримый, нелепый, и ленятся изложить то, что написано в официальных документах, «человеческим», а не канцелярским

языком. Полагаю, что эта тенденция проникла в язык СМИ вместе с созданием так называемой «вертикали власти». Это язык «огосударственной», псевдопатриотической журналистики, которая в данном виде отрицает себя и свое назначение в обществе.

3. На мой взгляд, выразительность языка журналистики определяется в первую очередь выразительностью фактов и – на следующем уровне – архитектурой выстроенных и сопоставленных фактов. Для таких построений годятся самые скупые языковые средства: сильный факт будет говорить сам за себя, а в обрамлении других фактов, возможно, начнет блистать, вопить, рыдать, воодушевлять...

Чем сложнее жанр, тем больше выразительных средств языка он допускает (и даже требует), тем больше он может черпать из стилистических и лексических пластов, соседствующих с литературным стилем (различают же, в отличие от газетного, журнальный стиль). В аналитической заметке можно употребить остроумное сравнение, помогающее понять некий сложный социологический или экономический феномен. В очерке о компьютерном гении герой может заговорить на сленге программистов, в другом очерке городские бомжи естественным образом будут использовать сниженную лексику. Хороший фельетон – это почти литература. Но конечная цель, как ни странно, у всех журналистских жанров одна: как можно лучше донести основную идею, облегчить понимание факта, явления, проблемы, тенденции;

но сложные жанры для этого апеллируют не только к левому, «логическому» полушарию мозга, но и к правому, «интуитивному», «эмоциональному», именно за счет привлечения более изощренных языковых средств, «окрашенных» эмоциональным опытом. В этом смысле у электронных СМИ есть преимущество – они вдобавок могут эксплуатировать голосовую интонацию и эфирный (визуальный) образ журналиста или ведущего, усиливая воздействие произносимого текста.

Что касается меня, то я, например, люблю комбинировать фрагменты устойчивых выражений, чтобы получилась игра слов, а также использовать богатые словообразовательные возможности русского языка (один из моих последних неологизмов – «обынтернеченный», то есть человек, имеющий доступ к Интернету и, скорее всего, регулярно проводящий в нем время). Я также люблю использовать отсылки к так называемым прецедентным текстам, конструировать прецедентные высказывания. Гипертекстуальность статьи, несомненно, усиливает ее воздействие на читателя.

Публицистика – это пограничный жанр журналистики, в своих лучших образцах поднимающийся до высот художественной литературы. Как гласит пословица, «что позволено Юпитеру, не позволено быку». Что не позволено репортеру-новостийщику, разрешено публицисту, а именно: право на личное мнение, выводы, прогнозы. Личность автора, особенность его мышления играют ключевую роль в публи-



цистике. Субъективный подход здесь не только не возбраняется, а даже предполагается. Соответственно, публицист может набрать в свою личную корзину уникальный набор языковых инструментов. Это роднит язык публицистики с языком художественной литературы: публициста, как и писателя, можно узнать по стилю. Не составит труда распознать авторский стиль, скажем, Виктора Шендеровича, Льва Рубинштейна, Леонида Радзиховского... В отличие от публицистики, информационная, новостийная журналистика по определению должна быть беспристрастной, что навязывает настолько же беспристрастный, лапидарный стиль, ибо задача здесь заключается в неискаженной передаче смысла, а не в его стилевой интерпретации. С формальной точки зрения язык публицистики может использовать весь арсенал языковых средств, применяемых и в художественной литературе, но все же публицистика более конкретна, она обращена к настоящему, тогда как литература – потенциально к вечному. Литература конструирует образы для обобщения, а публицистика – для уточнения. Обе они могут пользоваться одинаковыми языковыми средствами, но их векторы разнонаправлены: литература зовет в небо, публицистика возвращает на грешную землю.

4. В своих публикациях я избегаю жаргонизмов, потому что считаю, что общественно-политические СМИ должны ориентироваться на литературный стиль, который достаточен для выражения идеи любой сложности. Употребление

жаргона я бы считал оправданным, уместным, а иногда и необходимым только в цитатах, для того, чтобы подчеркнуть особенности речи или социальную принадлежность источника цитирования. Что касается молодежных журналов, то они могут использовать сленг как неотъемлемый элемент концепции издания, как способ построения «креативных» текстов, адресованных целевой аудитории. То же касается и других «нишевых» изданий, рассчитанных на специфическую аудиторию: автолюбителей, потребителей цифровой фото- и видеоаппаратуры, подростков, программистов, музыкантов, байкеров, прочих неформалов и т. д. Если неумеренно использовать профессиональные жаргонизмы в статье для широкого круга читателей, то у них может возникнуть впечатление, что автор «выпендривается», набивает себе цену, демонстрируя эрудицию, или вообще не понимает, с какой аудиторией имеет дело. К тому же жаргонизмы в статье, предназначенной для неспецифической аудитории, могут затруднить понимание текста, а ясность текста я считаю важнее прочих его достоинств, в том числе креативности.

Впрочем, я не исключаю, что творческая задача может потребовать применения жаргонизма. Я вполне могу употребить, например, слово «крутой» или «круто», но, скорее всего, у меня это слово будет помещено в иронический контекст, из которого будет понятен окказиональный характер его применения. Я никогда не употребляю в текстах, предназначенных для публикации, жаргонную лексику преступного

мира («наехать», «замочить», «заказать» и т. д.), потому что вслед за Бродским считаю, что состояние общества определяется состоянием языка, и поэтому не провоцирую (может быть, отчасти суеверно) общество воровским жаргоном.

5. Как утверждает известная переводчица и редактор Нора Галь, в девяноста процентах случаев заимствование может быть заменено синонимом из основного, исторического массива родного языка. Я согласен с этой точкой зрения. Мне кажется, достаточно при этом следить за тем, чтобы тексты не выглядели примитивно или нелепо, чтобы из каких-либо славянофильских соображений «галоши» не превращались в «мокроступы», и тогда все будет нормально. Я знаю журналиста, который в своих заметках никогда два раза подряд не использовал слово «вертолет», второй раз он всегда писал «винтокрылая машина», из-за чего новостийная заметка начинала походить на детскую сказку, вышедшую из-под пера графомана, или на беллетристику низкого пошиба. Подобным образом сегодня телевизионные журналисты почему-то стесняются два раза произнести в эфире слово «бюджет», заменяя его на громоздкое синонимическое словосочетание «главный финансовый документ», в котором целых два иностранных слова, и возят по всему репортажу эту тяжелую конструкцию. В вопросе употребления заимствований, я полагаю, журналист должен руководствоваться языковым чутьем и вкусом, эрудицией, чувством меры, а также знанием антропологических законов восприятия

текстов (как, впрочем, и в остальных случаях).

6. В специализированных, нишевых изданиях или тематических вкладках в общественно-политических газетах и журналах присутствие терминов неизбежно и оправдано тем, что они адресуются целевой аудитории, которая владеет специальной терминологией. В статье, адресованной работникам СМИ и рекламной службы, я бы не стал заменять слово «контент» на «содержание», потому что у «контента» масса профессиональных коннотаций, которых нет у слова «содержание». Я знаю, что в профессиональном контексте «баинг», «ритейлинг» и «аккаунтинг» значат нечто большее, чем просто «закупки», «розничная продажа» и «бухучет», потому что еще недавно в нашей экономической реальности не было таких специальностей, ориентированных на стандарты развитого рынка. Однако присутствие специальных терминов в статье, рассчитанной на массовую аудиторию, должно быть хорошо обоснованным. Если без термина никак нельзя обойтись – придется его употребить, но при первом же употреблении доходчиво объяснить его значение.

7. Я считаю, что употребление ненормативной лексики в СМИ в целом недопустимо. Когда в телевизионном материале некий персонаж, мнение которого по той или иной причине важно для авторов фильма или сюжета, выражается нецензурно, редакторы заглушают это слово сигналом, дабы не оскорблять общественный вкус. Так принято, и, на мой взгляд, это правильно. Насколько известно, никто не отме-

нил статью в уголовном или административном кодексе (не помню, надо уточнить), которая предусматривает наказание за нецензурную брань в общественном месте.

Аналогичное правило должно действовать и в печатных СМИ: если автор очерка, чтобы более достоверно передать стилистику речи респондента, включает в цитату ненормативные слова, они должны быть заменены точками в середине слова. Так уважающие себя издания и поступают.

Мне трудно придумать хотя бы одну причину, по которой в обычных СМИ можно было бы оправдать появление ненормативной лексики. Как я уже говорил, «регулярные» СМИ должны ориентироваться на литературный стиль, на языковую норму. СМИ относятся к сфере информационных услуг, а в сфере услуг не принято грубить клиенту (потребителю услуги). Я не согласен с теми, кто говорит, что ненормативные слова – это просто слова, и поэтому не стоит от них шарахаться. Если в приличном обществе их не употребляют, значит, на то есть веская причина. О причинах можно рассуждать много, но, на мой взгляд, ненормативная лексика – это сигнал, символизирующий грубое несанкционированное вторжение в сферу интимного опыта, как сознательного, так и подсознательного, и поэтому она не имеет права на бытование в СМИ.

В либеральной культуре исключение делается только для художественной литературы, кинематографа и театра – в тех случаях, когда ненормативная лексика используется в каче-

стве одной из «красок» художника, как выразительное средство. Это единственный случай, когда я признал бы употребление обценной лексики допустимым, но и то – для ограниченной аудитории, предупрежденной об этом заранее. Впрочем, даже в этом случае не могу представить себе, чтобы постмодернистский спектакль такого рода показали бы на центральном канале ТВ. Думаю, «ненорматив», даже если он нужен для адекватного решения художественной задачи, должен тем не менее обитать в резервациях арт-хаусного кино и экспериментального театра. В случае с художественной литературой границы этой резервации, пожалуй, я бы раздвинул, ведь, прежде чем купить книгу, читатель может для начала ее пролистать и решить, нужна она ему или нет. Я против цензурирования вкусов потребителя, хотя сам я такой литературы практически не читаю.

8. Нарушение языковой нормы я объясняю недостатком общей и языковой культуры, недостатком эрудиции, самоуверенностью и ленью. Как говорил классик, «русские ленивы и нелюбопытны». В совершенстве нельзя знать даже родной язык, он слишком богат и разнообразен, поэтому, как ни странно, журналисту надо чаще сомневаться в своей языковой компетенции. То есть чаще заглядывать в словари.

Наиболее типичные ошибки, которые делают журналисты СМИ:

- Висячие деепричастные обороты по типу «подъезжая к станции, у меня слетела шляпа». Это сплошь и рядом.

- Длинные каскады родительных падежей, они невероятно затрудняют понимание текста.

- Нарушение правил согласования и управления. В новостях «Радио России» недавно слышал: «удостоен наградой». А вот пример из ульяновской прессы: «...даны поручения соответствующим министерствам разработать предложения по антитабачной борьбе. В частности, возродить наказания за курение и массовые физзарядки». (Арсений Королев. Все на борьбу с табачным геноцидом! «Народная газета», 29.07.2008).

- В электронных СМИ хронические ошибки – это неправильное склонение количественных числительных и неправильные ударения.

- Меня крайне раздражает появившееся несколько лет назад в журналистских текстах словечко «озвучить» в значении «сказать, сообщить». В словарях такого значения нет. «Озвученные» таким образом репортажи приобретают оттенок чиновничьего доклада. Центральные СМИ это слово засорило не меньше, чем региональные.

- Очень часто ведущие новостных выпусков, передавая слово корреспонденту, говорят: «Все подробности у нашего корреспондента такого-то». Это стилистическая ошибка, которая, по сути, является и фактической, потому что никто не может знать всех подробностей события и ни один репортаж не может всех подробностей вместить. Если угодно, все подробности известны одному Богу, а корреспондент мо-

жет рассказать только о «некоторых подробностях» происшествия, о «важных подробностях» или просто о «подробностях».

- Что меня удивляет и смешит больше всего – это когда провинциальные журналисты в поисках синонима или для «украшения» текста изобретают пафосные перифразы, не понимая, как глупо это в итоге звучит. У меня есть коллекция таких перифраз и эвфемизмов, которой я могу поделиться:

«Глазастая буква» (то есть Ё) – (Виктория Курган, ТРК «Симбирск-Эфир плюс»).

«Спикер городского парламента» = председатель Городской думы (пресс-служба Гордумы).

«Винтокрылая машина» = вертолет (Николай Алабердин в «Симбирском курьере»)

«Голландская страна» = Голландия (Игорь Кранцев, ГТРК «Волга»)

«Спутники человека» = вши (ТРК «Симбирск-Эфир плюс»)

«Железный конь» = 1) микроавтобус «Газель» (Симбирск-Эфир плюс), 2) трактор

«Маленькие организмы» = дети (Елена Терентьева, «Вести», ГТРК «Волга», 18 июля 2007)

«Плодоносящие питомцы» = садовые деревья и кустарники (Елена Терентьева, «Вести», ГТРК «Волга», 22 окт 2007)

«Дома бальзаковского возраста» = старые дома (Татьяна



Богдан, ИА «Медиа-Мир», программа «24 часа», 22 октября 2007)

«Оплот детства» = детский сад (ГТРК «Волга», «Местное время», итоговая программа за неделю, 26 окт 2008)

«Фаянсовые друзья» = унитазаы (ГТРК «Волга», итоговая за неделю, 18 янв 2009).

9. С одной стороны, Интернет как минимум не вредит (что касается так называемого «олбанского языка», то эта маргинальная сфера так и не получила массового распространения, что и требовалось доказать – см. мой ответ на вопрос 1). Интернет-СМИ поддерживают форумы, дают возможность читателям комментировать статьи, участвовать в дискуссиях. Интернет-СМИ, «Живой Журнал» и то, что называется блогосферой, сделали огромные массы людей авторами: они пишут свои дневники, читают другие, оставляют комментарии, причем совершенно добровольно, а значит – неформально и заинтересованно. Задача построения связных текстов, рассчитанных на случайную аудиторию, – это очень творческая задача: чтобы заинтересовать интернет-аудиторию при обилии текстов в Сети, эти сочинения должны быть интересными, персонифицированными, уникальными. Для этого привлекаются разнообразные языковые средства, изобретаются новые. Мне кажется, Интернет способен обогатить языковую культуру, которая интерактивна по определению, как и сам Интернет.

С другой стороны, в форумы часто пишут не очень гра-

мотные люди, которые не утруждают себя исправлением даже опечаток, потому что приоритет имеет оперативность размещенного в форуме высказывания («поста»). Соответственно, другие люди это читают и, боюсь, как следствие возможна мультипликация неграмотности, особенно если пользователь Интернета – человек, уже дистанцировавшийся от культуры общения с книгой в ее традиционной форме и перешедший к потреблению текстов исключительно в Интернете. Наверное, если такая опасность есть, то ей будут подвержены в первую очередь люди молодые, потому что людям, уже обладающим достаточной языковой компетенцией, Интернет не только не враг, но, скорее, друг и помощник, неисчерпаемый информационный и культурный ресурс. Таким людям достаточно знать, на какие сайты ходить. Ведь сайты тоже конкурируют друг с другом за читателей, и в этой конкуренции шансов больше у ресурсов с высокой языковой культурой. Чем лучше, грамотнее контент сайта, тем чаще к нему хочется обращаться.

10. Полагаю, только с помощью образования. Причем с самого детства. Возрождать традиции семейного чтения. Развивать национальные программы приобщения к чтению. (Этой теме была посвящены отдельные секции на последнем Всероссийском библиотечном конгрессе в Ульяновске в мае 2008 года, материалы конгресса доступны).

Особое внимание – русскому языку и литературе в школе. Боюсь, переход к ЕГЭ по этим предметам способен нанести

ущерб языковой культуре нации.

Что касается журналистов, то они в обязательном порядке должны изучать культуру речи как предмет, а также основы ораторского искусства.

# Сергей Голованов

Журналист «Радио Спорт», «7ТВ», «ТВ-Центр»

1. Настоящих носителей русского языка в процентном соотношении не так уж и много. Люди старшего поколения, преимущественно имеющие высшее образование, безусловно, выражают свои мысли более грамотно, литературно, скажем так. Молодежь же постепенно отходит от традиций. Во многом виной тому медиа. В СМИ подчас из-за нехватки времени, ну конечно, и по другим объективным причинам, используются слова не совсем литературные. Также звучит множество неологизмов, которые со временем начинают активно употребляться медийной аудиторией, т. е. всеми нами. Мне кажется, тут все просто. Каждый из вас, я в этом уверен, замечал: прочитав какую-нибудь книгу, первое время мыслишь и говоришь схожим образом. Исключая из своей жизни классическую литературу, мы волей-неволей начинаем уходить от наших традиций.

2. Частично я уже ответил на эти вопросы. Идеального языка не бывает. Немаловажно правильно произносить слова, т. е. ставить грамотно ударения. Проблема в том, что существует очень много словарей и правила в них разнятся. Нужен единый свод правил, которого могут придерживаться все журналисты. Ну, и еще проблема бывает у самих жур-

налистов. Многих из них абсолютно не волнуют правила. Я сужу в основном о радио и телевидении. Газет читаю мало, в силу нехватки времени. Оперативную информацию черпаю в Интернете.

3. Выразительность языка газет или чего бы то ни было создается людьми. И все зависит от уровня их профессионального мастерства, образования и т. д.

4. Между Интернетом и газетой можно провести некие параллели. Но в интернет-журналистике профессионалов гораздо меньше, чем в печатной. Естественно, язык от этого страдает.

5. Положительное, например, в спорте очень много заимствованных слов, но это только помогает раскрашивать репортаж. Английское слово *save* звучит гораздо краше, чем слово «спасение». Вратарь сделал 30 сейвов, или вратарь сделал 30 спасений. Разница, думаю, заметно.

6. Положительное.

7. Да, использую, но в меру. Если я начну выражать свои мысли слишком мудрено, большая часть моей аудитории меня не воспримет адекватно. Чтобы быть услышанным, надо говорить на языке, понятном людям, в т. ч. и молодежи. Хотя выше я говорил об обратном... Просто все взаимосвязано, этот процесс уже необратим. И мы формируем язык аудитории, и она, в свою очередь, заставляет нас говорить на понятном им языке.

8. Ни в коем случае. Мы сейчас вели речь о грамотности, о

классической литературе, о грамотности, наконец, ненормативная лексика как-то с этим совсем не вяжется. Да и вообще, в жизни этого добра и так хватает, не хватало еще слышать матерок с телеэкранов и в радиоэфире.

9. Стереотипами. Привычками. Я приведу пример из спорта. Эта тематика мне ближе. Нельзя говорить: «Забить гол». Можно забить мяч. Гол – это явление. Мяч пересек линию ворот – это гол. Как его можно забить. Но комментаторы по-прежнему совершают эту ошибку. Нельзя говорить: «Открыл счет». 0-0. Это уже счет. И если игра завершится именно с таким результатом, то так и говорят: «Матч закончился со счетом 0:0». Допустимо, если состоялся гол, сказать: «Такой-то футболист открыл счет забитым мячам».

Еще говорят: «Проиграли со счетом 3:2». Проиграть можно только со счетом 2-3, 1-2, 0-3 и т. д., а никак не наоборот. В общем, таких примеров множество, и это только в спорте. Сколько же их в других сферах нашей жизни?

10. Единого рецепта нет. Мое мнение – спасение в самообразовании. Вот только у журналистов (сужу по себе), времени на него остается не так много. Но не все так уж безнадежно. Главное – чувствовать ответственность за сказанное и сделанное в эфире. И понимать, что это так или иначе повлияет на аудиторию. При этом особенно важно оставаться честным и искренним.

# Павел Головин

**Редактор-эксперт журнала «Национальные проекты»**

1. Язык, как и всё общество, переживает период модернизации, и не всегда в него привносится самое лучшее. Происходит активное насыщение языка иноязычными заимствованиями и терминами (не всегда обоснованными), и с другой стороны – его упрощение и вульгаризация.

2. Те СМИ, где в редакции и корректуре ещё сохранилась «старая гвардия», продолжают оставаться оплотом классического, именно русского языка (но таких явно меньшинство), основная часть (молодёжные и «жёлтые» издания) перешли на «язык стёба».

3. Выразительность создаётся краткостью и чёткостью изложения, точностью подачи информации. В языке публициста нет места витиеватости, обширным отступлениям от основной мысли и общим рассуждениям.

4. Использую крайне редко, т. к. не занимаюсь публицистикой. Иногда жаргонизмы нужны для «заострения» темы или отдельного эмфаза в материале.

5. Без крайней необходимости (когда нет аналога в русском языке), употреблять не следует.

6. В привязке к жанру и теме материала – допустимо в необходимом для раскрытия смысла объёме.

7. В СМИ – нет. СМИ – канал подачи информации, не нужно его засорять. В литературе – допустимо.

8. СМИ (журналисты, издательства) пошли на поводу у тех, кто платит. А они считают, что за деньги могут публиковать любую ахинею (все слова – с заглавной буквы и т. д.)

9. Отрицательно. Порождает безответственность (сегодня написал – завтра убрали, в истории не останется, потомки не засмеют).

10. Начинать прямо со школы. Там сейчас часов русского языка меньше, чем в школах, открытых в 1942 г. немцами на оккупированной территории для обучения местного населения. Для СМИ – законодательно требовать соблюдения языковых норм.



# Ирина Горшкова

**Журналист, газета «Немецкий язык» ИД  
«Первое сентября»**

1. Я работаю в сфере образования и хочу сказать, что очень редко можно услышать правильную русскую речь. Мне это не очень нравится. Считаю, что сегодня очень много слов-паразитов. У детей, например, очень маленький словарный запас. Мало читают, да и то в кратком содержании.

2. Оцениваю хорошо. Меня удовлетворяет язык современных СМИ. Должна сказать, что люди воспринимают язык СМИ как эталон, как образец, поэтому недопустима неграмотность и плохой стиль. Речь должна быть правильной.

3. Мне кажется, язык художественной литературы более выразителен.

4. Нет. Я работаю в школе и в газете для учителей и школьников!

5. Если они уместны, отвечают целям и задачам публикации, то почему бы и нет? Однако не должно быть перегруженности.

6. Если они необходимы, то имеют право на существование.

7. Категорически нет. Ведь речь СМИ – эталон для широкой публики.

8. Объясняю ошибки неграмотностью и нежеланием (или

даже ленью) узнать, как правильно произносится или употребляется то или иное слово, перед эфиром или перед публикацией статьи.

9. На мой взгляд, отрицательно, потому что язык Интернета кишит ошибками.

10. Учиться, читать, не полагаться в спорных случаях на свои речевые привычки, а обращаться к достойным источникам.

# Юлия Горшкова

Редактор информационных статей, агентство  
«Одиссей»

1. Мне кажется, сложно оценить состояние языка в целом. Ведь люди, носители русского языка, относятся к разным социальным группам, у них разное интеллектуальное развитие. К тому же сфера деятельности тоже накладывает отпечаток на речь. Так, можно сказать, что сегодня наблюдается расщепление языка. И разница в речи этих слоев, на мой взгляд, ощутимая, хотя и не огромная. Хочется отметить, что актуальным процессом (лучше сказать – проблемой) в русской речи является огрубление. Речь становится более примитивной. Между тем, как говорили мои ровесники и я, когда нам было лет по 12-15, и как говорят сегодняшние подростки, не то чтобы пропасть, но яма уж точно. Я обнаружила это, побывав в своей старой школе во время перемены. Честно говоря, это удручает. Хотя не везде речь тусклая и убогая.

2. Я думаю, аудитории язык современных СМИ понятен. Это важно. Однако ошибка не является редким явлением. Возможно, это происходит из-за отсутствия цензуры. Ведь раньше журналиста за одну ошибку могли уволить с работы. Говоря о речи современных СМИ (а точнее, о радио и ТВ), я хотела бы отметить, что у многих ведущих есть проблемы, связанные с речью, – это качество и манера речи.

Это – небрежность или, наоборот, излишняя «выразительность», «рафинированность», изошренность произнесения. Это удаление от того стиля, которым лучше всего должен быть изложен материал. Нужно сказать, что проблемой современных ведущих является небрежность. Неряшливость – от недостатка ответственности, мне кажется. Еще не могу не сказать: сегодня в эфире очень много «говора»! С ним нужно бороться. Идеальная речь СМИ для меня – чистая, слаженная, ровная. Устная – без слов-паразитов, этих вездесущих «как бы ну вот значит». И еще: я мечтаю проснуться однажды и ни разу за день не услышать «одеть» вместо «надеть».

3. Язык художественной литературы, на мой взгляд, более выразителен. Он образен, насыщен тропами, риторическими фигурами. Язык же публицистики в моем представлении должен быть более лаконичным, насыщенным информацией и при этом емким, чтобы аудитории было понятнее. Это доходчивый, четкий язык.

4. Стараюсь не использовать. Мне это не нравится. Я обеими руками за чистую и красивую речь.

5. Я нормально отношусь к использованию иностранных слов, лишь бы без перебора. Особенно это касается молодежных изданий. Креативный концептуальный трендсеттер – это как-то не очень.

6. Я считаю, что это нормально. Только термины нужно объяснять.

7. Нет. Я против мата в СМИ. Повторюсь, я за чистую

и красивую речь. Грубости, «быдловатости» и так много. Я считаю, что не нужно это усугублять. Может, я старомодна, но ведь СМИ, по идее, воздействует на массовое сознание, а произнесенное в эфире/ напечатанное слово является для аудитории своеобразной нормой. И я не хочу, чтобы этой нормой был мат, какие бы эмоции или состояния души он ни выражал.

8. Не следят за речью. Неряшливость это. Ошибки очень частые: тавтология («хранилище полностью заполнено»), плеоназмы («в конечном итоге», «я хочу констатировать тот факт, что...»), да и «храбрых поступков» очень много...

9. Отрицательно, так как там много ошибок. Да и жаргон, все эти «преведы» и «мальчегги» ни к чему хорошему не приведут, я думаю. У моей подружки младший брат недавно очень удивился, когда узнал, что нет слова «исчо».

10. Как это ни банально звучит, но ответ: больше читать. Нужно популяризировать образованность, интеллект. Я не знаю, как заставить людей (в том числе многих из моих коллег) читать книжки, но это просто необходимо. Причем не просто читать, чтобы отделаться/ что-то доказать/ блеснуть цитаткой, а с увлечением. Нужно сместить некоторые акценты в системе ценностей.

# Кирилл Громов

## Журналист издания «Губерния»

1. В большинстве случаев люди забывают о настоящем русском языке, перенимают какие-то иностранные слова, забывают о правильном произношении.

2. В большинстве СМИ за языком следят очень строго. Но бывает, попадаются такие фразы, что просто очень смешно. Язык должен быть понятен и без «заморочек».

3. Публицистика – это то, что происходит в мире. Художественный текст – это размышление одного человека о чем-то, не происходившем ни в данный момент, ни вообще когда-либо, – вымышленный текст.

4. Нет, не приходилось использовать.

5. Я к этому вполне нормально отношусь, потому что некоторые слова нельзя писать по-разному, ведь они имеют интернациональную форму и значение.

6. Для некоторых это все-таки может быть непонятно. Но люди становятся образованнее, так что я отношусь к этому положительно. Нужно больше вводить терминов и профессионализмов.

7. Я думаю – нет. Это будет неприятно, будет отталкивать читателей.

8. Невнимательность и нехватка времени.

9. Большинство людей читают информацию из Интернета, значит, чем больше погрешностей, ненормативной лексики там будет, тем быстрее мы будем забывать культуру речи.

10. Если исправить погрешности в деятельности журналистов и реакторов, повысится культура, люди будут правильно произносить слова. Чтобы исправить речь журналистов, нужно, в моем понимании, лучше отбирать людей для такой работы и через определенный срок проводить какие-нибудь контрольные работы.

# Вячеслав Грунский

**Руководитель студии «Авторская программа Вячеслава Грунского», соавтор документального цикла «Специальный корреспондент», специальный корреспондент Дирекции информационных программ ФГУП ГТК «Телеканал Россия», руководитель студии «Авторская программа Вячеслава Грунского» РТР**

1. Русский язык жив! Это можно сказать однозначно, без ироничных замечаний «скорее жив, чем мертв» и т. п. Конечно, за последние годы он очень сильно изменился. Появились новые слова: «демпинг», «роуминг», «брокер», «пилинг» и многие другие. В последнее время нас все чаще призывают избавиться от иностранных слов и вернуться к нашим славянским корням. Такие попытки предпринимались и раньше. Так, например, когда иностранное слово «калоши» предлагалось заменить на отечественное – «мокроступы». Русский язык всегда был открыт для заимствований. Слово «скамья» имеет греческие корни. А слово «юбка» пришло к нам из татарского языка. Русский язык жив. Самое главное доказательство этого – продолжение развития, а именно появление новых слов и исчезновение старых, ставших ненужными. Современный русский язык меняется вме-



сте с обществом: с одной стороны, он становится более оптимальным (меньше «воды» в речи; для того чтобы выразить ту или иную мысль, люди начинают мыслить категориями «общества потребления» – логотипам и брендами), с другой – именно эта тенденция, как мне кажется, обедняет русский язык и в конечном счете лишает его той выразительности, которая была присуща, например, текстам Льва Толстого.

2. Язык современных СМИ так же разнообразен, как само общество и сами СМИ. Язык федеральных электронных СМИ в последнее время стал более однообразным. Это связано, на мой взгляд, не с редакционной политикой того или иного СМИ, а с тем, что журналисты (корреспонденты и ведущие) стараются подражать друг другу: то на одном, то на другом канале появляются «клоны», например Парфенова или Татьяны Митковой. В результате молодые журналисты, следуя уже устоявшейся успешной «модели», теряют свою речевую индивидуальность. Идеального языка нет, есть «язык», который хорошо усваивается, это должно, на мой взгляд, стать точкой отправления. Ведь задача журналиста – донести до сознания зрителя (слушателя, читателя) как можно больше информации.

3. Язык публицистики более концентрированный, чем язык художественной литературы. Использование таких средств выразительности, как фразеологизмы, аллегория, перифраз, эпитет, ирония, метафора, позволяет освежить речь журналистов, впрочем, как и речь любого другого но-

сителя русского языка. Речь работника СМИ должна быть не только стилистически грамотной, но и выразительной, яркой и запоминающейся. Журналисты используют фразеологию не только в том виде, в котором она существует в языке, но и изменяют ее, обновляя семантику, структуру и экспрессивно-стилистические свойства фразеологических оборотов. Конечно, использование выразительных средств в речи корреспондентов не всегда бывают оправданы, ведь достаточно вспомнить выражения «черное золото» или «голубое золото», созданные, кстати, советскими газетчиками, которые стали языковыми штампами из-за частого использования в средствах СМИ. В публицистическом стиле реализуется языковая функция воздействия (агитация и пропаганда), с которой совмещается чисто информативная функция (сообщение новостей). В публицистических произведениях затрагиваются вопросы весьма широкой тематики – актуальные вопросы современности, представляющие интерес для общества (политические, экономические, моральные и пр.). Если вы имели в виду под словосочетанием «язык художественной литературы» литературно-художественный стиль, то этому стилю присуща эстетическая функция. В художественной литературе широко используется разговорная речь и элементы нелитературного языка, если того требует авторский замысел.

4. Интернет-издания не оказывают существенного влияния на развитие русского языка, так как язык этих изданий

практически ничем не отличается от современного «газетного» языка. Гораздо большее влияние на нашу речь оказывает неформальное общение в сети. Именно благодаря такому неформальному общению украинский городок Бобруйск стал известен всему русскоязычному Интернет-сообществу. «Аффтар жжот» и «Аффтар выпей йаду» вместе с пресловутым «Медведем» не только перебрались в разговорную речь, но и внедрились в шоу-индустрию. Так, например, главным героем рекламных роликов киноаград МТВ стал «Медвед», выбравшийся из глубин Интернета. На мой взгляд, Интернет не приносит ничего, кроме «моды», которая пройдет, не оказав существенного влияния на русский язык.

5. К заимствованным словам? Вопрос об иноязычных заимствованиях связан с общей проблемой исторического формирования лексики современного русского языка. СМИ отражают все тенденции современной речи, в правильном и уместном использовании иноязычных заимствований нет ничего отрицательного.

6. Использование специальной лексики должно быть оправдано. В СМИ использование подобной лексики возможно и в дефинитивной роли, и в номинативной, и в изобразительно-выразительной. Но увеличения количества терминов и профессионализмов лично я не вижу.

7. Какую роль? Я носитель русской речи, которая включает в себя и этот пласт языка. Разумеется, употребление по-

добной лексики не в качестве стилистического приема пока недопустимо в СМИ.

8. Язык СМИ не допускает использования ненормативной лексики. У нас нет цензуры, но существует законодательство, регулирующее деятельность СМИ.

9. Многочисленные нарушения языковой нормы как глобальное явление в обществе? Думаю, этой проблемой должны заниматься стилисты. А насчет типичных ошибок, не могу сказать, что я их выписываю или же стараюсь запомнить. Скорее это дело литературных редакторов, у них точно есть целая картотека подобных примеров. Что же касается меня, то к слову «норма» отношусь достаточно осторожно. С одной стороны, нормы отчасти тормозят развитие языка, с другой – исторические примеры развития языка показывают: сегодня прецедент – завтра норма.

10. Я думаю, если журналист с гуманитарным образованием, то проблем с нормативным использованием слов у него просто не может быть. Речевая культура в обществе зависит от многих факторов – и от повышения уровня начального образования, и от популяризации классической литературы среди молодежи. Проблема малокультурной разговорной речи появилась не сегодня, и если сравнивать с уровнем 19 века, который дал миру великих русских классиков на фоне практически полностью неграмотного и необразованного населения, то сейчас успехи налицо.

# Алексей Гусев

**Генеральный директор продюсерского центра «СОВПРОЕКТ», генеральный продюсер и режиссер передач «Диалоги о рыбалке», «Планета рыбака», «Академия нахлыста»**

1. Язык постоянно развивается, и рассматривать это развитие стоит как непрерывный процесс. Различий в языке разных регионов и разных социальных слоев, в языке города и деревни становится все меньше. Очевидно, что диалекты постепенно теряют свое былое значение.

2. Приятно видеть, что уровень языковой культуры журналистов по сравнению с теми же девяностыми заметно вырос – причем как у работников эфира, так и у мастеров пера. Появился (вернее, сформировался) собственно «язык СМИ». Вообще же идеальный язык средств массовой информации – тот, который понятен, близок и «узнаваем» для абсолютного большинства аудитории, и совсем не обязательно он должен быть максимально рафинированным.

3. Основная функция СМИ – предоставлять информацию, но делать это нужно с известным изяществом; эта информация должна стать «вкусной». Так как я работаю в развлекательной сфере, то использую несколько иные средства, чем «информационные» журналисты. Я могу чувствовать себя более свободно; мне доступны просторы языковой иг-

ры. Но, правда, в моем случае текст программы второстепенен по отношению к видеоряду.

4. Довольно часто, но все же стараюсь не злоупотреблять.

5. Сталкиваюсь с ними довольно часто, но особого дискомфорта (опять же, кстати, заимствованное слово) не испытываю. Это нормальное явление для современной стадии развития языка.

6. Я всегда был против профессионализмов в СМИ. Некоторые мои коллеги пытались на протяжении многих лет и пытаются до сих пор подать информацию в научном ключе (или, по крайней мере, создать иллюзию этого), и нельзя сказать, что это пошло им на пользу. Профессионализмы и узкоспециальные термины – это своего рода стена, которая воздвигается между журналистом и аудиторией – особенно в тех случаях, когда информация подается слегка пренебрежительно по отношению к читателю или зрителю, с «академических» высот.

7. Нет, недопустимо: есть вещи, которые не стоит делать даже журналистам. Кроме шуток, мы же должны формировать нормальную языковую норму и отсекаать от нее все лишнее. А ненормативная лексика – это и есть лишнее для литературной речи; ее и без того предостаточно на улицах...

8. К языку относятся лишь как к одному из выразительных средств, причем не самому важному. На первом месте сейчас в российских СМИ стоит вопрос извлечения максимальной прибыли, а к самой подаче информации относятся

пренебрежительно. К тому же в условиях постоянной гонки за материалом, с учетом очень небольшого количества времени, которым обладает журналист, времени на то, чтобы «отшлифовать» язык репортажа или статьи, просто не остается (а делать это автоматически умеют очень и очень немногие).

9. Влияние очевидно, ведь большинство современных заимствований приходят именно из Сети. Здесь же появляется огромное количество неологизмов, которые очень быстро становятся популярными. К тому же интернет-издания предъявляют к своему языку еще менее жесткие требования, чем остальные СМИ.

10. Для начала – просто засадить журналистов за парты и заставить их доучиться... В СМИ должно быть задействовано больше специалистов именно в области языка. И уж раз проблема откровенной неграмотности или малограмотности перед нами больше не стоит, государство должно создавать больше образовательных программ. Очень полезно было бы возродить и увеличить количество таких теле- и радиопередач, как, например, «Ликбез», существовавший на радио «Русская служба новостей» до прихода туда Сергея Доренко (он закрыл ее из-за нехватки средств на программу о русском языке! Действительно, зачем?.. Ведь объявленный правительством год русского языка (2007) уже закончился!) и «Как это по-русски?..», выходявшей раньше на волнах «Радио России».

# Маша Давтян

**Журналист издания «Независимая газета»,  
«Московский комсомолец»**

1. Мне кажется, что состояние современного русского языка с каждым днем все больше ухудшается из-за сленга, американизмов и заимствованных слов и выражений.

2. Язык современных СМИ в последнее время деградирует, так как зачастую журналисты говорят на примитивном языке (и в лучшем случае, если это их родной язык). Идеальный язык должен быть, с одной стороны, научным с использованием профессиональных терминов, а с другой – доступным для читателей.

3. В художественной литературе большое внимание уделяется творческому подходу, чего в публицистике не делается.

4. Честно говоря, иногда использую, но отвожу им минимальную роль.

5. Отношусь нормально, так как некоторые из них уже стали нам родными, но все же хочется, чтобы их число не увеличивалось.

6. Они на очень низком уровне, если есть. Но я, если честно, не замечала в последнее время, чтобы им отводилась большая роль, что очень плохо.

7. Я считаю, что нет. СМИ формируют мировоззрение лю-



дей, взгляды на жизнь уже с малых лет, поэтому он обязаны использовать только нормативную лексику.

8. Плохим знанием русского языка, недостаточной образованностью. Пример: «большое количество».

9. Он их нарушает на самом низком уровне, что нарушат речевую культуру, которая и так в худшем состоянии.

10. Повысить уровень образования в школах и уделять больше внимания именно экзаменам по русскому языку и литературе на всех факультетах журналистики.

# Вячеслав Данилов

**Журналист издания «Русский журнал», редактор сайта *Liberty.ru*, председатель Научного совета, постоянный член Совета Партнерства Корпорации социального дизайна, руководитель проекта «Censura.ru»**

1. Язык похож на улицу, по которой идешь на работу или с работы, по которой детей в садик ведешь. И ты растешь на этой улице, и улица меняется. Вот «чурки» ларек поставили с овощами, вот к нему подъехала «крыша» и стрясла «бабло», подошел участковый и спросил регистрацию, вечером налетели скинхеды – разбросали товар, избили «чурку» – торгоша, на следующий день приехала милиция и отправила бедолагу-«грузина» домой на самолете. Все это события, которые дублируются в языке. Если язык еще в состоянии выполнять эту функцию – он жив.

2. Если говорить о российских СМИ, то на смену техническому, псевдонейтральному языку приходит несколько более идеологизированный вариант, поскольку меняются требования к СМИ, что отражается в языке. Возникает ощущение отматывающейся назад пленки – сейчас мы оказались примерно в языке перестройки, – возвращаются тогдашние концепты, риторика тех лет, речевые фигуры и фигуранты той эпохи. СМИ стали интересны интеллигенции, чего не

было в 90-е, когда СМИ представляли собой, по версии интеллигенции, чистую информационную прокладку.

Что касается идеального языка СМИ – скорее всего, это язык машинных кодов. Но поскольку мы не роботы с микросхемами вместо мозгов и не ангелы, не можем общаться без посредников, никакого идеального языка нет и не будет. И слава Кремлю.

3. Главное здесь не сами средства, а способность их изобретать, помноженная на технические новинки. Специфика СМИ – прежде всего ими поддерживаемая легенда об «объективности», – часто задает очень жесткие рамки производства этой самой «объективности». К сожалению, СМИ достаточно убого используют свой языковой арсенал в создании различных его стандартов.

Публицистика в российской традиции является жанром преимущественно критическим, еще одним стратегическим резервом большого интеллигентского «филологического кружка». За счет работы поколения критиков 60-70-х, создавшего феномен «филологической прозы» и размывших границы жанров, персонажи 2000-х, вроде Дмитрия Ольшанского, не написав ничего, что было бы адекватным стандартам худлита, тем не менее оказались в состоянии войти в «историю русской литературы».

4. Онлайн-версии СМИ часто являются не чем иным, как облегченными версиями СМИ бумажных, если не их копиями. Здесь о каком-то серьезном языковом влиянии говорить

не приходится. Что же касается так называемых «новых медиа» (блоги, форумы и т. п.), то влияние на речевую практику общества здесь такое же, как от языка любой субкультуры. Важно здесь лишь то, что интернет-субкультуре в виде блогосферы, именно ЖЖ, удалось на какое-то время выйти из языковой резервации и диктовать языковую моду, но это, полагаю, скоро уйдет, как только блогосфера стратифицируется.

5. Замечательное.

6. Прекрасно. Если бы это было так, то это был бы симптом стратификации медиа, с одной стороны, и роста профессионализации и общекультурного уровня читательской среды – с другой. Но я лично подобного не наблюдаю.

7. Не думаю, что кто-то в состоянии на этот вопрос ответить отрицательно. «Жаргонизмы» полифункциональны, они в состоянии как оживить речь, так и указать более четко речевой адрес, выделив в аудитории определенный сегмент «допуска». Кстати, а какую роль «жаргонизм» сыграл в Вашем вопросе?

8. Кажется, что для филологов – этих «морпехов культуры», которые вроде бы должны стоять на страже языковой нормы, – матерок, даже легкий, неприемлем, но на практике я все более убеждаюсь в том, что как раз филологи и являются теми, кто охотно готов оседлать любую волну новаций в языке: количество нецензурных выражений на единицу площади изданий, посвященных культуре, на порядок

выше, чем на той же площади в общественно-политической прессе.

9. Примеры ошибок можно посмотреть в известном тесте от ульяновского губернатора (выражение тест от губернатора – типичная речевая ошибка, схваченная языковой практикой из выражения «от кутюр»), как, кстати, и типичные «ошибки» тех, кто считает себя вправе следить за языковой нормой. Нарушения нормы языка, которая и сама по себе, даже если бы язык умер, была бы предметом филологической дискуссии, вполне себе нормальное явление. То, что эти нарушения «многочисленны», говорит лишь о том, что средства наблюдения за языком оказались достаточно развиты. Вероятно, из-за чудовищного перепроизводства профессиональных филологов в СССР.

10. Не нужно повышать речевую культуру. Это бессмысленно. Нужно повышать культуру мышления, которая у подавляющего большинства отечественных журналистов, этих хранителей традиций «русской интеллигенции», отсутствует как таковая.

# Юрий Дарахвелидзе

Спортивный обозреватель радио «Маяк», «Эхо Москвы»

1. Состояние русского языка во все времена тревожило только его истинных знатоков и ценителей. А противостоящее им безграмотное большинство всегда хотело выйти за рамки правил. И вместо закономерной эволюции народ на языковом поприще получал ползучую революцию. В результате во многих словарях мы имеем признание равных прав на существование и у подлинно русских слов, и у вульгаризмов от непросвещенной толпы. Не исключено, что очень скоро свободно владеть русским будут единицы, а «читать и переводить со словарем» станет для познания родного языка занятием чрезвычайно непродуктивным.

2. Желтая, красная и голубая пресса и созвучные им каналы телевидения и радио не привлекают внимания нормальных людей по своей сути, а потому такой язык вне критики. Что же касается СМИ традиционного толка, то они в общем ниже определенного культурного уровня не опускаются, хотя ради пресловутого рейтинга иногда и выдают низкопробные перлы на потребу публике. Идеальный язык в журналистике – это высокий профессиональный уровень, искренность, доброжелательность, умение слушать собеседника, и тогда непременно найдутся самые правильные и нужные сло-

ва.

3. Простота не только сестра гениальности, но и кузина выразительности языка. Язык публицистики от языка художественной литературы не должен ничем отличаться, кроме разве что большей краткости и стройности.

4. Очень редко в прямых передачах на радио. Тут, конечно, не бывает никаких домашних заготовок, и вкрапления вполне естественны, что не вызывает нареканий со стороны коллег, да и я сам считаю это допустимым.

5. Если эти слова к месту и в русском нет достойного эквивалента, все нормально. Однако всегда неприятен перебор.

6. Во всем нужна мера, и тут главная ответственность лежит на творцах.

7. Недопустимо. Впрочем, я против и вроде бы завуалированных вариантов. А то иногда думаешь, что живешь в стране вечной масленицы, слыша даже от весьма уважаемых людей: «Блин, блин!». Тут каждый первый знает перевод, и не исключаю, что половина из понимающих возомнит себя полиглотами.

8. Распущенность, плохое знание языка со школьной скамьи (учат ведь в основном те, кто стал педагогом, не попав в другие вузы по конкурсу), элементарная лень и первобытный мыслительный аппарат.

9. Как лекарство (Интернет – это великолепно), принимаемое в запредельных дозах.

10. Ценить как величайшее благо жизнь, каждый день

учиться и совершать хотя бы одно по-настоящему доброе дело в сутки.



# Елена Девяткина

## Контент-директор журнала «Национальные проекты»

1. Появление в русской речи заимствованных слов, а также появление новых слов, связанных с научно-техническим прогрессом (нанотехнологии и др).
2. Для каждого направления СМИ должна быть культура языка, характерная именно для той области, в которой ведётся работа. Если специализированные – наличие спецтерминов, официальные – отсутствие долгих рассуждений.
3. Сравнение с образами, использование неожиданных (нелогичных) сравнений.
4. Да. Общение на работе.
5. Как к неизбежному.
6. Непонятен вопрос.
7. В некоторых СМИ допустимо. Ярко, ёмко и по существу. Допустимо при цитатах в «жёлтой» прессе.
8. Усталостью журналиста. Желанием сделать запоминающимся материал (путём нарушения нормы). Типичные ошибки для публикаций о строительстве: ввод в строй (а не ввод в эксплуатацию).
9. Изменяют её.
10. Пропагандировать речевую культуру.

# Тамара Дейкина

**В разное время – редактор в «Известиях»,  
«Ведомостях», ИД «Директ Пресс»**

1. По моему мнению, язык деградирует. Это ясно не только из Интернета, но и, к сожалению, из современной литературы (не всей, но многих произведений).
2. Практически не читаю газет и журналов, не смотрю ТВ. Идеального, наверное, не может быть, просто журналистам, наверное, надо побольше читать классику, чтобы речь (и устная, и письменная) была грамотной, на высоте.
3. Публицистика пишется на «злобу дня», а художественная литература всё-таки претендует на «вечность».
4. Использую, чаще профессиональные, но, бывает, проскакивает и инетовский «новояз».
5. Приходится мириться, этот процесс вряд ли есть смысл останавливать, но надо контролировать.
6. Лично я, как работник СМИ (не журналист) – положительно, но читателю не всегда, по-моему, понятно.
7. Мне кажется, недопустимо. Русский язык и так богат и выразителен.
8. Нет ответа.
9. К сожалению, отрицательно.
10. Не знаю.

# Екатерина Демина

Корреспондент журнала *Rock Oracle*

1. Мне кажется, сейчас русский язык претерпевает изменения далеко не в лучшую сторону, хотя в этом процессе участвую и я, и этого нельзя отрицать. Все «ЖЖшные» сленги, разные словечки, подцепленные с MTV и тому подобных каналов – это все нельзя назвать положительным процессом. Ну а актуальные явления – заимствования. Хотя многие считают, что заимствования разрушают чистоту русского языка, без них мы бы очень сильно отставали в общении от Запада. Да, и еще всеобщая безграмотность – такое ощущение, что в школах русского языка как предмета больше не осталось.

2. Пример идеального языка привести не могу, но этот язык явно должен быть грамотнее и с точки зрения печатного слова (лексики, пунктуации, синтаксиса), и с точки зрения манеры подавать материал. У нас отвратительно переводят кино, абсолютно безграмотно подают материал в газетах и даже над бегунками новостей, с которых считывает ведущий, кажется, трудятся ученики 3-5 классов.

3. Выразительность языка газеты создается прежде всего умелой подачей материала при помощи преувеличений, сравнений и т. п. Ну, например, можно сказать «Герасим утопил Муму, а можно сказать «Немой маньяк-рецидивист

спрятал тело замученной собаки в пруду». Различие, пожалуй, тоже в этом (в том числе).

4. Конечно, использую! Любой человек, связанный с Интернетом, ЖЖ, форумами и icq, использует жаргон, созданный этими же самыми форумами и ЖЖ. Значение... Наверное, он имеет значение как средство ненавязчивого и неофициального общения с друзьями, создает ощущение неформальности.

5. Этого не избежать, а многие вещи без заимствованных слов по-русски просто не объяснишь: у нас этих слов в языке может вообще не быть.

6. То же самое – неизбежная ситуация.

7. В кино – да. В СМИ – нет. В СМИ – способ донести некую информацию до людей. Да, можно как-то усилить эффект, можно написать красиво и экспрессивно, а не сухо и официально, но все же в ненормативной лексике СМИ просто не нуждается.

8. Уровнем образования. И, возможно, элементарной нестыковкой человека и его профессии. Довольно безответственно работать в такой сфере, в которой ты не можешь выложиться до конца и сделать все правильно и хорошо. Порой складывается такое ощущение, что на месте корректоров и редакторов сидят те же ученики пятого класса, которые пускают новости на «бегунок».

Стилистических примеров я сейчас не припомню, но есть две постоянные ошибки в письменной речи: 1. путают совер-

шенный вид и несовершенный («завтра все вершится») и 2. ставят запятые там, где их быть не должно, чтобы казаться умнее.

9. Сильно влияет. Начинается употребление этого языка и в жизни, не только в сети. Главное – знать границы.

10. Для начала можно попробовать брать на работу не всех подряд, а людей действительно грамотных. Хорошо преподавать в школах русский язык и литературу. К примеру, математика – всеобщий камень преткновения в школах, а русский и литература считаются чем-то не таким важным, вроде бы «для общей эрудиции» предназначенным. Надо в школах и институтах делать на это больший упор.

# Максим Демков

**Директор Дирекции спортивного радиовещания радио «Маяк»**

1. Из актуальных явлений и процессов отмечу появление слишком большого количества иностранных слов в русской речи. Не все они понятны аудитории, и применение их не всегда целесообразно.

2. «Идеального языка» не существует в принципе. Но нормы и правила русской речи ещё никто не отменял.

3. Отсутствие «штампов», интересные детали, нестандартное построение сюжета.

4-6. Объединил бы 4-6 вопросы в один. Временами использование профессиональных терминов или жаргонных выражений украшает текст. Но эти слова должны быть ненавязчиво расшифрованы, не стоит ими злоупотреблять.

7. В СМИ – нет. Как исключение – художественная литература и отдельные интернет-ресурсы. Пропагандировать ненормативную лексику в общедоступных источниках не стоит.

8. Низким уровнем грамотности у большого количества авторов, редакторов, ведущих и т. д.

9. Не влияет.

10. Читайте классику.

# Евгений Дружинин

Редактор-эксперт журнала «Коммерческий директор», доктор филологических наук

1. Состояние русского языка – близкое к критическому:

- иностранные слова
- ненормативная лексика
- бедность речи, особенно у молодёжи, в т. ч. слова-паразиты...
- потеря образности языка – и т. д. и т. п.

2. Язык современных СМИ беден. Практически исчезли

«художественные жанры» – очерк, рассказ, воспоминание. А вместе с ними – образность языка. С другой стороны, так называемые «аналитические» материалы всего лишь обыгрывают факты и не вскрывают причинно-следственных связей...

3. -

4. Да, главным образом в отношениях с молодёжью (вынужден это делать). В противном случае – непонимание и (или) отчуждение.

5. Отрицательно.

6. Если это оправдано содержанием материалов, то позитивно.

7. Категорически против этого. Считаю, что русский язык, используемый СМИ, может и должен обходиться без ненор-

мативной лексики.

8. Язык – это часть национальной культуры. Что есть в этом контексте «языковая норма», и что считать отклонением от неё? Чем объяснить нарушения? Безграмотностью, но это слишком поверхностное суждение.

9. Плохо влияет.

10. «Как» – не знаю, но только НЕ с помощью приказов и инструкций.



# Анна Емельянова

**Сотрудник новостного отдела  
информационного агентства ДРА**

1. Я не разделяю паники по поводу состояния русского языка на сегодняшний день. Да, безусловно, англицизмы и сленговые слова активно внедряются в нашу речь... но эти процессы имели место всегда! И во все времена было достаточное количество людей, радеющих за сохранение «чистоты» языка и кричащих «караул!», собственно как и тех, кто действительно не умеет адекватно выражаться на родном языке – банально невежд. Сегодня же глобализация и технологии не могут не приводить к определенному упрощению, с одной стороны, и взаимопроникновению языков – с другой. И наша страна здесь не исключение.

2. Я не вполне удовлетворена уровнем использования русского языка в современных СМИ. Считаю, что журналист должен максимально ответственно подходить к тому, как он выражается. Конечно, это не значит, что язык должен быть официальным – данный вопрос зависит от целевой аудитории. Нельзя допускать стилистических ошибок, которые сегодня в СМИ сплошь и рядом. Более всего меня раздражает язык журналистов гостелеканалов. Напоминает советскую номенклатуру.

3. Извините... это из учебников прям)). Ну ладно... Язык

СМИ ближе к реальности, он более эмоционален и моментально откликается на все новейшие изменения языка... а зачастую и сам на них влияет.

4. Редко – бывает. В заголовках очень хорошо иногда смотрятся. Я считаю, что заголовки вообще более свободная зона... там можно дать волю своей фантазии.

5. Если в меру и по делу – почему нет... В СМИ по большей части используется современный язык, а он полон заимствованных слов. Конечно, использовать их стоит лишь тогда, когда в этом есть необходимость, и не писать «консенсус» вместо «согласия», только чтобы выпендриться.

6. Есть специализированная журналистика – там без терминов не обойтись. А в других случаях злоупотребление профессионализмами мешает восприятию материала.

7. В СМИ ненормативной лексики быть не должно. Потому что она ~~Н~~енормативная, то есть не соответствующая нормам, правилам; несовместимая с этикой.

8. Языковую норму нарушают неквалифицированные журналисты. Примеры искать... их до черта в любой газете))).

9. Интернет становится все более значимой, неотъемлемой частью жизни современного общества. И язык интернет-изданий не может не влиять на языковые процессы в целом. Я не считаю это влияние негативным. Это естественный процесс, связанный с переходом СМИ в интерактивный режим. В конечном счете позитивных моментов в этом процес-

се больше – доступ к информации становится все более простым. Расширяется аудитория СМИ, повышаются возможности обратной связи и оперативность.

10. Повысить требования к журналистам при поступлении на работу, устраивать общенациональные программы по популяризации чтения, в целом повышать интерес в обществе к русскому языку.

# Григорий Заславский

**Театральный критик, заведующий отделом культуры издания «Независимая газета», кандидат филологических наук, член Общественного совета Министерства культуры РФ, преподаватель МГУ имени М. В. Ломоносова (МФК: «История русского театра как история России»)**

1. Сейчас часто говорят о том, что в языке много брани, но мне кажется намного более опасным для языка то, что в нем очень большое количество уголовного жаргона. Это первое. Второе: в свое время Ломоносов определил «штиля» языка. Сегодня это представление о штилях уходит – сегодня нет понимания того, как, например, Президент говорит с народом, как народ должен говорить с Президентом, как можно говорить на улице, как нельзя говорить в публичном месте, как можно и как нельзя говорить с женщиной. Речь идет даже не о том, что человек, говоря по телефону в общественном транспорте, спокойно матерится и думает, что он разговаривает наедине, а о том, что он отдает себе отчет, что находится в общественном месте, но представления о том, что в общественном месте сегодня можно и нельзя говорить, уходят. И это мне кажется более опасным, чем экспансия технических, компьютерных и прочих терминов.

Скажем, в связи с тем, что большая часть политической эмиграции в начале XX века находилась на территории Германии, в статьях Ленина, а затем и в «Жизни» было огромное количество немецких слов, которые туда просто перекочевали – были прямые кальки, и очень много: «одер», «зац» и все такое. Точно так же, как французские заимствования в XIX веке, – в этом как раз ничего нового нет. Сейчас английская экспансия – чуть более мощная, но раньше воздействие тоже казалось мощным.

2. Мне кажется, что сегодня вообще отсутствует представление о стиле в журналистике, и появление большого количества новых журналов, которые являются, так сказать, российскими «филиалами» крупных издательских домов... Да, глянец в первую очередь. Но и не только глянец – та же самая совместная с «Daily Telegraph» газета, журнал «Newsweek». В этих совместных проектах издатели пытаются прививать западные редакционные правила – би-би-сишные, «Таймс» и так далее, а в них входит в том числе и схема построения статей. В итоге нашей журналистике абсолютно серьезно прививается модель построения статьи по принципу «перевернутой пирамиды»: информация, развитие и так далее, разделение информации и аналитики и прочее, притом что у нас не только свои традиции, но, я бы сказал, элементарно другие правила построения предложений. С точки зрения английской речи эта форма пирамиды совершенно грамотна и естественна, она «вытекает» из грамматических и лекси-

ческих правил. В русской журналистике совершенно другие традиции, которые опираются на особые правила русской речи – разговорной и тем более письменной. С одной стороны, этой тенденции есть объяснение, например, в том, что уставшие от пропаганды идеологии люди хотят отличать информационную заметку от аналитического взгляда и комментария. С другой стороны, из газет совершенно уходит племя публицистов, и даже Максим Соколов сегодня уже не пишет тех замечательных, блестящих комментариев, которыми он прославил себя в «Коммерсанте» в начале 90-х. Я очень тяжело это переживаю, потому что читать фактически некого. Особенно в смысле политики.

У каждой газеты должно быть свое лицо. Понимаете, сегодня Вы не назовете имен главных редакторов всех российских газет. Потому что ушло в прошлое то время, когда главный редактор был «лицом» издания, причем в том числе и «лицом» стилистическим. А ведь так было с XVIII века. Так называемая «частная» журналистика... Или же, если переосмыслить это понятие в соответствии с современными реалиями, «журналистика личности». Последним ее представителем остается Виталий Третьяков, но он уже настолько запутался в своих политических привязанностях, симпатиях и антипатиях, что, я бы сказал, «потерял» свое лицо. Также представителем этой «школы» был, естественно, Коротич или Глеб Павловский в «Известиях», который не писал, но все равно был «лицом» газеты. Сегодня же в газет-

ное руководство приходят менеджеры. Кстати, в этом отношении «Независимая» может быть исключением: несмотря на то, что редакционные статьи, появившиеся с приходом Ремчукова, неподписные, некое «лицо» издания, связанное с новым главным редактором, мне кажется, появляется, и, может быть, это привлечет читателей.

3. Я, естественно, читаю полосы культуры, и для меня показатель такого, я бы сказал, объединения языка, исчезновения индивидуальности – литературной, музыкальной, театральной критики – это уход от контекста. То есть каждый спектакль описывается в некоем безвоздушном пространстве. В искусстве, как и в политике, существование чего-либо невозможно без контекста. Увы, сегодня журналист, который пишет о назначении нового министра обороны, не может сказать: «Это напоминает такую-то чехарду 1916 года». Потому что он вообще не в курсе, что там было в 1916 году. И не понимает, в какой степени ссылка Козака в Южный округ может соотноситься с каким-нибудь назначением генерал-губернатора после русско-турецкой войны. Этого вообще никто не знает, и главное, что нет спроса на это. С другой стороны, я струсом представляю себе человека, который опечалится, спросив в киоске номер газеты «Газета» и узнав, что его нет (если у него там нет своего собственного материала). Чего можно ждать от газеты «Газета»? Ничего нельзя ждать. Если говорить об аналитике и экономической тематике – человеку интересно, что по этому поводу напишут

«Ведомости», в той или иной степени любопытен «Коммерсант» и меняющиеся в сторону желтой прессы «Известия».

Выразительность – это буквальный бэкграунд автора, который, говоря про трагедию на шахте «Ульяновская» в Кемерово, имеет в виду не только архив всех трагедий, но еще и где-то все равно вспомнит, допустим, Чехова. А этого вообще нет.

Залогом выразительности является еще и широкий кругозор журналиста. Даже человек, который пишет сегодня о литературе, совершенно не считает нужным укладывать писателя в ту или иную традицию, а без этого нет не только литературной критики, но и политической журналистики. Мне все равно интересен человек, который, говоря о курсе доллара, какую-нибудь культурную шутку себе позволит.

4. Конечно. Я, например, писал какую-то статью про драматурга Казанцева, где выразился так: «Драматург Казанцев пишет про х... знает что в буквальном смысле», имея в виду то, что у него всегда все завязано на фрейдистских комплексах героев. Мне кажется, что это очень точный образ, и мне тогда многие звонили и говорили: «Как смешно и как точно ты написал». Все возможно, но другой вопрос, что сегодня материться просто скучно.

5. Мне не нравится слово «контент». Потому что есть слово «содержание». Знаете, когда люди говорят: «Давайте проведем совещание по содержанию контента», они просто не понимают, о чем речь. Больше всего мне не нравится, ко-



гда у нас обесмысливаются вещи. То есть когда про законодательные собрания говорят «заксы» и ни один человек не смеется – вот это самое поразительное. Ведь «зак» – это вагон для заключенных. Человек, который называет законодательное собрание «заксобранием», должен или иметь желание оскорбить этот орган, или абсолютно не чувствовать язык. Точно так же говорят: «Владимир Путин озвучил сегодня...» – но озвучить может только какая-нибудь кукла, фигура, которой кто-то манипулирует. Если мы пытаемся относиться к Путину с уважением, он может «сказать», он может «заявить», но он не может «озвучить». «Озвучить» может его пресс-секретарь.

Люди просто не понимают смысла произносимых ими слов.

6. Я считаю, что это не испортит текст, ведь есть очень много понятных профессиональных слов. Главное, чтобы это не унижало меня как читателя.

7. Я считаю, что недопустима. Недаром 2007 г. объявили Годом русского языка, и очень важно поговорить о том, что вообще можно сделать по поводу русского языка. Мне кажется, что самое главное – это создание неких существенных корпоративных договоренностей, которым мы будем следовать. Я, например, никогда не ругался матом, а потом поступил в ГИТИС, где почти все педагоги матерились на лекциях, и я тоже стал употреблять нецензурную лексику. Даже в армии я два года не матерился, и более того – офицеры из-

винались, если матерились в моем присутствии. Я вообще не помню, чтобы когда-либо было такое количество мата, как сегодня. Сейчас в жизни так много мата, что мы даже дома договариваемся, что мы больше не будем пользоваться в семье нецензурной лексикой, потому что это становится очень скучным. Но я опять же скажу, что для меня в сегодняшней журналистской и повседневной речи намного опаснее не брань, а уголовный жаргон. Как мне кажется, это более серьезная угроза.

8. Нарушения языковой нормы объясняются неграмотностью людей. В студиях отсутствуют словари. Я веду программу на «Маяке» – у нас в студии лежит словарь, но внутри радиостанции большие споры: на какой словарь мы можем опираться? Сегодня любое издательство может выпустить свой словарь, а сами словари далеки от идеала и расходятся с академическими нормами. Академики, в свою очередь, тоже не могут понять, какой норме следовать. Конечно, стилистические ошибки журналистов встречаются сплошь и рядом. Например, на «Маяке» говорят: «В семнадцать ноль-ноль по Москве», хотя это неграмотно – естественно, «по московскому времени». Никто за этим не следит. Никто никого не накажет, не вычтет никаких денег за ошибку в русском языке, хотя на «Би-би-си» могут уволить за такие вещи. И, мне кажется, это правильно.

9. Язык интернет-изданий освобождает и без того очень свободный язык. Если говорить об электронных СМИ, то их

главная функция – это сброс информации, чтобы затем кто-то сослался на них и эта новость пошла гулять по миру. Насколько я понимаю, сегодня эта функция уходит в прошлое, сегодня Интернет – это средство массовой информации, ценность которого в том, что оно не является подцензурным. Соответственно, Интернет – это единственное место, где может выступить, скажем, Гарри Каспаров или Григорий Явлинский. Вот в чем функция Интернета. И в этом отношении Интернет сегодня даже более культурная область (если судить по тому, какие темы обсуждаются на форумах и в «живых журналах»), это пространство той самой аналитической журналистики (я уже не говорю об «иконах» СМИ, таких как Грани. ru, Полит. ru, Утро. ru и так далее). Сами «живые журналы» становятся отчасти средством массовой информации, местом для аналитического комментирования, для своеобразного «комментария в комментарии». Подобное когда-то было: «наш читатель ответил, а редакция ему ответила». Сегодня этого вообще нет. Ну, опротестовали наш текст, мы это опубликуем, не вступая в переписку или дискуссию, – и все. Газета – это всегда небольшой клуб. Тем не менее СМИ пытаются уйти от этой «клубности». Некий официоз традиционных СМИ вытесняется субкультурой Интернета. Я бы даже сказал, что это не субкультура, а в определенном смысле более высокая культура. «Культурные» полосы газет все больше вынуждены не анализировать, а лишь коротко откликаться на события, уходят в прошлое стандарты материалов

о культуре – например, когда о театре на целую полосу писала Наталья Крымова, и так далее. Возможности для такой журналистики сегодня существуют только в Интернете. Аналитические возможности журналов почти равны нулю. А если какая-то аналитика и выходит – в том же журнале «Театр» – кто ее будет читать спустя полгода? К тому же сегодня действительно актуальна проблема экспертного сообщества: чье мнение мне интересно? Да почти ничье. Потому что я знаю, кто что напишет. Вот Кугель мог внезапно изменить свою точку зрения. А главное, что каждый раз, когда он писал статью, у него был выбор, куда он может пойти. Сегодня же каждый критик очень сильно запрограммирован. Я знаю, что и по какому поводу напишет Должанский, Давыдова и так далее. Этим летом в Россию на Чеховский фестиваль приехал Робер Лепаж. Я видел его спектакль, когда был в Канаде, – это был первый прогон на публике, и он шел пять часов! Количество сюжетных линий – наверно, десять, и видно, что тон спектакля все время идет в сторону усложнения смысла. В отличие, кстати, от наших сегодняшних спектаклей – хотя даже Михаил Швыдкой (который был в свое время выдающимся театральным критиком) говорит, что если в сезоне вышел такой спектакль, как «Господа Головлевы» Серебренникова, то этот сезон уже не зря прошел и нельзя называть его провальным. Но в этом спектакле наблюдается такое сужение смысла Салтыкова-Щедрина, такое превращение сюжета в какой-то комикс, что ради этого не нужно

брать роман Салтыкова-Щедрина. Зачем? Чтобы поставить череду из нескольких аттракционов, в которых и зло неинтересное, необаятельное, нет ужаса и страха главного героя? Если бы за это взялся Лепаж, он бы и одну сюжетную линию продлил, и другую, и третью, и четвертую, и пятую... Как это делает, к примеру, Ариана Мнушкина – она опрокидывает наши представления о том, что такое коммерческое искусство на Западе: представления о том, что оно там такое банальное, а у нас – глубокое, серьезное, жутко психологическое и невероятно репертуарное. Не репертуарное, не психологическое – никакое, а при этом в каждой стране есть гений (или даже не один), который работает на таком усложнении, что думаешь: боже мой, все наше сегодняшнее театральное искусство ничего не стоит по сравнению с Лепажем. Кстати, вот один из моих самых любимых примеров, касающийся журналистики. Во время «перестройки» у Сергея Михалкова брали интервью, и он сказал: «Так интересно: раньше по телевизору показывали только доярок, и больше никого, а сегодня стало можно говорить – и на экране появились проститутки. Но доярки ведь не исчезли – а на экране их уже нет». Так что пусть на экране будут проститутки, но чтобы доярки тоже остались. Чтобы был какой-то «объем» жизни.

10. Я в этом вопросе идеалист и, как уже говорил, считаю, что некая конвенция всех СМИ вполне возможна. Тем более сегодня выстраивается вертикаль власти, и это должно работать. Например, раньше, если я шел по улице и слышал,

что милиционеры матерятся, я всегда останавливался и делал им замечание – до сих пор в Уголовном кодексе есть статья «мелкое хулиганство», и за это можно посадить на 15 суток. А сейчас я перестал делать милиционерам замечания – не потому, что я их боюсь, хотя там есть кого бояться. Почему милиционер не должен материться, если в фильме «Изображая жертву» такой мат! Да и в книгах, и в театре матерятся: почему Сорокину и Пресняковым можно, а милиционеру, который никогда не претендовал на то, чтобы называться совестью русского общества, нельзя?

Журналистов волнует то, что журналистов убивают. Журналистов должны волновать и проблемы языка. Например, я иду в театр, иду к своему «станку». И я заинтересован в том, чтобы театр был интересен. Я же выбирал свою профессию не для того, чтобы говорить, что «все говно», – мне нравился театр. Журналисты точно так же заинтересованы в том, чтобы их «станок», их «рабочий материал» был как можно более чистым, как можно более пригодным для использования. Для чего? Чтобы я сказал – и меня поняли. А для этого нужно, чтобы слова не потеряли смысл. Когда все пишут одинаково, исчезает, как это ни смешно, та самая конкуренция, тот самый выбор на рынке, ради которого мы и шли к капитализму. Ведь сегодня неважно, кто будет руководить отделом культуры: С, Н., П. или О. – потому что ни один из этих людей не является индивидуальностью. В итоге мы сами уничтожаем свой рынок. Мы теряем возможность пойти к глав-

ному редактору и сказать: «Вы знаете, я сейчас получаю тысячу долларов, а хочу получать полторы тысячи долларов». Редактор подумает: «Зачем мне этот человек, который будет получать полторы тысячи долларов?». И он прав, потому что может взять студентку на пятьсот долларов, которая будет писать точно так же. Нехватка корреспондентов – это огромная проблема. Люди не могут сформулировать свою мысль, а главное, человеческим языком ее оформить. Вот недавно для текста к юбилею «Табакерки» я искал доклад Брежнева к XXIV съезду партии. Я читал этот текст и думал: мы смеялись над этим текстом, смеялись над Брежневым – для чего? Для того, чтобы сегодня попасть в точно такую же языковую среду, которая состоит из такого же количества штампов и в которой так же отсутствует человеческая речь? Ведь ощущение, что все меняется, возникло, когда Горбачев вдруг вставил какое-то человеческое слово в свою речь – и это было не словосочетание «человеческий фактор», а действительно какая-то человеческая интонация, «живые» слова. Появился Нуйкин и прочие публицисты, ни одного из которых мы сегодня не видим, не знаем, хотя, кажется, никто из них не умер, все живы. Потрясающий был Анатолий Стреляный и так далее – никого из них сегодня нет. Но и новых не появилось – вот в чем проблема. Ни одного нового журналиста. Если не считать Андрея Колесникова в «Коммерсанте», но когда он написал про встречу Путина с молодыми писателями, там было столько снобизма! Когда он говорит, что они

бедно одеты и у них дешевые свитерки, начинаешь думать: «Ну и говно ты» – потому что люди приехали из провинции и они не получают трех или пяти тысяч долларов, которые получаешь ты, и на эти деньги можешь прилично одеться. Да, они выглядели бедно, но неужели ты пишешь для десяти человек, которые думают, как им потратить проценты с материнского капитала?

В некоторых городах начинается борьба за чистоту русского языка – мне кажется, в этом что-то есть. Например, в Ульяновской области был экзамен по русскому языку, сейчас будет экзамен по знанию родного края.

Я считаю, что здесь очень многое может сделать, как это ни смешно, церковь. В конце концов, не только бабки рубить и налоговые льготы выбивать, но и сделать что-то полезное для русских людей. Такая польза может быть как раз в том, чтобы бороться со сквернословием и, обращаясь к пастве, говорить о том, что ругаться – это плохо, что это в общем-то грех. Я идеалист – я считаю, что это возможно. И я считаю, что с этим обязательно нужно что-то делать, потому что опасность действительно есть: у меня растут дети, и я вижу, как они разговаривают.



# Елена Зернова

Журналист, журнал «Горизонты культуры»

1. Состояние русского языка можно оценить как нестабильное, динамичное, меняющееся. Можно сказать, что десять лет назад язык был более стабилен. Находился в одной и той же форме в течение продолжительного времени. Сейчас наблюдается процесс изменения, активного заимствования в совершенно разных сферах. Обусловлено тем, что стали активными контакты с зарубежными фирмами. В разных отраслях и сферах. Отсюда много иноязычных профессионализмов и сленговых слов.

В молодежной культуре особенно часто употребляются заимствованные слова, особенно в компьютерном мире. Нужно сказать о людях, которые общаются часто в Интернете: тут наблюдается полная деградация языка, как слышим, так и пишем, а то и хуже. Но это больше относится к молодежной субкультуре. А начиналось как игра, которую придумали взрослые. Но эта игра сильно повлияла на речь, не только на «интернет-общение», но и на повседневную практику. Но это подтверждает, что язык не замершее явление, не железобетонное. И моментально впитывает многие явления, как хорошие, так и плохие.

Самый главный процесс, на мой взгляд, – это обогащение

русского языка. Иногда даже излишнее обогащение. Что-то останется, а что-то отпадет само собой.

2. Главная задача СМИ – оперативно информировать население о событиях. Это одна из причин, почему в языке СМИ существует огромное количество штампов, форм, в которые вкладывается новое содержание. Но все-таки в СМИ употребляются необходимые средства выразительности языка, чтобы оживить материал: метафоры, эпитеты, иносказания, риторические фигуры... Главное сейчас в речи СМИ – придать материалу определенную, соответствующую эмоциональную окраску.

3. Работники СМИ вынуждены писать не только правильно, но и быстро, поэтому художественного произведения в журнале особо не развернешь. Язык СМИ сейчас небогат художественно, не отличается большим разнообразием. Расстелся мыслию по древу возможности нет. Тем более есть ограничитель – полоса, время на радио или телевидении.

4. СМИ часто вынуждены использовать жаргонизмы в своей практике, потому что их могут использовать представители власти и других разнообразных сфер общественной жизни, слова которых необходимо процитировать или пересказать. Многие жаргонизмы отражают специфику деятельности определенной сферы, и без них обойтись невозможно. Есть ряд жаргонизмов, которые используются в переносном смысле, для усиления, эмоциональности, для поддержания стиля. И даже в прямом смысле. Это делает речь более точ-

ной.

5. Заимствования используются очень часто, поставщики информации для СМИ постоянно используют иностранную лексику. Она везде: и в профессиональной речи, и в повседневной, и в СМИ – что тоже повседневно. Но если есть возможность сказать по-русски – мы говорим по-русски. «Горизонты культуры» избегают употребления и жаргонизмов, и заимствований. Часто намеренно – ищем синонимы, когда это возможно.

6. Без этого не обойтись. Разные темы – разные профессиональные сферы. Есть расшифровка, то есть сначала термин – а потом расшифровка русским языком. Задача СМИ – сделать любую тему доступной, а чтобы получилось еще и интересно – надо объяснить все термины и профессионализмы. Непоясненные термины обесцвечивают материал и делают бесполезной работу корреспондента.

7. Это недопустимо! Русский язык достаточно богат, чтобы передать эмоциональность, образность. Ненормативная лексика – это не литературный язык, и не язык публицистики. Вся ненормативная лексика несет отрицательное значение. Нет положительных ругательств. Это негатив, это не возвышает человека. Так зачем использовать такие слова публично? Все-таки публицистика должна быть примером хоть в какой-то степени.

8. Это можно объяснить недостаточным уровнем грамотности. Многие начали работать в СМИ, вообще не имея об-

разования, да – они таланты, может быть, но без элементарной грамотности в журналистике нельзя. Они приходят к тому, что учиться нужно. Небольшие провинциальные СМИ берут на работу людей, совсем далеких от идеала грамотности. Для меня самые яркие примеры – неправильное употребление деепричастных оборотов.

9. Интернет-издания делятся на много разных категорий. Есть серьезные новостные сайты, где грамотно дается информация. Есть сайты определенной тематики, которые делаются людьми, не имеющими отношения к СМИ, часто не имеющими образования. Тут пишут как могут.

И есть чаты, форумы, где язык коверкается.

Влияние Интернета велико, особенно на подрастающее поколение, у которого еще не закреплены языковые нормы. Сайты создают впечатление, что можно и не соблюдать правила. А ведь визуальный канал – один из главных для памяти человека. Нехорошая тенденция. Но Интернет – самое демократичное средство связи, самый демократичный тип общения. Никуда от этого не денешься уже, и ничего особо не исправишь.

10. С журналистами проще. Есть учебные заведения, которые правильно готовят журналистов, учат работать со словом. Нужна правильная языковая практика. Нужно отбирать людей, не допускать неграмотных к перу или микрофону.

Общество... Если будут грамотны журналисты – общество тоже будет более грамотным, чем оно есть. А вообще,

это сложно. Возможно, стоит ввести национальную программу повышения речевой культуры.

# Андрей Зиновьев

## Начальник отдела информации

1. Как плачевное. Огромное влияние на русский язык оказывает язык интернет-сообществ. В результате все говорят и пишут на так называемых «падонкавском» и «албанском» языках. Например, многие молодые люди искренне уверены, что правильно писать «превед» и «кросавчег».

2. Несколько изданий (те, где есть служба литературно-редактирования), говорят с читателем на хорошем языке, подавляющая масса – на ужасном. На свете нет ничего идеального. Лично мне близким к идеалу кажется язык специального корреспондента ИД «Коммерсантъ» Андрея Колесникова.

3. Как говорил один из моих главных редакторов, «скоро Новый год», поэтому в каждом тексте должна «поземка места».

4. Использую. Как правило, для достижения комического эффекта. Если жаргонизм присутствует в прямой речи, стараюсь его оставить, поскольку такие нюансы речи подчас говорят о человеке больше, чем целое интервью.

5. Если заимствованное слово понятно целевой аудитории и не вызывает дискомфорта, я его оставляю в тексте. Если нет, заменяю его приемлемым аналогом.

6. Как недобросовестность журналиста, не желающего тратить время на приведение текста в удобоваримое состояние.

7. Допустимо. Бывают случаи, когда печатный аналог «убьет» текст.

8. Крайне низким уровнем владения русским языком. Примеры, извините, не приведу – очень много работы.

9. Если это уважающее себя и читателей интернет-издание (например Gazeta.ru), то влияние такое же, какое оказывает и язык любого другого приличного СМИ.

10. Журналистов надо побольнее бить рублем; что касается общества в целом, то универсального рецепта у меня нет. Рожайте детей, всегда разговаривайте с ним на хорошем русском языке. В конце концов, если Вы говорите «класть», а не «ложить» и «звонИт» вместо «звОнит», то и Ваш ребенок будет говорить так же.

# Александра Злотарь

## Журналист

1. Вы совершенно правильно назвали его «современным». А осовременивается он тем, что упрощается, дополняется бог знает чем и перестает быть тем русским языком, о котором И. С. Тургенев сказал: «великий и могучий». Я его оцениваю на четыре балла (по десятибалльной шкале).

2. Да плохо я его оцениваю. Это кошмар, а не язык. А теоретически он должен быть умным, но не заумным. И уж точно не «массовым» в значении «для быдла». Вообще, все зависит от аудитории, на которую нацелено СМИ. Здесь под общую черту всех подвести сложно, да и не нужно.

3. Самое лучшее средство сделать текст выразительным – это картинка. Причем как изображение (фото), так и словесная картинка. Должно быть живое описание, емкие фразы, возможно, эмоции. А язык публицистики отличается... м-м-м... не знаю... лаконичностью... живостью.

4. Не использую. Хотя, может и использую, но не думаю, что это жаргонизмы...

5. Любое заимствование должно быть к месту и в умеренных количествах. Если в русском языке есть идентичное по значению слово, то зачем лепить английское... Иногда звучит просто глупо...



6. От ситуации зависит. Иногда это необходимо. Если, например, СМИ специализированное.

7. Допустимо, только если это иллюстрация. Цитата, видеоматериал, например. Подобные вещи обычно очень эмоциональны и не требуют каких-либо дополнительных комментариев. Хотя здесь тоже перебарщивать нельзя. Мозг отключать не стоит.

8. Глупостью объясняю. Причем глупостью не отдельных журналистов, а целых штатов, редакций. Все друг друга вычитывают, проверяют, а лучше не становится. Лишние рабочие места.

9. А я, честно говоря, не считаю, что интернет-издания каким-то особенным образом влияют на язык и речевую культуру.

10. Ее уже не повысить. По крайней мере, речевую культуру общества. Оно любит деградировать. И привыкло это делать. К сожалению. Это бессмысленно. Придется либо идти в ногу с этим обществом, либо вычленять из него единицы, для которых и работать.

# Евгения Злотарь

Журналист, *ARK Group*

1. Наиболее явные процессы: внедрение огромных объемов заимствованных слов в русский язык, причем тех, которые не приживаются; увеличивается количество разных сленгов (в основном молодежных, в различных субкультурах); убогость общения в сети («албанский» язык).

2. Язык современных СМИ ужасен. На телевидении – стилистическая катастрофа, особенно в бегущей строке новостей первого канала (вплоть до элементарного несогласования падежей); в газете – неграмотность; употребление слов, значение которых и сами авторы не совсем понимают; нагромождение мыслей или, наоборот, убого-примитивные конструкции. Из радио-СМИ только 2-3 станции не позорят журналистику и русский язык в целом (мало того, что диджеи говорят какие-то дикие пошлости, так еще и неправильно).

3. Язык СМИ должен быть понятен. Некоторые художественные образы слишком сложны для употребления в СМИ. Это надо учитывать. Но это не значит, что нужно совсем отказываться от метафор или эпитетов. Все должно быть в меру. Главное – простым и ненавязчивым способом воспроизвести в сознании аудитории «картинку».

4. Жаргонизмы необходимо использовать. Это категория языка, без которой в общении с некоторыми личностями просто не обойтись. И потом, в некоторой степени жаргонизмы тоже являются средством художественной выразительности.

5. Заимствований очень много. Но их употребление в 80 % не обосновано. И большая часть этих заимствований никогда не сможет адаптироваться в нашем языке.

6. Это нужно, но, естественно, дозировано. Не стоит перегружать текст умными словами, рассчитывая на среднего читателя или слушателя. Даже научный трактат можно преподнести простым языком и вполне доступно.

7. Недопустимо. Ее и так везде полно. Кроме того, журналистика и так уже не является престижным занятием: нам перестали верить, нас перестали уважать, нас называют «продажными». Журналистика больше не делает мир лучше, она скорее показывает нашу жизнь во всей грязи. А используя ненормативную лексику, мы опустимся еще ниже.

8. Наш язык очень любит варианты нормы (например, слово «свекла»). Поэтому такое нетрепетное отношение к правилам. Плюс – неграмотность, невежество. Много ошибок журналисты делают в ударениях слов: звонит, договор и т. д. Часты ошибки в длинных сложных предложениях, когда мысль расплывается и подчинительная связь между словами нарушается (падежи, множественное число слов).

9. Не могу сказать. Зависит от издания. Качественные из-

дания – хорошо влияют, тем более что они просто дублируют свои печатные издания. Молодежные издания – просто беспросветная убогость (и тематически, и стилистически).

10. Никак. На данном этапе нашего развития это невозможно. Языковые новшества мы уже не усваиваем. Это просто лишняя трата времени и денег. Некоторые вещи понять нельзя, а выучить просто невозможно. Единственный выход – журналисты с врожденной грамотностью. Научить правильно писать и говорить практически невозможно, а все время сверяться с книгой никто не будет.

# Оксана Зотикова

Журналист, журнал «Коммерсант Власть»

1. Современным русским языком принято считать язык, дошедший до нас со времен Пушкина, однако за этот длительный период наш язык успел измениться, претерпеть некоторые преобразования. У Пушкина в «Евгении Онегине» мы можем найти массу варваризмов, а также заимствований из другого языка. Сегодня это явление активно развивается. Вместо привычной шапки звучит *капор*, вместо макарон с сыром – ризотто, вместо светильника – *бра* и т. д. Мы уже не замечаем, как берем некоторые слова из других языков и приспособливаем к нашей российской почве.

2. Все зависит от направленности издания. Современные СМИ четко знают свою аудиторию. Журналисты молодежного издания «Молоток» отнюдь не безграмотны, а приспособляются к разговорному языку своей аудитории. Что делать? Стараться повысить культуру тех, кто читает подобные издания, за счет употребления более правильных слов? Однако кто даст гарантию, что аудитория не переключится на новое издание, насыщенное жаргонизмами, аргю и т. д.?

3. Метонимия и метафора, аллегория и сравнение – все это часто мы видим и слышим даже на молодежных каналах. Сейчас в моде говорить витиевато, а подчас – следить

не за смыслом, а за художественностью. Так, например, слово «брутальный», имеющее негативную окраску, было произнесено одним ведущим в качестве положительной характеристики выступающего певца.

Чем отличается публицистика от художественной литературы? Ответить на этот вопрос сможет лишь тот, кто объяснит, чем отличается писатель от журналиста. И тот и другой прежде всего должны уметь излагать понятно и красиво свои мысли. Но писателю важно донести свою точку зрения до читателя, а журналист, наоборот, должен казаться беспристрастным.

4. Нет, не использую.

5. Они необходимы в профессиональной лексике, в научной лексике, а также для терминологии.

6. Если это издание специализируется на данной тематике, почему нет? Везде важна уместность. Любой термин можно доступно объяснить широкой публике.

7. Нет, СМИ не должны пропагандировать плохое. Это кодекс журналистской этики.

8. Чаще всего в журналистских текстах появляется лексическая избыточность. Эту ошибку допускают журналисты, старающиеся как можно более подробно, досконально и занудно объяснить ситуацию. Поэтому они используют слова, которые вместе составляют грубейшую ошибку. Иногда в текстах появляется тавтология, беда всей пишущей братии. Редки такие ошибки, как контаминация, чаще встречающи-

еся у телевизионщиков.

9. Любые СМИ влияют на речевую культуру. Интернет-издания влияют на наше визуальное восприятие: мы запоминаем ошибки, которые потом тиражируем в массы.

10. Никак. Это дар от Бога.

# Евгений Зырянкин

**Газета «Спорт день за днем», шеф-редактор;  
специальный корреспондент «Спорт-экспресс»**

1. На мой взгляд, современный русский язык – живая, динамично развивающаяся субстанция. Он регулярно прирастает различными словообразованиями, заимствованиями, неологизмами. В то же время язык – в первую очередь разговорный, но в определенной степени и литературный – упрощается. Возможно, это связано с убыстрением жизненного ритма людей, внедрением в их жизнь современных технологий, склоняющих к использованию в общении минимального словарного запаса. Другой причиной, как мне кажется, служит определенная умственная лень и даже общее снижение уровня культуры речи среди населения, в первую очередь молодежи. Активно обживаются в языке криминальный, «блатной» жаргон и популярный среди юного поколения так называемый интернет-сленг.

2. Язык современных СМИ ушел от прежней казенщины, но в то же время растерял былое искусство слова, поиска точной фразы. Сегодня в ходу шаблонный набор информативных словосочетаний, причем он используется без разбора, где попало: и в короткой новостной заметке, и в объемном аналитическом материале, и в авторском тексте с претензией на очерк. То же – на телевидении, в онлайн-СМИ.



С чем это связано? С одной стороны, с общим снижением профессионального уровня работников СМИ, с другой – с повышением интенсивности их работы, не позволяющей порой потратить драгоценное время на «отточку» выражений. В идеале же язык СМИ – богатый и разнообразный, подчеркивающий жанровую принадлежность журналистского материала и в то же время не мешающий читателю/зрителю/слушателю постигать освещаемую тему. Увы, в наши дни этот идеал вряд ли достигим.

3. В аналитических статьях всегда найдется место точной метафоре, синекдохе, даже гротеску, для усиления эффекта восприятия в ходу рубленые фразы и экспрессивная лексика. В печатных интервью – точная передача нюансов разговорной речи интервьюируемого. И многое другое, что может быть подвластно талантливому перу. Язык публицистики в сравнении с художественным менее метафоричен, зато более сух и информативен; публицистический текст далеко не всегда предполагает развитие сюжета от завязки к кульминации и развязке, выстреливая порой в первой строке главной мыслью и постепенно угасая к окончанию.

4. В языке интернет-изданий нет чего-либо более предосудительного, нежели в языке глянцевого журналов или развлекательных телеканалов. А вот упомянутый мной выше интернет-сленг оказывает на культуру речи сугубо негативное воздействие. Почему? Я попытался ответить на этот вопрос в первом пункте.

5. Положительное – в том случае, если их использование оправданно. Вполне допустимы такие слова как, например, «маркетинг» или «промоушен» – они лаконичны, точны и понятны для аудитории. В то же время использование заимствованных речевых оборотов наподобие «о'кей», на мой взгляд, в СМИ недопустимо.

6. Если они рассчитаны на подготовленную аудиторию – как вполне естественное и положительное явление. В противном случае бравирование терминами ничуть не лучше, нежели использование элементов интернет-сленга, заимствованных речевых сорняков и даже жаргона.

7. Использую в том случае, если это требуется для экспрессивной окраски текста. Отвожу им роль московской регистрации, которую иногда приходится доставать из штанов и показывать.

8. В общедоступных СМИ – только в исключительных случаях как вариант ярко выраженной негативной лексики автора – и с обязательной шифровкой многоточием. Почему я не считаю это абсолютно недопустимым? Наверное, потому, что отношусь к ненормативной лексике как к определенного рода энергоносителю, способному взбудоражить аудиторию и одновременно выразить истинное, не оплетенное в словесную вязь отношение автора к тому или иному предмету речи. Иногда также допустима, на мой взгляд, «игра на грани фола». К примеру, заголовок одной из моих заметок в дни чемпионата Европы-2004 звучал «Немцев послали

нах... хаузе». Не вижу в этом чего-то предосудительного.

9. Низким уровнем культуры речи – чем же еще?! С ходу припомнить что-то конкретное не могу, поскольку память на глупости у меня короткая. Но могу заверить, что с «загибами» сродни знаменитому «Проезжая станцию, у меня слетела шляпа», приходится сталкиваться постоянно.

10. Боюсь, что никак. Для этого должна повиситься, в первую очередь, культура самого общества. А следом пойдет в рост качественный уровень профессиональной подготовки журналистов, в том числе повышение культуры их речи. Что же касается всего общества, то культура речи воспитывается с детства. Где бы только отыскать такое количество правильно говорящих воспитателей...

# Александр Кабаков

Писатель и публицист, председатель жюри премии «Русский Букер-2006», в 2015 г. – главный редактор журнала «Саквояж СВ»

1. То, что мы, мое поколение и поколение до меня, привыкли считать русским языком, приближается к своей смерти. Это процесс убийства языка начался еще с 1917 года, когда была проведена реформа орфографии. Теперь у нас нет того романа «Война и мир», каким его видел Толстой. Название «Война и мир» из-за этой реформы стало пониматься как военное и мирное время, тогда как Лев Николаевич имел в виду войну и вселенную. Знаете, как в английском, где два эти понятия обозначаются разными словами peace и world. У Толстого была «War and World», а реформа превратила название в «War and Peace».

Окончательно убить русский язык в 1917 не удалось, поэтому процесс продолжался с появлением советского языка. Он состоял из языка малограмотных людей плюс множества профессиональных жаргонов. Это язык фактически вытеснил русский. В результате чего недавно я прочел у одного приличного писателя слово «пошил», в русском языке нет такого слова, зато оно было в жаргоне мастеров советских ателье индивидуального пошива. Еще пример: нельзя писать и говорить «более-менее», потому что правильно «более или

менее». Попробуйте, найти мне сегодня хоть одну газету или один канал, где писали или говорили бы в соответствии с литературной нормой.

Последний удар сокрушил русский язык в начале 1990-х годов. Причем этот удар был не со стороны англицизмов и молодежного и криминального сленга, как принято опасаться, а со стороны опять же малограмотных людей. Сленг, пусть даже и состоящий из лексики преступников и заключенных, остается русским по своему синтаксису и конструкциям. А вот малограмотность оправдать нельзя. Когда в телевизионных новостях стало нормой говорить «теперь мы расскажем на тему о...», становится понятно, что удар был смертельным.

2. Язык СМИ я оцениваю так же, как и русский язык вообще. В этом плане СМИ даже впереди. Что касается идеального языка газеты, то не думаю, что такое вообще возможно. В идеале газета должна говорить на том же языке, что и ее читатель. И если читатель сегодня малограмотный, такой же, по логике, должна быть и газета.

3. Средствами? Судя по сегодняшним СМИ, это сленг и более или менее ловкое использование языковых знаков новой реальности. Также очень действенным средством выразительности можно назвать такой прием, как несобственно-прямая речь, – это не прямая речь персонажа, а та лексика, которой бы пользовался описываемый персонаж. То есть когда про бандита пишут бандитским языком. Например, «в

смысле, типа, конкретный по жизни пацан» – понятно, о ком идет речь.

Думаю, что хороший язык публицистики не должен отличаться от хорошего языка художественной литературы.

4. Использую в том случае, когда пишу несобственно-прямой речью персонажа, о которой я говорил выше. Что касается меня лично, то мне жаргонизмы не нужны, я знаю много других слов.

5. Ничего с этим не сделаешь и в СМИ, и в устной речи. Я, например, не считаю, что слово «сэндвич» чем-то лучше слова «бутерброд». Дело в том, что часто слова заимствуют, чтобы описать то понятие, которого просто раньше не было в жизни. «Дилер», «брокер» – это не страшно, потому что исконно русских таких понятий не существует.

6. Отрицательно. Я считаю, что в СМИ должны писать преимущественно на понятном и общедоступном языке без профессиональных терминов. Хотя, конечно, если перед нами журнал «Вопросы микрокомпьютеризации», удивляться и возмущаться наличию специальных слов в нем не стоит.

7. На сегодняшний день принято в периодике мат заменять точками, а в художественной литературе не заменять. Это сегодняшний уровень свободы слова. В зарубежных странах, где мат не так узко физиологичен и груб, его употреблять разрешено. Думаю, у нас такая же тенденция. Допустимо ли его употребление в СМИ? Трудно сказать, но поскольку оно абсолютно допустимо в жизни, – сейчас улица

звучит по-другому, чем 20 лет назад, то, скорее всего, скоро станет допустимо. Мат легализуется, и ничего с этим не сделаешь.

8. Примеры ошибок журналистов можно приводить бесконечно, я теперь все уже и не упомяну. А объясняется это демократией. Что такое демократия? – власть демоса, народа. А что такое народ? Помните, когда вы учились в школе, кого в классе больше всего было? Троечников. Народ в большинстве своем – это бывшие троечники. В школе они знали русский язык на тройку. Какая же литературная норма при власти троечников?

9. Помните все, что я говорил вам про смерть языка? Неудачные реформы, жаргоны, малограмотность. Интернет – это квинтэссенция всего вышеперечисленного. Русской литературе принесло чудовищный вред несколько явлений. Два самых страшных из них – появление в ряду авторов бывших пэтэушниц, вышедших замуж за Рублевку, во главе с Оксаной Робски, и Интернет. Интернет добивает уже смертельно раненный русский язык.

10. Да черт его знает... грамотных на работу принимать. Да тогда ведь работать будет некому.

# Роман Кареев

Журналист, агентство *apn.ru*

1. Актуальными сточки зрения всепобеждающих тенденций – повсеместное упрощение (сужение лексикона) русского языка, наполнение его заимствованиями и «международными неологизмами» (словами, связанными с процессами глобализации и развития массовых коммуникаций – *блог, рейдер, кул и пр.*). В целом тенденция негативная, но стоит отметить, что для русского языка заимствование было почти всегда распространенной тенденцией. Исходя из этого его текущее состояние – активная трансформация, отягощенная вульгаризацией.

2. Все более грубый, упрощенный и некачественный. Экономия многих СМИ на персонале, связанном с коррекцией, а также снижающийся уровень образования и знаний выпускников ВУЗов приводит к валу ошибок в СМИ (особенно в интернет-СМИ, спецификой которых является повышенная скорость производства материалов), причем как описок и дефектов, связанных с неправильным переводом первоисточника, так и исторических, логических и пр. смысловых ошибок.

3. Язык публицистики – в идеале краткий и выразительный, насыщенный (максимум информации на заданный объ-



ем знаков), в зависимости от стиля – иногда эмоциональный, юмористический. Язык художественный литературы – наполненный образами, иносказаниями, информация здесь зачастую уступает место образам, способным пробудить воображение читателя. Выразительность языка на телевидении и радио зависит даже от интонаций голоса ведущего. А вообще – все зависит от редакционной политики – подбор авторов материалов и пр.

4. Преимущественно деградационное. Вводит моду на упрощения, сокращения, использование маркирующих слов (своего рода паролей, выражающих принадлежность к определенным сообществам, – например, знаменитое *превед*), презрение к пунктуационным нормам. Также обогащает язык иностранными заимствованиями и «международными неологизмами».

5. Неоднозначное. Скорее отрицательное, но ряд слов действительно не имеют удобных аналогов в русском языке, и поэтому их использование можно считать обоснованным.

6. Для специализированных СМИ, предназначенных для узких профессионалов, – это скорее плюс, для ориентированных на массового читателя – однозначно минус. Не со словарем же в метро газету читать...

7. Да, использую, но только когда делаю материалы для подготовленной для этого аудитории. Иногда, правда, даю слабину и вставляю их для красного словца и для своего рода «форса» – показать себя как модного и продвинутого ав-

тора.:)

8. В зарегистрированных СМИ – нет. Эта точка зрения уже хорошо пояснена в действующем законодательстве РФ. В собственных блогах и дневниках солидаризируюсь с личными мотивами и наклонностями автора.

9. Падающий уровень образования, вульгаризация речи масс, желание автора выглядеть более грубым, brutальным и агрессивным, чем он есть в реальности.

10. Ни в коем случае не запретительными мерами. Повышением уровня образования и негативной реакцией аудитории и групп влияния в СМИ. Тех, кто создает тенденции. То есть попытаться сделать модными СМИ с чистым, красивым и объемным русским языком.

# Александр Карягин

**Фотограф и контент-менеджер журнала «Наш Локо»**

1. Думаю, что язык в полной мере отражает нашу действительность. По-иному и быть не может. На мой взгляд, разговорный русский сейчас примитивен и убог, как вся наша страна в целом. Развивать язык попросту некому, так как молодежи достаточно лишь нескольких фраз, чтобы выразить все то, что с ними происходит.

2. Здесь всё зависит от уровня СМИ, его репутации. Общий средний уровень низок. Сказывается тот факт, что все большую популярность у населения приобретают электронные издания. Чистота языка в связи с этим утрачивает свою актуальность и на первые роли выходит оперативность изданий. Образцовым для меня в смысле стилистики речи является канал «Культура», идеальный по всем показателям.

3. Сложно описать, здесь все на уровне ощущений. Бывает и слова правильные, а не «цепляет». Так что выразительность языка изданий достигается талантом журналистов, легким, ироничным (с каплей здорового цинизма) отношением к жизни и описываемым событиям. Язык публицистики отражает сегодняшний день таким, какой он есть, и языком сегодняшнего же дня, желательно без вымыслов. В художественной литературе вымысел играет более существен-

ную роль.

4. Конечно, ведь без них язык становится пресным и официальным. Отвожу роль специй, которые добавляются по вкусу.

5. Все хорошо в меру. Есть области, где без этого не обойтись. Опять же – вопрос вкуса того, кто заимствует.

6. Ну если без них никуда, куда же деваться? Есть темы, для полного раскрытия которых это необходимо. Кроме того, есть специализированные СМИ. Там уж сам Бог велел.

7. Лучше все же обойтись без этого. Мне кажется, это признак дурного тона. Нормальные люди этого не оценят, отщепенцы – да!

8. Тем, что русский – довольно сложный язык. Журналистика же становится делом молодых, для которых соблюдение правил не является нормой.

9. Отрицательно, быстро – не значит качественно. Хотя в любом правиле есть исключения.

10. Думаю, никак. Всегда будут профессионалы и ремесленники, люди со вкусом и бездари. Просто надо тщательнее подходить к выбору изданий, которые читаешь.

# Любовь Ковалева

## Корреспондент журнала ТВ-ПАРК

1. Я считаю, что развитие русского языка идет своим чередом. С одной стороны, огромное влияние на него оказывает интернет-культура: люди, привыкшие к сокращениям и текстуальным выражениям эмоций, несут это в язык. С другой стороны – в среднем люди стали намного меньше читать и использовать в работе текстовые редакторы, поэтому уровень грамотности снижается. Назвать эти процессы положительными нельзя, но они укладываются в логику развития мировой цивилизации.

2. Язык современных СМИ разнообразен. Он отличается в зависимости от тематики, задач и направленности издания. Существуют огромное количество газет, журналов, радиостанций, уровень которых оставляет желать лучшего. Но они и рассчитаны на людей, которые, мягко говоря, не претендуют на академичность. Но есть и качественные СМИ, причем с каждым годом их количество увеличивается. Язык этих изданий не вызывает никаких нареканий. Идеального языка для СМИ быть не может: условия диктует рынок.

3. Грамотностью и четкостью формулирования своих интересных идей. Язык публицистики отличается от языка художественной литературы как мгновенная спекуляция и дол-

госрочное инвестирование. Если у автора есть желание и возможность формулировать свои мысли развернуто, он может использовать всю палитру возможностей языка. Если нет – он должен просто быть краток и понятен.

4. Имея опыт работы на телевидении и в печатных СМИ, никогда не использовала жаргонизмы, ничего не могу сказать по этому поводу.

5. Положительно-нейтральное. За счет этого язык получает возможность оперативно реагировать на развитие различных сфер человеческой жизнедеятельности.

6. В определенных ситуациях разъяснение каких-либо обстоятельств без упоминания терминов невозможно, но ими нельзя злоупотреблять, иначе зритель-читатель не воспримет информацию (или посчитает программу/ статью слишком заумной) и переключит свое внимание на что-то более интересное.

7. Допустимо только в формате «запикиванья», от лица героев, не журналистов!!!

8. Таковых много, в памяти сейчас нет...

9. На мой взгляд, никак, ведь даже в Интернете можно столкнуться с серьезными, хорошо отредактированными, ярко написанными текстами.

10. Культура общества косвенно зависит от того, что оно видит, слушает и т. д., поэтому в руках журналистов основной козырь – правильная с точки зрения отбора фактов, грамотная подача материала.

# Дмитрий Коваленин

**Переводчик-японист, востоковед, журналист, писатель, автор книги «Коро-коро», лауреат литературной премии «Странник»**

1. Сегодня русский, как и большинство других языков, стремительно «оцифровывается». Лишаясь бумажно-печатной базы, он, с одной стороны, становится мобильнее и «операбельнее»: сегодня любой нужный кусок текста, удачную фразу, если они выражены в цифре, мы вольны практически сразу, не записывая и не заучивая наизусть, использовать в дальнейшем персональном языкотворчестве. Это, несомненно, позитивный процесс, позволяющий усилить метафоричность речи, повысить «визуальность» каждой отдельно взятой мысли. С другой стороны, не все из адептов «бумажного» языка поспевают за этим процессом, да и среди «цифровых» авангардистов каких-либо новых правил пока не выработано. В итоге мы вынуждены наблюдать резкий антагонизм между теми, кто говорит правильным, классическим языком, но слишком медленно формулирует свои мысли, чтобы удерживать внимание аудитории, – и теми, кто нарушает все мыслимые правила, но умудряется высказать за пару строк больше, чем его оппонент за целую страницу. Истина, понятно, где-то посередине. Но сам этот зазор сегодня, по-моему, велик как никогда.

2. На мой взгляд, язык современных СМИ пока еще слишком безлик. В любой крупной стране периодика имеет по нескольку изданий-корифеев, задающих тот или иной лингвистический стиль: язык «Ньюсуик» – это не язык «Таймс», хотя оба и грамматически, и стилистически, в общем, достаточно безупречны. Видимо, не в последнюю очередь такой эффект обеспечивают профессиональные, высококачественные редакторы, которых у нас, увы, в последние годы практически не осталось. В целом же «идеальный язык» – это индивидуальный язык каждого отдельного издания. Без нарушения общих правил, само собой. И не дай Бог им всем снова стать одинаковыми.

3. Я бы не разделял. Чем больше художественной выразительности будет в публицистике, тем лучше для публицистики. А там, глядишь, и сама эта грань между ними сотрется за ненужностью.

4. Да, конечно. Ту, для которой они и нужны: акцентуационно-экспрессивную.

5. Конечно, если по-русски можно сказать то же самое, но короче – предпочитаю русский. Поэтому нужно всегда знать перевод: «бутерброд с маслом (как и без)» – языковой абсурд. Однако с водой нельзя выплескивать и ребенка: некоторые заимствования означают не совсем то, что их русский буквальный эквивалент. К сожалению, не все это понимают. «Куски мяса в тесте» в зависимости от региона изготовления могут быть и сибирскими пельменями, и бурятскими манта-



ми, и китайско-японской гёдзой, и татарской самсой, и украинскими мясными варениками. Смысл один, а вкусы разные. О пикантной разнице между «шавермой» и «шаурмой» я даже не говорю.

6. А как Вы оцениваете сам термин «СМИ»? Он ведь тоже, красавец, не с потолка появился. Теперь вот народ и матерится, но использует, куда деваться.

7. Если это нужно – почему нет? И что тут, собственно, пояснять? Кто допускать должен? И по какой лексической норме? Слава Богу, это уже вопросы отношений конкретных СМИ с конкретной властью, но не проблемы языка как такового.

8. Тем, что добрая половина из этих журналистов не формулируют свои мысли сами, а занимаются «рерайтингом», или передиранием текста из языков с принципиально другой грамматикой. В результате мы получаем нечто среднее между механическим бредом программы-переводчика без какой-либо редакции – и жалкими попытками выглядеть круто при полном цейтноте. Примеры повсеместно, особенно в «поточных» новостных лентах.

9. См. ответ на 1-й вопрос.

10. Не запрещать библиотеку Мошкова, в первую очередь. И все, что это повлечет за собой.

# Максим Ковальский

**Креативный директор в ИД «Коммерсантъ»**

1. Состояние современного русского языка – объективный факт, непонятно, как его оценить. Это все равно что спросить, как вы оцениваете климат России. Какой есть климат – такой и есть. С другой стороны, у языка существуют определенные свойства, их отметить можно. Например, консервативность. Читая Пушкина, то есть произведения, написанные почти 200 лет назад, мы их понимаем. Язык за этот достаточно долгий срок не изменился до неузнаваемости. Также, смотря новостной сюжет из, скажем, Владивостока, – города, расположенного от Москвы дальше, чем Париж или Берлин, мы прекрасно понимаем местного корреспондента. Он, несмотря на расстояние, говорит на том же русском языке, что и москвичи. Если и есть различия в диалекте, то они минимальны. Этот факт, мне кажется, также свидетельствует о консерватизме русского языка.

Что касается актуальных процессов в русской речи, то, думаю, все они связаны с миграцией. Сейчас в Москву приезжает огромное количество людей из ближнего зарубежья – Украины и Белоруссии. Они говорят по-русски, используя интонацию и фонетику своего языка. Для украинцев, например, характерно редуцирование гласных. Оставаясь жить

в Москве, они продолжают говорить на украинский манер. В итоге русскоговорящие молодые люди, дети перенимают этот говор. Таким образом появляется актуальное явление в современной русской речи – суржик.

2. Язык СМИ не особенно отличается от языка рядовых носителей. К тому же в СМИ далеко не всегда работают только профессиональные журналисты. Но если коротко его определить, то это чудовищный русский язык. Причем хуже всего дело обстоит с теле- и радиожурналистами. Это легко объяснить: то, что говорится в прямом эфире, нельзя поправить, нет возможности для работы редактора и корректора. Но, несмотря на все объяснения, потрясают радиоведущие, не способные правильно склонять числительные. Например, загадочную дату «двухтысячепятный год» я слышал уже несколько раз.

С другой стороны, не стоит думать, что процесс упрощения и изменения лексики происходит в языке впервые. Прочитав дневники Корнея Чуковского, видишь, что в его время «радио» всегда употреблялось исключительно в мужском роде, а сегодня это слово среднего рода.

Идеальный язык СМИ? Трудно сказать, что значит идеальный. Наверное, проще привести примеры языка, наиболее близкого, по моему мнению, к идеальному, чем попытаться объяснить. В издательском доме «Коммерсант» таким языком обладает Григорий Ревзин. Он пишет понятно, просто, но в то же время не малограмотно.

3. Если под средствами подразумеваются литературные тропы, то у каждого автора свой набор используемых средств. Перечислять все средства выразительности языка, которые в свое время выделили древние греки, будет слишком долго и скучно. К тому же этот список уже давно составил французский ученый Бернар Лами. В его книге упомянуты почти все существующие тропы. Журналисты часто используют эти речевые фигуры, даже не зная их названия. Например, часто употребляемый в газетных заголовках хиазм («Власть тьмы и тьма власти») или встречающаяся в основном тексте зевгма («Мы пили чай с сахаром и с удовольствием»).

Отличие языка публицистики от языка художественной литературы определяется мотивацией читателя. Человек читает книгу, потому что хочет ее прочитать, потому что он любит проводить свое свободное время за чтением книги. Газеты же и журналы читают люди, в принципе не склонные к чтению. Вместо газеты он с таким же успехом может потратить время на телевизор, прогулку, поход в магазин. Мы, журналисты, по сути, заставляем, провоцируем читателя взять наш продукт. Когда автор пишет книгу, он приводит текст в соответствие со своим стандартом, журналист же должен основываться на стандарте среднего гипотетического читателя. Поэтому язык СМИ должен быть понятен, логичен, увлекателен. Автору книги нелогичность и монотонность простят, а скучную и непонятную газету просто вы-

бросят.

4. Я использую все богатство русского языка.

5. Меня они не смущают. В русском языке более 70 % слов заимствованы. Я не ратую за так называемую чистоту языка, то есть полный отказ от иностранных слов. Гораздо более серьезное значение я придаю заимствованным конструкциям. Слово – капля в море, сегодня оно есть, завтра язык его выкинул. А вот синтаксическая конструкция организует нашу речь. Если мы заимствуем слово «киллер» из английского языка, мы получаем еще один синоним русскому слову, описывающему уже определенный род деятельности. Если же мы заимствуем «бизнес-план», мы получаем новое понятие. Русскоговорящий человек начинает думать английскими категориями, составлять свою речь из конструкций, принятых в английском языке. На мой взгляд, такое заимствование намного опаснее для развития языка.

6. Важно, о каких СМИ идет речь. Бывают профессиональные СМИ, например журнал для рыболовов. Он рассчитан на аудиторию, интересующуюся рыбалкой и знающей все специальные термины. Совсем по-другому присутствие профессионализмов оценивается в общественно-политических журналах, где читатели не обязаны знать специальную лексику. Появляется вопрос уместности. Скажем, уместно ли говорить с русским человеком по-китайски?

Приведу пример из своей редакторской практики. Это было около десяти лет назад, наше издание называлось тогда

«Коммерсант-Weekly». Я отредактировал заметку, перенасыщенную терминами по добыче алюминия, и попросил автора заменить их более доступными словами. Он стал спорить со мной и отказываться, говоря, что без профессионализмов получится неинтересно и тривиально. В конце концов он сказал гениальную фразу: «Тот, кто хотя бы два года занимался алюминием, с легкостью это поймет». В том-то и дело, что заметка пишется для тех, кто никогда не занимался алюминием. Автор текста забыл свою задачу – доступно объяснить непрофессионалу специфические детали.

7. Изъясняться такой лексикой, конечно, недопустимо. Мат и другая ненормативная лексика должна быть использована уместно. Когда человек упал и ударился коленкой, будет даже странно, если он не выругается, но если он пишет заметку в газету, от него ожидают совсем другой лексики.

Другой вопрос – цитирование. Чтобы передать особенности определенной личности, особенно если эта личность настаивает на сохранении ее речи, то почему бы и нет? Подтверждение тому – недавний текст в газете «Коммерсант», где напечатали цитату главы холдинга «Проф-медиа» Рафаэля Аكوпова с охранением оригинальной ненормативной лексики.

Если говорить не о мате, а просто о грубой лексике, то, думаю, в некоторых случаях ее необходимо употреблять. Таких случаев немного, но они есть. Например, какое-то время назад генерал Альберт Макашов сказал грубую фразу, что-то

вроде «мы еще покажем этим жидам и поссым им в окошки». Его высказывание, естественно, оскорбило представителей еврейской нации, на Макашова подали в суд. Дело решилось в пользу генерала. На следующий день после вынесения решения в «Коммерсанте» вышел текст с заголовком «Макашов может ссать спокойно». Таким образом газета охарактеризовала ситуацию и косвенно выразила свое отношение к делу.

8. Объяснить многочисленные нарушения языковой нормы просто – не все способны чувствовать язык, не каждый журналист, к сожалению, владеет языком настолько, чтобы без ошибок высказать свою мысль.

Думаю, здесь даже важнее говорить не о нарушении, а о самой языковой норме. Сегодня установить эту норму – проблема. Недавно коллега попросил меня купить ему орфографический словарь. Я пришел в книжный магазин и нашел там 9 разных словарей. Решил проверить их по слову «первобытнообщинный». По правилу постановки дефиса, которое изучают в пятом классе средней школы, это слово пишется слитно. Когда я просматривал словари, однозначной нормы употребления этого слова не было: четыре словаря предлагали написать слитно, пять – через дефис. Вопрос: как выбрать орфографический словарь?

Примеров стилистических ошибок я могу привести массу, потому что уже собрал из них коллекцию:

«Она показала, как в теле, далеко от идеалов женской

красоты, могут жить замечательный талант и тонкая душа»;

«...очаровательная Светлана Аджубей, в некотором смысле внучка Никиты Хрущева»;

«Уход г-на Жабоева с капитанского мостика на больничный лист не мог не иметь последствий»;

«У Солдатовой родились пластиковые плащи, мягкие желто-голубые шляпы, прозрачные пиджаки»;

«Специалисты считают, что поджог леса в труднодоступном месте и в то же время в двух местах совершен злоумышленниками».

9. Язык Интернета – это записанная разговорная речь. Поэтому вряд ли язык интернет-изданий как-то принципиально меняет уже сложившуюся устную норму. Если говорить о распространенном сегодня языке «падонков», то он, по крайней мере, не оригинален. Потому что такая игра – заменять глухие согласные парными звонкими и наоборот – существует уже много веков. В некоторых случаях выражения типа «превед, медвед» и «аффтор жжот» выглядят забавно и уместно, но когда человек полностью переходит на «падонковский» язык, возникают сомнения: а может ли он говорить правильно, знает ли он литературную норму?

10. Журналистов? Думаю, никак. Нельзя сделать взрослого сформировавшегося человека более грамотным или неграмотным, чем он есть.



# Андрей Колесников

Специальный  
«Коммерсантъ»

корреспондент

ИД

1. Это состояние можно было бы назвать плохим. Но мы должны учитывать естественное развитие языка, превращение жаргонизмов и слов и выражений, не очень чистых с точки зрения классических учебников Д.Э. Розенталя, в нормативные понятия. Вполне очевидно, что язык – живая материя. И то, что еще вчера казалось неприемлемым, сегодня вдруг оказывается нормой.

Но, несмотря на это, мне кажется, в русском языке заложена определенная стойкость. Помню, когда я учился на факультете журналистики МГУ, уже тогда преподаватели недовольно говорили, что слово «кофе» часто употребляют в среднем роде, что неправильно. Сегодня, спустя почти 20 лет с того момента, по литературной норме слово «кофе» по-прежнему мужского рода.

Другой вопрос, что, судя по внешним наблюдениям, падает общая культура, а значит, и уровень банальной грамотности. Люди меньше читают – и это тоже влияет на общее состояние современной российской языковой культуры.

2. Если падает общая языковая культура, вместе с ней все более ущербным становится и язык современных СМИ. Здесь происходят процессы, схожие с теми, что я описал

в ответе на первый вопрос. В 1990-е годы сформировался новый язык современной деловой и политической прессы. Нормой стало то, что раньше могло бы показаться диковиным.

Проблема в том, что в массовых, таблоидных, некачественных печатных и электронных СМИ слишком много случайных, а значит, непрофессиональных людей. И здесь уровень языковой культуры падает. Однако в качественной прессе, где селекция журналистов и редакторов более жесткая, где по-настоящему работают корректура и бюро проверки, языковая культура находится на высоком, а иногда и на очень высоком уровне.

Не существует общего «языка современных СМИ». Даже в одном и том же издании журналисты пишут на разных языках СМИ. Например, тот русский язык, на котором пишу я и еще несколько человек в «Коммерсанте», отличается от того русского языка, на котором пишут, скажем, авторы делового блока. Похожая ситуация, но еще более печальная, кстати, сложилась в газете «Ведомости». Я бы даже не решился назвать русским тот язык, на котором они пишут. Люди научились складывать кубики из комментариев экспертов и из достаточно ограниченного набора стандартных слов.

А идеальный язык один – и СМИ и всех остальных, его пример – «Капитанская дочка» Пушкина.

3. Все перечисленное – это текст. Только текст разного функционального назначения. Профессиональному тексто-

вику в принципе должно быть безразлично, что он пишет, — речь политику, заметку в информационный «стакан» в газете, радиоскрипт или авторскую колонку. Просто изготовление каждого из видов текста подчиняется своим правилам, которым нужно неукоснительно следовать.

У каждого журналиста свой набор. Раньше я часто заглядывал в словарь синонимов, но сегодня мне это уже не нужно. Набор средств для выразительности языка меняется в зависимости от опыта автора.

В идеале язык публицистики ничем не должен отличаться от языка художественной литературы. Ведь какой первый признак литературного языка? Доступность. А доступность рождает заинтересованность читателя. Если бы деловые новости были бы написаны языком «Капитанской дочки», то есть доступно и интересно, я бы их читал.

Другой вопрос, что не каждый журналист-информационщик в состоянии написать талантливую колонку. А яркий колумнист не всегда способен написать обычную информационную заметку. То же и с писательским мастерством: есть множество примеров, когда из журналистов рекрутируются недурные писатели. И наоборот. Хотя второе случается реже: в журналистике слишком много чисто ремесленных ограничений.

4. Использую общепринятые в политической и деловой прессе жаргонизмы. Обычно заключаю их в кавычки в своих и редактируемых мною текстах. Считаю, что злоупотреблять

ими не следует.

5. Такое же, как и к жаргонизмам. Многое зависит от целевой аудитории издания. Если это качественное издание, ориентированное на образованный и адаптированный класс, то употребление таких слов более или менее оправдано. Хотя иной раз до меня не сразу доходит смысл некоторых слов. Например, я только со второго раза понял в колонке одной из «коммерсантовских» дам, что такое «тишотка». Есть ощущение, что иные издания злоупотребляют словами и понятиями, доступными весьма узкой аудитории. Происходит, выражаясь этим языком, «овердоз». Если вы меня правильно поняли...

Если журналист использует слишком много заимствованных слов, то у него явная проблема с авторскими средствами выразительности языка, о которых мы говорили выше. Поэтому мое отношение к ним – отрицательное.

6. Все чаще и чаще ловлю себя на том, что журналисты разучились внятно объяснять читателю, о чем, собственно, идет речь в их искрометных заметках. Существует некий естественный для качественной прессы уровень профессионализации письма. Но это не означает, что читатель обязан все понимать с первого раза. Журналистика – сервисная профессия. И кроме удовольствия от чтения читатель должен получать информацию. А информация должна быть понятна.

7. Считаю, что нет. Во всяком случае, в качественной

прессе. Ненормативная лексика – это способ выражения сильной эмоции. В языке печатных СМИ есть другие способы выражения сильной эмоции.

Однако на примере «Коммерсанта», который недавно напечатал прямую речь Рафа Аكوпова, я убедился, что допустимо. Что касается меня лично, то в своих заметках я стараюсь мата не писать. А вот в разговорной речи употребляю. Потому что, мне кажется, ненормативная лексика – это одно из направлений, которое обеспечивает живое развитие русского языка. Эта лексика живая – по сравнению с заимствованными словами и профессиональными терминами.

8. Отсутствием внутренней культуры автора и слабой редактурой. Уровень редактуры, корректуры, проверки определяет качество издания.

Типичные ошибки – поразительно неряшливое отношение к построению фразы и, как следствие, пренебрежение интересами читателей. Конкретные же ошибки чаще всего не типичны, а, увы, уникальны. То есть – на удивление разнообразны.

Антон Павлович Чехов как-то сказал, что «все знают, что такое отклонение от нормы, но никто не знает, что такое норма». Объяснить многочисленные нарушения языковой нормы можно тем, что мало кто сегодня знает, что такое норма. Я думаю, я тоже иногда ее нарушаю, особенно в условиях цейтнота. С другой стороны, если норм не нарушать, не получится яркого текста. Я говорю не о синтаксических ошибках.

ках, а об употреблении каких-нибудь совершенно невообразимых, непонятных и, в сущности, неправильных, но заподозренных метафор.

9. От этого невозможно убежать, как и от жаргонизмов. Интернет-культура – часть современной культуры, в том числе языковой. Но все хорошо в меру. И качественная пресса должна иметь естественные барьеры для того, чтобы не пускать интернет-жаргонизмы в избыточных количествах на страницы серьезных изданий. Для их частого употребления существуют другие места.

Когда я думал о языке блогов и вообще Интернета, где еще недавно все писали на так называемом «олбанском» или языке «падонков», я понял, что возник он из-за полной беспомощности людей, которые не смогли научиться грамоте в школе. Многие мои приятели признаются мне, что страдают из-за того, что не знают элементарных правил орфографии, – кто же знал, что появится Интернет и всем придется писать, а не говорить? Надеюсь, сейчас люди, которые учатся в школе, в средних и старших классах, к русскому языку относятся с большим вниманием и почтением, потому что понимают, что часто будут его использовать.

Так что, мне кажется, общество влияет на речевую культуру интернет-изданий, а не наоборот.

10. Улучшать качество гуманитарного образования в стране и общий уровень культуры. Многое начинается со школы. Культура чтения должна прививаться именно в этом

образовательном звене. Кроме того, журналист просто должен уметь писать. Для этого прежде всего нужен талант. А если в дополнение к таланту есть еще и образование, и привычка читать книги, и склонность к соблюдению технологической дисциплины – цены такому журналисту не будет.

О своей речевой культуре каждый заботится сам, а усилиями извне этому помочь нельзя.

# Татьяна Комарова

**Корреспондент журнала «Building Business»,  
журналист издания «Коммерсантъ»**

1. Современный русский язык, несомненно, развивается. В какую сторону – сказать сложно. Скорее, в отрицательную. Актуальны процессы упрощения, активного заимствования. Современное состояние удовлетворительное, хотя все зависит от сфер его употребления.

2. Язык современных СМИ зависит от того, какие СМИ имеются в виду. Есть ряд «приличных» СМИ, в которых русский язык удовлетворяет самым строгим нормам («Коммерсантъ», «Форбс» и др.), есть ряд СМИ с ужасным языком (желтая пресса), есть СМИ с «кондовым» языком, перегруженным штампами.

3. Весь спектр средств русского языка. Язык публицистики отличается использованием более широкого спектра выразительных средств.

4. Иногда использую, поскольку работаю в издании для профессионалов рынка недвижимости и строительства, где есть свои жаргонизмы, понятные всем нашим читателям. Соответственно, их иногда приходится использовать, просто чтобы «разгрузить» фразу, сэкономить место.

5. Зависит от конкретных слов. В тех случаях, когда есть русский аналог – отрицательно, когда он отсутствует – поло-



жительно.

6. Очень зависит от статуса и целевой аудитории СМИ.

7. Я считаю, что допустимо – но только в определенного рода СМИ и в двух случаях: 1. когда ненормативная лексика является частью художественного произведения, цитирующегося в СМИ; 2. когда это прямая цитата, искажение которой, пусть даже «смягчение», приведет к изменению смысла.

Во всех остальных случаях использование ненормативной лексики, конечно, недопустимо, потому что способствует моральной деградации общества.

8. Речевые избыточность и недостаточность, ошибки при согласовании. Нарушения обусловлены низким уровнем грамотности населения, презрительным отношением к нормам русского языка.

9. Отрицательно. Он приводит к искажению языка, делает его более примитивным.

10. Для журналистского сообщества целесообразно материальное поощрение корректоров (предположим, создание фонда, который бы премировал наиболее грамотные издания), работа этих корректоров с журналистами по объяснению ошибок. Для общества – сложно сказать. Нужна какая-то массовая кампания, которая показала бы обществу, что безграмотно говорить и писать – позорно.

# Василий Коньков

Журналист, телеканал «Россия», продюсер  
ВГТРК

1. Состояние современного русского языка вполне адекватное. Из процессов на данный момент могу выделить только проникновение лексики интернет-сообществ в разговорный язык.

2. Язык современных СМИ за редким исключением мерзок до крайности. Идеального языка не существует в принципе, ибо он постоянно развивается. Но писать/говорить надо хотя бы грамотно.

3. Сдавал. Честно сдавал. Но забыл.

4. Использую, когда это оправдано. Применяется в качестве украшения материала.

5. Нейтральное.

6. Если это оправдано, то положительно.

7. Допустимо. Если это цитата, из которой слова не выкинешь. Или если без вышеозначенного слова в материале не будет смысла.

8. Объясню повальное неграмотностью и незнанием норм литературного русского языка. Примеры привести не могу – отмечаю про себя и забываю.

9. Непонятно что Вы подразумеваете под интернет-изданиями. Если сетевые СМИ, то влияют ровно так же, как и все

остальные СМИ. Потому что язык там практически одинаков. Если же «ресурсы» a-la *udaff.com* и *bash.org.ru*, то тут комментарии излишни. Пацтулом, бугога, и все такое.

10. Никак. Пока за ошибки не будут зверски штрафовать и пока журналист не будет кровно заинтересован в грамотности своего материала.

# Елена Конькова

Редактор-эксперт журнала «Национальные проекты»

1. На мой взгляд, русский язык сейчас очень упрощается. Появляется все больше заимствованных слов, сленга. Во многом это связано с развитием интернет-культуры, появлением новых способов общения (чаты, форумы, смс и т. п.). Современный человек стремится успеть всегда и везде, следовательно, речь и письмо его становятся короче, схематичнее. Все меньше используются причастные, деепричастные обороты, сложные предложения. Современный русский язык является отражением образа и скорости жизни современного русского человека.

Здесь возникает дилемма: с одной стороны, хорошо, что он соответствует времени, с другой – в погоне за скоростью теряется его многогранность и красота, которой он всегда славился.

2. Обобщить все СМИ и дать общую характеристику их языка – тяжело, так как каждое СМИ общается на понятном и доступном языке для СВОЕЙ аудитории. Молодежные СМИ, естественно, перенасыщены сленгом.

СМИ профессиональные – зачастую заимствованными словами, профессионализмами. Идеальный язык для СМИ – это язык, на котором аудитория данного СМИ готова вос-

принимать информацию. Но здесь важно не перегибать палку.

Все-таки и сами СМИ формируют образ мышления и стиль речи аудитории. На мой взгляд, идеальный вариант – некая золотая середина. С одной стороны, это современный, понятный язык, с другой – необходимо помнить о влиянии СМИ на человека и не впадать в крайности. Цензура все-таки быть должна. И даже не тематическая, а именно языковая. Употребление нецензурных выражений, сленга, заимствованных слов, профессиональных слов в СМИ, рассчитанных на широкую аудиторию, считаю неприемлемым. Но если это узкоспециализированное СМИ, то вполне допускаю использование подобных выражений для аудитории, которая предпочитает данное СМИ и данную манеру подачи материала.

3. Средств, в принципе, множество. Опять же в зависимости от направленности СМИ. Тут могу выделить специализированные слова, близкие аудитории данного СМИ, манера письма и харизма журналиста/корреспондента/ведущего, скорость подачи материала, его стилистическое оформление и др. Публицистика, на мой взгляд, отличается от художественной литературы, во-первых, скоростью. Книга – это долговечный продукт, который будет актуален еще многие годы после выхода. Публицистика – скорее разовый. Прочитал статью, принял информацию – в дальнейшем, скорее всего, она тебе больше не пригодится. То есть, допустим, газе-

та – это информационный продукт, а книга – художественный, продукт, чтение которого приносит не столько информацию, сколько удовольствие от прочтения. Опять же стиль подачи информации в художественной литературе отличается от публицистики. Хотя в последнее время я наблюдаю, что грань становится все более размытой. Очень часто публицисты начинают заниматься написанием художественных произведений, не меняя стиль подачи информации, делая это некой «фишкой» книги.

4. Жаргонизмы непременно использую. Но опять же в рамках разумного и опять же обоснованно. Если данный жаргонизм является типичным для общения с той или иной аудиторией, то его употребление считаю уместным, т. к., во-первых, это сближает СМИ с аудиторией, вызывает у нее доверие и осознание того, что данное СМИ соответствует интересам и образу мышления потребителя информации.

5. Здесь мне придется повториться. Считаю допустимым использование заимствованных слов, если эти слова используются аудиторией этого СМИ. **НО!** Отмечу два момента:

- обилие заимствованных слов «засоряет» русский язык. Отсутствие адекватных аналогов данным словам вынуждает использовать заимствованные;

- обилие заимствованных слов, особенно профессиональной тематики, позволяет расширять границы в общении на международном уровне. Для профессионального общения это большой плюс.

6. Можно не повторяться????))))))

7. См. пункт 2

8. Вот что неприемлемо, на мой взгляд, в журналистике – это как раз стилистические ошибки (не приемы, используемые специально, а именно ошибки). Журналист является лицом СМИ, которое он представляет. И отношение к журналисту проецируется на отношение к самому СМИ. Неграмотность письма/речи журналиста вызывает у получателя информации негативную реакцию, недоверие и несерьезное отношение к СМИ. Очень часто наблюдаю ошибки в ударениях, в согласовании слов и предложений.

9. См. пункт 1

10. А что подразумевается под речевой культурой в данном случае?

На мой взгляд, использование сленга, профессионализмов, заимствованных слов, нецензурных слов для усиления речи – это не есть бескультурие, это отражение современной культуры. А вот борьба с грамматическими и стилистическими ошибками в СМИ является необходимой. Нужно проводить специальные курсы и семинары для журналистов, а также для общества. Проводить акции, посвященные общественной грамотности. Выпустить цикл программ, посвященных русскому языку, короткие рекламные ролики, в каждом из которых будет разбираться по одной ситуации правильного или неправильного употребления того или иного слова/выражения/предложения.

# Ольга Коробицына

Редактор «АиФ – 4 сезона», журналист «АиФ»

1. После распада СССР российское общество вышло на новый уровень исторического развития – с Запада на страну хлынула волна новых понятий, да и внутри в связи с многочисленными преобразованиями появились новые жизненные реалии. Это, разумеется, отразилось в языке. В лексиконе появились сотни новых слов – как заимствованных из других языков (в первую очередь английского), так и «родившихся» внутри русского языка – яркий тому пример пресловутая «перестройка». Помимо «приобретения» языком иноязычных слов, активизируется употребление уже существующих иноязычных слов. Сегодня также наблюдается сближение литературного языка с народным и смешение стилей. Даже в самом выдержанном газетном тексте можно встретить пару зубодробительных народных словечек... «Упрощение» языка чётко прослеживается и на телевидении, где даже новостные и экономические программы стали доступны и понятны широкому кругу зрителей. У медали две стороны – язык стал гибче, выразительнее, точнее, но подчас это приводит к грубости, чрезмерному употреблению жаргонизмов и банальному отсутствию культуры речи.

2. По моему мнению, язык современных СМИ очень раз-



нообразен и однозначно судить о нём нельзя. Он зависит не столько от культурного уровня журналистов, которые им оперируют, сколько от специфики аудитории издания, телеканала или радиостанции. Язык массовых газет, таких как «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», максимально упрощён. Здесь преобладает разговорный стиль, нередко встречаются жаргонизмы и просторечия. Так газетные материалы становятся понятнее среднестатистическому жителю России, не с самым высоким уровнем образованности. По личному опыту могу сказать, что, когда в «Аргументах и фактах» пишутся экспертные материалы (от имени учёных, исследователей, социологов и проч.), все мало употребляемые широким кругом людей слова заменяются на более простые эквиваленты, доступные широкому кругу читателей. И в погоне за этой упрощённостью часто теряются изящество и многозвучие, которыми наш язык так славится во всём мире. Стиль повествования в таких изданиях становится деревянным, кондовым. А подчас – просто грубым. Например, вынос на первой полосе одного из майских номеров газеты «Аргументы и факты» звучит так: «Что делать, если вас «задолбал» своим ремонтом сосед» (№ 17 (1382)). И кавычки вокруг слова «задолбал», увы, не смягчают всей «силы» этой фразы. И если в вышеперечисленных изданиях подобные слова встречаются не так часто, то газета «Жизнь» и другая жёлтая пресса подобной лексикой изобилуют. В «Коммерсан-

те», «Ведомостях», «Российской газете», «Известиях» лексика другого уровня. Здесь преобладают публицистический и деловой стиль. Жаргонизмы и просторечия встречаются только в игровой форме. Многочисленны термины и профессионализмы. И выносы, если уж мы говорим о них, звучат уже совсем по-другому: «В следующем году сумма «материнского капитала» будет проиндексирована с учётом инфляции на 7 процентов» («Российская газета», № 94 (4357)). И аудитория, на которую рассчитаны вышеперечисленные издания, беспрепятственно понимает подобные словосочетания и фразы. Подобным образом, на мой взгляд, можно разделить и телеканалы и радиостанции. Одни рассчитаны на образованную аудиторию, другие – на массовую. Такова и лексика ведущих. И если от перлов диджеев радио «Попса» иногда волосы дыбом встают, то язык на «Бизнес FM» куда благозвучнее, хоть и сложнее для восприятия. Существуют также специализированные СМИ, рассчитанные на очень узкую аудиторию. Если источник апеллирует к представителям какой-либо профессии, то, разумеется, в нём множество узкоспециализированных терминов и профессионализмов (журналы о бухгалтерском учёте и проч.). Если аудитория издания или канала – тинейджеры, здесь часто встречаются американизмы, жаргонизмы, сленг. Но «оценить» язык современных российских СМИ мне не представляется возможным. Язык – живое существо, которое постоянно меняется, меняется вместе с жизнью. Как его можно оценить?

Ведь нельзя же оценить жизнь? Жизнь не плохая и не хорошая – просто жизнь. Так и язык – просто язык. Дар человечеству, который вместе с ним живёт и видоизменяется. Что касается идеального языка газеты, то, как мне кажется, он должен быть на уровень выше аудитории, на которую газета рассчитана. На уровень выше – не значит быть ей непонятным, но служить своего рода стимулом для читателя к расширению своего кругозора, к повышению культурного уровня, углублению знаний внутри своей профессии. Поэтому журналисты сами должны умело владеть словом и быть очень хорошими профессионалами (особенно если они работают в узкопрофильном издании).

3. На мой взгляд, публицистическая речь сегодня разнообразна как никогда. Сколько газет – столько и разных способов подачи материала и, соответственно, типов изложения. Использование клише и штампов заметно сократилось со времён советской печати. Язык на страницах газет (даже таких прогосударственных и серьёзных, как «Российская газета») стал свободнее и проще. Образность достигается с помощью различных синонимов-антонимов-омонимов-паронимов-парономазов, каламбуров, иронии, аллюзии, реминисценции и различных тропов. Для заголовков характерна игра слов на основе полисемии. Часто используются фразеологизмы и разные приёмы их разрушения. А также разные приёмы интертекстуальности – использование прецедентных имён, мест, дат. И конечно, в качественных статьях

мы можем наблюдать разные типы экспрессивного синтаксиса – риторические фигуры, «игру пресуппозициями»... Язык публицистики сегодня мало отличается от языка художественной литературы не потому, что он вышел на её высокий уровень, а потому, что она спустилась до его уровня... Тексты Оксаны Робски и её «соплеменниц» подчас напоминают высокохудожественные произведения с полос газеты «Жизнь»...

4. В своей практике жаргонизмы я использую только в том случае, когда в репортаже необходимо цитирование прямой речи одного из героев для создания его эмоционального портрета. Бывает, что в заголовках жаргонизмы являются частью каламбура («ОбЕГЭрят всех»). Но внутри текстов я их не использую, и в курируемом мною издании «4 сезона» (потребительская вкладка в «АиФ») жаргонизмы тоже не встречаются. Я считаю, что читателя нужно подтягивать к новому уровню языковой культуры и показывать, что можно говорить выразительно, ясно, красиво и вместе с тем просто – без использования бранных слов.

5. То, что использование заимствованных слов в современных российских СМИ сегодня очень активизировалось, – факт. Но это вполне естественный процесс. Сегодня мы вышли на новый политический, экономический, социальный уровень, мы стали открытыми для мира, а мир – для нас. В условиях глобализации игнорировать общемировые понятия, постоянно возникающие в разных сферах жиз-

ни, не то что глупо – невозможно. Французы пытаются ограничивать использование англоязычных слов и заменять их французскими эквивалентами, но, как показывает практика, безуспешно. Контролировать этот процесс на государственном уровне бессмысленно – в стране хватает более острых проблем. Тем более что история показала, что многие иноязычные слова со временем просто отмирают, выходят из употребления и язык отфильтровывает только те понятия, которые ему действительно необходимы. Вспомним засилие франкоязычных слов в XVIII веке – сегодня от большинства из них не осталось и следа.

6. В массовых СМИ это совершенно излишне, но в специализированных, рассчитанных на узкий сегмент аудитории, присутствие терминов и профессионализмов необходимо. Как упоминалось выше, если источник апеллирует к представителям какой-либо профессии, то, разумеется, в нём должно быть множество узкоспециализированных терминов и профессионализмов (журналы о бухгалтерском учёте и проч.). А что касается газет так называемого общего типа, здесь редко употребляющиеся специализированные слова стоит заменять более простыми эквивалентами, чтобы не путать читателя.

7. Я считаю, что это допустимо только в крайних случаях. Если сенсационно выразилась какая-то политическая фигура в официальном заявлении, ненормативное слово можно опубликовать – в закавыченном виде. И то если это заявле-

ние действительно сенсационно и стоит упоминания. Во всех остальных случаях это просто снижает языковой уровень издания (телеканала, радиостанции) и вряд ли ведёт к хорошему результату... Как и в случае с жаргонизмами, без бранных слов всегда можно обойтись.

8. Многочисленные нарушения языковой нормы в СМИ я для себя объясняю очень просто – банальным отсутствием культуры речи. Журналистов, которые профессионально и искусно владеют словом, можно, что называется, по пальцам пересчитать. Остальные обращаются с языком очень вольно, не имея при этом достаточно образования в сфере стилистики. Отсюда – некачественные тексты и общее понижение языковой культуры. Часто это объясняется тем, что в ежедневных газетах оперативные тексты пишутся «на коленках», в последний момент. Но достаточно посмотреть «Коммерсант», чтобы понять, что и в экстремальных ситуациях новостные тексты можно писать культурно и правильно. Чаще всего из стилистических ошибок мне встречается лексическая несочетаемость («История этих мест вобрала в себя много трагических судеб»), плеоназм («В 1905 году крестьяне сожгли имение ненавистного им хозяина поместья»), разрушение фразеологизма («А. И. Глебов оставил в истории недобрую память»), тавтология («По указу Петра I по нему было организовано почтовое сообщение для срочной доставки почты из Москвы в северные районы») и неясный смысл высказывания («Сын Степана боярин Матвей был сослан, а

его сын Фёдор повешен как противник Петра I»).

9. «Скачка скоро начнётся если она не началась автоматически нажмите на эту ссылку» – вот ярчайший пример уровня языковой культуры в интернет-изданиях. Нельзя, конечно, отнести это ко всем онлайн-СМИ, но всё же такая ситуация очень характерна для интернет-изданий. Я не говорю даже о блогах, ЖЖ, форумах. Дикого обращения с языком хватает и на вполне солидных сайтах (о технике, а-ля глянцево-журналы и проч.). Поэтому влияние языка интернет-изданий на культуру общества крайне негативное. Я на собственном примере замечая, как, общаясь по *icq*, не то что забываешь – ленишься ставить знаки препинания, и потом это входит в привычку. Стилистику и даже грамотность интернет-изданий, несомненно, стоит контролировать намного жёстче, чем сейчас.

10. Речевая культура журналистов сегодня оставляет желать лучшего во многом потому, что журналисты ориентируются на аудиторию и не пытаются «тянуть» её на новый культурный уровень. Возьмём, к примеру, телевидение. Журналисты бьются за рейтинг, значит, программы должны быть в первую очередь интересными. А серьёзные передачи с хорошим языковым уровнем неинтересны среднестатистическому жителю России, с невысоким уровнем образованности. Придя с завода, он должен лечь на диван и расслабиться. В стране такие условия жизни, которые не предполагают наличие времени на самообразование, расширение кругозора, –

семью бы прокормить. Уставший, зритель смотрит передачи типа *Comedy Club* и «Наша Раша». О какой культуре здесь можно говорить? Можно, конечно, ввести закон об обязательных познавательных программах в прайм-тайм, но кто будет их смотреть после физически тяжёлого рабочего дня? Всё упирается в качество жизни. Но откровенно хамские и похабные передачи не мешало бы запретить. Только это ведь приведёт к цензуре... Это вторая сторона медали. То же и с прессой. Получается просто замкнутый круг. Какое общество – такие и СМИ. Поэтому обязательно надо вкладывать в образование населения (и в обучение журналистов как в его часть) бóльшие бюджетные средства, чем сейчас.



# Ольга Костина

**Редактор отдела «Молодежная среда» издания «Орехово-Зуевские вести», в 2015 г. – заместитель директора по воспитательной работе Института экономики и предпринимательства, внештатный корреспондент еженедельника «Ореховские вести»**

1. Современный русский язык теряет свои нормы. Сегодня говорят с неправильным ударением, неправильным управлением. Из-за Интернета и субкультуры «падонков» молодое поколение вообще не пользуется ни грамматическими, ни орфографическими правилами.

Тенденции – появление новых слов. Новые технологии рождают новые термины, которые постепенно приживаются в языке.

2. Идеальный язык СМИ должен искать «золотую середину». То есть не опускаться до разговорного, но и не подниматься до языка высокого стиля, языка художественной литературы. Должен быть нейтрален, то есть общедоступен, даже если это специализированное издание.

3. Ничем особенным не отличается. Особенно в таких жанрах, как эссе, зарисовка. От современной литературы вообще не отличается. От классики – да. Публицистика – не вышешенна, не образна и не эмоциональна в такой степени, как

художественная литература. Даже если стремиться к этому. У публицистики свои жанры, которые живут по своим законам, у художественной литературы – свои. Хронику в стихах не напишешь, а интервью не наполнишь метафорами и эпитетами.

4. Пользуюсь часто сленгом, поскольку являюсь редактором раздела «молодежная среда», часто в статьях приходится писать языком подростков. Да и тематика соответствующая.

5. Нормальное отношение, если их не абсолютное большинство. Пара-тройка понятных иноязычных слов – это даже незаметно.

Неприятное впечатление производит статья, в которой журналист пишет английские словечки, а не их русский перевод. «Это твой style...», «музыка real cool» или что-то в таком духе. Мы же в России живем, вот и пользуйтесь родным алфавитом: А, Б, В...

6. Приходится часто употреблять профессионализмы, когда пишешь о каком-нибудь учреждении... не деться никуда от этого. А если статья о химической промышленности? Из песни слов не выкинешь. Профессионализмы используют по необходимости – это нормально, это такие же слова.

7. Я – за чистоту русского языка. Даже статьи против ругательств писала неоднократно. Мы СМИ – средство МАССОВОЙ информации. Массы не надо учить ругаться матом – они и так умеют, а вот хорошему языку поучить стоит.

8. Постоянно слышу неправильное ударение, даже по телевидению Орехово-Зуевскому. В провинциальных городах с этим просто беда. В наших «Вестях» мы следим за текстами. Хотя многие из них далеко не идеальны, но мы стараемся. Журналистского образования у наших сотрудников нет, мы почти все – филологи, а остальное – дело практики. Причина – профессионалов мало. Все самоучки.

9. Про язык «падонков» уже сказала. Вот еще до этого – язык чатов, форумов, потом смс... Он очень негативно влияет и на написание и на произнесение. Общение в Интернете стремится к краткости. Отсюда – «ща», «сег», «тя», «эт»... отсюда отсутствие знаков препинания.

10. Возрождать чистый, красивый язык. Без слов-паразитов, без вводных слов, без сложных конструкций, без ошибок, наконец. Ведь все мы этим грешим.

# Егор Крылов

**Корреспондент радио «Культура», в 2015 г. – журналист издания «Метро»**

1. Я считаю состояние русского языка нормальным. Единственное явление, которое мне не нравится, – огромное количество семантических кАлек и варваризмов в современном литературном языке.

2. Язык современных СМИ? Всё зависит исключительно от характера и направленности СМИ. А идеальный язык для русского СМИ – русский!:)

3. Язык публицистики больше пестрит окказионализмами, он злободневен, и подчас – чересчур. Хотя в последнее время литературный и публицистический языки сближаются, и это нагоняет тоску.

4. Честно: понятия не имею...

5. Резко отрицательное... Хотя всё зависит от слов.

6. Всё зависит от издания. Ну сколько ж можно?)))

7. -

8. Всё. Зависит. От. Издания!!!! Я не буду материться в эфире радио «Культура» и щеголять выхолощенными трёхэтажными полисемантическими конструкциями в журнале «Cool girl». (Ну, мало ли куда меня жизнь забросит...)

9. А что, они и впрямь есть? Наверное, усерднее русским надо было журналистам заниматься...

10. Каждый журналист сам должен ответить для себя на этот вопрос.

# Александр Кузмак

**Ведущий прямого эфира «Радио Спорт», ведущий итоговых вечерних выпусков программы «Вести-Спорт» на канале «РТР-Спорт», комментатор матчей чемпионата России по хоккею на канале «РТР-Спорт», PR-менеджер сборной России по хоккею.**

1. Как нормальное. Каждому времени соответствует «свой» язык, а далее – все зависит от воспитания и уровня собственной культуры.

2. Как казенный. В отличие от тех, кто должен, хочет и может работать на телевидение, работают только те, кто могут. Множество халтурщиков и просто малоквалифицированных кадров понижают уровень, сводя его к посредственному.

3. Прежде всего – индивидуальными представлениями, помноженными на образованность, интеллигентность и общий уровень культуры. Ну, а язык публицистики – жестче, лаконичнее, точнее.

4. Отрицательное. Но просто потому, что под «языком Интернета» подразумевается язык малограмотных молодежных (или не молодежных) объединений людей, подменяющий собой язык русский. Это сегодня модно. Чем проще, тем лучше. Но многие не понимают, что чем проще выглядит для понимания, тем сложнее это красиво придумать...

5. Абсолютно естественное. Это было во все времена.

6. Как правильное, если они правильно употреблены.

7. Редко. Роль украшения. Но только к месту.

8. Да, допустимо. Но – не для связи слов в предложении, а для эмоционального усиления. Однако и этот язык, чтобы употреблять красиво, нужно хорошо знать.

9. На этот вопрос я уже ответил вначале.

10. Про журналистов – только повышать их ОБЩИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ уровень. А он в целом низок. Про общество – это ОБЩИЙ вопрос. Надо каждому заниматься своей сферой. Тогда и в обществе получится.

# Евгений Кустов

Журналист «Радио Спорт», в 2015 г. –  
руководитель службы новостей интернет-  
портала «Чемпионат.com»

1. Считаю состояние русского языка нормальным. В последнее время многие обращают внимание на развитие «албанского» языка. Не вижу в этом ничего плохого. В любом случае такой язык работает только в руках грамотного человека, у безграмотного получается чушь.

2. В целом я считаю, что язык СМИ соответствует тому, что мы от них ждём. И в любом случае (несмотря на политику редакций) очень многое зависит от личности самого автора. Честно говоря, вряд ли я могу предложить модель идеального языка газеты.

3. Выразительность языка достигается, на мой взгляд, за счёт грамотного «разукрашивания» текста маленькими деталями, употреблением к месту красивых определений. Главное – не переборщить. А вот как раз в публицистике особых ограничений на «приукрашивание» не существует.

4. Слабое. Интернет-СМИ читает определённая категория читателей, готовая к неким изменениям языка по сравнению с «оффлайн» – СМИ.

5. Если в русском языке не существует достойного синонима, значит, заимствование допустимо.



6. Я не заметил такой тенденции.

7. Жаргонизмы использую довольно редко, лишь в тех случаях, когда нужно как можно более точно передать свою мысль или в деталях описать то или иное событие.

8. Я считаю это недопустимым, в том числе и в интернет-СМИ. Ненормативной лексике место на «удаве» и в «живом журнале», а СМИ и дети могут читать.

9. К сожалению, грамотность оставляет желать лучшего, а на корректорах СМИ любят экономить.

10. Предъявлять более жёсткие требования со стороны работодателей. В масштабах всего общества, возможно, изменить методы обучения, приблизить их к реальным условиям.

# Анна Лазарева

## Обозреватель журнала *Cosmopolitan*

1. Мне кажется, сегодня очевидно наметилась тенденция к упрощению русского языка. Это явление можно оценивать двояко. С одной стороны, язык явно идет на поводу общественного вкуса, что должно возмущать эстетов и ценителей. С другой – упрощение свидетельствует о демократизации языка. Современный язык принадлежит народу, а не интеллигентным выскочкам, зазубрившим орфоэпическую норму. В то же время нельзя не сказать о том, что если норма может быть искусственная, навязанная, то ошибка всегда естественна. Так что, как ни грустно, простонародное «звОнит» вполне может «победить» правильное «звонИт».

2. Язык современных отечественных СМИ очень и очень неоднороден. На том же телевидении – классический язык новостных программ уживается с разухабистым языком развлекательных передач, когда ведущий может и на три буквы послать.

Я понимаю мотивы, побуждающие руководство каналов выпускать в эфир «Дом-2», «Секс с Анфисой Чеховой» и пр. И вполне допускаю, что кому-то (подозреваю, что многомиллионной аудитории) такой язык понятнее и милее выверенного по норме. Однако ж, будь моя воля, я бы насаждала

скучный и правильный язык. В конце концов, мат и в подворотне послушать можно, не обязательно для этого включать телевизор.

3. Мне кажется, язык публицистики должен напоминать пушечное ядро, то есть попадать быстро, точно, в самую точку. И если литератор зачастую разрешает себе некоторую вялость изложения, то публицист такую роскошь себе позволить не может. В очерке публициста князь Андрей умирал бы гораздо менее продолжительно.

Публицист обязан быть смешным. Острое словцо, тонкое наблюдение, едва заметный «подкол» – вот на чем, на мой взгляд, основана хорошая публицистика (когда дело не касается некрологов и прочих печальных поводов, разумеется).

4. Использую при передаче чужой речи. Цель – точно раскрыть образ героя.

5. Не думаю, что заимствованные слова – главная проблема современных СМИ. Если так аудитории проще понять, что до нее пытаются донести, в этом нет ничего дурного. Борцы за сермяжный русский язык, кстати, как правило, совсем даже не являются адресатами этой самой информации с использованием заимствований.

6. Присутствие терминов и профессионализмов определяется особенностями аудитории, ее целями и задачами.

7. Вряд ли сегодня найдется человек, никогда не употребивший ненормативную лексику. В то же время очевидно, что мат – это очень сильный языковой инструмент, если хо-

тите, языковое оружие, которое «расцветает» в устах профессионала – литератора, публициста, талантливого рассказчика, то есть человека с недюжинным литературным чутьем.

Во всех прочих случаях мат – не более чем вульгарщина. Поэтому я считаю, что в СМИ ненормативной лексике не место ни в каком виде.

8. Я думаю, нарушение языковой нормы объясняется отсутствием языковой культуры, которую прививают не на журфаках, а дома, начиная с рождения.

Лично меня очень раздражает, когда неправильно ставят ударение в слове «обеспечение».

9. Не думаю, что язык интернет-изданий сильно отличается от языка прочих СМИ. Если же говорить обо всех этих «преведах» и прочих «медведах», то не могу сказать, что меня они радуют. Хотя «Превед, медвед» придумал однозначно одаренный человек.

10. Подозреваю, что общество само разберется, что с ним надо делать. Что же касается журналистов, то, мне кажется, следует больше внимания уделять редакции материалов. Такое ощущение, что теперь почти не правят, как в учебнике по литературному редактированию, с полями, пометками, корректорскими знаками и неизбежным анализом. Все делается в спешке, на бегу. Отсюда и ошибки.

# Степан Левин

## Переводчик издания «Наш Локо»

1. Считаю, что состояние современного русского языка стабильно. Актуальными считаю процессы перехода ряда иностранных слов в наш язык, а также развитие жаргонизмов и неологизмов.

2. Оцениваю высоко. Таким, какой он есть сейчас, но чуть более профессионально должны относиться к своей работе сотрудники СМИ – поменьше грамматических ошибок, которые в последнее время часто встречаются.

3. Посредством эпитетов, интересных сравнений. Язык публицистики – живее и красочнее, он передаёт полностью все авторские ощущения, так же, как и художественный, однако при этом он более официален и солиден.

4. Использую. Роль «десерта после плотного ужина».

5. Положительное. Это и есть развитие языка.

6. Положительно, если по ходу текста имеется объяснение смысла этих слов.

7. Допустимо в некоторых случаях. Это – жизнь нашего народа. Но в меру.

8. Непрофессионализмом.

9. Отрицательно. Однозначно – деградация. Читайте газеты!

10. Давать более качественное образование.

# Кирилл Легков

Журналист, издания «Спорт. Человек. Время», «Смена», «Вечерний Петербург», «Коммерсант СПб», «Спорт-Экспресс СПб», «Спорт-Калейдоскоп».

В 2015 г. – креативный редактор «Спорт День за Днем».

Лауреат премии «Золотое перо» в номинации «Спортивная журналистика», автор книги «Бойцы невидимого спорта», посвященной спортивным журналистам Санкт-Петербурга

1. В сравнении с 19-20 вв. оно плачевное. Наиболее же актуальное явление – проникновение жаргонизмов.
2. Оцениваю на «четверочку». А идеальный язык газет, считаю, должен быть емким и доступным.
3. Русский язык – самое выразительное средство. В публицистике нужны более жесткие термины, понятные трактовки, хотя тут многое зависит от стиля.
4. Активное влияние.
5. Положительное, если они понятны большинству и общепотребительны в рамках корпорации.
6. Не вижу в этом ничего плохого: это позволяет привлечь молодежную аудиторию, в перспективе – платежеспособную.
7. Использую, стараюсь идти в ногу со временем.

8. Нет. В этом нет смысла. Интимному не место в публичной сфере.

9. Недостаточной начитанностью. Точнее, тенденцией к чтению «легкой» литературы – надо все-таки побольше хорошего читать. А очень яркий пример такой: «Сильнее на голову».

10. Смотрите предыдущий вопрос.



# Артем Липатов

## Журналист

1. Он меняется, меняется на глазах. С одной стороны, упрощается, литературные нормы приближаются к разговорным, с другой – усложняется за счет заимствованных слов, технических и компьютерных терминов. Ничего, в общем, нового под луной.

2. Он омерзителен *en masse*. По части идеала у меня мнения нет ровно никакого. Во всяком случае, в российской медиасреде я его не вижу.

3. По первому пункту ничего сказать не могу, поскольку, на мой взгляд, сегодня нельзя язык прессы свести к общему знаменателю – в «Новой» он совсем не тот, что в «Известиях», на «Эхе» – не тот, что на «Маяке»; временами это вообще как две разных вселенных. Впрочем, на радио он куда более неряшлив (не считая разве что «Сити FM»). Что до второго, то язык, как все-таки живая среда, никому ничего не должен.

4. Да, конечно. Когда интуитивно чувствую уместность и необходимость – использую. Отвожу им роль выразительной краски, смыслового акцента; как-то так, думаю.

5. Никакого отношения нет. Это естественно – а какое может быть отношение к естественному процессу?

6. Опять-таки никак. Они либо есть, либо нет. Другой вопрос, в какой мере их использование осмысленно и приемлемо.

7. Думаю, что все-таки нет. Только в качестве цитаты и с пропущенными буквами. Этические нормы все-таки существуют, как бы и кто бы с этим ни боролся.

8. Общей неряшливостью, леностью, бескультурьем и наплевательством, распространенном в журналистской среде. Примеров приводить не буду – их очень много.

9. Язык интернет-изданий никак не влияет: он такой же, как и в оффлайновой медиа-среде. А вот язык сетевого общения мало-помалу меняет нормы, и это не так плохо, как кажется. Это процесс развития языка, нравится нам это или нет. Если определенная тенденция понемногу завладевает языковой средой, остановить этот процесс мы не в силах. И не надо. Время все расставит на места.

10. Пусть больше читают, и не Сорокина с Пелевиным, а Домбровского и Лескова, например. И еще – из нынешних – Наймана, Чудакова, Стахова, Отрошенко, Бутова, переводы с английского Немцова, Когана, Ильина, Грызуновой и многих других. Должен сразу оговориться – здесь не идет речь о художественных достоинствах книг, а исключительно о богатстве, разнообразии и – как бы это сказать по-русски – «умности» языка (одно с другим на самом деле связано, но не здесь это выпячивать). Что до прессы, то я бы сказал: «не читайте до завтрака советских газет» – по завету среднего

писателя, временами поднимавшегося до высочайших обобщений. Я сам газеты читаю не чаще раза в две недели, отечественное ТВ не смотрю вовсе, только радио иногда слушаю. И ничего – жив вроде, что-то пишу.

# Ульяна Литцер

## Главный редактор журнала «Casual Life»

1. Упрощение речи, минимизация высказывания, выражающаяся в сокращении формулировок, замещающих слов. Более свободное оперирование бытовыми оборотами. Замещение литературных слов обыденными оборотами.

2. В прошлом веке законодателем в области правильного русского языка была художественная литература. В последние же годы эта роль по праву принадлежит СМИ, как наиболее близкому к разговорной речи, которая в последнее время все заметнее влияет на литературную норму русского языка.

3. В художественной литературе на первый план выдвигается образность, эмоциональность речи. В публицистике же используются устойчивые выражения книжного характера, а также фразеологизмы, лишённые экспрессивности.

4. Использую с целью передачи колорита высказываний интервьюируемого, сохранения стилистики его изложения.

5. Это вполне закономерный процесс, который напрямую связан с новыми реалиями, быстро или постепенно входящими в нашу жизнь, такими как Интернет, компьютерные технологии, изменения в общественно-политической, экономической и культурной жизни. Поэтому заимствования, недавно появившиеся в русском языке, а также заимство-

ванные русским языком из иностранных достаточно давно и прочно вошедшие в лексическую систему русского языка, идут параллельно с тем, как в нашу жизнь входят новые реалии.

6. Это необходимость, связанная с отражением той или иной профессиональной сферы, а также для поддержания чётко выраженного отражения закреплённых дефиниций определяемой сферы.

7. СМИ являются основными носителями информации, которая является ключевым моментом ознакомления аудитории с той или иной проблемой. В связи с этим СМИ должны быть очень деликатными в отношении пагубных для общества тенденций использования ненормативной лексики.

8. Язык СМИ в первую очередь складывается из того, что задача журналиста – найти то яркое слово, на которое в первую очередь обратит внимание читатель, нежели концентрировать внимание на правильных оборотах русского языка. Это напрямую связано с тем, что в условиях жесткой конкуренции и борьбы за читателя СМИ стремятся преподнести информацию в наиболее яркой форме, как, например, в этих цитатах:

- КНДР и США говорят с глазу на глаз (Русская служба Би-би-си, 25 февраля 2004 г.)
- По Лиз Хёрли плачет тюрьма (журнал «7 дней», 23-29 апреля 2007 г., № 17)
- Гардероб от звезды (журнал «ОК!», № 17(26), 26 апреля

2007 г.)

9. Важность Интернета в жизни общества безумно велика. С каждым годом растет число граждан, компьютеры которых подключены к Интернету. Как показывает статистика, в ближайшие пять лет интернет-издания вытеснят печатные СМИ. В условиях информационного рынка как печатные СМИ, так и интернет-издания уделяют намного больше внимания форме подачи информации, чем содержанию. При жесткой конкуренции среди СМИ и борьбы за читателя интернет-СМИ используют яркую, броскую лексику, вызывающую читательский интерес.

10. Прежде всего, воспитывать в журналистах потребность в культурной речи, задавать чёткие профессиональные требования, касающиеся использования русской речи в профессиональной деятельности, ввести кодекс профессиональной этики с акцентом на поддержании норм русского языка и т. д. Варианты возможны.

# Оксана Львова

## Журналист радио «Маяк»

1. Кажется, русский язык потихоньку упрощается, многие слова из него просто исчезают...
2. Идеальный язык газеты, радио, ТВ – в качестве образца – телеканал «Культура».
3. Выразительность языка газеты и других СМИ создается авторским стилем, а стиль напрямую зависит от степени владения русским языком и уровня образования.
4. Жаргонизмы в своей практике не использую.
5. Отношение к использованию заимствованных слов в СМИ – нейтральное.
6. Термины и профессионализмы всегда, на мой взгляд, требуют пояснения, т. е. вот это означает то-то...
7. Употребление ненормативной лексики в СМИ недопустимо – и никакие аргументы типа «это для усиления выразительности, для воплощения художественного замысла и т. д.» не меняют моей точки зрения.
8. Многочисленные нарушения языковой нормы объясняю недостатком образования у некоторых товарищей, плюс – огромное количество провинциалов, говорок которых почему-то становится нормой.
9. Не знаю.

10. Учиться надо! И не стесняться этого! А не считать свои провалы в образовании «милыми особенностями».



# Айна Магомедова

Журналист, газета «Север столицы», журнал «Glamour»

1. Считаю, что русский язык постепенно деградирует. Больше всего меня беспокоит процесс распространения «американизмов» в русской речи.

2. Язык современных СМИ далек от идеального. Чтобы стать таковым, язык должен прежде всего избавиться от всевозможного сленга и жаргона.

3. В основном это умение вести непрерывный «диалог» с читателем, все больше вовлекая его в суть ситуации или проблемы.

4. В разговорной речи – бывает, но редко, в статьях и заметках-никогда. Я считаю: чем чище язык, тем приятнее и легче его воспринимать.

5. Если иметь в виду профессионализмы, то отношусь к ним положительно. «Умные» слова никогда не бывают бесполезными.

6. Естественно, положительно. В моем понимании, это один из шагов в современных СМИ на пути к идеальному языку.

7. Нет, совершенно недопустимо! Разве что это будет какая-нибудь цитата, чье-то высказывание. Но употребление ненормативной лексики ведущим программы или его участ-

ником недопустимо.

8. Причин много, вплоть до элементарной безграмотности. Примеров тоже множество: «достаточно мало», «двух тысячи седьмом году», «четыре стами» и т. д.

9. По-моему, никак. Честно говоря, не вижу особой разницы (в плане языка) между интернет-изданиями и обычными СМИ.

10. В первую очередь журналистом должен называться грамотный (!) человек, умеющий владеть языком практически в совершенстве. Когда большая часть людей, работающих в СМИ, станет таковой, проблема деградации речевой культуры в обществе исчезнет сама собой.

# Александр Макаренко

Специальный корреспондент журналов  
«Профиль» и «BusinessWeek Россия»

1. Скажем так: современный русский язык сегодня активно развивается, наполняется большим количеством жаргонизмов, профессионализмов, заимствований и так далее. Один из ключевых процессов, происходящих в языке, – это упрощение фраз и выражений. Постепенно в прошлое уходят причастные и деепричастные обороты, предложения становятся короче. Это может нравиться, может не нравиться, но процесс, как говорится, имеет место быть.

2. Язык современных СМИ я в целом оцениваю положительно. Конечно, иногда встречаются стилистические и смысловые ошибки в построении фраз и выражений, но это – исключения, которые были, есть и будут всегда. Другое дело, что в профессию сегодня пришло много людей «со стороны», из других сфер деятельности. Эти люди не до конца понимают стилистику русского языка, языковые формы, что и приводит к созданию мнения о журналистах как о недалеких и неграмотных людях.

3. Язык публицистики может и должен быть проще. Главная цель журналиста – это предоставить читателю/зрителю информацию, оценки, комментарии. «Витиеватость», которая только украшает художественную литературу, в журна-

листике ведет лишь к рассеиванию внимания и к смещению смысловых акцентов. Как говорится – каждому свое.

4. Если под «интернет-изданиями» подразумеваются порталы вроде «Газеты.ру» или «Страны.ру», то несущественную. Если же имеется в виду Интернет в целом, то очень существенную. В Сети рождаются новые слова и даже выражения, начиная от языка «падонков» и заканчивая модным в последнее время сокращением слов. Говоря на подобном «языке», человек показывает свою «крутость» и «продвинутость». Интернетовский «новояз» позволяет прослыть модным, а это в сегодняшнем обществе ценится очень высоко.

5. Положительно. Язык – это не мертвая конструкция, он должен естественно развиваться, и заимствованные слова играют в этом важную роль.

6. Также положительно. Современная жизнь становится сложнее день ото дня, поэтому совершенно логично появление терминов и профессионализмов, описывающих происходящие вокруг нас процессы.

7. Да, иногда использую. Они уместны в случае необходимости придать тексту более «живой» характер, а также проиллюстрировать некоторые явления или процессы.

8. Недопустимо. Газеты, журналы, телевидение – это средство влияния на общество, формирования общественной культуры. И культивировать мат через этот «рупор» недопустимо.

9. Нарушения языковой нормы объясняются, во-первых,

высоким ритмом работы журналиста – порой приходится писать в такой спешке, что у человека элементарно нет времени, чтобы вычитать текст, или у него просто «замыливается» глаз. Во-вторых же, сказывается отсутствие базовой стилистической подготовки, ведь не секрет, что многие из тех, кто сегодня работают в СМИ, пришли в журналистику из других сфер деятельности.

10. Если говорить о журналистах, то, наверное, нужно повысить качество преподавания на журфаках, сделать обучение более практическим, а не теоретическим, как это, к сожалению, происходит сегодня. Что же касается общества в целом, то в этом отношении надо, скорее всего, популяризировать классическую русскую литературу, чтобы под ее влиянием у россиян формировалась правильная речевая культура.

# Наталья Малахова

**Корреспондент издания «Новая газета», в 2015 г. – журналист издания «Московский комсомолец»**

1. Состояние современного русского языка я, к сожалению, оцениваю как кризисное. Речь идет о его практическом использовании. Дело в том, что сейчас люди совершенно утратили навыки адекватно пользоваться русским языком на бытовом уровне, я уже не говорю про обращение к красотам нашего языка. Сама структура современного русского языка как науки, на мой взгляд, со временем только совершенствуется. Разрабатываются новые разделы, систематизируются лексические, синтаксические, морфологические и семантические блоки. Но хотя научно-исследовательский уровень становится выше, практический резко понижается. Это связано с общими процессами культурной дестабилизации и даже деградации общества. В данном случае, конечно, нельзя обобщать. Существует определенный пласт людей, которые на высшем уровне поддерживают речевую культуру и даже развивают ее. Но таких людей, увы, меньшинство. То же самое касается и современного литературного русского языка и (к стыду и позору для нашей профессии) языка, которым пользуются многие современные журналисты. Помимо огромного количества ошибок, допускаемых в

текстах, они забывают о такой важной вещи, как авторский стиль. В современном употреблении русский язык превращается в набор грубых и резких штампов.

Если говорить о наиболее актуальных и положительных процессах в русской речи, можно выявить в некоторых случаях ее оживление и обогащение неологизмами, происходящими не из иностранных, а из русского языка.

2. Как я уже сказала, язык современных СМИ измельчал, причем существенно. О том, какие слова и обороты подбирать при написании статей, журналисты не задумываются. В погоне за привлекательным (даже не информативным) контентом они не стремятся совершенствовать языковую материю, не пытаются сформировать свой индивидуальный стиль и сделать из текста оперативное произведение. На мой взгляд, идеальный язык газеты – свободный от штампов, яркий, образный, лаконичный, четкий, отточенный и легко воспринимающийся читателем.

3. Выразительность языка газеты создается при помощи лексики, разнообразной и соответствующей тому жанру и стилю, в котором должны быть написаны материалы того или иного издания. «Оживительными» средствами могут также послужить цитаты, вкрапления диалогов, небольших монологов-рассуждений, просто оригинальные эпитеты, метафоры и языковые приемы выражения иронии, которая зачастую делает текст интереснее и богаче.

4. Если это качественное интернет-издание, в котором ра-

ботають талантливі і професійні журналісти, його мову, безумовно, може мати позитивний вплив на мовну культуру суспільства. Якщо людина звикла сприймати інформацію, подану творчо, в правильній мовній формі, він сам буде прагнути до підвищення рівня мовної культури. Чим більше таких людей – тим мовна культура вище.

5. В більшості випадків різко негативний. Ні для кого не секрет, що російська мова настільки багата лексическими і фразеологічними засобами, що вона не потребує використання іноземних елементів. Хоча іноді заимствования не мають російськомовних еквівалентів. Тоді їх використання неминуче і повністю виправдане.

6. Це як раз свідчить про підвищенні рівня освіти журналістів і нашого суспільства, про завищенні мовних планок, що стимулює подальше розвиток мови і її носіїв.

7. Я рідко використовую жаргонізми в своїй журналістській практиці, тільки якщо це виправдане стилістикою тексту і його емоційною окраскою, експресивністю.

8. Недопустимо. Журналістика – це оперативне мистецтво, яке не терпить пошлості.

9. Порушення мовної норми пояснюється простою неграмотністю журналіста. Приклади типових стилістических помилок можна зустріти на кожній сторінці газети «МК».



10. Сделать примеры высокой речевой культуры доступными всем людям, представляя их ненавязчиво посредством СМИ. Только это никому не нужно. Боюсь, что в современной обстановке это невозможно. В век индивидуализма люди могут повышать уровень речевой культуры только по отдельности.

# Аркадий Мамонтов

Журналист телеканала «Россия», один из авторов программы «Специальный корреспондент», советник председателя ФГУП «ВГТРК», в 2015 г. – журналист телеканала «Россия-1», руководитель студии «Авторская программа Аркадия Мамонтова», имеет награды: орден «За личное мужество» (за освещение событий в Абхазии, 1994 г.), медаль ордена «За заслуги перед Отечеством»; член Академии Российского телевидения с 2001 года

1. Как плачевное. Слишком много слов из тюремной лексики и заимствований из иностранных языков. Засорение языка!
2. Должен быть правильный русский язык с минимумом использования заимствованных слов.
3. Выразительность языка – это прежде всего умение носителя языка владеть этим самым языком. Язык публицистики отличается от языка художественной литературы так же, как творчество писателей Пушкина или Чехова отличается от произведений публицистов Солженицына или Лихачева.
4. На мой взгляд, отрицательную. В интернет-изданиях, особенно в ЖЖ-журналах, слишком много ругани и слов-паразитов. Это так называемая «лексическая вшивость», ко-

торая очень заразна.

5. Отрицательное.

6. Очень плохо оцениваю! Много непонятного для простого зрителя.

7. Не использую.

8. Нет! Категорически! Это ясно для любого культурного человека.

9. Безграмотностью.

10. Учиться надо хорошо и много читать, особенно русских писателей XIX и начала XX вв.

# Дарья Манина

**Журналист газеты «Россия», собственный корреспондент радиостанции «Голос Столицы»**

1. Сегодня набирает обороты процесс криминализации языка. Слишком часто даже в средствах массовой информации появляются жаргонные слова, теряющие эмоциональный смысл. Также, безусловно, наблюдается тенденция к масштабному использованию иностранных слов. Но в данном случае, мне кажется, не стоит рассматривать это как серьезную проблему, так как русский язык адаптируется, у слов появляются типичные для нашего языка ударения, приставки, суффиксы.

2. В последнее время язык большинства СМИ стал более свободным, в статьях, на радио и телевидении появляется огромное количество экспрессивных слов, которые теперь, по сути, передают концепцию того или иного издания. Мне кажется, говорить об идеальном языке газеты можно только опираясь на ее формат. Лично мне интересно читать материалы, в которых язык используют не только как средство передачи информации, но и как средство воздействия на человека (в хорошем смысле), к примеру статьи в «Новой газете».

3. Как мне кажется, сегодня в СМИ больше внимание уделяется использованию эпитетов, «игровых элементов», та-

ких как, к примеру, преобразование устойчивых выражений, специальной лексики, жаргонной. Именно это по большей части и отличает публицистический стиль от художественного, в котором не так широко используется метод «широкой оценочности», если так можно выразиться.

4. Появление большого количество интернет-изданий, в том числе и блогов, безусловно, сказывается на речевой культуре общества, но не надо забывать, что количество пользователей Интернета по всей стране ничтожно мало, а значит, и влияние не может быть масштабным. Язык упрощается, появляется тенденция к краткости (в Интернете никто не будет читать огромные статьи) и, конечно, новые слова, даже больше – своеобразный язык («преведский» – у этого явления уже есть свое название, именно язык Интернета, но многие начинают так говорить и в жизни).

5. Мне кажется, это не страшно. При Петре I также хлынул огромный поток иностранных слов, но язык с этим справился. Правда, тогда не было такого числа средств массовой информации! Но все же считаю, что это нормально и неизбежно. Если весь мир говорит слово «компьютер» одинаково, то мы можем просто оказаться изолированными! Хотя тоже спорно, так как французы любое слово трансформируют в языке и прекрасно себя чувствуют (computer – ordinateur).

6. Также считаю, что это неизбежно, но мне кажется, что, если это не специализированное издание, их должно быть минимальное количество и они должны расшифровываться.

7. В некоторых случаях я использую жаргонизмы для передачи обстановки или характера представителя той или иной социальной или профессиональной категории. Мне кажется, что это помогает сделать текст более ярким, но, думаю, такие вещи не должны употребляться систематически.

8. Я считаю, что использование ненормативной лексики – это крайности. Негодование или оценку вполне можно высказать и не используя эти слова, богатство русского языка это позволяет. Мне кажется просто невыносимым то, что происходит в эфирах многих радиостанций и телевизионных программ, которые уже в утренних программах зачастую используют нецензурные выражения (к примеру, «Наше радио»).

9. В первую очередь это, конечно, тотальное невнимание к языку, отсутствие как таковой жесткой цензуры, общее снижение уровня грамотности. Мне кажется, что большее количество трудностей на сегодняшний день у журналистов возникает с употреблением числительных, которые очень редко в эфире и на страницах газет правильно сочетаются с существительными.

10. Я думаю, должна существовать лингвистическая полиция для людей, которые работают со словом.

# Тимур Мардер

**Заместитель гендиректора 000 «Ньюс медиа-Рус», главный редактор интернет-портала *Life.ru*, с 2009 г. – генеральный директор 000 «Ньюс медиа-Украина» и главный редактор газеты «Жизнь» на Украине, учредитель и гендиректор информационного агентства «Фабрика фактов», в 2015 г. – управляющий 000 «АктивМедиа»**

1. Русский язык, как любой другой язык, развивается, претерпевает какие-то изменения. Я считаю, что любое развитие – это прогресс. Дело в том, что язык и общество идут параллельно и не могут существовать раздельно. К примеру, сколько событий за последние сто лет произошло в стране, сколько раз поменялся общественный строй! Естественно, если сейчас поговорить с Николаем Вторым на современном русском языке, он процентов на 70 не поймет, о чем идет речь. Раньше каноны языка были гораздо строже, сейчас язык упрощается. Например, в советские времена программа «Время» была образцовой, туда строго отбирали дикторов, и эту программу смотрели все. То есть выбор программ был изначально небольшой, а значит, носителей хорошего русского языка нужно было гораздо меньше. Сейчас появилось огромное количество каналов и передач. И все эти передачи, в частности ток-шоу, стали более «приземленными»,

«бытовыми». Не секрет, что то, как мы разговариваем в публичных выступлениях и как мы разговариваем на кухне, – это «две большие разницы». Другой вопрос: стоит ли этот «бытовой» язык выносить на телевидение, в газеты? Например, наши газеты – «Твой день» и «Жизнь» – массовые, и наша задача – быть максимально близко к читателю. Мы ставим своей целью заинтересовать своими темами максимальное количество людей. Поэтому мы стремимся к упрощенному изложению факта: никаких закрученных «толстовских» предложений, сложнейших деепричастных оборотов не нужно – чем проще, тем лучше. Мы не должны «напрягать» человека – а значит, нужно изложить информацию крайне просто.

Кроме того, надо учитывать, что в страну приехало огромное количество людей из бывших союзных республик – это люди, которые изначально не являлись носителями русского языка. Литературным русским языком, который мы учили в школе, они не владеют. Такие люди в нашей стране – это уже явление, целые проценты населения, которые нельзя исключать. Как я уже говорил, наша газета должна быть доступна каждому читателю, то есть делать язык наших заметок как можно проще. Ведь задача таблоидной газеты – вызвать эмоцию. А значит, нужно уместить всю эмоцию в одно слово или в одно предложение.

2. У каждой газеты есть своя направленность, каждая газета работает на определенную аудиторию. Массовые изда-



ния должны соответствовать своему читателю. Так, деловые издания не могут себе позволить, допустим, мат – у них деловая лексика и терминология. Если простой человек, который читает и любит нашу газету, открывает «Ведомости» или «Коммерсант» и будет читать колонку деловых новостей – он может просто не понять, о чем идет речь. Существует специфика издания. Каждый редактор должен понимать, на какую аудиторию он работает. Язык не может быть одинаковым для всех. Взять, к примеру, британские газеты «Sun», «Mirror» и «Guardian» и «Times» – у этих газет совершенно разный язык. Часто люди со знанием английского языка с легкостью читают «Sun» и «Mirror», а когда берут «Times» и «Guardian», им уже приходится сложнее: появляется терминология, появляются достаточно сложные обороты речи, совершенно другое построение предложений. То же самое и в русском языке. Простую информацию воспринимать легко, а серьезную аналитическую прессу читать уже сложно.

3. Мы ставим задачу «достучаться до читателя». У газеты «Твой день» и газеты «Ведомости» разные аудитории – поэтому и средства, позволяющие «достучаться», у нас разные. Темы, которые поставим на первую полосу мы и газета «Ведомости», кардинально расходятся.

4. Конечно, используем. Мы используем все, что имеет отношение к народу, к людям. Задачу газеты можно выразить следующей метафорой: вот мы сидим за столом, и газета – это наш третий друг, брат, сват – одним словом, равноправ-

ный член нашей компании. Если мы сидим и общаемся, допустим, о дискотеках и тусовках и тут приходит какой-нибудь «ботаник» и начинает нам рассказывать про философию, мы скажем: «Друг, ты ошибся, тебе в другую компанию».

5. Столь часто встречающаяся избыточность их употребления связана с тем, что люди не понимают значение слов, которые используют. Россия – это часть глобального мира, от этого никуда не уйти. Поэтому переход слов из одного языка в другой – это естественно, можно относиться к этому плохо, но сделать с этим ничего нельзя. Если человеку удобнее что-то выразить заимствованным словом – это нормально, от этого язык становится только богаче. Это надо принимать в язык, анализировать, описывать. Как редактор, как руководитель газеты я хорошо отношусь к этим процессам. Я прекрасно понимаю, что люди с филологическим образованием могут относиться к этому негативно, потому что наши слова забываются и уходят на второй план – безусловно, жалко, но есть же «мертвые» языки, например латынь. Я говорю не о том, что наш язык умрет – язык не может умереть раньше, чем народ. Но многие слова в русском языке сейчас становятся «мертвыми», уходят из употребления. Общество развивается, и язык тоже. Это надо описывать, оставлять в научных трудах, чтобы люди, которые захотят профессионально заниматься языком, имели доступ к подобным вещам. Данные процессы будут происходить всегда, потому что мы

часть большого мира. К слову, английский язык стал международным языком, на нем говорят все – это становится необходимостью. И если 30-40 лет назад без знания второго языка можно было нормально прожить, то сейчас все прекрасно понимают, что второй, а зачастую даже третий язык необходим. Так что к этому стоит относиться спокойно. Управлять языком достаточно сложно: население России – 145 миллионов человек, каждый является носителем языка, и каждый может оказывать влияние на язык. Нереально создать орган, контролирующий языковые процессы в жизни каждого человека из этих 145 миллионов. Эти процессы просто надо как-то упорядочить: отслеживать, изучать и приводить к единой системе. Но влиять или запрещать что-то, я считаю, невозможно.

6. Это часть нашей жизни и нашего языка – СМИ не могут не использовать данную лексику. Конечно, всего должно быть в меру.

7. В нашей газете мы используем ненормативную лексику – крайне редко, но используем. Иногда даже выносим это в заголовки – как прямую речь, как реакцию людей на тот или иной факт. Это часть языка, это часть нашей культуры. Однако использовать нецензурную лексику регулярно и придавать ей статус мощной языковой единицы, наверно, неправильно. По крайней мере, на данном этапе наше общество к этому не готово. Я считаю, что пропагандировать мат не нужно, но как элемент жизни его надо признавать. Мы не ставим

себе задачу именно пропагандировать мат, мы опираемся на факты. Например, когда певца Николая Баскова ограбили: украли 50 тысяч евро, перстень с бриллиантом, ценнейший мощевик, который был его талисманом, – у него просто «вырвалось», несмотря на то что он воспитанный, культурный человек. И эта эмоция на тот момент абсолютно точно характеризовала ситуацию. Эта реакция в принципе близка и понятна каждому из нас: каждый человек, если поставит себя на его место, выразится так же. Поэтому я считаю, что в редких случаях можно использовать нецензурную лексику – тем более что мы же не ставим полностью используемое слово, а «маскируем» его «звездочками».

8. «Ляпы» случаются ежедневно. Я помню, несколько лет назад был заголовок: «Украли 20 детей. Поросячьих». Стилистические ошибки не редкость, но не всегда это случается из-за незнания – часто опечатки появляются из-за спешки, ведь ежедневная газета – это очень ритмичный механизм: решения нужно принимать быстро, поэтому люди находятся в постоянном стрессе. К тому же в современном мире целью становится поиск информации, а язык и способ изложения этой информации уходят на второй план. В советские времена первичным было изложение: темы не искали, а довольствовались аналитикой и хвалебными статьями – люди имели возможность профессионально оттачивать языковое мастерство. Сейчас оттачивают поиск информации, поиск источника. Это современные реалии, которые влияют на язык,

и не всегда хорошо влияют. Ведь раньше журналистом был человек, который блестяще писал, хорошо излагал свои мысли. Сейчас журналистом становится человек, который хорошо ищет: он умеет найти интересную информацию, может «раскрутить» человека на рассказ – то есть ценятся совершенно другие профессиональные качества. Я не вижу никаких реальных рычагов для управления языком. Ввести цензуру на телевидении? Расписывать, что можно говорить, а что нельзя? В конечном итоге это ограничит развитие СМИ и развитие самого общества. Таких «указок» сверху, директив по использованию тех или иных оборотов когда-то было слишком много, сейчас это уже не приживется. Кроме того, существует проблема отбора кадров – с людьми надо работать. Плюс ко всему, с появлением прямых эфиров возросло количество оговорок – ведь человек находится в стрессовой ситуации. Одним словом, факультетам журналистики нужно готовить профессиональные кадры: учить студентов русскому языку, объяснять языковые традиции, чтобы человек уже в это время мог справляться со своими чувствами и при этом изъясняться правильным русским языком, – все это надо уметь делать с университетской скамьи.

9. Влияние, конечно, колоссальное. Единственное, что нас пока «спасает», – не столь большое количество людей в России пользуется Интернетом. По моему мнению, в России существует колоссальная проблема в отношении языка. Дело в том, что, с одной стороны, существуют города-«миллионни-

ки», где есть университеты, хорошее образование, есть возможность пользоваться Интернетом. С другой стороны, есть провинциальная Россия, есть такие уголки нашей Родины, где закрываются школы, где люди оканчивают 5-7 классов. Носителями какого языка они являются? Носителями самого примитивного языка. То есть оформляются два «лагеря»: люди, которые знают «колхозный», «деревенский» язык, и люди, владеющие хорошим русским языком и общающиеся в Интернете на языке, который предназначен для еще более узкого круга людей. Я думаю, что если представителей этих двух групп свести лет через десять, то они могут вообще не понять друг друга.

10. Надо этим заниматься. Вот, например, сейчас существует национальный проект «Интернет – в каждый дом». Без участия государства здесь не справиться. Причем нужно не просто говорить «а вот хорошо бы...», а принимать конкретные меры: поднимать сельские школы, подтягивать «провальные» регионы. В свою очередь, журналист должен чувствовать ответственность перед читателями и работать над собой.

# Ольга Мартыненко

## Редактор журнала «Коммерческий директор»

1. Состояние – динамично развивающееся. В настоящее время наблюдается упрощение форм русского языка и активное использование заимствованных форм.
2. Удовлетворительный. Идеальный язык СМИ – образный, выразительный, экспрессивный, лаконичный.
3. Эпитетами, сравнениями, знаками препинания, прямой речью и др.
4. В исключительных случаях для придания образности тексту.
5. Заимствованные слова – это неизбежная тенденция современного русского языка, главное – ими не злоупотреблять.
6. Для профессиональных изданий это норма, а для широкой аудитории, на мой взгляд, присутствие в СМИ терминов и профессионализмов нужно сводить к минимуму.
7. Нет, т. к. СМИ должны нести культуру в массы.
8. Многочисленные нарушения языковой нормы, на мой взгляд, возникают из-за низкой речевой культуры общества, в том числе СМИ.
9. Язык интернет-изданий – один из факторов снижения речевой культуры общества.

10. Ввести большее количество уроков русского языка в школе и в ВУЗах.



# Лейла Мачавариани

Корреспондент журнала «Parents», журналист электронной газеты “Век”, ведущая раздела «Культура и общество» блога Российского совета по международным делам (<http://russiancouncil.ru/blogs/georgia/>)

1. Русский язык постоянно находится в развитии, состояние современного языка трудно оценить однозначно. В XIX веке, когда шла борьба между славянофилами и западниками, и сейчас постоянно ведутся споры, имеет ли место заимствование слов в русском языке.

2. Идеальный язык – это грамотный язык. Современные СМИ будут заслуживать уважения, когда, читая газеты и смотря TV, мы будем воспринимать правильную, грамотно построенную речь.

3. Язык публицистики и художественной литературы – это совершенно разные стили. Хотя порой они смешиваются.

4. В повседневной жизни, иногда чаще, иногда реже, я употребляю жаргонизмы. Прекрасно понимаю, что слова-паразиты портят речь, и ничего не могу поделать, чтобы прекратить использование жаргонных слов в своей речи. Конечно, при подготовке материалов для статей – я пишу в рубрике «культура» – ни о каких жаргонизмах речи быть не может.

5. С развитием техники, науки и музыки в русском языке

появляются иностранные слова, которым нет эквивалента в русском языке. Такое явление можно назвать логичным для языка. Если заимствованные слова можно заменить русским словом, то нет смысла использовать их, а если нельзя – то вопрос сам собой отпадает.

6. Если СМИ являются специализированными, то наличие терминов и профессионализмов – необходимое условие. Если же речь идет о СМИ, рассчитанных на широкий круг читателей, то все термины и профессионализмы надо разъяснять.

7. Категоричное «нет». Вокруг и так много ненормативной лексики: в Интернете, в современной литературе, в повседневной жизни. Русский язык действительно очень богат, и каждому нецензурному слову можно найти замену. Не стоит забывать, что СМИ несет ответственность перед публикой, так зачем вносить в массу нецензурную лексику? Это ведь как минимум некрасиво.

8. Однозначно: неграмотность, отсутствие образования.

9. Так же, как и все остальные СМИ.

10. Это надо воспитывать с детства, потом в школах, потом в ВУЗе, а потом – вообще в жизни.

# Татьяна Мерзлякова

Государственная радиовещательная  
радиокомпания «Маяк», редактор отдела  
эксклюзивной информации службы новостей

1. Оценить состояние современного русского языка как удовлетворительное, наверное, сложно. И основная причина этого – тенденция к упрощению, которая находит свое выражение в самых разных процессах, происходящих сегодня в русской речи. Во-первых, тотальная безграмотность. И даже распространение образования здесь ничего не решает, ведь его заметно обгоняет пресловутый научно-технический прогресс. Он-то и убивает последние остатки знаний о нормах русского языка. Компьютерные программы, автоматически проверяющие орфографию (кстати, далеко не всегда правильно), примитивный текст sms и icq-сообщений, изуродованный лингвистическим мусором Интернет – ну как в таком окружении сохранить свое лексическое и грамматическое «я»? К безграмотности добавляем молодежный сленг и жаргонизмы, которые все чаще заменяют испытанные веками слова. Зальем все это соусом из иностранных заимствований, внедряющихся в нашу речь по делу и без, лишая ее национальной самобытности. И мы получили рецепт современного русского языка, причем далеко не самый изысканный, но, к сожалению, вполне реальный.

2. СМИ, как рентген, выявляют все болезни нашего языка. Стоит только включить вечером телевизор, как тут же до твоего уха начинают доноситься многочисленные орфоэпические и стилистические ошибки. Особенно если это не информационная или аналитическая передача, а какое-нибудь ток-шоу. Чистоте языка сегодня, очевидно, внимания уделяют недостаточно. В печатных СМИ, как мне кажется, ситуация несколько лучше просто потому, что журналист там имеет больше времени на написание, редактирование и проверку текста. Хотя и тут встречаются такие фразы, которые заставляют задуматься о лингвистической адекватности автора. В идеале язык СМИ должен быть максимально ярким, живым, но при этом не выходящим за рамки литературных норм. Важно, чтобы он был «уместным», то есть соответствовал подаваемой информации, и, безусловно, корректным, ведь именно СМИ во многом формируют речевую культуру населения.

3. Газетный текст становится выразительным, когда автор не скупится на яркие образы, оригинальные фразы, грамотно подобранные эпитеты и удачно расставленные обороты. Огромную роль здесь играет композиция всего произведения и структура каждого отдельного предложения. Радиоведущим повезло больше: в их инструментарии особое место занимает голос. Именно он помогает им находить интересные акценты и расставлять интонации так, чтобы сделать радиальный текст выпуклым и живым. Телевизионный текст, как

правило, менее фактурный и образный. Это понятно: большая, а иногда и большая роль отводится картинке. Но при разумном обращении со словарным запасом и речевыми оборотами это ничуть не умаляет ценности текста.

По сравнению с языком литературы язык публицистики, как правило, более конкретен и менее художественен. Публицистический текст всегда привязан к современности. Публицист – своего рода аналитик общественной жизни, что требует от его произведений меткости и злободневности. Художественная литература же обычно тяготеет к насыщенным, развернутым и метафоричным предложениям, в которых особое место занимает художественная лексика.

4. Использование жаргонизмов в своей практике я как-то не припомню. Хотя не исключено, что где-нибудь и «проскочили». Думаю, они уместны только там, где помогают раскрыть тему, создать атмосферу или необходимый образ. Они хорошо характеризуют членов той или иной социальной группы, о которой идет речь в произведении. А потому могут использоваться как в прямой речи, так и в определенном контексте. Но злоупотреблять ими нельзя.

5. Заимствованные слова нельзя использовать, когда не уверен в их значении и когда на их место можно без всяких потерь для смысловой окраски поставить исконно русский аналог. На мой взгляд, не нужно чрезмерно засорять речь заморской лексикой. Ведь это способствует вытеснению русского языка. Однако есть довольно большой набор ино-

странных слов, пришедших на нашу землю очень давно (и тогда мы уже не воспринимаем их как заимствования) или не имеющих русского эквивалента (в таком случае выбирать не приходится). Последнее особенно актуально сегодня, ведь мир стремится к глобализации и основная масса слов рождается вместе с научно-техническими достижениями, которые гораздо чаще появляются за рубежом. Но во всем (в том числе и в использовании заимствований) важно чувство меры.

6. Поскольку мы говорим о средствах массовой информации, то использование специфической лексики может ограничить круг лиц, которым будет понятно, о чем идет речь в статье или сюжете. Разумеется, это не касается специализированной прессы. Там автор говорит с читателями на одном языке, поэтому недопонимания не возникает. Допустимо, на мой взгляд, использование профессиональной лексики для полноценной характеристики того или иного героя или общности, о которой идет речь в материале. Но становится нормой для автора это не должно.

7. Я категорически против использования ненормативной лексики в СМИ. И причина здесь проста и очевидна: это ведет к резкому снижению речевой и этической культуры и способствует лексической деградации общества. СМИ формирует стереотипы. А формировать такие стереотипы недопустимо.

8. Источников многочисленных нарушений языковой нормы немало. Но главное – общее снижение культуры, в

том числе и речевой. Глобализация (которая больше похожа на всеобщую американизацию), поток зарубежных телепередач и изданий с, мягко говоря, не самым интеллектуальным и лингвистически корректным содержанием, все те же «аськи» и «эсэмэски», бесконечная погоня за временем и деньгами, а зачастую и просто банальный недостаток образования – вот неполный список того, что копает могилу для русского языка в классическом его понимании.

А журналисты, к сожалению, редко идут по другому пути. Уже перестали быть смешными такие речевые ошибки: «свободная вакансия», «читая книгу, становится хорошо», «временно приостановить», «Ф(фэ)СБ», «жалюзи», «народный фольклор», «играет значение», «встреча с экс-мэром» (что при произнесении приобретает неожиданное значение). И это еще самые безобидные примеры.

9. Интернет-издания сегодня отнюдь не являются образцами правильной русской речи. Не нужно быть специалистом, чтобы найти на его страницах весь набор недочетов: от банальных опечаток до грубейших грамматических и стилистических ошибок. А если вспомнить о том, что еще есть многочисленные сайты антиэтической, если так можно выразиться, направленности, то становится совсем печально. И самое страшное, что люди перестают это замечать, постепенно теряя навык фильтрования информации.

Максимум, на что способны наиболее сознательные разработчики интернет-сайтов, – это организовать систему ис-

правления ошибок, которой может воспользоваться каждый, кто обнаружит неточность. Но этого мало, чтобы спасти общество от речевой деградации, к которой пока ведет его Интернет.

10. Вопрос о повышении речевой культуры общества сегодня стоит очень остро, но, на мой взгляд, решить его практически невозможно. Очень уж многое для этого надо перевернуть. Начинать надо еще в семье, где родители посредством чтения (но не западных комиксов) и общения просто обязаны формировать в ребенке культуру речи. Лингвистические дисциплины, в том числе и стилистику, надо преподавать не только на журфаках и филфаках, а обучению литературе и русскому языку в школах необходимо уделять гораздо больше внимания. Работникам СМИ я вообще посоветовала бы периодически перечитывать соответствующие учебники. Очень важно (через СМИ в том числе) научить людей чувствовать язык, любить его и беречь. А еще лучше заняться этой проблемой на государственном уровне: выработать программу, которая позволила бы повысить грамотность нашего народа и имела бы свое действие на самых разных уровнях, в самых разных аспектах. Но это, наверное, тянет на долгосрочный и почти невыполнимый проект...



# Константин Мильчин

**Журнал «Тайм-Аут», газета «Бизнес», «Радио России», радио «Культура», в 2015 г. – редактор отдела культуры журнала «Русский Репортер», ведущий книжной рубрики в утреннем эфире НТВ**

1. Не думаю, что с ним что-то такое особенное происходит. Да, в речи людей стало больше жаргонизмов и американизмов, но язык работает как мощный фильтр, оставляя только самое полезное. Пена скоро схлынет.

2. Трудно требовать от журналиста газеты «Жизнь», чтобы он изъяснялся языком Пушкина. Мне кажется, что публицистический язык у нас сейчас еще только формируется.

3. У разных газет и разных каналов язык разный, бессмысленно сравнивать язык MTV и язык «Российской газеты», язык Василия Аксенова и язык Сергея Минаева. Язык зависит от аудитории, будь то писатель и его читатели или канал и его зрители. Некоторые субкультуры (например, рэперы) пытаются создать свой слэнг, но он не особо приживается. А язык публицистики и язык литературы в чем-то похожи, а в чем-то различны. Сейчас они все больше сближаются, поскольку все больше журналистов идет в литературу, а писатели работают в газетах и журналах.

4. Использую, но редко. Чтобы расставить акценты или

для усиления комического эффекта.

5. Если речь идет об использовании в разумных пределах – нормально отношусь. Переигрывать не стоит.

6. Смотря в каких СМИ. Выходящий раз в год тиражом 10 экземпляров журнал «Гиперквантовая психонейрохимия» тоже СМИ. И там без терминов не обойтись. Одно дело – когда термин используется в специализированном журнале, другое дело – в таблоиде федерального масштаба. Если перегибать палку, то читатели просто перестанут сначала понимать смысл статей, а затем и покупать издание.

7. Допустимо в определенных ситуациях. Очень редко и только в крайних случаях. Мат – слишком сильный речевой инструмент. Его нужно использовать очень редко и очень аккуратно.

8. Одно время на НТВ практически нормой стал термин «министр по делам МЧС». А нарушения объясняются ленью и безалаберностью.

9. Влияет, но на самом деле не очень сильно. Волна так называемого «языка падонков» уже спала, а как год назад все охали и ахали оттого, что «наши дети будут говорить только на этом наречии»! Повторяю, язык гораздо сильнее сопротивляется любому насилию над собой, чем мы думаем.

10. Ну, наверное, журналистов надо лучше учить. И вообще людей лучше учить. К сожалению, наша школа учит детей не любить классиков, а ненавидеть их. Может, тут попробовать что-то поменять?

# Эмма Михейкина

Внештатный корреспондент журналов  
«Компьютерра», «Ортодент-инфо», арт-директор  
клуба «Точка отсчета»

1. Русский язык перестает быть «великим и могучим», становится более примитивным, тяготеет к заимствованиям и упрощению.
2. В основном безграмотный.  
Близким к литературному.
3. Допустимостью разговорных оборотов, определенными стилистическими приемами.
4. Нет, за исключением ситуаций, когда они являются предметом статьи.
5. Зависит от ситуации, но если существует общеизвестный аналог в русском языке – полагаю неприличным.
6. Без крайней необходимости не стоит делать речь журналиста непонятной слушателю, не имеющему специальной подготовки.
7. Полагаю, что нет – если она не является предметом разговора. Существуют этические и моральные нормы.
8. Снижением планки как в образовании, так и в отборе кадров. Тем, что профессия журналиста поставлена на поток, их нужно слишком много, чтобы кто-то мог проводить тщательный отбор.

9. Понижает культуру речи.

10. Ввести профэкзамен, повысить требования к выпускаемым материалам.

# Владимир Молчанов

Радио «Орфей», телекомпании «Мир», «Ностальгия», «Россия» – автор сценариев и ведущий программ

1. Состояние современного русского языка полностью соответствует нынешнему состоянию российского общества: оно гораздо меньше, чем в XX веке, читает настоящую литературу, созданную русскими и зарубежными классиками (кстати, последние, как правило, переводились замечательными мастерами русской словесности); оно погружено в мир гламурно-бульварно-глянцевого издания с присущим им и времени новоязом и абсолютным отсутствием интеллектуальной доминанты; оно слишком погружено в мир уголовной субкультуры и т. н. «русского шансона» (между которыми, как правило, стоит знак равенства) со свойственными им примитивной лексикой и воровским жаргоном; оно ежедневно сталкивается с колоссальным объемом информации, которую большая часть населения не в состоянии воспринимать осознанно в силу низкого культурного уровня, но использует для межличностного общения; оно постоянно слышит все новые и новые языковые заимствования, которые становятся непременным атрибутом современного русского языка; оно, в силу очень низкого уровня актерского мастерства и владения сценической речью большинства «се-

риальных звезд», стало подражать их языку и их акценту, полагая, что это и есть современный русский язык (при этом следует сознавать, что криминально-сериальное + «смехопанорамное» телевидение есть главный культурный удел 85 % населения России); оно – общество – подвергается постоянным пропагандистским обработкам новой политической элиты страны. Пришедшей во власть, как правило, из недр спецслужб и армии – с их специфической лексикой и своеобразным юмором: «мочить в сортире», «адреса, пароли, явки», «зачистки», «кошмарить бизнес» и т. д. Заключая ответ на первый вопрос анкеты, хотел бы подчеркнуть:

5. Русский язык всегда был открыт для заимствований. Начиная с эпохи Петра I он ориентировался на западную культуру, что вызвало проникновение в него многочисленных заимствований из западноевропейских языков. Особенно много слов пришло в русский язык из французского языка. Это слова политические (авангард, актив, дилетант, диссидент, министр, демократия, деспот, институт, офицер, карьера, президент, реформа, трибуна), искусствоведческие (анонс, балет, шедевр, мода, миниатюра, визит, газета, шедевр, декорация, дирижер, жанр, жонглер, медальон, оркестр, карнавал, вальс, романс, сеанс, рояль, экран), названия предметов быта, одежды, продуктов (жилет, кашне, пальто, капюшон, костюм, ботинки, галоши, тюль, гардероб, портфель, машина, метро, почтальон, парашют, вестибюль, диван, винегрет, ваниль, бульон, пюре, компот, де-

серт, желе), слова других тематических групп (терраса, трибуна, туалет, тротуар, ферма, ресторан, платформа, таблетка) и др. Из польского языка заимствованы некоторые названия предметов быта и продуктов (бутылка, винт, гитара, дуршлаг, индюк, повидло, паштет), наименования одежды (кофта, шаль), слова других семантических групп (каникулы, комедия, цифра, шпаргалка, пенсия, фамилия, дистанция, квартира, карета, фабрика). Итальянскими по происхождению являются некоторые слова, связанные с искусством (виолончель, либретто, опера), названия продуктов питания (вермишель, помидор). Из голландского пришли в русский язык слова «морской» тематики (верфь, лоцман, дамба) и некоторые другие (зонтик, кастрюля, флаг).

Время от времени некоторые люди предпринимали попытки «очистить» русский язык от инославянского влияния. Так, Шишков предлагал заменить заимствования на эквиваленты, созданные при помощи средств русского языка, например, слово *галюши* заменить на *мокроступы*. Однако попытки эти не дали сколько-либо значительных результатов. Поэтому русский язык относится к языкам, в которых заимствования присутствуют в больших количествах (в отличие, например, от другого славянского языка – чешского, сформировавшегося в трудной борьбе с немецким языковым влиянием и предпочитающего «свои» лексические единицы заимствованным).

Тенденция к «американизации» русской жизни находит

своё отражение в «американизации» русского языка, что выражается в проникновении в него многочисленных англицизмов и американизмов (слов, заимствованных из английского языка и его американского варианта). Слова из английского языка и раньше заимствовались русским языком, например: *митинг, инфляция, импорт, интервью, доллар, вокзал, комбайн, магнитофон, шампунь, капрон, шорты, джинсы, капрон, кекс, крекер и др.*

Давайте проанализируем язык некоторых средств массовой информации (популярных у русских читателей газет «Аргументы и факты», «Мир новостей», «Комсомольская правда»), рекламных объявлений. Речь медиа и рекламы ярко отражает состояние современного русского языка. Мы увидим, что прежде всего здесь доминируют группы существительных с суффиксом *инг* (представляющие собой герундийные формы английского языка, например *боулинг, роуминг, лифтинг* и др.), а также с суффиксом *-ер* (например, *постер, ростер, байкер, брокер* и др.). Заимствования неоднородны по своему составу. Среди них выделяются слова, которые пришли в наш язык из другого языка как наименование нового предмета, новой реалии или являются терминами, имеющими интернациональный характер. Их употребление в речи в большинстве случаев оправдано, хотя значение не всегда правильно истолковывается в силу незнания английского языка. С тематической точки зрения наиболее часто встречающиеся слова этого типа можно разделить



на несколько групп:

1) слова-термины, например экономические: *офшор* (*оффшор*), *офшорные деньги*, *офшорная зона* в значении «свободная», от англ. *off-shore* «находящийся на расстоянии от берега, в открытом море» («Офшорные деньги – это огромная сила» – АИФ); *демпинг* – «снижение, уменьшение», от англ. *damping*, одно из значений которого – «глушение, торможение» («Завоевание мебельного рынка основатель шведской компании ИКЕА начал с того, что на языке бизнеса называется демпингом» – АИФ); *роуминг* – «распространение; возможность широкого использования», от англ. *to roam* «странствовать, скитаться» («Роуминг по всему миру» – из рекламы мобильных телефонов по ТВ). Прочно вошли в русский язык некоторые политические термины английского происхождения, например *спикер* – председатель парламента, от англ. *speaker* – «оратор», а также «председатель палаты общин в Англии и палаты представителей в США»; *инаугурация* – «церемония вступления в должность президента страны», от англ. *inauguration* – «вступление в должность»; *рейтинг* – «оценка», от англ. *rating* – «оценка, отнесение к тому или иному классу, разряду». В связи с широким распространением компьютеров вошли в русский язык термины, связанные с компьютерной техникой, например: *сайт* – от англ. *site* – «местоположение, местонахождение»; *файл* – от англ. *file* – «регистратор; досье, дело; подача какого-л. документа» и др.

2) названия некоторых бытовых предметов. Так, в последнее время прочно вошли в нашу жизнь предметы, а в язык – обозначающие их наименования: *миксер* – от англ. *mixer* – «смешивающий аппарат или прибор»; *тостер* – от англ. *toaster* – «приспособление для поджаривания тостов» (от *toast* – «поджаренный ломтик хлеба, гренок»); *ростер* – от англ. *roaster* – «жаровня» (от *to roast* – «жарить»); *шейкер* – от англ. *shaker* – «сосуд для приготовления коктейлей» (от *to shake* – «трясти») и др.

3) спортивные термины, а также названия некоторых игр или видов спортивных занятий, ставших модными и популярными в последнее время, например *боулинг* – игра, в которой пущенным по полу шаром необходимо сбить стоящие группой кегли, от англ. *bowl* – «шар; игра в шары»; *дайвинг* – «подводное плавание», от англ. *to dive* – «нырять, погружаться в воду» (отсюда дайвер – «любитель подводного плавания, водолаз»); *скейтборд* – «катание на доске с роликами», от англ. *skate* – «катание на коньках, скольжение» и *board* – «доска»; *сноуборд* – «катание на доске по снегу», от англ. *snow* – «снег» и *board* – «доска»; *сноублэйд* – «катание по снегу на набольших по размеру трюковых лыжах», от англ. *snowblade* – «трюковые лыжи»; *байкер* – «велосипедист; мотоциклист», от англ. *bike* – сокращ., разг., от *bicycle* – «велосипед»; *шейпинг* – от англ. *shaping* – «придание формы» (от *to shape* «придавать форму»); *фитнес* – от англ. *fitness* – «соответствие» (от *to be fit* – «соответствовать, быть в фор-

ме» и др. Другая группа заимствований – слова иноязычного происхождения, имеющие синонимы в русском языке. Их проникновение в язык создаёт лексическую избыточность и может мешать пониманию смысла. Наличие лексических дублетов, «своего» и «чужого» наименования, устраняется с течением времени: один из них утверждается в активном составе языка (в результате наиболее частого его употребления), а другой отходит на периферию языковой системы. Грустно осознавать, что по прошествии нескольких десятилетий в русском языке может оказаться большое количество слов английского происхождения, вытеснивших их исконно русские эквиваленты. Сейчас такие слова активно употребляются в средствах массовой информации, в языке многочисленных реклам. А ведь во многих случаях этого можно избежать, используя русские синонимичные слова и выражения. Так, могут быть вполне заменены русскими эквивалентами следующие англицизмы: 1) названия некоторых явлений музыкальной культуры, культуры вообще, например *хит* – «популярная песня», от англ. *hit*, одно из значений которого – «успех, удача» («А что нет в его хитах нерва, надрыва и других энергетических катализаторов, так это удел других» – «Мир новостей»); *сингл* – «песня, записанная отдельно», от англ. *single* – «один, единственный» («Звучат и песни, существующие отдельными синглами» – АИФ); *ремейк* (*ри-мейк*) – «переделка», от англ. *remake* в том же значении («Евгений Попов написал ремейк тургеневского романа «Нака-

нуне» – АИФ); *имидж* – «образ», от англ. *image* – «образ, изображение» («В его прошлых программах была адекватность его имиджу» – «Мир новостей»); *дизайн* – «оформление», от англ. *design* – «замысел, план; конструкция» («Настольная жаровня «фондю» отличается довольно топорным дизайном» – АИФ); *постер* – «небольшой плакат с изображением артиста», от англ. *poster* – «плакат, афиша»; 2) названия некоторых профессий или рода деятельности, получившие распространение в последнее время, например: *секьюрити* – «охрана», от англ. *security* – «безопасность, надёжность; охрана, защита»; *провайдер* – «поставщик», от англ. *provider* с тем же значением; *риэлтор* – «агент по продаже недвижимости», от амер. *realtor* (от англ. *realty* – «недвижимое имущество»); брокер – от англ. *broker* – «комиссионер, оценщик; лицо, производящее продажу имущества»; киллер – «профессиональный убийца», от англ. *killer* – «убийца», от *to kill* – «убивать»; рекетир – «вымогатель», от амер. *racketeer* – «участник жульнического предприятия; гангстер, бандит-вымогатель», от амер. *racket* – «шантаж, вымогательство» и др.; 3) термины, употребляемые в косметологии: *лифтинг* – «подтяжка», от англ. *lifting* – «подъём, поднимание»; пилинг – «чистка лица», от англ. *peeling* – «очищение, чистка», от *to peel* – «очищать, снимать кожицу; шелушить»; скраб – «крем для отшелушивания, очистки кожи», от англ. *to scrub* – «царапать» и др. Часто встречаются в языке газет, реклам, объявлений также англицизмы, которые могут

быть вполне заменены их русскими эквивалентами: *секонд хенд* – «одежда, бывшая в употреблении», от англ. *second-hand* – «подержанный, из вторых рук» («Сейчас в столице в каждом округе вы обязательно найдёте один-два секонд-хенда» – «Мир новостей»); *ланч* (ленч) – от англ. *lunch* – «второй завтрак» («После короткого ленча я поднялся в свой номер» – «Комс, правда»); *тинейджер* – от англ. *teen-ager* – «подросток, юноша или девушка от тринадцати до восемнадцати лет» («Масштабы пивной зависимости тинейджеров, рождённой под влиянием безудержной рекламы пенного напитка, становятся угрожающими» – АИФ); *паркинг* – от англ. *parking* – «стоянка» («В доме предусмотрены подземный паркинг, централизованная охрана, спутниковое телевидение» – «Комс. правда»); *сейл* – от англ. *sale* – «распродажа по пониженной цене в конце сезона» («А как же знаменитые рамсторовские сейлы?» – АИФ); *микровэн* – «микроавтобус», от англ. *van* (сокр. от *caravan*) – «фургон» («Первый микровэн Ауди – алюминиевый» – заголовок в «Комс, правда») и др. Употребляемые немотивированно слова английского происхождения часто являются агнонимами (т. е. словами, значение которых непонятно, неизвестно большинству носителей языка). Зачастую они требуют специальной расшифровки, семантизации средствами родного языка. Подобная лексика засоряет наш язык, ведёт к непониманию речи, к тому же легко может быть заменена русскими аналогами. И снова обратимся к средствам массовой информации: *шоу-*

*рум* – от англ. *show-room* – «выставочный зал, демонстрационный зал для показа образцов товаров» («Помимо шоу-рума, где постоянно выставлены все официально продающиеся в России автомобили *Volkswagen*, здесь расположился технический центр» – «Комс. правда»); *прайм-тайм* – от англ. *prime time* – «лучшее время» («Бразильским сериалам не место в прайм-тайме!») – заголовок в «Комс. правде»; *блокбастер* – «сенсация; фильм, имеющий огромную популярность», от англ. разг. *block-buster*, первоначальное значение которого – «фугасная авиабомба крупного калибра» («Сегодня на экраны российских кинотеатров выходит один из главных блокбастеров года – фильм «Изгой» – «Комс. правда»); *спрэд* – «мягкое масло», от англ. *spread*, одно из значений которого – «то, что можно намазать на хлеб», от *to spread* – «распространять, покрывать, намазывать» («Откуда же свалилось на нас это «мягкое счастье»? Как и многое в последние годы – из-за границы, там спрэды давно уже в ходу», АИФ); *девелоперская фирма* – «строительная, разрабатывающая строительство домов», от англ. *to develop* – «развивать, совершенствовать, разрабатывать» («Активизировалась деятельность участников рынка недвижимости – риэлторских, оценочных, девелоперских фирм, которые стали испытывать острую потребность в кадрах» – «Зелёный проспект»); *мультиплекс* – «многозальный комплекс», от англ. *multiplex* – «сложный, многократный» («Здесь будет мультиплекс – многозальный кинотеатр» – «Комс. правда»); *тю-*

*нинг* – «токарные работы», от англ. *turning* «вращение; обточка», от *to turn* – «вращать, точить» («Кроме базовых услуг «Рус-Лан» предлагает также установку противоугонных систем, тюнинг и широкий ассортимент запасных частей» – «Комс. правда»). Названия некоторых профессий также требуют дополнительного разъяснения, например: *хэндмейкер* – «тот, кто занимается ручной работой», от англ. *hand* «рука» и *make* «делать» («Специалисты обещают большое будущее хэндмейкерам – тем, кто способен создавать качественные и оригинальные вещи своими руками» – «Мир нов.»); *имиджмейкер* – «тот, кто разрабатывает имидж», от англ. *image* – «образ» и *make* – «делать» («Кто ваш имиджмейкер?» – из интервью в «Мире новостей»); *мерчендайзер* (*мерчандайзер*) – «тот, кто занимается оформлением торговых полок», от англ. *merchandise* – «товары, торговля» (из объявления: «Компания приглашает на работу мерчендайзеров, работа по оформлению полок сетевых супермаркетов»).

Засоряют нашу речь и варваризмы – слова иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика. Иногда ими так пестрит речь наших корреспондентов, теле- и радиоведущих, что на ум невольно приходит пушкинская фраза: «Шишков, прости, не знаю, как перевести», хотя найти русский эквивалент, думается, не представляет большого труда. Конечно, здесь представлены далеко не все примеры, а лишь те, которые активно используются в языке средств массовой информа-

ции. С одной стороны, многочисленные англицизмы и американизмы, проникающие в русский язык, – явление закономерное, отражающее активизировавшиеся в последнее десятилетие экономические, политические, культурные, общественные связи и взаимоотношения России с другими странами, в частности с Америкой. С другой стороны, с грустью приходится констатировать, что (в который уже раз) в погоне за всем иностранным, в стремлении копировать западные образцы мы всё больше теряем свою самобытность, в том числе и в языке, ибо язык отражает образ жизни и образ мыслей. Как следствие этого – потеря интереса к родному языку, русской литературе и культуре, косноязычие, снижение грамотности и языковой и общей культуры. Может быть, там, где можно обойтись средствами русского языка, не следует прибегать к иноязычным элементам, отдавая дань моде и следуя тенденции не только жить, но и мыслить по-американски?



# Лидия Мониава

**Журналист издания «Вечерняя Москва», ассистент директора фонда «Подари жизнь», менеджер детской программы благотворительного фонда помощи хосписам «Вера»**

1. Боюсь, мы слишком по-хозяйски, а точнее, по-варварски взялись за обновление языка. Язык живой, все живое должно меняться, и язык должен расти. Как дерево – давать новые ветки, листья, а иногда и цветы. У ставшего после статьи Панюшкина вновь знаменитым дуба на Тверском бульваре новые листья, но корни и ствол – все те же, времен Пушкина. А язык наш, к сожалению, растет сейчас не из тех корней – к нам летят семечки из других стран, но и прорастая, они остаются для нас чужими. Мы не знаем истории и механизмов своего языка, но бесстрашно ими крутим и вертим. Чуть ли не половину слов, которые мы употребляем, надо бы писать латинскими буквами, потому что русский алфавит в таких сочетаниях («ме-не-джер») смотрится дико.

2. В советское время можно было рассуждать о «языке СМИ», «линии партии», «позиции Церкви». Сейчас – к счастью! – подобные обобщения потеряли всякий смысл. Если некоторые СМИ, к примеру «Коммерсант», «Ведомости», «Комсомольская правда», еще в каком-то смысле сохранили

единый «язык», то в большинстве изданий, например «Вечерней Москве», «Известия», «Новая газета», – нет языка СМИ, есть язык каждого конкретного журналиста. И я очень рада, что это так.

Об идеальном языке, как и вообще о чем-либо идеальном, говорить не приходится. У всех свои идеалы. Одному хочется, чтобы язык был простым, понятным, разговорным. Другому хочется языка сухого, информативного, лаконичного. Третьему – умного, с терминами и сложными оборотами. И так далее. Нелегкая, а потому и нерешенная задача для СМИ – удовлетворить всех, не нарушив при этом законы языка.

Моя большая мечта – чтобы язык СМИ был грамотным. Остальное – вкусовщина.

3. Простите, с ответом на такой вопрос я затрудняюсь, т. к. не чувствую языка абстрактной или даже конкретной газеты. Могу написать, к примеру, какие я вижу средства выразительности в хорошо мне знакомой области фандрайзинговой (русского слова, к сожалению, не существует) журналистике. «Наши» средства выразительности – сравнения (неблизкие обычному человеку вещи гораздо легче понять, если сравнить их с чем-то привычным. Например, размер раковой опухоли – с куриным яйцом, хотя это и грубое сравнение), жаргонизмы (они помогают читателю почувствовать атмосферу. Если речь идет о больнице, то можно, к примеру, назвать специальный катетер «бабочкой», в этом медицин-

ском жаргоне будет очень многое – и желание доктора приблизить мир педиатрии к детскому миру, и боязнь испугать ребенка, и наглядное сравнение, и... и...), специальная лексика (точно воспроизведенный медицинский диагноз внушает доверие, даже если с непривычки его сложно не только выговорить, но и прочесть) и др.

4. Да, использую. В области фандрайзинговой журналистики жаргонизмы очень важны. Наша задача – «зацепить» читателя, вырвать его из привычного мира, окунуть в атмосферу – жесткую, болезненную, страшную – жизни людей, для которых мы просим помощи. Для решения этой задачи все средства хороши. Жаргонизм – одно из них.

5. Всякий раз режет глаз, когда в тексте, особенно официально опубликованном, встречаются заимствованные слова. Но еще больше режет сердце, потому что заимствования, как правило, занимают пустые места. Не свергают с трона русские слова, а садятся на пустой трон. Страшно от количества пробелов в нашем языке. Тех пробелов, которые филологи и лингвисты вполне могли бы помочь заполнить, но творческое создание неологизмов по правилам русского языка, кажется, никто, кроме М.Н.Эпштейна, не практикует. А жаль, потому что заимствованные слова – это маркер пробелов в русском языке.

Недавно в «Вечерней Москве» под фотографией была подпись «дримфлэш». Мне сначала показалось, что верстальщики вставили слово в неверной кодировке. На га-

зетной полосе это выглядит как полная абракадабра. Потом вчиталась, узнала знакомые английские корни. Но ощущение смешной несурязицы осталось. Русский язык небеден, большинству заимствованных слов вполне можно найти привычный русский аналог. Даже нужно. Кто же будет заботиться о стиле и возрождать русский язык, как не его носители? Заимствование – в каком-то смысле предательство.

6. Профессии – не касты неприкасаемых. Их сообщество составляет всю многообразную жизнь город, страны. Очень бы хотелось, чтобы люди разных профессий взаимодействовали друг с другом как можно больше. Например – на уровне языка. Мне кажется, взаимопонимания у людей благодаря этому станет больше. Поскольку массовые СМИ рассчитаны на некоего среднестатистического читателя, количество профессионализмов в тексте должно быть таким, чтобы читатель, не знающий ничего в данной профессиональной области, мог бы понять из контекста смысл (хотя бы общий) того или иного термина.

7. Допустимо, но ни в коем случае не как личное средство выразительности автора текста. Ненормативная лексика может и должна присутствовать в цитатах, если она занимает важное место в речи героев текста. Журналист не может эвфемизмами передавать восклицание сантехника, которому на голову капнуло раскаленное олово. Ведь журналист не должен ничего приукрашивать – речь своих героев тем более.

К авторскому употреблению ненормативной лексики в СМИ отношусь крайне отрицательно, это неуважение автора к своему читателю.

Мат в прессе – это периферия между особенностями лексики автора и этическим понятием уважения к читателю.

Журналистские тексты создаются не роботами, в функциях которых предусмотрены все допустимые варианты и запреты. Журналистику создают люди. У каждого автора внутри «сидит» маленький цензор. Цензор всегда знает (о мой идеализм!), что можно, а что нет, что допустимо, что нет. Что хорошо, а что плохо. И внутри редактора тоже сидит маленький цензор. Он решает – допустимо ли (прежде всего для него, не для читателя) допустимое автором. Если да – нецензурная лексика попадет на страницы. В таком случае речь уже идет не о лексике, а об этике. А в этом вопросе «не судите – да не судимы будете».

Я работаю журналистом совсем недолго, около шести лет. Сначала – в области информационной журналистики, потом – православной, сейчас – социальной. За это время я ни разу не стояла перед вопросом – употреблять в тексте мат или нет. Мне он был не нужен. Не потому, что я хорошая, а кто ругается – плохой. Просто для выражения моих мыслей привычным мне языком в нецензурной лексике нужды нет. Но как можно заставить автора, для которого мат – обычная языковая площадка самовыражения, не употреблять эту лексику в прессе? Текст в каком-то смысле – проекция авто-

ра на бумагу.

8. Журналисты – такие же люди, как и все остальные. Для современного общества нарушение языковой нормы естественно. Жизнь меняется настолько динамично, что язык не поспевает. Как на дрожжах растут новые сообщества людей, новые идеи, новые жизненные концепции. Сформировалось сообщество пар, сознательно отказавшихся от рождения детей, не было в русском языке характеризующего эту идею слова – назвались калькой с английского – чайлдфри – побежали дальше. А нам ничего не остается, кроме как повторять чужие слова, когда своих нет. Появился сайт *odnoklassniki.ru*, и теперь мы общаемся не «с» одноклассниками, а «на» или «в» одноклассниках. Так говорят люди между собой, так пишут и говорят журналисты, потому что они те же самые люди.

Нередко в СМИ возникают профессиональные споры о журналистике. Два актуальных вопроса в последнее время – неграмотность и непрофессионализм журналиста в той области, о которой он пишет. Несколько лет назад редакторы разных СМИ делали заявления о том, что скорее возьмут на работу в экономический отдел экономиста по образованию, чем журналиста. О политике пишут историки, о литературе – поэты, о живописи – художники, об экологии – экологи. Такое изменение журналистской среды – это палка о двух концах, как мы видим, ошибки фактические удастся избежать за счет многих ошибок языковых. Это и понятно, ведь язы-

ковой норме многих из тех, кто пишет сейчас в СМИ, – просто не учили. Экономистов учили экономике, художников – композиции и т. п. Умению грамотно пользоваться языком учат тех, кто по окончании ВУЗа не умеет больше ничего другого и потому не всегда может работать в СМИ.

Раньше СМИ были многоструктурным организмом, где каждый текст проверялся многими специалистами – и редактором, и корректором, и научным сотрудником, который уточнял все факты. Сейчас хорошо, если хотя бы корректор в СМИ есть. А бывает, что все правки ложатся на плечи одного редактора. Чем больше глаз просматривает текст перед публикацией, тем выше будет его качество на выходе. Экономия на специалистах снижает качество издания.

Но и запрос на грамотность уже не такой, как раньше, – выросло поколение, воспитанное на некачественных газетах, некачественном ТВ, некачественном радио.

Я в детстве придумала свой язык. Назывался «бачонский». Его, естественно, понимала я одна. Предполагаю, что это психологическое желание освоить окружающий мир собственным путем. В детстве кажется, что окружающие ошибаются, а ты один все знаешь. Отсюда извечное противопоставление себя окружающей среде. И как выход – раз вы так, то и я – «сами с усами»: не буду изучать ваш язык, придумаю свой.

Сейчас, мне кажется, в обществе ориентир на вырастание физическое, животное, но не умственное (об этом говорит

каждый рекламный ролик). Отсюда и «многочисленные нарушения языковой нормы». Все говорят привет, а я буду – «превед». Правильно – «ксерокопировать», а мы будем «ксерить». От языка сейчас ждут лаконичности и выразительности одновременно. Если правильный аналог быстро в голову не приходит, придумывается свой. Так создается новый русско-бачонский язык.

9. Влияет стремительно, массово и неизбежно. Интернет стал первым средством массовой информации в современном мире. Причем средством массовой информации в самом прямом смысле этого слова. Там главенствуют далеко не информационные агентства или издания, основные средства информации в сети – это социальные сети, блоги. Интернет стер границу между языком разговорным и языком письменным. Смысл передается не только словами, но и символами. Даже в официальных интернет-изданиях можно встретить т. н. «смайлики», которыми люди в довесок к словам выражают свое настроение. Интернет-издания – это источник большинства современных калькированных слов. Интернет-издания в силу своей внутренней организации имеют еще меньше внутренних фильтров, т. е. авторский текст журналиста там практически не правится, даже очевидные ошибки. Интернет – место вседозволенности, в том числе и в обращении с языком.

10. Это глобальная проблема. Начинать ее решение, мне кажется, нужно самых первых этапов, на которых человек –



ребенок – знакомится со своим языком. Со школы, где учителя должны говорить грамотно, а сочинения не должны быть заменены тестами. С детских и подростковых книг, которые должны быть изданы без языковых ошибок, а не так, например, как свежий том «Гарри Поттера», который, кажется, местами переведен электронным переводчиком. Читать. Вдумчиво читать русскую классику. Следить прежде всего за своей речью. А там, глядишь, и остальные подтянутся. Мне кажется, проблема не в культуре журналистов, а в культуре общества в целом. СМИ публикуют в основном то, что «пипл хавает». С другой стороны – если новое поколение растет на бескультурной журналистике, вряд ли оно захочет чего-то еще. Но это уже вопрос о курице и яйце.

Повысить или понизить что-то в целом, к счастью, никому не под силу. У нас у каждого есть свой небольшой клочок жизни, людей вокруг, написанных писем и сказанных слов. Если то, что лично мы пишем и произносим, будет сказано и написано без ошибок, то и общий градус грамотности на одну миллионную поднимается. Наверное, если каждый журналист и просто человек полюбит своей язык и будет следить за собственной речью, только тогда хоть что-то изменится «в целом». А пока мы, и я первая, мыслим масштабами общества, сами делая ошибку на ошибке, уровень речевой и не только культуры будет неизбежно падать.

# Галина Моргун

Менеджер по работе с клиентами *PR*-агентства  
«Тактио»

1. За состоянием русского языка я наблюдаю с любопытством и настороженностью. Интересно следить за появлением новой лексики, изменениями грамматики и др. Слежу с настороженностью, потому что некоторые тенденции пугают. Особенно ярко это отражено в языке интернет-проектов и телевидения.

2. Идеал на то и идеал, чтобы брать с него пример. К сожалению, в современных СМИ крайне сложно найти такой пример. Особенно это касается телевидения и радио: редко можно услышать правильную, грамотную речь. Печатным СМИ легче, так как у них есть корректоры и компьютерные программы, которые могут вовремя исправить ошибки. Но что касается лексических и смысловых ошибок, то и здесь их хоть отбавляй.

Идеальный язык должен хотя бы не резать слух, в нём не должно быть неправильных ударений, лексических, грамматических ошибок. Если соблюдать хотя бы эти правила, то язык современных СМИ можно было бы воспринимать без опаски.

3. Выразительность языка можно создать многими средствами. На своем примере могу сказать, что если я вижу,

что мой текст получился сухим и нудным, то я стараюсь разбавить его красочными, необычными эпитетами, использовать фразеологические обороты, эмоционально-экспрессивные средства выразительности (метафоры, сравнения, гиперболы синонимы эпитеты использую чаще всего). Замечала, что часто журналисты прибегают к использованию жаргонизмов, ненормативной лексики, профессиональных терминов, просторечных выражений, зарубежной лексики.

В последнее время всё чаще замечаю, что рамки, разграничивающие язык художественной литературы и публицистики, стираются, особенно это видно в интернет-СМИ. Публицистический язык более официален и деловит, чем язык художественной литературы, служащий для создания единого художественного мира. Хотя и в публицистике часто используются приёмы художественной литературы, но всё-таки в меньшей степени.

4. Жаргонизмы служат для придания тексту определённой эмоциональной окраски. Я их употребляла мало в своей практике. Думаю, что всё-таки их используют больше так называемые «жёлтые» СМИ для придания остроты, определённой тональности и скандальности своим материалам. Я не против использования жаргонизмов, но всё-таки не надо злоупотреблять ими.

5. Проблема использования заимствованных слов в СМИ имеет место. С одной стороны, это большое количество иностранной лексики и потеря русских аналогов, с другой сто-

роны, заимствование – это нормальный процесс. На мой взгляд, есть слова, которые действительно, необходимы, например в бизнесе, экономике т. д. Но есть и такие, которые режут слух. Например, если проехаться по любому из шоссе, ведущему из Москвы в область, то можно встретить много иноязычных названий посёлков: «Гринхилл», «Визенсдорф», «Кантриклуб». Вот это, на мой взгляд, является примером чрезмерного использования иностранной лексики.

6. Термины и профессионализмы я использовала для придания научности тексту, определённой тональности. Всё-таки такая лексика нужна больше в аналитических статьях и инструкциях. Если не говорить о профильных изданиях, то лучше ими не злоупотреблять, так как это может привести к непониманию смысла аудиторией. У меня был опыт, когда я использовала в статье слишком много редких футбольных терминов, которые не были известны читателю, и смысл статьи поняли не все. В развлекательных СМИ термины и профессионализмы употребляются крайне редко.

7. Есть разные СМИ, в некоторых из них употребление ненормативной лексики допустимо и даже, наоборот, является определённым типом поведения, манерой разговора. Таких СМИ мало. Лично я плохо отношусь к употреблению ненормативной лексики. Да, некоторые моменты действительно надо выделять эмоционально, но не употребляя ненормативные выражения (особенно это касается телевизи-

онных передач). Я считаю, что матерных выражений хватает и за пределами СМИ.

8. Объяснить многочисленные нарушения можно лишь незнанием норм языка, неграмотностью журналистов. Примеров может быть большое количество, для этого надо просто включить телевизор или взять в руки желтую газету. Например, я часто замечаю за ведущими различных ток-шоу употребление слов-паразитов «как бы», «типа», «допустим».

9. На мой взгляд, интернет-издания на данный момент являются главными законодателями в области речевой культуры. Именно на интернет-порталах появляются все модные тенденции, которые потом распространяются дальше: модные выражения, слоганы, новостные «утки» и сплетни. Например, всем сейчас известное выражение «превед, медвед» пришло из Интернета.

10. Портить что-то легче, чем восстанавливать, вот и в данном случае повysить речевую культуру журналистов и общества довольно-таки сложно. Журналисты, как я уже говорила, являются примером для всего общества, соответственно начинать надо с них. Надеюсь, данный проект поможет хотя бы задуматься о проблемах в нашей речи.

# Михаил Моргун

**Генеральный директор Каневской телестудии,  
член Союза журналистов России, заслуженный  
журналист Кубани**

1. Состояние современного русского языка не может быть плохим. Важно в каком состоянии находятся носители русского языка. Из явлений и процессов в русской речи я отметил бы упрощение разговорной лексики.
2. Язык современных СМИ я бы оценил на четыре с минусом. Идеальный язык газеты (радио, телевидения) – это язык культурного человека.
3. Выразительность создаётся за счёт доходчивости и лаконичности языка и зрительного ряда. На мой взгляд, язык публицистики более эмоционален.
4. Жаргонизмы стараюсь не использовать, только если это необходимо по теме материала.
5. Отрицательное, если можно обойтись без заимствования, всегда использую русское слово. Считаю, что русский язык должен быть русским.
6. В обычных изданиях – отрицательно, но в профессиональных, специализированных без терминов и профессионализмов не обойтись.
7. Употребление в СМИ ненормативной лексики недопустимо, если мы хотим жить в культурном, цивилизованном

обществе.

8. Многочисленные нарушения языковой нормы происходят из-за плохого образования журналистов, снижения уровня требовательности к ним со стороны руководства.

Примеры: усугубляющее обстоятельство, затея лопнет, как карточный домик и т. д.

9. Конечно, язык интернет-изданий влияет на речевую культуру общества, но не сильно.

10. Речевую культуру журналистов можно повысить, только если этого захочет от них руководство. Тогда журналисты сами пойдут на специальные курсы. Речевая культура общества как раз и зависит от журналистов и публичных людей. Именно они являются для общества образцом поведения.

# Максим Немцов

**«Лучший редактор 2002 года» (в частности, курировал переводы и издание книг Хануки Мураками в России), переводчик, создатель интернет-ресурса переводчиков «Лавка языков»**

1. Ну, а как тут конкретный носитель языка может оценивать то, что он носит? Это как спрашивать, например, о еде – кому что нравится (или кому на что хватает), тот то и ест. Если же вообще, то вполне живой язык, – по-моему, как бы ни старались ревнителю устоев и пуристы (непонятно чего), он развивается, становится гибче и не утратил способности к собственному расширению.

2. Я, к счастью, не очень хорошо знаком с языком современных СМИ, ибо все же считаю, что знакомиться с ними вредно – как до, так и после обеда. С этой точки зрения мало что изменилось. И маловероятно, что они пребывают на переднем крае развития языка – да и не должны, наверное. Это вообще не идеальная среда для развития – в том виде, в каком пресса существует в современной России.

3. Кто какумеет, тот так и создает. Вот лучший, пожалуй, сейчас колумнист Игорь Мальцев пишет прекрасную, на мой взгляд, колонку «деды», но какое отношение это имеет к СМИ? Это литература. И долженствование здесь – не та модальность. Публицистика Гая Давенпорта или Манука Жа-



жояна – это литература. Как тут предлагаете сравнивать? И главное – что? Газета «ЗОЖ», я полагаю, тоже к СМИ относится?

4. Естественно. Соответствующую.

5. Способность к заимствованию слов – один из признаков здоровья языка, мы понимаем.

6. То есть – как? А как Вы оцениваете присутствие азота в атмосфере?

7. Понятия не имею. Детский сад какой-то с этими нормативами, чесгря, и в нормальной-то литературе, а Вы хотите, чтобы я про СМИ думал? Меня, сказать по правде, судьба СМИ в этой связи не беспокоит: они должны, поидее, отражать то, что в них отражается. Например, какую вот рифму подобрать на слово «дробыш»?

8. Определите норму для начала. Не по рекомендациям ИРЛИ, или кто там ее пытается диктовать, а как-то внятно и инструментально. Потому что языку, как и юриспруденции, по-моему, лучше бы основываться на прецеденте, а не на чьих-либо умозрительных представлениях. И употребление, соответственно, лучше бы определялось соображениями, скажем, конкретными и эстетическими. Ошибки поэтому – крайне контекстно-ориентированная вещь: что для одного ошибка, для другого – красивая фигура речи. А основная проблема журналистов – их крайняя безмозглость как биологического подвида, в отношении к языку – в том числе.

9. Не имею представления. Но если влияет – хорошо. Зна-

чит, никто пока неумер. Аффтаны жгут по-прежнему.

10. Фронтальной лоботомией.

# Валерий Панюшкин

Специальный корреспондент газеты  
«Ведомости», специальный корреспондент  
«Русфонд»

1. Да дело в том, что человек – это такая, на самом деле, живая штука! И я очень не люблю, когда говорят, что раньше сахар был слаще, а вода – мокрее и на русском языке все говорили значительно правильнее. Это не совсем так, потому что какие-то способы говорить на языке, конечно, перестали существовать. Условно говоря, причастные и деепричастные обороты употребляются значительно реже, но зато появляются другие формы. И поначалу они представляются варварскими. Вот всякие там англицизмы, слова из компьютера!.. Радетелям «живого великорусского языка» они представляются ужасными. Ничего страшного в этом нет. Потому что в русском языке есть много слов, о происхождении которых мы забыли. Например, сундук или башмак. Но это касается общеупотребительного языка. Проблема не с теми, кто использует язык для общения, а с теми, кто использует его профессионально. Тут очень важно, чтобы эти люди чувствовали, что значат слова на самом деле. Приведу простой пример. Любой журналист знает: нельзя без конца употреблять «сказал». Поэтому есть некоторый набор синонимов: заявил, сообщил, признался... Как правило, журнали-

сты просто называют эти слова по очереди. В одном абзаце *сказал*, во втором абзаце – *сообщил*, в третьем абзаце – *заявил*, в четвертом – *признался*. Это слова, которые означают разные действия. Меня беспокоят такие неточности, нечувствительность профессионалов. Я уже не говорю о том, когда перепутаны «навзничь» и «ничком». Или слова «давеча», «намедни»... Более-менее люди используют русский язык как иностранный, то есть выучив, что в такой-то ситуации можно употребить такое-то слова, не чувствуя почему.

Процессы... Обильное образование новых слов из английских и компьютерных терминов. Это, по-моему, очень забавная история, пугаться которой не следует, а, наоборот, можно с ней поиграть. То есть язык – это живая вещь. Его не надо воспринимать как памятник. С ним играть надо, как с ребенком. Правда, отдавая себе отчет, что ему не надо делать больно.

2. Язык современных СМИ на самом деле отстает. Вот 15 лет назад «Коммерсантъ» придумал новый язык, который отражал время. С тех пор время переменялось. Ничего больше не придумали. Нет какого-то соответствующего сегодняшнему времени языка, который бы отличался от того, что придумал «Коммерсантъ», и которому можно было бы научить. Потому что в «Коммерсантъ» все люди приходят и осваивают этот язык, сложность которого заключается в том, что он отражает 15-летней давности жизнь. Если какое-нибудь издание придумает такой актуальный язык сегодня, то

оно станет успешным и в коммерческом отношении: в нем есть потребность.

Живым. Идеального языка не существует. Глупо же говорить, что язык протопопа Аввакума лучше, чем Пушкина, а язык Александра Сергеевича лучше языка Набокова. Нет, они разные. Причем не только стиль разный, но и язык другой. Это может быть определено при помощи точных математических методов исследования. Поэтому никакого идеального языка существовать не может. Возможен только живой язык, к которому человек относится с любопытством, бережно, чувствует его. Или понимает.

Это вопрос чувства. Чем отличается живой человек от мертвого? По этому поводу есть целая наука. Но каждый человек в состоянии это безошибочно определить. Точно так же и с языком. Можно бесконечно погружаться в дебри лингвистической науки и думать, чем именно живой язык отличается от мертвого. Но ты мгновенно чувствуешь, живой язык или нет.

3. Главное средство, которым создается выразительность языка именно средств массовой информации, – это плотность текста. Грубо говоря, запрещены имена прилагательные. Мы все знаем, что значит слово «хлеб», но мы по-разному воспринимаем слово «красивый» или «вкусный». Поскольку главная задача СМИ – передавать информацию, надо сводить к минимуму употребление прилагательных, так как они могут быть по-разному трактованы. Они не доносят

информацию. Потому перед автором стоит довольно интересная формальная задача, которая заключается в том, что нужно *описывать* без участия прилагательных. И, собственно, вся красота журналистского текста складывается из способности автора к решению этой задачи. Плотностью текста и отличается. Писателю не запрещены имена прилагательные. В сущности, писателю не важно, будет ли он правильно понят. Ему важно, возникнет ли образ. Когда появляется экранизация какого-либо произведения, все начинают обсуждать, правильно ли подобраны актеры. «А я представляла себе Лару совершенно другой»... То есть у каждого человека в голове сложились образы и они не совпадают. В художественной литературе необходимо, чтобы у каждого они возникали в сознании. Что касается журналистики, мне нужно, чтобы не было разночтений. Мы стараемся не выдумывать мир, как это делает писатель всегда, а рассказываем о реальности. Все-таки построение действия в художественной литературе должно быть логичным. Ромео встретил Джульетту. Они полюбили друг друга, но не смогли немедленно стать мужем и женой, потому что их мамы и папы из враждующих семей... То есть у каждого эпизода есть неизменное объяснение. А журналистика очень часто апеллирует абсурдными категориями. Случается нечто вроде... Ромео и Джульетта встретились, полюбили друг друга. Их мамы и папы были лучшими друзьями. Но вместо того, чтобы сейчас же пойти под венец, она обозвала его козлом, а он назвал ее сукой,

поэтому все умерли. Писать так художественную литературу невозможно. А 90 % журналистики пишется именно так. И это объясняется не логикой сюжета, а тем, что это действительно произошло, абсурдностью жизни, которую мы описываем.

4. Я думаю, огромное. Как и любая среда. Так же как речь заключенных и вышедших из мест не столь отдаленных. Точно так и дети шахтеров употребляют шахтерский язык. Если вы в него входите, то выходите с прилипшими к вашим голосовым связкам словечками. Если вы будете так же часто спускаться в шахту, как в Интернет, то шахтерский сленг окажет то же влияние, что и интернетный.

5. Прекрасное отношение. Насколько я понимаю, русский язык на 50 % состоит из заимствований. А обеднять себя до такой степени, отказываясь от заимствований ради непонятно чего, я не вижу никакого смысла. Если мы отказываемся от слова «маркетинг» ради чистоты русского языка, то давайте откажемся и от слова «сундук» – оно тоже заимствовано.

6. Я пытаюсь их по возможности избегать, описывая вещи простыми словами. Если, например, в детском журнале словосочетание «биржевые котировки» является неуместным, то в деловой газете «Ведомости» это более родное читателю слово, чем слово «морковка». Так что это относительно.

7. Да. Во всяком случае всегда, когда я это делаю, создается впечатление живой русской речи. А еще я использую

жаргонизмы для придания тексту экспрессивности. Потому что если напишешь, что действия правительства представляются не вполне обдуманными, то это одно дело. А если напишешь: «Да вы охренели там все!» – это другое дело. Таким образом выражаются авторские эмоции. Они не очень уместны для репортажей и холодных аналитических статей, а во всякого рода колонках и комментариях – вполне. Главная их ценность и заключается в первичности высказываний автора.

8. Считаю, допустимым. Стараюсь избегать, но в некоторых случаях это может быть чрезвычайно важно. НЕ считаю нужным возводить барьер. Есть ситуации, когда применение матерных слов необходимо.

9. А объясняю многочисленные нарушения языковой нормы тем, что никакой языковой нормы не существует. Языковая норма – это то, что выдумывают ученые. Я им страшно за это благодарен, но создать норму – все равно что спроектировать идеальные пропорции человеческого тела. В норме нога взрослого мужчины должна быть сорок второго размера... На самом деле бывает и тридцать седьмого, и сорок пятого. И все люди при этом живые и разные. Нормы существуют чисто теоретически. Существует живой и мертвый язык, как живые и мертвые люди.

Самая распространенная стилистическая ошибка – неприменение родительного падежа с отрицанием. То есть «Степан Степаныч не видел смысл...». Очень часто не согла-



совываются имена. «Увидел машину, работающую на холостом ходу» – так обычно пишут. Хотя надо написать «работавшую». Поскольку основное действие в прошедшем времени, то, соответственно, и причастие должно быть тоже в прошедшем времени. Если, конечно, машина не работает на холостом ходу от сотворения мира и до страшного суда.

10. Надо заставлять журналистов читать книжки. Надо повышать престиж образования. Нужно создавать такие условия, чтобы выгодно было не быть, например, государственным чиновником, получающим взятки, а быть образованным человеком и профессионалом. В этом отношении можно сказать, что на общее развитие языка влияет коррупция, потому что успех людей зависит не от их образованности, а их приближенности к власти. Если мы коррупцию немножко снизим, тогда и культура языка повысится. Это, естественно, не единственное обстоятельство, но одно из...

# Илья Переседов

**Исполнительный директор Фонда «Разумный интернет», директор информационных программ интернет-телеканала «Russia.Ru» (2008-2012), преподаватель (СПбГУТ, Институт Богословия и Философии – 2002-2008)**

1. На мой взгляд, в первой половине XX века в связи с политическими изменениями в устройстве нашей страны, естественное существование и развитие языка было нарушено. Он пережил губительный в основе своей процесс унификации, попал под влияние политического госзаказа.

С конца 90-х годов начался процесс раскрепощения языка и его дифференциация по социальным и культурным группам. Но, поскольку оформление структуры социального устройства в нашей стране протекает крайне медленно, эта разделяющая роль языка не принимается до конца носителями и не мыслится ими как часть процесса самоидентификации.

Формирование разнообразных сленгов, их естественное взаимодействие между собой, девальвация авторитета единых языковых норм.

2. Язык современных СМИ преимущественно убог и примитивен. Во многом это является следствием того, что СМИ всё ещё претендуют на статус эталона универсальной речи.

На практике это приводит к тому, что современное телевидение и печать общаются со зрителем/читателем языком советских идеологических штампов, разбавленным базарной речью самого низкого пошиба.

Идеального языка газеты (телевидения, радио) быть не может, это миф, притом миф опасный, способствующий сохранению у журналистов ложного пафоса хранителей и жрецов Языка.

3. См. работы по теории языка.

4. Да, использую. Для имитации диалога с читателем и акцентирования внимания аудитории на тех или иных аспектах текста посредством контраста с остальной речью.

5. Крайне положительное там, где это оправдано, не столько мнимыми академическими нормами, сколько стилистикой самого текста и ориентацией на конкретную аудиторию.

6. Точно так же, как к иностранным заимствованиям.

7. Да, допустимо.

С теми же целями, что пп 4-6.

8. Бессмысленностью и неактуальностью универсальных языковых норм.

9. Положительно. В Интернете процесс внутреннего деления языка протекает более стремительно, чем где бы то ни было ещё. Посредством Интернета тенденция дифференциации получила явное оформление, и говорить о едином интернет-языке так же нелепо, как и о единых языковых нормах.

Основная проблема формата русского языка, применяемого в официальных СМИ и публичном речевом поле, формируемом представителями власти, состоит в том, что, как было сказано выше, процесс сегрегации языковых слоев, согласно с социальным делением общества, не оформлен до конца. Поэтому у нас нет «высокой» речи. Плохи не жаргонизмы, а их использование первыми лицами государства в формате, например, дипломатических переговоров. Это демонстрирует не столько низкий культурный уровень отдельно взятого политика, сколько проблему языка на определенном социальном уровне.

Интернет-общение испытывает те же трудности, но в значительно меньшей степени, чем «официальная» публичная речь.

10. Речевая культура журналистов повысится тогда, когда они начнут воспринимать себя выразителями интересов отдельно взятых социальных слоев и будут относиться к языку как к чему-то прикладному, служащему реализации этих целей.

Речевая культура общества повысится тогда, когда его кластерное деление станет очевидным для значительного числа индивидуумов, которые будут относиться к речевым стилям и нормам как к средству для самоопределения и социальной коммуникации.

# Даниил Перушев

Специалист по связям с общественностью «FIRMA», основатель «Theory & Practice», *Arzamas*, сооснователь «Reikva»

1. Деградация и упрощение. Блатная феня и мат стали нормой, растет количество заимствований.
2. СМИ очень разные по стилю. В общем, уровень грамотности низкий. Идеальный язык СМИ – язык целевой аудитории, но с ограничениями (без мата и грамотно).
3. Вопрос некорректен. Средства абсолютно разные, зависит от СМИ.
4. Использую. Роль маркера для обозначения своей причастности к определенной социальной группе.
5. Если использование корректное, то отношение нейтральное. Заимствование слов – органичный процесс развития языка.
6. Для разных СМИ – по-разному. Если профильные СМИ, то это нормально.
7. Нет. Ненормативная лексика не нуждается в дополнительной пропаганде (ее позиции и так очень сильны). В языке достаточно других инструментов для точного выражения эмоций.
8. Плохим образованием журналистов.
9. Отдельно – никак. Доля потребителей этого продукта

ничтожна в общей массе (Россия), их язык изменяется под влиянием других факторов – прежде всего падения уровня образования.

10. Хорошее образование и культура в семье – вот главное.

# Лариса Погонина

## Пресс-секретарь Тины Канделаки

1. Мне кажется актуальным процесс интегрирования в речь и письмо профессиональных журналистов языка Интернета. Поскольку сейчас ни один корреспондент, редактор и любой другой сотрудник редакции не мыслит свою профессиональную деятельность без глобальной сети и постоянно использует ее в работе, они постепенно перенимают стиль и иногда лексику Интернета. Для некоторых изданий язык Интернета полезен (он делает порой слишком официально-деловую лексику издания свободнее, – например, рубрики о новинках Сети на радио «Эхо Москвы»), но некоторые перенимают не оригинальные мысли блогов и интернет-самиздатов, а пошловатые и штампованные выражения, кажущиеся модными.

2. Основываясь на том материале из программы по русскому языку, что я уже изучила, могу отметить множественные нарушения литературной нормы в СМИ. Очень обидно смотреть телевизионные программы и особенно читать газеты и журналы, в которых старшие коллеги постоянно допускают ошибки. По идее я должна равняться на авторов с именем и талантом (который очевиден), но неправильный русский язык заставляет сомневаться в «звездности» известных

авторов и ведущих.

На мой взгляд, идеальный язык СМИ не должен особенно отличаться от языка художественной литературы. Конечно, в нем должно быть большее количество лексики, связанной с общественно-политической жизнью общества. Но в целом они должны быть похожи.

3. Существует огромное количество средств, с помощью которых журналисты достигают выразительности языка. Самые популярные из них – это гипербола, ирония, метафора.

Язык публицистики от языка художественной литературы, на мой взгляд, отличается составом лексики и иногда морфологией (чаще употребляются личные местоимения и глаголы).

4. В практике жаргонизмы стараюсь не использовать, поскольку это снижает общее качество текста. Хотя при цитировании я, само собой, сохраняю авторскую речь, даже если она содержит жаргонизмы.

5. Я думаю, что здесь важен баланс. Потому что вообще не использовать заимствованные слова – смешно. А то превратимся в Шишкова, который галоши предлагал называть «мокроступами».

6. Мне кажется, иногда необходимо использовать профессиональные термины, но не больше одного-двух на заметку, иначе журналистский текст превратится в научную статью.

7. Недопустимо. Потому что ненормативная лексика – проявление бескультурья и малограмотности. Думаю, ничем



нельзя оправдать появления мата в печати и на телевидении. Возможно, моя точка зрения несколько наивна, но уверена: если у человека хорошо работает голова, то он всегда подберет синоним не из ненормативной лексики.

8. Я думаю, многочисленные нарушения языковой нормы можно объяснить низким уровнем образования журналистов и нежеланием повышать свой уровень.

Типичные ошибки, которые допускают журналисты, – это ошибки в согласовании и в употреблении числительных.

9. Отрицательно. Потому что сейчас большинство интернет-изданий работают на оперативность. Иногда быстро не получается хорошо. Люди это читают и по старой привычке, что «в прессе все правильно», делают ошибки уже в своей речи.

10. Это очень сложный вопрос. Думаю, нужно создать некую мотивацию писать правильно. Например, жестко штрафовать за ошибки, выгонять с работы.

# Анна Позина

## Журналист издания «Известия»

1. Состояние современного русского языка меня устраивает. Актуальным считаю вкрапления в нашу речь иноязычной лексики. Это делает язык подвижным.

2. Язык газет, радио и телевидения не должен содержать жаргонизмов. Журналисты должны правильно ставить ударение и объяснять значение новых иноязычных терминов, чтобы в дальнейшем читатель правильно употреблял их.

3. Есть много средств создания выразительности языка, но прежде всего это доступность, лёгкость языка. Этими же качествами должна обладать публицистика.

4. Пока не использовала и не хотелось бы. Хотя многое зависит от концепции издания.

5. Положительно, но в меру. Не больше 5-6 слов на разворот.

6. Если это экономические термины в экономически направленном издании, то положительно. Читатель знает, что читает. В газетах, которые рассчитаны на более широкую аудиторию, надо давать значение и вводить термины постепенно.

7. Если это цитата или прямая речь, то да. Если же журналист целенаправленно употребляет ненормативную лексику

в своих опусах, то это говорит о его безответственном отношении к своему читателю. Ведь это могут прочитать дети и подумать, что так можно и что это не плохо.

8. Неграмотность. Отсутствие бережного отношения к слову.

9. Не знаю, что это за язык такой... Язык интернет-изданий не должен отличаться от языка печатных СМИ.

10. Надо воспитывать ответственных и грамотных журналистов, прежде всего. Остальное зависит от самого человека и его выбора.

# Владимир Познер

**Первый президент Академии российского телевидения (1994-2008), ведущий авторской передачи «Познер» на Первом канале, в декабре 1985 г. – ведущий телемостов «Ленинград – Сиэтл» («Встреча в верхах рядовых граждан») и в декабре 1986 г. – «Ленинград – Бостон» («Женщины говорят с женщинами»), ведущий программы «Познер и Донахью» на канале CNBC**

1. Вопрос не очень понятен. Всякий язык живет своей жизнью, это живой самостоятельный организм. Я также не понимаю и второй вопрос. Что такое «процессы, явления в русской речи»? Могу только сказать, что уровень употребления русского языка сильно упал во всех слоях населения, особенно же в журналистике. Этот процесс начался давно, сразу после революции 1917-го года: носители литературного, «высокого» русского языка – аристократия и интеллигенция – либо бежали, либо были уничтожены. Носители образного, «смачного» русского языка – крестьяне – тоже были перебиты. И вместо того русского языка возник язык суконный, бюрократический, плоский и серый, как портянка. Ухудшению состояния употребления языка способствуют электронная почта, пользуясь которой люди перестают

думать о знаках препинания и многом другом, и, конечно, ТВ. Сплошь и рядом можно услышать и прочесть такие перлы, как «это показывает о том...» или «это доказывает о том...», не говоря о бесконечном «как бы» и абсолютно безграмотном употреблении числительных – «около восемьсот» и т. д.

2. Нет никакого идеального языка СМИ. Это язык должен быть как минимум правильным и, в меру таланта журналиста, образным, ярким. К сожалению, сегодня в русских СМИ крайне редко встретишь как первое, так и второе.

3. Странный вопрос. Что значит «какими средствами»? Средство одно: умение писателя/журналиста писать. В принципе, нет никакой разницы между языком публицистики и художественной литературы. Есть разница в стиле, в манере подачи, но язык остается прежним.

4. Использую тогда, когда они мне кажутся уместными и усиливают смысл того, что я хочу сказать. Например, вместо того, чтобы сказать, что продавец пытался во что бы то ни стало продать мне товар, я могу сказать, что он мне его «впиндюривал».

5. Всякий язык берет слова и выражения из других языков и приспособливает их к собственным правилам. Это нормально. В разные времена разные языки становятся диктаторами моды. В свое время это был немецкий, французский, сейчас – английский.

6. Отношусь спокойно, когда или если эти термины ис-

пользуются по делу и не делают текст непонятным для широкого читателя/слушателя/зрителя.

7. Допустимо, но в том случае, если это оправдано содержанием, если это к месту, – все это определяется уровнем вкуса и чувством языка журналиста.

8. Это можно объяснить (а) плохим преподаванием и низкими требованиями в школе, (б) отсутствием жестких стандартов во всех СМИ. Достаточно сказать, что на советском ТВ (я – не поклонник советской системы!) диктор мог потерять работу за неправильно поставленное ударение, не говоря уже об употреблении слов-паразитов, которыми пестрят наши СМИ: «типа», «как бы» и так далее.

9. На мой взгляд, самое отрицательное. Язык этот куцый, бедный, словарный запас ничтожен, все сводится к скорости и краткости написания.

10. Для этого необходимо добиться, чтобы использование хорошего русского языка считалось престижным, чтобы за это награждали, чтобы наказывали за коверкание языка (снижали в должности, отстраняли на время от написания статей, от микрофона, в крайнем случае увольняли бы). Общество в значительной степени «берет» свой язык от телевидения, так что я советовал бы обратить особое внимание на это СМИ.

# Анастасия Попова

## Корреспондент «Радио России»

1. Мне не нравятся процессы, которые я последнее время наблюдаю в языке. Например, это кошмарное увлечение интернет-сленгом. Я слышу его повсюду! Даже в метро! Самое ужасное, когда эти слова можно услышать от школьников, не умеющих писать без ошибок на нормальном русском языке, но зато отлично разбирающихся в интернет-сленге.

Состояние современного русского языка могу оценить как упадок. Упадок нашей речевой культуры, упадок образования, всеобщей грамотности.

2. Идеала, наверно, мы не добьемся никогда. Никто не знает, что такой идеал. Другое дело, что язык СМИ должен быть и понятен аудитории, с одной стороны, а с другой – все же «тянуть» своих слушателей к более высокому уровню. Будет ли это когда-нибудь исполнимо? Не знаю. Конечно, хочется, чтобы язык процветал, чтобы на улицах, в газетах, на радио и в общественном транспорте можно было услышать хорошую, грамотную русскую речь. Для этого необходимо поднимать языковую культуру всего общества, начиная со школы.

3. Все зависит от жанра. В информационных программах выразительных средств не так уж и много. Самое вырази-

тельное – это голос, интонация. Что касается публицистики и художественной литературы, то язык где-то переключается, где-то слишком разный. Художественная литература тут, конечно, гораздо обширнее по своим языковым возможностям, так как замыслы автора могут воплощаться с помощью различных стилей, смешения жанров и выразительных средств.

4. Нет, я занимаюсь информацией, а там места для жаргонизмов нет. Роль жаргонизмов при удачном их употреблении может приблизиться к роли выразительных средств. Но для этого необходимо грамотное и очень осторожное использование жаргонных слов.

5. Отрицательное. Есть русские слова, почему мы про них забываем? И потом, наши варианты всегда понятнее аудитории, ближе, роднее, теплее. И звучат в эфире «уютнее». Здесь я ярый противник использования заимствованных слов в СМИ, так как СМИ являются проводником речевой культуры в обществе, и потому любые «эксперименты» опасны.

6. Стараюсь не употреблять. Все-таки эти слова не для широкого круга, за исключением тех, которые и так все давно знают – названия некоторых болезней и т. д. Но если говорить, например, о журнале для бухгалтеров, то там должны быть профессионализмы, без них просто не обойтись.

7. К сожалению, в последнее время становится допустимым. Особенно в молодежных программах, журналах. От-



вратительное явление. Никогда не употребляла ненормативную лексику, и ничто не сможет заставить меня это делать. Это уже вопрос профессиональной этики того или иного СМИ и внутренней цензуры журналиста.

8. Примеры типичных стилистических ошибок журналистов не приведу, так как стараюсь не запоминать эти случаи, чтобы не относиться негативно к коллегам. Но вот многочисленные нарушения языковой норма происходят, как я думаю, по двум причинам. Первая – это невнимательность журналиста. Вторая – недостаточные знания. В первом случае только ужесточение внутриредакционных требований способно как-то сдвинуть ситуацию с мертвой точки, а во втором необходимо вмешательство государства – организация курсов грамотности для творческих работников.

9. В Интернете нет норм. Каждый пишет так, как ему удобнее. Потом эта небрежность просачивается в нашу обычную речь. А потом – в СМИ. И так по кругу. Ничего положительного в этом не вижу, сплошные отрицательные стороны.

10. Образование журналистов. Необходимо приучать работников пера и микрофона постоянно работать со словарями и справочниками.

- Наличие стимула для совершенствования своих языковых навыков.
- Повышенные требования общества к грамотному эфиру.

- Воспитание ответственности работников СМИ за родной язык и родную культуру.

# Евгений Прудовский

**Редактор новостей, Первый канал (ВГТРК)**

1. Язык – это самонастраивающаяся система, которая ведет себя в соответствии с тем, как ведет себя общество. Когда идет война – с врагом или за урожай, не важно, – тогда язык становится жестким и в какой-то мере агрессивным, когда в моде иностранное – он кишит заимствованиями, когда на первое место выходит социальный статус человека, язык наполняется манерами и словами, связанными с этим самым статусом. Думаю, сейчас как раз последний случай. В последние годы наметилось некоторое оздоровление языка. Если лет десять назад было важнее всего даже не то, что говорит человек, а кто он, то сейчас грамотности речи стали уделять внимание и политики, и журналисты. С трибун по-прежнему звучат и неправильные ударения, и ненужные заимствования, но этого все же не в пример меньше, чем десятилетие назад.

Конечно же, для русского языка не прошла незамеченной смена железных оков социализма на новые аккуратные золотые кандалы. Теперь услышать с экрана слова «разборки», «наезды» или, скажем, «гламурный» – обычное дело. Но, собственно, так всегда и было. В прошлом веке шла тотальная «аббревиатуризация» всего и вся. А до этого наш

язык позаимствовал из французского, немецкого и английского вагон и тележку тогда еще «чужих» слов. И ничего – все понимают друг друга до сих пор. Кстати, что касается заимствований – в европейских языках ведь тоже сплошные заимствования. Одного языка у другого и всех их вместе – из латыни. Даже у русского кое-что позаимствовали. Ну хотя бы то же «быстро».

2. Что касается языка СМИ: считаю, что тут высший профессионализм – не быть журналистом, а быть вот таким же, как все остальные. И в этом смысле журналисты стали гораздо профессиональнее, чем годы назад. Я подразумеваю то, что говорить с людьми надо на их языке, а не на каком-то своем. Думаю, не буду оригинален, если скажу, что со зрителем/слушателем/читателем нужно говорить, как говоришь с другом. Вот так просто, как по телефону.

7-8. Конечно, никто не отменял запрета на матерщину и необходимости правильно ставить ударения. В принципе и в телефонном разговоре с другом интеллигентный человек не допустит ни первого, ни второго. Но для него это личное дело, а вот для работника СМИ это правило. Однако ошибки в ударениях, неправильное произношение вряд ли можно назвать современным языком журналиста. Это тенденция не языка, а, скорее, трудовой этики. Другими словами: «готовишься к эфиру – возьми словарь, посмотри, как правильно сказать то-то и то-то». Это персональная вина каждого, кто делает эти ошибки. Конечно, подобная неграмотность посте-

пенно сеет языковую неграмотность и среди аудитории, но куда более страшны, на мой взгляд, фактические ошибки. Такое впечатление, что появилась мода на несознательное искажение фактов. Но это к языку отношения уже не имеет.

# Илья Прудовский

**Заслуженный артист РФ, профессор ИПК работников телевидения и радиовещания, диктор высшей категории Всесоюзного радио**

1. Нельзя оценивать состояние языка в общих чертах. Оно всегда «нормальное», соответствующее данному состоянию общества и носителей языка. Поскольку среди носителей языка существует расслоение по культурному, интеллектуальному, социальному и др. уровням, то оценивать нужно состояние тех или иных пластов языка и стилей речи.

Для меня самая актуальная проблема – дальнейшая примитивизация и маргинализация языка у большинства населения. Отмечу ещё падение уровня грамотности.

2. Считаю, что язык каждого СМИ стремится приблизиться к языку своей аудитории. К сожалению, большинство СМИ в этом отношении идёт не впереди аудитории, не воспитывает чувство языка и культуру его, но плетётся в хвосте, «заигрывая» с читателем, зрителем, слушателем для увеличения рейтинга. Коммерциализация сказалась на языке СМИ!

Каким должен быть идеальный язык газеты (телевидения, радио)? Приближающимся по стилистике к языку аудитории, но значительно выше по уровню культуры.

3. На вопрос о средствах не считаю нужным отвечать. На-

до просто открыть соответствующие учебники – там всё сказано правильно.

Прежде всего, художественная литература должна отличаться большим лексическим и синтаксическим богатством, нежели публицистика. Приведу пример. Грушенька в «Очарованном страннике» Лескова говорит: «...стану самой стыдной женщиной». Сегодняшняя публицистика написала бы «проституткой».

4. Исключительно редко, да и то при цитировании или специальной стилизации речи под конкретные типы людей. Роль? У тех, кто ими пользуется, умышенное или подсознательно отгораживание своего клана от других.

5. Целесообразность и чувство меры! Это должно быть, и тогда проблемы не будет.

6. СМИ часто грешат тем, что не учитывают, что их читают (слушают) не только специалисты в той или иной области. Если издание не сугубо профессиональное, термины должны быть «элегантно» объяснены либо в самом тексте, либо в сносках.

7. Однозначно – нет! Считаю, что столь модные сегодня разговоры о том, что ненормативная лексика придаёт речи большую экспрессию и выразительность, что она чуть ли не благо языка, – лицемерие. Не случайно «Символ веры», давая толкование заповеди «Не убий», подразумевает под убийством и употребление бранных слов.

8. • Отсутствие должной системы требований;

- низким уровнем подготовки;
- безобразной и беспринципной системой подбора кадров в большинстве СМИ.

9. Трагически! Но это реальность, от которой уже никуда не деться. Должна быть специальная разъяснительная работа, цель которой – показать, что есть русский язык, а есть интернет-язык.

10. Только через изменение системы ценностей. Болеет общество – болеют журналисты – болеет речевая культура.



# Михаил Пукшанский

Обозреватель газет «Московский комсомолец» и «Футбол Подмосковья», в 2015 г. – заместитель генерального директора по связям с общественностью, пресс-атташе футбольного клуба «Сатурн» (Московская область)

1. Если иметь в виду всякого рода неологизмы, то они мне не по вкусу.

А актуальность определяют, к сожалению, эти самые веяния, которые лишь стимулируют подмену понятий.

2. Считаю, что сленг в СМИ абсолютно недопустим. Характер вещания на радио – в первую очередь. Идеальный – конечно, литературный язык, но доступный каждому.

3. Какими средствами создается выразительность языка газеты (телевидения, радио)? Чем отличается язык публицистики от языка художественной литературы?

Интонацией, акцентами, но в первую очередь содержанием, мыслями. Публицистика должна настраивать на действие, стимулировать к жизненной активности.

4. Думаю, что никакого. Разве что чаты и подобные зоны общения лишают общество этой самой культуры.

5. Отрицательное.

6. Если они объяснены, почему бы и нет?

7. Не использую. Только профессиональные спортивные

термины.

8. Недопустимо делать ошибки!

9. За языком не следят. У людей на это нет времени. А с работы сейчас за такие ошибки никто не выгоняет.

10. Никак нельзя. Время чистого языка прошло безвозвратно.

# Петр Романов

## Политический обозреватель «РИА Новости»

1. Я не отношусь к числу людей, которые дают катастрофические оценки, хотя они очень распространены сейчас. То, что происходит сегодня с русским языком, это малоприятное, но естественное явление. В конечном итоге, каждый слом формации у нас, в России, приводил к появлению новояза, приводил к тому, что язык – между прочим, живое существо – должен был каким-то образом приспособливаться к новым явлениям и понятиям. Можно, конечно, жалеть, что после революции в 1917 году мы потеряли тот классический, литературный, петербургский язык – он уехал, эмигрировал за русской аристократией, и сегодня его можно услышать только из уст небольшого количества стариков-аристократов, которые еще живы. Однако не стоит забывать о том, что, в конце концов, на развалинах того классического русского языка постепенно, преодолевая этот советский новояз, на базе языка московской интеллигенции возник новый, вполне приемлемый русский язык – в конце концов, очень многие произведения, которые были написаны в советский период, написаны хорошим русским языком, а все эти новшества, подчас очень уродливые, либо умерли, либо трансформировались, либо мы к ним привыкли, и они уже не производят

впечатления каких-то «заусениц» в нашей речи. Сейчас новый этап, новый новояз. Просто МТС сменился на другой МТС: раньше, в советскую эпоху, были машинно-тракторные станции, а сейчас – мобильные телесистемы. Вот и все. В принципе, все это происходит с любым языком в переломные этапы истории. Нужно понять еще одну вещь. В свое время я кончал переводческий факультет иняза, и моя дипломная работа была посвящена великому испанскому философу, публицисту, писателю Мигелю де Унамуно – он был основоположником экзистенциализма, и, среди прочего, он был крупным филологом и занимался проблемами чистоты испанского языка, а испанцы, надо сказать, очень трепетно относятся к чистоте своего языка, и фактически ежегодно издается толстенный словарь классического испанского языка – они очень строго к этому подходят. Унамуно как раз не относился к числу пуристов – он все время доказывал, и правильно доказывал, что, если говорить о неологизмах, невозможно искусственно внедрить и заставить язык принять какое-то слово, если этот неологизм не отражает чего-то нового. Если есть абсолютный синоним, то этот неологизм не приживается. Унамуно был совершенно потрясающим человеком, с каким-то удивительным чутьем на язык, потому что он придумал множество неологизмов, и они остались. Я говорю это к тому, что огромное количество заимствований, которое пришло к нам сегодня, язык обязательно просеет, что-то оставит (необязательно то, что нам нравится – это де-

ло вкуса), но, в конечном итоге, он сам разберется, «пережует», «переварит» весь этот наплыв слов, которые нам сегодня кажутся неудачными. Надо понимать, что какие-то слова появляются с такими оттенками, которых раньше просто не было. Недавно мой приятель, например, одну свою подружку охарактеризовал так: «Она заядлая тусовщица». Сказать, что леди принадлежит к свету, или что она светская львица, или что она ходит на светские рауты – сегодня это не очень звучит. А слово «тусовка» довольно точно отражает (хотя у кого-то это слово может вызывать раздражение) это бессмысленное, по большей части, времяпрепровождение, которым занимается сейчас огромное количество людей – они «тусуются». Останется это в русском языке или не останется – покажет время. Но сегодня нет другого слова, которое передавало бы этот феномен нашей жизни. И так с очень многими словами. Я уже не говорю о том, что Россия вошла в мир новых технологий. В свое время Ломоносов, который был фактически первым русским крупным ученым, не мог общаться на русском языке с немецкими учеными, которые работали в России, не только потому что они плохо говорили по-русски. Просто русских слов было недостаточно, чтобы общаться на какую-либо научную тему. И заслуга Ломоносова заключалась в том, что он фактически создал научный язык для русских. Потом то же самое произошло с политическими науками. Когда Александр I обсуждал со своими друзьями, скажем, проекты Конституции, они обсужда-

ли это на французском языке. И не только потому что для них французский был первый, а русский – второй, а еще и потому что в русском языке не было тех политических понятий, которые существовали в Западной Европе. Сегодня в Россию пришла компьютерная техника и другие технологические новшества, и, естественно, они принесли с собой какие-то англицизмы, потому что вся эта терминология «тамошняя». В конце концов, русский язык либо «съест», «проглотит» эту английскую терминологию, либо постепенно заменит ее на какие-то русские варианты. Так что в принципе можно сказать, что это «время такое». Я не вижу ничего сверхъестественного, ненормального в том, что происходит сейчас с русским языком. Он переживает действительно трудный переходный этап, но я абсолютно уверен, что он сможет выйти из этого непростого положения, как он выходил из таких положений многократно.

2. Что касается идеального языка, то я думаю, это немножко «от лукавого», потому что идеального языка в журналистике не может быть по определению. Журналистика разнообразна, рассчитана на совершенно разные аудитории, ниши: есть специализированная журналистика, есть журналистика политологическая, философская и так далее. Для любой газеты идеальным языком будет свой собственный, наиболее понятный и приемлемый с точки зрения читательской аудитории. Поэтому если издание находит оптимальный язык для общения со своим читателем, это и будет иде-

альным журналистским языком для данного издания. Общего понятия «идеальный язык для журналистов», на мой взгляд, просто не может быть. Что касается каких-то критериев, то здесь тоже очень трудно что-либо сказать. Да, в нынешней российской журналистике (если говорить в целом, а не брать каких-то отдельных авторов, потому что есть блестящие фамилии), конечно, картина грустная. Но эта картина точно отражает положение русского языка, положение общества. Журналистика, так же, как и русский язык, переживает период адаптации к новым условиям. Журналистика иногда бросается в крайности, она иногда чрезмерно развязна, иногда хамит. Но это журналистское хамство и эта «желтизна», которая сегодня очень многих раздражает, в конечном итоге являются отражением тех процессов, которые происходят в самом обществе, потому что это «желтизна» не журналистская – это «желтизна» нашего общества, нашего уровня сознания. Можно, конечно, ругать за это журналистику, но это, во-первых, совершенно бессмысленно, а во-вторых, это, по-моему, не очень справедливо. Каждый год, когда подходит время подписных кампаний, я покупаю огромную пачку газет, читаю их и пытаюсь найти хотя бы одно издание, на которое мне хочется подписаться. И каждый раз не нахожу – вот уже лет восемь я не подписываюсь. Во многих изданиях появляется что-то интересное, но этого недостаточно для того, чтобы желать подписаться. Тем более, Интернет дает возможность собирать «по ягодке» в раз-

ных огородах. Но, повторяю, я бы не стал ругать журналистику – надо подождать, не стоит забывать, что у нее есть свои падения и взлеты, не стоит забывать о блистательной журналистике периода перестройки, когда она сыграла огромную роль, и, я считаю, роль позитивную. Тогда был «пик» журналистики. Да, сейчас мы грохнулись в яму – но она не вечна. Журналистика вылезет из этого состояния. Просто журналистам нужно пытаться немножко подняться над обществом. Причем это процесс взаимного влияния: общество влияет на журналистов, журналисты влияют на общество. Если у журналиста есть совесть и уважение к собственной профессии, к собственному мастерству, то он будет предпринимать усилия и пытаться немножко приподняться над почвой. Тем самым он приподнимет и общество. Но в целом, я повторяю, это процессы объективные, и никуда от них не денешься. Приходится ожидать следующего «пика». Тут ничего не поделаешь, пропасть не перепрыгнешь в два прыжка.

3. Каких-то общих правил я не вижу. Нельзя сказать, что если журналист будет выполнять такие-то и такие-то требования, то у него будет выразительный язык и сама газета заиграет всеми цветами радуги. Я думаю, что выразительность любого издания зависит от команды, от того набора индивидуальностей, которые там работают, от того, что этим индивидуальностям дано от Бога, от того таланта или от той меры бездарности, которую они имеют. Кроме того, когда мы говорим о выразительных средствах, мы уже приближаемся



к понятию «искусство», а искусство вообще не укладывается в понятие правил, потому что для кого-то квадрат Малевича – это абсолютно неправильно, а для кого-то это гениальное достижение. Каждый из журналистов (я в данном случае говорю о талантливых журналистах) – индивидуальность, у каждого свои стилистические выразительные средства, и воспринимается это аудиторией тоже очень избирательно: кому-то это нравится, кому-то это не нравится. Не бывает так, чтобы журналист всегда получал только благодарственные письма – он всегда получает одновременно и «спасибо», и свой ушат холодной воды – иногда справедливо, а чаще бывает и несправедливо. Я не вижу здесь каких-то правил и поэтому не могу ничего рекомендовать. Каждый в данном случае «выплывает» как может. Единственное, что я могу сказать: выигрывает всегда тот, кто уходит от штампов, от повторов, тот, кто не пытается кого-то копировать, а следует своему журналистскому «инстинкту». Если журналист внутренне раскрепощен, и чувствует, что его ведет – пусть идет. Может быть, его заведет в тупик – такое вполне вероятно, потому что внутренний голос далеко не всегда говорит правду. Но другого пути, чтобы встать на нужные рельсы и комфортно поехать, зная свою нишу и работая на свою аудиторию, и чтобы добиться какой-то известности – другого пути просто нет. Человек должен развивать свою индивидуальность, пользоваться своей индивидуальностью. Поэтому когда мы говорим о выразительности, а не о грамматических

правилах или пунктуации, мы имеем в виду уже что-то «на кончиках пальцев», а это в какой-то мере искусство.

Отметим связь языка публицистики и языка художественной литературы. Вспомним, например, знаменитого писателя Леонида Андреева – он был блистательным публицистом. Лично для меня он гораздо выше как публицист, чем как писатель. У него совершенно блистательные эссе. Но при этом он не менял язык – он просто ставил перед собой какую-то задачу и оперировал тем набором слов и художественных средств, которыми располагал. Просто если вы описываете пейзаж – вы описываете пейзаж, если вы пишете о состоянии общества – вы пишете о состоянии общества. Но тот уровень художественности, который есть у автора, никуда не пропадает. Поэтому для меня хорошая публицистика ничуть не ниже художественной литературы – это просто разные жанры. В хорошей публицистике язык, на мой взгляд, (если мы говорим о людях, которые совмещают публицистику и художественную литературу) остается примерно одним и тем же. Я не вижу здесь какого-то разделения. Другой вопрос в том, что мы понимаем под публицистикой. Потому что если говорить, например, о Леониде Андрееве, то его публицистика была лишена того, что мы часто понимаем под публицистикой: некой пафосности, политизированности, обращения к массам. Это наследие советского агитационного периода: надо звать массы на свершение каких-то дел. Я это вывожу за скобки, это уже совершенно другое. У него была «другая»

публицистика: например, у него есть прекрасная работа о том, почему русские так любят врать. Это великолепная публицистика, где он рассуждает о страсти к мифологизированию у русских и сравнивает природу лжи в России и на Западе. Или у него есть целая серия работ, где он пишет о русской интеллигенции – там тоже нет никакой пафосности, там тоже нет никакого призыва. Он просто изучает это явление и с присущей ему иронией дает оценку состоянию общества. Если убрать наше советское представление о том, что публицистика должна обязательно к чему-то призывать, и горячо призывать, то остается самый высокий уровень журналистики, который обсуждает наиболее интересные и острые проблемы общества.

4. Иногда, не очень часто, использую. Во-первых, меткое словечко всегда привлекает внимание. Если сравнить статью, особенно статью на серьезную тему, с лекцией, например, то можно сказать, что статью, точно так же как лекцию, надо иногда перебивать отступлениями, чтобы слушатели не заснули. Причем это зависит даже не оттого, что лекция скучна – просто человек по своей природе не способен долго сосредотачиваться – это законы психологии. Поэтому где-то минут через 15-20 после начала лекции и каждые следующие 15-20 минут надо «оживлять» зал, как бы «будить» его. То же самое и в статье: если вы будете очень долго и серьезно рассуждать на самые высокие темы и при этом где-то не «разбудите» читателя, то он может эту статью и не дочитать. Так

что если мне не хватает других выразительных средств для того, чтобы что-то «подпустить» и заинтересовать читателя, то тогда я прибегаю к жаргонизмам. Опять-таки в журналистике все зависит от того, на какую аудиторию все рассчитано, кому предназначено. Поэтому если вы пишете для журнала, условно говоря, «Образование сегодня», или «Школа», читателями которого являются учителя филологии, то совсем необязательно там употреблять какие-то жаргонизмы и прочее. Такого читателя они будут только раздражать. Если вы пишете на студенческую аудиторию, то использование студенческого аргю – это нормально, это понятно, это сближает автора и читателя. Если вы пишете для журнала, посвященного космонавтике, то там будет огромное количество профессиональных терминов, которые усыпят любого нормального человека, но будут с огромным интересом прочитаны ракетостроителями. Поэтому все зависит от того, на какую аудиторию вы работаете, для кого. Самое главное в журналистике – это быть понятым читателем. Кстати, иногда говорят, и в этих словах есть резон, что журналистика должна быть дилетантской. Почему? Когда журналистика специализированная, то журналист должен знать тему не хуже специалистов, чтобы разговаривать с читателем на одном уровне. Но, если брать журналистику в целом, сейчас существует огромное количество изданий, которые называются «супермаркет» (это уже жаргонизм наш, журналистский) – где есть, в общем-то, все. Если разговаривать заумным языком

с обычным читателем со средним уровнем образования, он просто не дочитает статью. Более того, большое количество непонятных слов вызовет у него элементарное раздражение: быть намного умнее читателя – дело небезопасное. Поэтому реакция будет однозначной – в вас начнут кидать гнилыми помидорами. Так что все зависит от аудитории издания, от того, насколько точно вы «совпали». Это как с камертоном: если вы точно настроили инструмент – тогда все замечательно. То есть главное – уместность этого использования, уместность и художественный вкус вообще.

5. Точно так же, как и к жаргонизмам. Потому что в некоторых случаях без них просто не обойтись. Например, когда страна перешла к рыночной экономике, наши издания заполнили финансовые и экономические термины, а у нас просто не существовало таких понятий: все эти «дилеры», «консалтинги» и прочее. И где это взять? Можно, конечно, сочинять «калоши-мокроступы» в экономике, но, во-первых, темп жизни уже такой, что нет времени на придумывание этого параллельного языка. А во-вторых, они очень точно выражают то понятие, которое журналист должен передать читателю. Значит, читателю в данной ситуации не остается ничего другого, кроме как овладеть данной терминологией. Просто на таких переломных этапах пресса обязана познакомить читателя с этой терминологией. Для журналиста нет ничего хуже, чем с умным видом бросить какое-то слово, которое никто не понимает. Он в каком-то энциклопедиче-

ском словаре это вычитал и использовал в своей статье. Естественно, это может вызвать у читателя только раздражение. Зачем так делать?

6. Если у нас нет выхода, нет возможности иными средствами объяснить читателю, о чем идет речь, то естественно эти термины, даже иноязычные, неизбежны. Повторяю, со временем русский язык каким-то образом адаптируется и все это «переварит». Были периоды, когда в русский язык проникало огромное количество немецких терминов, у нас был период, когда русский язык был перегружен французскими словами – все это было. Мы это пережили, и благополучно существуем, и говорим все-таки на русском языке, а не на немецко-французско-английской смеси. Такие заимствования, может быть, в чем-то даже обогащают язык, надо это принять как данность. Они приносят новые понятия в наш язык, в наш быт, в нашу жизнь. Мы просто без них не можем. А в том, что русский язык достаточно могуч для того, чтобы все это «переварить», я не сомневаюсь. Это действительно очень жизнеспособный язык, поэтому я не пугаюсь массовых вторжений – отобьемся, как в 1812 году.

7. Понимаете, нецензурная лексика возникла давным-давно, жила в полуподвальном помещении, хотя и Пушкин ее иногда использовал. Я лично никогда к ненормативной лексике в своих работах не прибегал и не буду прибегать, потому что мне хватает других слов и других выразительных способов, чтобы донести до читателя свою позицию. Я счи-

таю, что это лишнее. Мне кажется, что это проявление, если хотите, журналистской расхлябанности и своеобразного хамства. Я могу понять, что иногда ненормативная лексика сочна, очень точна, эмоциональна и она бывает даже где-то уместна. Но дело в том, что, когда вы говорите не тет-а-тет с кем-то или не в группе своих приятелей, а ваш разговор становится достоянием соседей или прохожих, это может покоробить их чувства, это уже нехорошо, потому что такая лексика предназначена исключительно для внутреннего пользования. Выносить это на широкую аудиторию – значит просто не уважать эту аудиторию, поэтому, на мой взгляд, это неприемлемо.

8. Это просто от безграмотности, от дурного знания русского языка и от дурной редакции, потому что в журналистике людей, которые пишут, гораздо меньше, чем редакторского состава. Тут есть огромные претензии к редакторам. Я понимаю, когда речь идет о прямом эфире – там могут быть какие-то оговорки, но у нас не так много прямых эфиров. Это просто непрофессионализм редактора – человека недоучили или учили плохо. Плюс низкий уровень культуры и образования в целом. Потому что для того, чтобы поднять и русский язык, и журналистику в частности, и литературу, нужно избавиться от «хаоса в голове», как говорил профессор Преображенский. Если будет порядок в голове, то всего этого мусора не будет. Но если иметь в виду не грубые, просто элементарные ошибки, которые говорят о незнании

русского языка, а о какой-то «ненормативной» стилистике в более широком плане, то здесь все гораздо сложнее, потому что у каждого настоящего автора своя собственная стилистика. Поэтому иногда талантливые журналисты не вписываются в общепринятую стилистическую норму, иногда их язык даже кажется стилистически корявым. Но на самом деле он привлекает, и за счет этого возникает некое своеобразие. Все это должно находиться в пределах нормальной грамматики и нормального русского языка, а это другой разговор. Что касается самой работы в пределах нормы русского языка, здесь, на мой взгляд, никаких ограничений быть не должно, здесь каждый пишет как слышит. Есть очень своеобразные авторы со своей своеобразной стилистикой, и они читаются, они любимы, они пользуются известностью. И дай им Бог здоровья и успехов в работе.

9. Не знаю, с чем это связано, но в Интернете принят заниженный порог требовательности к русскому языку, там возник свой, так называемый «олбанский» язык, там есть целый набор чисто интернетовских аргю: «аська» и так далее. Мне это не близко и, скажу откровенно, не очень нравится. Хотя я воспринимаю это как некие жаргонизмы, которые есть в определенных сферах: так, например, шахтеры говорят «добыча угля». И когда люди, сидящие в «аське», говорят соответствующим языком, это что-то вроде «добычи угля». Это может вызывать раздражение, но ведь когда люди выходят из Интернета, они начинают общаться несколько иначе. Ко-



нечно, зачастую это выходит за пределы Сети и очень сильно влияет на язык, и влияет негативно. Кстати, могу привести конкретный пример со своим собственным блогом. У меня есть свой блог, на него можно войти с сайта [www.gian.ru](http://www.gian.ru). Блог существует не так давно, где-то меньше года. В первые месяц-два его существования на меня обрушился этот «олбанский» язык. Формально я никак не отреагировал на него, то есть я не ставил условия «нет, ребят, давайте все-таки по-русски общаться, а не на этом жаргоне» – я просто отвечал на нормальном языке. Я просто писал в ответ каждый раз абсолютно по-русски, без всяких «имхо». И, к моему удивлению, сейчас те же люди, которые мне когда-то писали на «олбанском», теперь пишут на нормальном русском языке, и только у новичков, которые попадают в первый раз на мой блог, вылезает этот чисто интернетовский жаргон. Если к тебе относятся с уважением, то принимают правила игры, которые существуют на твоём поле. Кому-то другому человек будет по-прежнему писать на своём «олбанском», но со мной они общаются на нормальном русском языке. Также нужно учитывать чисто психологический феномен: чувство «стадности», ведь есть мода, нежелание выделяться из какой-то группы, поэтому очень часто это не личная потребность. Абсолютно уверен, что как минимум половина из тех людей, которые используют «олбанский» язык, если бы была их воля, общались бы на нормальном русском языке – просто они привыкли «ходить строем». Так удобней. Кроме того, не только у

нас, но и вообще в истории человечества личностей гораздо меньше, чем людей. И личность все равно будет говорить по-своему, и ей совершенно наплевать, как на это будут смотреть все остальные. Хорошо или плохо, но личность будет говорить на своем языке, а поскольку для большинства людей это все-таки нормальный русский язык, личности будут говорить на нормальном русском языке.

10. Надо читать. Чем больше человек будет читать, тем меньше у него будет ошибок, в том числе стилистических. Хотя есть люди, которым это просто «не дано», так же как есть люди без слуха или без голоса. Но таким людям не место в журналистике. Если он не слышит, что говорит, как он может сидеть на телевидении и вещать? Если он даже не «ловит» сам себя или если ему это показывают, а он потом снова так говорит? Или человек, у которого нелады с падежами, – какой он журналист? Конечно, редактор может каждый раз исправлять, но все-таки должно быть некое уважение к своему труду, к своей профессии. Редкий главный редактор долго выдержит человека, который не способен грамотно изложить свою мысль на русском языке.

# Вероника Рубцова

## Журнал «RUSSIAN MOBILE»

1. Русский язык, как мне кажется, в последнее время становится проще и доступнее, пример тому – массовые дневники и ЖЖ. Можно отметить тенденции употребления англицизмов и ненормативной лексики, массового употребления канцеляризмов. Многие «как слышат, так и пишут».

2. Смотря какие СМИ. Идеальный язык – правильный, богатый, сочный и при этом простой и понятный.

3. Язык газеты – точный, без использования пышных оборотов, чтобы глаз человека мог «зацепить» самое главное, а не прочитывать одно и то же предложение по три раза, чтобы понять суть. Конкретные образы, прямая речь.

В публицистике больше конкретики, язык более динамичный и простой.

4. Плохое влияние. Люди стали говорить обрывочно, используя сокращения и новоязы.

5. Хороша ложка к обеду.

6. Большое количество терминов «дурит» головы простым людям. Иногда создается впечатление, что журналист хвалится своими познаниями и совсем не думает, что его читатель, зритель, слушатель не понимает, о чем речь, ведь термины делают материал более сложным для восприятия.

7. Да, иногда я использую жаргонизмы в материалах. Например, когда передаю прямую речь собеседника или когда необходимо усилить эффект от текста. В общем, жаргонизм иногда бывает к месту. Но злоупотреблять ими не стоит.

8. Нет, мне кажется, в СМИ недопустима ненормативная лексика. Потому что если уж журналисты будут нецензурно выражаться, то брань станет нормой русского языка. Все-таки журналисты до сих пор для многих считаются людьми, которые грамотно умеют доносить свои мысли, писать и говорить.

9. Падает культура языка в целом. Вот примеры:

- смешение паронимов: «костяной тип мышления»;
- нарушение норм лексической сочетаемости: «стадо зайцев, под гнетом гуманности, тайный занавес, закоренелые устои, прошел все стадии развития человека»;
- Неверное употребление фразеологических оборотов: «молодость била из него ключом».

10. Увеличить количество уроков русского языка и литературы в школах, сделать книги более дешевыми, а значит, доступными. Также необходимо увеличить количество интересных образовательных программ и передач «Как правильно говорить по-русски».

# Татьяна Русанова

Журналист газеты «Алексеевский вестник»

1. Как характеризовать современный русский язык? Я считаю, что он потерял в какой-то степени художественность, литературность, правильность. Внедрили много иностранных слов, без которых наш русский язык может обходиться вполне.

2. Современный язык наших СМИ отвечает, как мне кажется, вкусам людей не очень образованных, хотя он должен людей воспитывать, поддерживать какой-то интеллектуальный уровень, да просто учить говорить. Сегодня даже не средний уровень. Примитивно! Идеальный язык СМИ – классический, правильный, литературный. Язык Пушкина, Толстого, Некрасова.

3. Фигуры речи, различные тропы очень украшают речь. Но чтобы иметь такой уровень речи, нужно образование. Воспитанием достигается выразительность. Важен круг людей, тех, с кем ты общаешься ежедневно.

4. Наверное, использую, но очень-очень редко. Эмоции! Иногда для того, чтобы дать окраску какой-то фразе.

5. Если нельзя выразить мысль без этих слов, то можно употребить. Хотя я думаю, что в русском языке достаточно слов, чтобы выразить свою мысль. Только если нет русского

аналога. Не люблю я это. Если можешь обойтись – обходись.

6. А как без них? Без них нельзя. Спокойно отношусь.

7. Допустим, журналист берет интервью – респондент ругается. Так в этих местах надо ставить многоточие. А вот если журналист сам использует ненормативную лексику, то он не имеет права, как я считаю, называться журналистом. Я не воспринимаю ненормативную лексику как «второй язык». Есть только один, правильный русский язык. Ничего красивее русского языка нет. Я против мата. Это деградация.

8. Безграмотностью элементарной объясняю. Плохо учились, троечники. Свой культурный уровень не повышают, а книжки читать надо. Одной бумажки-диплома недостаточно. Буквально вчера моя практикантка написала, что «озеленение Москвы играет очень большое значение».

9. Я думаю, что интернет-язык делает речь намного хуже. Речь развивается путем общения, живого общения. Ты, живой человек, задаешь мне вопрос, а я, живой человек, даю ответ. Нужно общаться устно, развивать свою речь. «Ну вот типа как бы» – это плохо!

10. Развитие человека начинается с детства. Родители, друзья, школа. Культура закладывается с самого раннего возраста. Воспитывать детей необходимо! Они должны быть заняты, должны быть все время при деле: кружки, хобби, увлечения. Надо повисить престиж образования, чтобы не покупали дипломы, а учились. Очень грустно, что в домах почти нет библиотек. У некоторых лежит Акунин, три книж-

ки. Или Устинова. Или кто-то про мопсиков. Читать нужно. Нет – кратким содержаниям!

Учиться нужно обязательно. СМИ не должны способствовать деградации.

Вообще, должно пройти время: поколения сменяются, может, во все отрасли придут интеллигентные люди. Рано или поздно цивилизация преобразуется и перейдет на более высокий уровень или погибнет.

# Полина Русяева

Корреспондент «Коммерсант. ru»

1. Если оценивать состояние русского языка с точки зрения грамотности, то, наверное, это состояние оставляет желать лучшего, сегодня оно значительно ниже требуемого (хотя это относительные категории, разумеется). Если оценивать с точки зрения лексического смысла, то есть не того, каким языком – грамотным или нет – написан журналистский материал, а того, что именно написано, то лексическая, смысловая, она же – базовая составляющая журналистского текста, – по моему мнению, сейчас вышла на качественный уровень. Планка действительно хороших текстов очень высока.

На мой взгляд, наиболее важным явлением в русском языке можно считать обилие разговорной лексики, её засилье и даже «порабощение» ею нормативного, казалось бы, устоявшегося языка.

2. Оценка по пятибалльной шкале: колебание между «3+» и «4-». Я считаю, что очень сложно говорить о языке современных СМИ в целом, потому что они сильно отличаются друг от друга. Если судить по ведущим качественным изданиям, то, пожалуй, моя оценка языка в них высока. К тому же весьма различна между качественными и массовыми изда-



ниями – в первой категории уровень и культура языка заметно выше. Впрочем, повторяюсь, что нельзя грести все СМИ под одну гребёнку «хорошо-плохо».

Язык газетной журналистики, телевизионной и радиальной бы разделять коренным образом не стала, потому что отличие их лежит в первую очередь в области технических средств донесения информации. А отсюда уже и языковой.

3. К сожалению, мои собственные наблюдения показывают, что выразительность языка сегодня – это явление чаще искусственное. Сегодня «стильно, модно и прикольно» писать афоризмами, метафорами, оксюморонами и другими средствами художественной выразительности. Моё «к сожалению» было употреблено как раз по поводу специального, неестественного, навязчивого использования этих средств. Я считаю, что выразительность языка лежит в самой манере журналиста мыслить. Содержание диктует, какие именно стилистические средства следует применять в своей работе журналисту. Плюс, конечно же, редакция газеты выдвигает определённые требования рамки, в которые в большей или меньшей степени должен укладываться журналист.

Язык публицистики отличается от языка художественной литературы своей специфической основой – у них изначально разные цели, задачи и разная аудитория. Но в наши дни происходит очень важное явление: язык художественной речи проникает в язык журналистики и, разумеется, в язык публицистики в целом. Основа этого явления коренится в

более высоких, чем раньше, требованиях к текстам. Ведь любой журналистский материал должен воздействовать на читателя, и лучше больше, чем меньше. Переборщить с выразительностью сегодня не так страшно, как недотянуть.

4. Всё хорошо в меру. На мой взгляд, слова, которые имеют вполне приемлемый и часто употребляемый эквивалент в нашем, русском языке, лучше и использовать в родной речи, а не пытаться за счёт иностранного слова выглядеть умнее. К тому же часто эти «умные» слова могут усложнить читателю восприятие и понимание текста статьи.

5. Мне кажется, что это явление неизбежное. Все уровни жизнедеятельности находятся в постоянном развитии. Журналисты, как народ интересующийся, постоянно рассказывают обо всех сферах, обо всех явлениях, как массовых, так и специфических. И логично, что в своих рассказах они используют термины, профессиональные слова, профессиональную лексику. В подобных, обоснованных случаях употребление профессионализмов и терминов абсолютно оправдано (естественно, не в ущерб смыслу и пониманию смысла). И не менее логично, что после использования, особенно после неоднократного, эти слова входят постепенно в обиход как журналистов, так и просто читателей.

6. Использую, когда это необходимо для создания определённого художественного образа. Использую при цитировании – часто жаргонизмы помогают яркому выражению мысли и, соответственно, более быстрому восприятию текста.

Если проанализировать мои журналистские тексты, то можно встретить ряд жаргонизмов, использованных не только для создания конкретного образа или при цитировании. Каюсь. Но жаргонизмы часто нами уже не воспринимаются как жаргонизмы, их можно перепутать с разговорными словами, – настолько они вошли в современную речь молодежи.

7. Для себя я вижу только один случай вероятности использования ненормативной лексики – при цитировании. Конечно, цитирование не освобождает от ответственности за написанное. И, употребляя подобные слова, надо чётко осознавать, какое воздействие это окажет на аудиторию.

Мне кажется, что использование ненормативной лексики всё же противоречит морально-этическим принципам, культуре человека в целом.

8. Большая часть нарушений языковой формы происходит из-за постоянно проходящих в языке процессов: смешения стилей речи (проникновения одного в другой), засилья разговорной, жаргонной и просторечной лексики и т. д.

Наиболее типичными стилистическими ошибками являются: • логическая ошибка.

Примеры: В театре демонстрируется новое название спектакля; снижение веса на 100 %.

Часто это происходит из-за того, что журналистов торопят сдавать тексты, – вечные дедлайны. Но от ответственности за свой материал это вовсе не освобождает. Не менее часто логические ошибки происходят, скажем так, по недодумы-

ванию. То есть журналист механически излагает мысль, не задумываясь или не вдумываясь в написанное.

• речевая избыточность (плеоназм, тавтология) и речевая недостаточность

Типичный пример – «констатировать факт». Боюсь, что это словосочетание уже даже для тех людей, которые знают, что оно ошибочно, стало привычным, так как именно в таком виде словосочетание вошло в разговорную речь.

Мне кажется, что много ошибок возникает вследствие стремления журналиста сделать свой текст как можно более художественным – красочным, наглядным, образным.

9. Однозначно можно говорить, что это влияние есть. Но говорить о том, какое именно – положительное или отрицательное, сильное или слабое, – на мой взгляд, пока очень рано. Интернет, несмотря на свою масштабность, всё же явление новое. И в силу этого влияние происходит на определённых людей (конкретные регионы, города; конкретные социальные группы; конкретные возрастные группы и т. д.). Яркий пример воздействия на речевую культуру – сайты Удава и Литпрома. Их речевая культура, изначально письменная, очень сильно и, к сожалению, массово проникла в умы и подсознание многих людей, откликнувшись и в устной речи. Но, как мне кажется, журналисты хоть и восприимчивый народ, однако на уровне их языковой культуры подобные явления отражаются слабо.

10. Чтение качественных книг, чтение печатных СМИ вы-

сокого уровня, просмотр добросовестно сделанных ТВ-программ и прослушивание радиопередач могут поспособствовать развитию хорошего речевого аппарата и повлиять на уровень речевой культуры журналиста.

Другое дело, что журналист, которому это повышение не надо, который считает, что и без того максимально культурен, образован и вообще пример для подражания всем остальным, – такой журналист не будет заниматься своим самообразованием. Да, на мой взгляд, любое повышение речевой культуры журналиста есть индивидуальный самообразовательный процесс. В идеале необходимость этого процесса, конечно, должен чувствовать каждый журналист.

# Александр Садиков

Спортивный журналист радио «Маяк»,  
спортивный обозреватель «Вести FM»

1. Уровень языка русских людей заметно снизился. Печально констатировать, но особенно это проявляется у журналистов.

На сегодняшний день бедой русского языка являются заимствования и англоизация, я бы так сказал. Молодое поколение употребляет все больше иноязычных слов, особенно английских. Очень активно в русской речи стали применяться конструкции, характерные для построения фраз в английском языке. Например, часто опускают дополнения (местоимения), называющие уже произнесенное слово: «Иванов продает хорошие книги. Если что, в следующий раз можешь пойти к». Для английского это вполне естественно, но русский язык все-таки требует слова после предлога.

2. Всё больше разговорной речи, просторечия проникает в язык современных СМИ. К сожалению, это связано не с художественной задачей, а с неграмотностью журналистов. Идеальным языком СМИ должен быть нормальный литературный язык.

3. Огромным разнообразием тропов и других стилистических средств, от повторов до зевгмы и анадиплосиса. Но в языке публицистики все же надо знать меру и не перебар-

щивать с художественностью. Язык публицистики более четкий, чем то, что мы видим в художественной литературе.

4. Стараюсь не использовать. Разговорные варианты слов могу употребить, но жаргонизмы – практически никогда.

5. Все должно быть в меру. Но часто журналисты об этом забывают и сыплют иностранными словами так, что теряется смысл. Особенно, мне кажется, это заметно в спортивной сфере. У большинства заимствованных слов, которые производят спортивные журналисты, есть наши эквиваленты. Однако почему-то обозреватели предпочитают говорить «форвард» вместо «нападающий», «хавбек» вместо «полузащитник», «голкипер» вместо «вратарь» и пр. Лично я стараюсь избегать подобных выражений и использую их, только когда необходим синоним и по-другому сказать нельзя.

6. В СМИ, особенно в звучащей речи, то есть на радио, терминов и профессионализмов должно быть как можно меньше. Я уверен, что любой смысл можно выразить нормальными, понятными словами.

7. Недопустимо. Точно так же, как на самом деле недопустимо это и в обычной речи, хотя слышишь подобные слова сплошь и рядом.

8. Незнанием элементарных правил русского языка. С другой стороны, правила можно не знать, но писать и говорить грамотно. Это либо врожденная грамотность, либо просто человек много читает. Но далеко не все журналисты много читают.

9. Набор слов, который присутствует в Интернете, вообще трудно назвать нормальным языком. Я не говорю уже о «преведах». Влияние, особенно на подростков и молодежь, однозначно негативное.

10. Журналистам совет – больше читать, «простым гражданам» – больше читать и слушать грамотных журналистов.



# Кира Сапгир

**Журналист издания «Русская мысль», в качестве литературного критика печаталась в «Континенте» и др. изданиях: в США – «Новое Русское Слово», «Панорама», «Время и Мы», «Русский Американец» (издавал в Нью-Йорке Сергей Довлатов), «Новый Журнал»; в Германии – «Грани», «Посев», «Остров» (выпускался карикатуристом-диссидентом В. Сысоевым), «Литературный Европеец», «Мосты»; в Израиле – «Вести», «Зеркало», «Круг»; журналист радио «Свобода», русской службы ВВС; член Международного ПЕН-клуба, Международного союза журналистов, Союза писателей Москвы**

1. Состояние русского языка – мобильно-нестабильное. В русской речи налицо повальное увлечение ироническим обыгрыванием иностранных ходовых словечек, щегольство англицизмами etc.

2. Язык современных СМИ – развязный/развязанный/деревянный. Но, на мой взгляд, идеального языка в газете нет и быть не должно. Другое дело – подача материала, которая может и должна быть безукоризненной. А также умение синтаксически грамотно устно и письменно построить фразу, не «зарапортоваться».

3. Выразительность подачи зависит от темперамента и личности журналиста/телеведущего. В отличие от литературы, публицистика не терпит «художественной» подачи материала. Здесь главное – факты, и если есть отступления, их надо так и обозначать – чего не требуется в художественном произведении.

4. Это на самом деле новейший сленг, очень забавный. А сленг в процессе становления многими воспринимается как пощечина общественному вкусу. Я же интернетный язык воспринимаю как определенный, конкретный тип музыки.

5. Мы в свободном информационном пространстве. Уместное использование заимствований – дело вкуса и производное чувства меры.

6. См. предыд. ответ.

7. Случается. Им я отвожу роль приправы, стараясь, однако, не пересаливать.

8. Ненормативная лексика порой даже необходима. Но речевая грубость должна быть не просто хлесткой, но и элегантной. Как у жонглеров, скоморохов, игравших в средние века роль эдакого ярмарочного «телеведущего»...

9. А) Омещаниванием общества в целом.

Б) Типичный пример – выражение «В разы» («раз» во множ. числе).

10. Отдать под суд тех, кто сделал гуманитарное обучение платным.

# Лилия Секания

## *PR-менеджер в области шоу-бизнеса*

1. Состояние современного русского языка я оцениваю как абсолютно нормальное. Ведь на самом деле большинство людей говорит и пишет очень грамотно. Мне кажется, что в нашем языке очень много заимствованных слов и варваризмов, что, может быть, немного загрязняет язык. Но не стоит забывать, что Россия – многонациональная страна, поэтому язык постоянно меняется, и это явление нормальное.

2. Сложно сказать. Ведь все зависит от того, на какую аудиторию работает то или иное издание, программа или радио.

3. Русский язык невероятно разнообразен. В нем огромное количество выразительных средств, например тропы и риторические фигуры.

Главное, что отличает язык публицистики от языка художественной литературы, – это то, что в литературе больше экспрессии, богатства и разнообразия языка. Публицистика имеет более информативный характер.

4. Использую, но очень редко.

5. Положительное. Ведь все языки обогащаются за счет друг друга. Это, на мой взгляд, нормальное явление.

6. Иногда термины и профессионализмы очень помогают

журналисту правильно сформулировать свою мысль. Журналисты пишут на разные темы, где порой без них не обойтись.

7. Мне кажется, недопустимо, хотя иногда журналист может себе это позволить, если ему подходит такая лексика по содержательному контексту или для стилистического колорита.

8. Нарушение языковой нормы можно объяснить неграмотностью человека. Или оно допускается для придания яркости и выразительности тексту, для громкого, кричащего заголовка, в этом случае журналисты часто нарушают языковые нормы.

9. Мне кажется, интернет-издания такие же издания, как и печатные СМИ. Возможно, что в Интернете предоставляет больше «языковой свободы», чем печатные издания.

10. Есть очень много способов это сделать. Но чтобы реально повысить речевую культуру, этим должны заняться все: и государство, и общество.

# Андрей Сенцов

**Диджей «Авторadio», корреспондент телеканала ТВЦ, в 2015 г. – колумнист «Московских новостей», корреспондент телеканала НТВ**

1. Состояние современного русского языка оцениваю как хорошее, но всё могло быть и лучше. К сожалению, все больше и больше малограмотных людей, язык Интернета покоряет умы школьников. Ничего позитивного в этом не вижу.

Самый актуальный процесс в русской речи – упрощение, на мой взгляд. Фразы становятся короче, примитивнее, язык от этого переживает свои не самые лучшие времена.

2. Язык СМИ должен быть таким, каким его поняла бы аудитория этого СМИ. Другое дело, что «опускаться» иной раз до уровня аудитории – значит признать свою несостоятельность в ее просвещении.

Нынешний язык современных СМИ – это зеркальное отображение языка тех, для кого эти СМИ существуют.

3. В последнее время я что-то мало встречал выразительных средств в нашей периодике. Но если идеализировать ситуацию, то, конечно же, всевозможные эпитеты, метафоры, сравнения и иногда даже олицетворения с аллегориями. Язык публицистики, на мой взгляд, более приближен к языку СМИ. Язык художественной литературы может содержать

в себе элементы всех стилей, здесь уже речь может идти о сюжете, о задумке автора и т. д. Публицистика более «упрощена», приближена к пониманию ее читателями, слушателями или зрителями.

4. Нет, практически не использую. Наверное, еще не попадал в такие ситуации, когда задумывался бы об употреблении того или иного жаргонизма.

5. Никакого «негатива» в использовании заимствованных слов не вижу. Если это слово идеально вписывается в контекст, то даже не задумывался над такими вещами никогда. Но бывают случаи, когда русский аналог заимствованному слову более понятен аудитории. Тогда не стоит и сомневаться – произнесу в эфире то, что будет понятно моему слушателю или зрителю. Его интересы для меня главнее всего.

6. В целом – а почему бы и нет? Мне кажется, это повышает эрудицию аудитории, «приоткрывает» ей доселе невиданное. Конечно, нельзя использовать термины и профессионализмы, не поясняя их значение, а оно должно быть простым, доступным и запоминающимся. Над последним и следует потрудиться грамотному редактору или же самому журналисту.

7. Недопустимо ни в коем случае!!! СМИ призваны, в первую очередь, сквозь пелену бесконечной информации повышать языковой уровень населения, а не учить его плохим словам! Употребление ненормативной лексики в СМИ приводит к «легитимности» этой лексики в молодежной сре-

де. Принцип таков: раз по телевизору (радио) так говорят, значит, и мне так можно. Это отвратительные процессы в нашем обществе. Никогда и ни за что не буду употреблять в эфире ненормативные слова и выражения.

8. Многочисленные нарушения языковой нормы, прежде всего, исходят от тотальной безграмотности работников СМИ, от их недобросовестности и нехватки времени для самопроверки. Из стилистических ошибок, пожалуй, самое распространенное, на мой взгляд, неверное употребление слов из-за незнания их истинного лексического смысла.

9. Не все наше общество еще интернетизированно, и это хорошо. Это значит, что еще остались люди, не поддающиеся влиянию интернет-языка. Проблема, наверное, существует на законодательной уровне. У нас нет законов, по которым в Интернете нельзя было бы коверкать русский язык, исключить ненормативную лексику и т. д. Получается, что каждый пишет то, что хочет, а это оборачивается падением языковой культуры общества.

10. Думаю, что как только повысится культура общества в целом, так сразу же за ней потянутся и журналисты. Здесь все взаимосвязано. Государству необходимо какими-то спецпроектами или социальными программами поддерживать в обществе стремление грамотно говорить и писать по-русски. К сожалению, у общества пока нет стимула знать и ценить свой родной язык.

# Евгений Синичкин

**Сотрудник**                      **пресс-службы**                      **ФК**  
**«Сатурн» (Московская область), корреспондент**  
**«Радио Спорт», автор газеты «Спорт день за**  
**днем», издания «Спорт Экспресс»**

1. На мой взгляд, современный русский язык стал более разговорным и простым, чем, скажем, сто лет назад. Это, как мне кажется, язык обедняет и упрощает, однако вместе с тем делает его более популярным. Наиболее актуальные процессы – это появление в языке все большего количества жаргонизмов и слов, относящихся к ненормативной лексике.

2. Смотри каких СМИ. Дело в том, что язык газет можно условно разделить на три группы: сложный, литературный, специфический («Коммерсант»); популярный («АиФ», «Спорт-Экспресс») и, так сказать, простой (всевозможная «желтая пресса»). В целом же, я считаю, уровень языка в СМИ колеблется на отметке от 3+ до 4-. Идеальный язык должен быть разнообразен в общем, однако иметь определенные нормы для какого-либо из подвидов (газеты, журналы, радио, ТВ).

3. Прежде всего, это композиция материалов. Во-вторых, немаловажную роль играют всяческие варианты слов, созданных с помощью экспрессивного словообразования. А языки публицистики и художественной литературы – совер-



шенно разные. Ни в коем случае нельзя принижать язык художественных произведений до языка газет и, соответственно, непозволительно «грузить» СМИ красивым, литературным языком.

4. В большинстве своем негативное. К сожалению, уровень интернет-изданий слишком низок, чтобы он оказывал какое-либо положительное влияние на язык. Необходимо брать пример с Запада, в частности с США, где интернет-ресурсы стали популярнее и качественнее многих газет. К этому придем и мы, но чтобы это произошло, надо работать над содержанием и стилем изданий.

5. Исключительно положительное. Заимствованные слова, во-первых, в некоторых ситуациях более точны для описания события или чего-либо еще, во-вторых, добавляют языку изюминку и яркость. Главное – не переусердствовать и использовать их в нужном месте и в нужное время.

6. Это неотъемлемое условие работы. Невозможно писать материал про хоккей, зная исключительно политическую лексику. Они же не случайно названы «профессионализмами» – они созданы для употребления их в соответствующей среде, отрасли.

7. Безусловно. Они неотъемлемая часть фона, без которого язык бледнеет. Тем не менее стараюсь не сыпать их бездумно, по принципу «жаргонизм ради жаргонизма» – все хорошо в меру.

8. Вопрос действительно хороший. С одной стороны, эта

лексика уже названа «ненормативной», то есть не соответствующей нормам. С другой – наш язык постепенно выходит из устоявшихся норм и постоянно развивается. Вполне возможно, что «ненормативную лексику» можно употреблять иногда, как и просторечия, только с оговоркой – использовать в чрезвычайных ситуациях.

9. Малограмотностью, недостаточной образованностью и торопливостью. Честно говоря, в последнее время меня просто убивает фраза, которую я вижу во всех спортивных газетах, слышу на радио и по телевидению: «Забить гол». Гол и так уже забитый мяч.

10. Читать, читать и еще раз читать. Думать над тем, что говоришь и пишешь. Проходить тренинги по культуре речи.

# Александр Смотров

**Старший корреспондент РИА Новости в Великобритании; автор материалов для журналов «Итоги» и МОБИ, а также репортажей «Эхо Москвы», аспирант факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова**

1. Современный русский язык претерпевает две основные, на мой взгляд, тенденции: 1) он модернизируется, вбирая в себя все реалии быстро развивающейся жизни, заимствует много иностранных слов для обозначения этих реалий и отражения глобализированного мира; и 2) в нём создаётся своеобразная версия «лайт», с меньшим словарным запасом, меньшим грамматическим и синтаксическим разнообразием, которая используется всё шире в разных сферах общения: повседневной, молодёжной, в Интернете.

2. Язык современных СМИ отражает те же самые процессы, которые происходят в языке вообще. Идеальным для массмедиа, на мой взгляд, является простой и понятный, но в то же время правильный русский язык. Не стоит совсем опускаться до уровня улицы, но и пытаться поднять читателя до уровня академического языка или литературных памятников XIX века тоже вряд ли оправдано.

3. Выразительность языка СМИ создаётся риторическими приёмами (повторами, логическим членением синтаксиче-

ских конструкций, обыгрыванием фразеологизмов и т. д.), а также использованием современной лексики и выражений из популярной культуры. Сиюминутность периодических изданий обуславливает то, что они больше отражают картину сегодняшнего дня, в то время как литература стремится быть более «вневременной» и, следовательно, более осторожной в использовании таких идиом, ассоциаций, реалий, которые могут стать непонятными или забыться в скором времени.

4. Учитывая, что Интернетом в России пользуется не более 20 % населения, то говорить о масштабном влиянии интернет-изданий на речевую культуру общества пока, на мой взгляд, рановато. Тем не менее это влияние всё более заметно, и люди, которые сами не пользуются Интернетом, могут тем не менее вводить в свой речевой обиход слова и выражения, которые слышат от окружающих.

5. Употребление заимствованных слов оправдано, если они действительно обозначают какой-то предмет, явление, не существующее в России, или же заменяют собой многословное определение какой-то реалии. Говорить же просто «тикет» вместо «билет», по-моему, глупо.

6. Это обогащает язык и содержание текста, однако их появление должно быть оправдано, а значение – объяснено. При этом не стоит вводить в один текст много терминов или объяснять термин через другой термин, который читатель только что узнал ранее в этой же статье. Это затрудняет восприятие и вряд ли будет продуктивным как для автора, так

и для читателя.

7. В общении и разговорной речи – разумеется, в текстах – очень осторожно, обычно в кавычках или в цитатах. В колонке или авторской статье встретить такие слова более вероятно и ожидаемо, чем в информационном тексте.

8. Думаю, что только в цитатах.

9. Повышенные требования к оперативности и пониженные – к качеству редакторской и корректорской работы. Это причина. А типичные ошибки – это «четверо женщин», смешение падежей в одной конструкции «похороны и прощание с Борисом Ельциным» (надо: «похороны Бориса Ельцина и прощание с ним» и так далее.

10. Study, study, study, как говорил великий Ленин.

# Сергей Соков

**Рдактор АиФ «Газеты Рыбака», редактор  
журнала «Русский Финансовый клуб»**

1. Процессов невероятно много. В частности, увеличивается число заимствованных слов и выражений. Некоторые термины и понятия, возникшие за рубежом и до сих пор не имеющие аналогов в современном русском языке, очень быстро входят сначала в разговорную, а затем и письменную речь (пример – слово «джингл», заимствованное из английского и означающее музыкальную «заставку» в радиоэфире); вместе с ними приходит и немало слов-паразитов.

2. «Языковая норма» и «язык журналистики» – эти два понятия, на мой взгляд, должны быть максимально приближены друг к другу. Однако язык журналистики не должен слепо следовать за «языком народа»; «нормоформирующую» роль средств массовой информации не стоит недооценивать. Иногда не помешает немного языкового консерватизма.

3. Главным образом за счет ярких фразеологических оборотов, причем чем «свежее» оборот, тем с большим вниманием он воспринимается читателем, слушателем или зрителем. В то же время роль фразеологизмов из классической литературы постепенно снижается, и сегодня цитата из литературных мастеров прошлого становится редкостью.

4. Использую, причем нередко. Надо иметь в виду, что большинство СМИ имеет дело с определенной социальной группой, на которую рассчитано издание, а не с некоей безликой массой. Само собой, выпуская газету про рыбалку, я не могу не использовать слов, которые будут понятны лишь рыбакам (экстракторы, прикормки, воблеры, твистеры, джигголовки и т. д.), ведь они и являются целевой аудиторией газеты.

5. Не могу сказать, что это однозначно плохо или хорошо. Часто это просто неизбежно, но только в тех случаях, когда в русском языке нет «достойного» аналога.

6. В некоторых случаях это просто неизбежно (если говорить о конкретной социальной группе, прослойке). Иногда же это позволяет журналисту дать аудитории более широкую картину какого-либо явления, процесса, события. Некоторые термины довольно быстро переходят из разряда специфической лексики в разряд лексики нейтральной (например, слово «профицит» [бюджета] еще не так давно было экономическим термином, понятным небольшому кругу специалистов, а сегодня разницу между дефицитом и профицитом может объяснить любой школьник).

7. Если речь идет о мате, то однозначно – нет. Причем как в печатных изданиях, так и на радио и телевидении. Сегодня этим больше всего грешат СМИ электронные, по сути никем не контролируемые. Впрочем, и в некоторых телевизионных программах (особенно на музыкальных каналах) ненорма-

тивная лексика «проскакивает» все чаще. Если же говорить о ненормативной лексике как о множестве лексических единиц, не относящихся к кодифицированной языковой норме, то их использование иногда возможно.

8. Зачастую – недостаточно высокий уровень образования, ведь в современной журналистике людей с журналистским, лингвистическим – да даже просто гуманитарным образованием крайне мало. Иногда – широкая языковая практика, отклоняющаяся от языковой нормы.

9. Сегодня очень многие используют именно Всемирную паутину для получения «свежей» информации, поэтому влияние языка электронных СМИ на язык очень велико. Крупные информационные агентства, имеющие свои порталы в Интернете (такие как ИТАР-ТАСС, РИА – НОВОСТИ, РБК), сегодня стараются следить за языком сообщений, появляющихся на веб-страницах; другие же (такие как Lenta.ru, УГРО.РУ, MAIL.RU) уделяют внимание лишь орфографии сообщений и статей, но не стилистике.

10. Нет ответа...



# Светлана Соколова

**Редактор отдела эксклюзивной информации  
на радио «Маяк»**

1. Все языки идут по пути упрощения, что грозит, без сомнения, и русскому языку. Этот процесс неизбежен и естествен. Он характеризуется тем, что столь высоко ценимое «богатство языка» сокращается до уровня общеупотребительных слов. Кроме того, русский язык сейчас активно перенимает иностранные слова, которые обозначают новые явления, например в экономике. При этом порой русифицируются их грамматические нормы: менеджмент – о менеджменте; франчайзинг – франчайзинговая компания. Это говорит о том, что язык пытается адаптировать внутри себя новые слова. Такие процессы можно рассматривать как с положительной, так и с отрицательной стороны, но отрицать их наличие просто смешно.

2. Идеальный язык СМИ должен быть понятным, доступным большинству читателей, слушателей, зрителей. Автор материала не должен забывать, для какой аудитории он пишет и каков ее образовательный уровень. Текст должен быть читабельным, я подразумеваю под этим то, что он должен легко восприниматься, быть приближенным к разговорной речи и не быть перегруженным сложноподчиненными предложениями. Ведущий на радио и телевидении должен учи-

тывать тот факт, что информация будет восприниматься на слух, следовательно, употребление витиеватых грамматических конструкций просто недопустимо. Кроме того, очень важен темп речи, потому что вполне понятно, что при наличии хорошей дикции ведущий может произнести тысячу слов в минуту (утрирую), но бабушка на другой стороне приемника вряд ли сможет с той же скоростью воспринять сообщение.

3. Художественная литература часто использует выразительные средства для украшения самого текста, для создания гладкой канвы повествования, его «зримости» для читателя. Иногда это даже переходит в восхищение возможностями языка, когда писатель пишет и получает удовольствие оттого, что получается красиво. Публицистика – это другое. В газете выразительные средства, такие же, как в художественной литературе, т. е. тропы, нужны в основном для написания журналистских материалов, где очень важно создать у читателя эффект присутствия. Во всех остальных случаях газетное слово, слово на телевидении и на радио должно быть в первую очередь емким и к месту, то есть должно ярко характеризовать суть явления. Для этого, мне кажется, журналисты вполне могут позволить себе заняться словотворчеством, придумывая с помощью суффиксов, приставок и т. д. новые слова, которые характеризовали бы явление нагляднее, ощутимее. Кроме того, слова в СМИ должны нести одновременно со смысловой еще и эмоциональную

нагрузку, передавать отношение автора к тому, о чем он пишет. Язык телевидения и радио немного отличается от газетного, но не в смысле употребления речевых конструкций. На телевидении и на радио выразительность новости придает интонация (а на телевидении – еще и манеры ведущего, выражение лица, с которым он произносит сообщение).

4. В своей работе я редко сталкиваюсь с жаргонизмами, но, мне кажется, они допустимы в некоторых жанрах масс-медиа. При условии, что значение жаргонизма понятно обществу (обязательно наличия толкования), его употребление служит дополнительным выразительным средством для создания колоритного материала, делает его интересным для аудитории в плане расширения кругозора.

5. Недопустимо.

6. Заимствованные слова вполне приемлемы для СМИ, но только в том случае, если они понятны среднестатистическому читателю, зрителю, слушателю и достаточно употребительны в обществе. Тем более если речь идет о новых явлениях современной жизни, для которых нет эквивалента в русском языке. СМИ должны говорить с обществом на одном языке, не впадая при этом в крайности и сохраняя академическую выдержанность.

7. Термины и профессионализмы способны обогатить материал журналиста новыми деталями. Практика употребления специальной лексики обогащает кругозор читателя или слушателя. Но при употреблении терминов, журналист дол-

жен разъяснить значение термина для широкой аудитории, принимая во внимание уровень образования своей аудитории.

8. Нарушения языковой нормы связаны с пренебрежением культурой речи и низкой грамотностью.

9. Если к интернет-изданиям относить блоги, то можно сказать, что язык блогеров значительно влияет на речевую культуру общества. Этот язык понятен большей частью только постоянным членам сетевого сообщества и в значительной степени непонятен тем, кто не пользуется Интернетом. Сетевой язык – в основном продукт эксперимента интернетчиков, своего рода игра. При этом большая часть юзеров видят различия между грамотным русским языком и интернет-слэнгом. Это корпоративная культура.

10. Ответ может быть только один – уделять больше внимания речевой культуре публичных людей (сюда я отношу не только журналистов, но и политиков, актеров, общественных деятелей и т. д., тех, кто так или иначе попадает в эфир, будь то ТВ или радио). Личный пример – лучшее воспитательное средство: если слушаешь человека, говорящего хорошо, складно, то хочется ему подражать. Когда в нашем правительстве сидят люди, страдающие косноязычием и допускающие грамматические ошибки, что тогда можно говорить о рядовых гражданах?

Кроме того, надо в учебных заведениях специально выделять часы на такой предмет, как культура речи и рито-

рика, потому что логически грамотно и внятно выразить свои мысли выпускники школ практически не умеют. Все остальные меры надо рассматривать в контексте улучшения качества всего образовательного процесса в школах. Допустим, повышение уровня преподавания русского языка по всей стране, а следовательно, проверка на профпригодность преподавателей-словесников, и ряд других мер.

# Олег Сотников

**Федерация компьютерного спорта России,  
фрилансер, работа с различными тематическими  
изданиями**

1. Несмотря на кажущуюся перегруженность русского языка жаргонизмами, англицизмами и варваризмами, за будущее языка вряд ли стоит беспокоиться. Это нормально, когда язык изменяется, – время диктует свои условия, и язык неизбежно становится более современным, обновляется.

2. Уровень языка современных СМИ вполне удовлетворителен. Небольшому количеству ошибок, неточностей и «ляпов» едва ли стоит придавать какое-то значение, ведь их количество в пределах нормы, и вряд ли способно раздражать не слишком уж придирчивого зрителя/слушателя/читателя. Идеальный язык СМИ – тот, который понятен ее читателю. Именно поэтому жаргонизмы и заимствования из других языков более чем допустимы. Особенно в тематической и узкоспециальной журналистике.

3. Язык публицистики отличает ясность и простота, отсутствие чрезмерно «утяжеленных» конструкций, мешающих нормальному восприятию текста. Особенно это касается радио и ТВ – сложный текст на слух «средней» аудиторией практически не воспринимается. Основным средством выразительности языка СМИ я считаю использование новых,

не избитых и не примелькавшихся слов и целых словесных конструкции. Разумеется, речь не всегда идет о жаргоне.

4. Использую, поскольку в игровой журналистике есть огромное количество специфических терминов, которые можно было бы объяснять обычными словами, но это было бы слишком долго и глупо – ведь читателям подобных изданий изначально ясно, что значит слова «крича», «аватар», «RPG», «ролевик», «стрелялка», «кемпер».

5. Нейтральное. Большинство заимствований оправданы – в русском языке не всегда существуют подходящие аналоги. А если они и есть, то зачастую чрезмерно громоздки или неблагозвучны.

6. Присутствие терминов и профессионализмов неизбежно. Но в этом нет ничего негативного – аудитория многих СМИ обладает специфическими знаниями и интересами, а потому профессионализмы и специальные термины вполне оправданы.

7. Использование ненормативной лексики недопустимо потому, что многие воспринимают ненормативную лексику настолько негативно, что одно даже одно крепкое слово может стать причиной потери какого-то процента аудитории. По-моему, лучше один раз отказаться от мата, чем терять читателей/зрителей.

8. Не мог бы. Этих ошибок не так много, и они не столь страшны, чтобы придавать им значение и слишком много о них говорить. Журналисты ориентированы прежде всего на

свою аудиторию, и если аудитория принимает язык журналистского коллектива – значит, проблемы не существует.

9. «Обогащает» ее жаргонизмами, специальными терминами, специфической лексикой.

10. Речевая культура журналистов изменится лишь тогда, когда повысится речевая культура общества в целом. Искать проблему нужно не в журналистике, а в обществе. Тем не менее я не считаю, что нужно что-то исправлять. На мой взгляд, ситуация на рынке СМИ устраивает как журналистов, так и общество.



# Анастасия Стемповская

Журналист «Nightparty.ru», редактор  
«Cosmopolitan»

1. Я считаю, что состояние современного русского языка можно было бы охарактеризовать как «переживающее очередной этап эволюции-трансформации – развития», если бы не полная языковая деградация общества. Здесь я говорю исключительно о таком понятии, как скудный запас слов, присущий сегодня большинству людей, а также о неправильном употреблении тех или иных слов, непонимании их значения, смысловой нагрузке. Если отойти немножко в сторону от людей пишущих (я считаю, что для того, чтобы определить истинное состояние языка, надо посмотреть немного шире), то повсюду приходится сталкиваться с тем, как людям не хватает слов даже для того, чтобы банально описать, что они чувствуют, думают, видят. Они буквально «лезут за словом в карман», т. е. они понимают, что хотят сказать, знают, что хотят сказать, но НЕ МОГУТ, потому что не могут подобрать слов. Наряду с этим также часто приходится наблюдать неправильное употребление наипростейших слов. Доходит до примитивного, когда один человек говорит слово, вкладывая в него свой собственный смысл, а другой понимает его совершенно иначе, что, как нетрудно догадаться, приводит к непониманию между двумя людьми. Например, довольно ча-

сто приходилось слышать, как слово «разочароваться» употреблялось в значении «сорвались планы» или слово «брутальный» в значении «некрасивый», и таких примеров очень много. Что говорить о том, что, как я думаю, приличный процент населения вообще не знает таких слов, как, например, «орнамент», «подлинный», «менталитет» и др.

Таким образом, явно намечаются три главные проблемы: речевая недостаточность, незнание подлинного значения того или иного слова, незнание слова вообще. Характерны они, как правило, для молодёжи, но это и пугает.

Из всего вышесказанного мой личный вывод таков: состояние современного русского языка можно охарактеризовать как «абсурдное, аномальное и нелепое» в связи с тем, что он не выполняет основную свою функцию – способ передачи/обмена информацией. Язык создан для того, чтобы люди могли общаться и понимать друг друга, а в большинстве случаев выходит, что получается наоборот.

Что касается актуальных явлений, то лидирующую позицию занимает максимальное упрощение всего, что связано с понятием «русский язык». Сюда входит и упрощение уже других актуальных явлений, таких как повсеместное появление и употребление неологизмов, жаргонизмов, заимствованных слов и ненормативной лексики. Причина этому – не только вышеупомянутая нехватка слов, но и, конечно же, лень. Зачем учить новое слово, если можно самому на ходу придумать новое, взять уже придуманное из другого языка

или использовать придуманное и сто раз упрощённое ребятами во дворе?

Если бы те три проблемы, которые я обозначила выше, были бы решены, то ко всем этим явлениям можно было бы отнестись положительно. А так ситуация напоминает детскую игру «испорченный телефон», когда один сказал одно, другому послышалось другое, он добавил своё и передал третьему, далее по цепочке, а то, что услышал сотый человек, то и стали употреблять все. Этакая «нездоровая и ничем не обоснованная деформация» ни в чём не повинного языка.

2. СМИ – понятие широкое. Но в нашей стране «языковая» ситуация, аналогична «социальной», если так можно выразиться, т. е. существует слишком большая пропасть между интеллигенцией и людьми малообразованными.

Язык СМИ зависит от того, о каком СМИ идет речь. Открыть газету «Культура» и газету «Жизнь»... Думаю, нет смысла объяснять разницу, однако сколько процентов населения читают «Жизнь» и сколько «Культуру»? Выходит, что большинство опять выбирает что попроще. А ведь газету «Жизнь» и подобные ей можно приводить как результат многочисленных «трансформаций» нашего языка.

Идеальный язык, на мой взгляд, это «здоровый», грамотный язык. Это когда слова употребляются соответственно их значению, когда все ныне актуальные явления действительно актуальны и необходимы для конкретного материала. Когда язык разнообразный, «живой», хочется слушать, слышать и

читать. Когда речь выдержана в едином уместном стиле. Когда ты понимаешь, что тебе пытаются сказать.

3. Выразительность языка СМИ, на мой взгляд, создаётся в первую очередь правильно выбранной интонацией, грамотностью, индивидуальным стилем того или иного автора. Многие журналисты сейчас предпочитают скрывать свою неграмотность за сухой речью, выдержанной в официально-деловом стиле, насыщенной канцеляризмами и штампами. Выходит коротко и ясно, но не «живо» (если же мы не говорим сейчас о том, где требуется именно такая речь). Некоторые, наоборот, предпочитают говорить/писать нарочито «громоздко», сложно, но вроде «умно», в результате чего с трудом улавливается суть. На мой взгляд, любые слова и средства хороши, если они грамотно, ясно, живо преподнесены, потому что именно такая речь становится «выразительной».

Если рассматривать современную литературу, то грань между языком публицистики и языком художественной литературы почти стёрлась. Возможно, что на сегодняшний день так даже лучше. Поскольку для меня язык художественной литературы – это в первую очередь изобилие умело выбранных художественных тропов и фигур речи, а язык публицистики – это грамотная, складная, понятная речь. Если некоторым авторам удаётся совместить и то и другое, то в этом нет ничего плохого. В какой-то мере это даже наглядный положительный пример.

4. Самое негативное. В первую очередь пагубно влияние популярного нынче ЖЖ. Это явление в контексте вопроса уже можно рассматривать как полноценное, т. к. у ЖЖ и других блогов появился уже свой, так сказать, словарь («превед», «шарфег» и т. д.) Однако в отличие от языка, например, молодёжных субкультур, ЖЖ не привнёс неологизмов, жаргонизмов, заимствованных слов – ничего, т. е. нет речи даже о трансформации языка, он лишь стёр последние правила правописания, окончательно их упростил, так что теперь все пишут как слышат, а говорят нарочито неверно с грамматической точки зрения. Теперь многие и без того безграмотные люди забудут о минимальном наборе правописания, которому обучались в школе.

В других же интернет-СМИ наблюдается гораздо более снисходительное отношение к употреблению слов, ошибкам, ненормативной лексике и т. д., нежели вне сети, что также оказывает не самое лучшее влияние на речевую культуру общества.

5. Положительное, если данные слова употребляются в меру и уместны в конкретном контексте.

6. Иногда это бывает полезно в просветительских целях, если нет нагромождения. Если не создаётся ложного эффекта сложности восприятия информации.

7. Да, использую. Жаргонизмы в большинстве случаев необходимы, т. к. создают эффект доступности восприятия и подачи информации. Жаргонизмы оставляют ощущение

ние «как будто поболтал с приятелем», что очень часто (если это уместно) «оживляет» материал, помогает заинтересовать, придаёт материалу «лёгкость, разговорность». Иной раз даже очень сложный текст можно сделать вполне доступным для большинства именно при помощи употребления жаргонизмов. Если каких-то людей интеллектуальный материал может завлечь только подачей, а не идеей, то лучше уж употребить жаргонизмы и быть понятым, чем если человек не станет читать вообще.

8. Допустимо, но только в случае необходимости. Например, для того, чтобы наиболее ясно передать ту или иную обстановку, сферу, среду, охарактеризовать того или иного человека. Однако сегодня проблема заключается скорее в переизбытке употребления данной лексики.

9. Безграмотностью. Простительно это только в том случае, если таким образом выражается индивидуальность автора, его неповторимый стиль, т. е. нарушение осознанно. Большое количество стилистических ошибок можно встретить в таких изданиях, как «Жизнь», «МК» и т. д. К сожалению, количество таких изданий велико. Ошибки встречаются даже в заголовках. Например, «очевидец спектакля», «сапоги всмятку», «случилась презентация» и др.

10. Надо научить людей читать классическую литературу. А также ввести моду на «правильный» русский язык. Кстати, такая тенденция уже, к счастью, намечается, например, в ЖЖ. Очень многие авторы блогов поддерживают так назы-

ваемую акцию «я против аффтатов».

# Татьяна Степаненко

## Пресс-атташе компании *DENIS SIMACHEV*

1. Считаю актуальным упрощение языка, сокращение слов и использование символов. Для придания определенной эмоциональной окраски уже и в деловой переписке используются смайлы – различные значки, сочетание символов, обозначающих то или иное настроение или придающих предложению дополнительный усиливающий смысл.

Смс-переписка ввела в письменный язык – также в связи с темпом жизни и тенденцией к упрощению всего – упрощенное написание слов, например «щас» вместо «сейчас», «че» вместо «чего» и др., а также использование английских слов, часто по причине их меньшей длины, написанных кириллицей – «плиз» и т. п. Это написание постепенно переходит и в обычную переписку.

2. Первое, что бросается в глаза в современной глянцевої журналистике, – уход от текста как такового в пользу отдельных фраз, подписей к фото и интервью, то есть словесного пинг-понга. У современного жителя мегаполиса нет времени погружаться в чтение больших текстов – сознание человека стало клиповым, он воспринимает очень большое количество обрывков информации. Это относится ко всем видам носителей.



3. Очевидно, интонацией и темпом речи, паузами. В телевидении это еще и мимика ведущего и диктора.

4. Жаргонизмы стараюсь не использовать, хотя допускаю, что их употребление вполне может быть оправдано. Все зависит от формата издания и интервьюируемого.

5. Спокойное. Если слова – не профессиональные жаргонизмы или экономические термины, непонятные обывателю.

6. См. п. 5.

7. Недопустимо со стороны журналистов, так как они должны быть образцом вкуса в языке. Но допустимо как часть имиджа.

8. Без комментариев.

9. Влияет непосредственно, так как молодое поколение, практически «живущее» в Интернете, чаще читает неправильное написание слов, использует сленг и так называемый албанский.

10. Штрафами и жесткой цензурой.

# Ирина Стрельникова

**Журналист, автор Международного сетевого литературно-культурологического издания «Зарубежные Задворки», ведущая рубрики «Кумиры прошлого» в журнале «7 дней»**

1. Состояние современного русского языка примерно то же, что и всегда: язык в процессе бесконечного формирования и обновления. Это только латынь законсервировалась навеки.

2. На радио, пожалуй, язык несколько замусорен. На телевидении – бедноват, но это нормально: такая уж у них специфика. Прежде всего картинка! С печатными изданиями дело портит обилие неграмотных журналистов. Стоило бы, пожалуй, несколько ужесточить редактуру. Но поскольку читательское «голосование кошельком» никак не зависит от грамотности речи, на это не приходится рассчитывать. Словом, нужно смириться. Тем более что журналистов с хорошим языком тоже немало.

3. Выразительность языка как таковая – вещь приятная (для взыскательного читателя, по крайней мере), но не обязательная. Куда важнее выразительность факта. Может быть, журналистика даже ближе к драматургии, чем к художественной прозе. Важна острота заданного конфликта, важно не терять динамики, важно, как и в какой последовательно-

сти подать события. Если изложение при этом будет изящным – замечательно. Нет – не страшно.

4. Я жаргонизмы использую мало, поскольку пишу в основном на исторические темы. Но если тематика позволяет, почему нет? Жаргонизмы часто бывают забавны и выразительны.

5. Если слово лучше других выражает мысль, его можно и нужно употреблять. В конце концов исконно русских слов не так уж и много: столетие за столетием язык обогащается заимствованиями. С другой стороны, если речь идет о синонимах, лучше выбрать отечественный аналог – просто приятнее как-то.

6. Термины и профессионализмы надо употреблять с соблюдением двух правил: во-первых, в их правильном значении, а не Бог весть в каком (особенно здесь не везет слову «дискурс»); во-вторых, так, чтобы было понятно читателю. В случае нужды не грех и объяснить, что значит то или иное слово.

7. Ненормативная лексика – вещь энергетически слишком сильная. Иногда это бывает уместно – и то я бы предпочла «прозаичный» эвфемизм или отточие вместо нескольких букв. И то нечасто – только там, где это действительно требуется.

8. Многочисленные нарушения языковой нормы объясняются поразительной дремучестью большей части журналистов в области языковой нормы. Короче, учатся ребята мало

и плохо. Что же касается примеров... «Любовь к самолетам он унаследовал от своего отца, полупрофессионального футболиста», «Она взяла себя в руки и села на стул». Да мало ли нелепостей! Меня лично ужасно раздражает, если журналист не умеет пользоваться местоимениями и без конца подыскивает синонимы, порой вовсе неподходящие, лишь бы избежать тавтологии. Что-то вроде: «Он взял книгу, потом положил фолиант на стол. Но томик с мебели исчез».

9. Пока, думаю, не слишком большую. В наших умах сегодня царит не Интернет, а великий и ужасный телевизор.

10. Единственный путь – допускать к телеэфиру только людей, умеющих хотя бы грамотно ставить ударения. Но вообще-то... Как можно повысить или понизить то, что по своей сути – стихия? Никак! Свою собственную речевую культуру – вот это повысить можно. Если не лениться требовать от себя побольше и поменьше обижаться на требования редакторов.

# Илона Суворова

Журналист издания «До 16-ти и старше»,  
«Cossa.ru»

1. Государство все-таки пытается повысить уровень русского языка. Я надеюсь, что в скором времени уровень русского языка повысится.

2. Язык определенно должен быть публицистическим, но без жаргонизмов, нецензурной лексики. Те газеты, которые я читаю, соответствуют этим требованиям («Известия», «Коммерсант»).

3. Язык художественной литературы более выразительный и использует другие средства (риторические вопросы, восклицания и др.).

4. Нет, не использую.

5. Положительное, так как иногда для того, чтобы выразить свою мысль, не находится слов в русском языке (или фраза получается очень длинной), поэтом легче и понятнее будет употребить заимствование.

6. Если издание является специализированным, то термины и профессионализмы просто необходимы. А в развлекательных СМИ они обычно бывают неуместны.

7. Я не против ненормативной лексики, например, в различных развлекательных шоу, когда это уместно, но не более того.

8. Сейчас журналисты очень часто используют разговорный русский язык. Например, выражение «самый лучший» прочно вошло в разговорную речь, но это является стилистической ошибкой.

9. Если интернет-издание соответствует печатному изданию, то влияет так же, как и другие СМИ.

10. Убрать из языка различные жаргонизмы, использовать литературный язык вместо просторечно-разговорного.

# Александр Танас

Директор информационного агентства *INFOTAG* (Молдова), главный редактор журнала «Банки и финансы-Profit»

1. Если, скажем, судить о состоянии русского языка из-за рубежа, где ониграет роль языка межнационального общения, то нам не видится больших причин для опасения, потому как его состояние вполне нормальное. Конечно, в языке присутствуют различные иностранные слова, но это, на мой взгляд, вполне закономерный процесс, особенно в части появления в экономике России новых сегментов на финансовом рынке, где их долгое время не существовало. В качестве примера приведу IPO, когда акционерные компании прибегают к свободному размещению акций на рынке, чему, собственно, есть вполне русское объяснение, но на практике понятнее и привычнее пользоваться иностранными словами. Это в полной мере касается фьючерсов, форексов, других финансовых понятий на рынке капитала.

2. Мне представляется, что у каждого СМИ есть свои особенности, и связано это прежде всего с аудиторией, на которую издание рассчитано. Точно так же и на ТВ и радио существуют программы, рассчитанные на совершенно разные аудитории зрителей и слушателей. К примеру, «Поле чудес», «Культурная революция» или «Линия судьбы», где те-

ма, стиль и предмет разговора совершенно отличаются, что, на мой взгляд, совершенно естественно и правильно.

3. Задачи выразительности языка по-разному решаются в художественном литературном произведении – в рассказе, эссе, новелле, повести, романе – и в любом из видов средств массовой информации. Даже если в газетной публикации, дискуссии на радио или ТВ идет речь о художественном произведении, все равно выразительность самого языка будет разной. Для печатных СМИ это зависит еще и от жанра, который используют для разговора о произведении – от информации и интервью, скажем, до глубокой аналитической или критической статьи.

4. Я думаю, что влияние Интернета на язык имеет положительный и отрицательный эффекты. Положительные качества заключаются в его массовости, доступности и, что самое главное, оперативности. В гонке за оперативностью страдает язык, на котором пользователям Всемирной паутины сообщается та или иная информация. Она должна быть максимально лаконичной и понятной. Поэтому негативное влияние сполна «оправдывается» тем положительным, что дает всем нам Интернет.

5. Затрудняюсь ответить совершенно категорично, но тяготею к тому, чтобы называть его отрицательным. Правда, я не являюсь сторонником административных действий в борьбе за чистоту русского языка.

6. К появлению в языке терминов и профессионализмов



отношусь отрицательно, но понимаю, что без них язык так или иначе на все 100 процентов обойтись не сможет. Уверен, что разговор двух программистов еще целые десятилетия не будет понятен простому человеку, в совершенстве владеющему русским языком.

7. Использую редко и только в тех случаях, когда пытаюсь описать портрет героя публикации, применяющего в речи жаргонную лексику.

8. Лишь в редких случаях, да и то со многими многоточиями.

9. Замечу, что зачастую у многих журналистов это происходит из-за недостатка времени и спешки при написании и сдаче материалов срочно в номер. Хотя, конечно, есть перлы и от незнания норм русского языка. Это особенно актуально для русских изданий в бывших советских республиках, где на 60-80 % работают журналисты, для которых русский язык является вторым и даже третьим языком.

Примеры: Гораздо хуже, если неприятность в лице мигающей красной лампочки индикатора уровня топлива в баке заявит о себе на трассе.

И если многие клиенты в начале сторонились подобных расчетов, то теперь они выбирают именно такую форму оплаты.

Если европейцы или американцы в случае чего предъявляют иски фармацевтам, у молдаван же возникают трудности и проблемы.

10. На данном этапе времени считаю эту задачу невыполнимой, а в будущем, когда российское общество будет другим, эта задача реализуется сама собой. Просто уровень обучения в школе и преподавания в ВУЗах будет гораздо выше, и это само собой скажется на работе журналистов, обладающих столь мощным рычагом влияния на массы людей. Посредством своего самовыражения с помощью правильного русского языка журналисты в повышении речевой культуры сыграют если не решающую, то очень весомую роль.

# Владас Ташев

**Спортивный журналист радио «Маяк», ведущий прямого эфира, ведущий новостей Радио «Спорт» 93.2 ФМ, корреспондент издания «Спорт-Экспресс», с июля 2008 года – комментатор и ведущий новостей в системе каналов «Eurosport Россия»**

1. Разговорный русский язык находится на переходном уровне. В общении популярны иностранные слова, переделанные на русский лад, жаргонные выражения. Очень сильно влияет на наш язык Интернет. Все это актуально сейчас.
2. Смесь литературного и разговорного. Чего именно больше, зависит от каждого автора – это индивидуально. Идеального языка для СМИ не существует, нет ничего идеального вообще. Для одного идеальным будет сказать «сыграли паршиво», для другого – «показали невыразительную игру».
3. Внедрением обычной речи обычного человека, в которой присутствуют и литературная речь, и жаргонизмы. Чем отличается язык публицистики от языка художественной литературы? Тем же, чем и газета от книги. Газета актуальна один день – книги будешь перечитывать многие годы.
4. Да, их роль не главная, но для придания «краски» вполне актуальны и жаргонизмы.

5. Все должно быть в нормальных пропорциях, чтобы это легко слушалось и воспринималось.
6. Ответ на пятый вопрос.
7. Нет. Ненормативную лексику можно употреблять, зная, что те, кто ее слышит, готовы ее слышать. Например, это возможно на кухне в компании друзей.
8. Неграмотностью. В школах и институтах уровень обучения русскому языку очень низок. Ошибок журналисты допускают много, но что-то конкретное в данный момент на ум не приходит. Достаточно открыть любую газету, интернет-издание, и там можно найти ошибки.
9. Влияет так же, как и весь Интернет.
10. Читать как можно больше хорошей литературы.

# Андрей Титов

Старший ведущий редактор издательства  
«Семь Дней»

1. Катастрофическое. Уровень образования (особенно среднего) падает на глазах. Растет поколение, не знающее русского языка, а главное, искреннее уверенное, что это знание в жизни не пригодится. Словарный запас современного молодого человека ограничивается парой сотен слов. Актуальные явления: жаргонизация речи, проникновение табуированной лексики на экран и в печать, падение общего уровня грамотности, упрощение и примитивизация устной и письменной русской речи.

2. Язык современных СМИ, естественно, отражает существующие в русском языке тенденции и влияния: криминализацию общества, влияние языка Интернета, жаргонизмов, профессионального сленга и т. п. Но так как в практике отечественных СМИ давно уже появилось такое понятие, как «формат», то вывести идеальную «формулу» языка СМИ не представляется возможным. Молодежные издания (телеканалы) стремятся говорить со своими читателями на понятном им языке, вводя в тексты большое количество сленговых и даже бранных слов. Гламурные, глянцевого журнала используют англицизмы и кальки интернациональных понятий из мира моды. Колонки новостей и репортажи с мест крими-

нальных событий в газетах и на ТВ часто пишутся языком милицейского протокола, дабы избежать юридических казусов после публикации.

3. См. учебник.

4. Не использую.

5. Если это прямые кальки из других языков, для которых в русском существуют эквивалентные понятия – резко отрицательное. (Например: «мы проводили эвенты», «у нас сегодня митинг» (в значении «собрание»). Если это профессиональный сленг (милицейский, банковский, экономический), для которого можно подобрать адекватный «перевод», – тоже отрицательно.

6. Отрицательно, и борюсь с этим в своей повседневной работе.

7. Считаю, что нет. Табуированная лексика и так «поднимает голову» – все чаще звучит с экрана и практически повсеместно встречается в Интернете. У интеллигентных родителей, воспитывающих своих детей на традиционных культурных ценностях, все меньше остается аргументов против использования табуированной лексики в быту.

8. Это обусловлено снижением качества образования, непрофессионализмом редакторского корпуса, экономией (штатные расписания некоторых изданий состоят из 2-3 человек), отсутствием института (государственной организации), который бы следил за соблюдением языковых норм, например в рекламе. Ниже отрывки из реальных журналист-

ских текстов, сданных в редактуру в отдел информации одного из российских еженедельников:

- С одной стороны Одессу омывает море, а с другой степь.
- Каждый раз, отправляясь в океан я понимаю что он разный и каждый раз я чему-то удивляюсь.
- Пожалуй, самым опасным для меня является столкновение с плавающими под водой предметами – бревнами, контейнерами и китами.
- Обнаружение спермы конкретного мужчины в вагинальном содержимом потерпевшей однозначно свидетельствует о факте полового сношения с ней этого лица.

9. Огромное влияние! Особенно на речевую культуру молодого поколения.

10. Повышать уровень среднего образования: быть грамотным должно быть модно, а неграмотным – стыдно; надо ввести тесты на знание русского языка при поступлении на работу.

# Анна Федосенко

## Журналист, журнал «Отечественные записки»

1. Язык наш – живой и развивающийся. Далее я коснусь негативных изменений, происходящих с языком, но, пожалуй, важнее то, что эти изменения вообще происходят, что язык живет. Невозможно оставить язык в застывшей идеальной форме, так как это означает его смерть, необходимы постоянные изменения, новые процессы, даже несмотря на то, что иногда от скорости и глобальности изменений попросту становится страшно. Вообще, язык тяготеет к упрощению, некоей универсализации – пожалуй, это связано с всеобщим знанием простого и значительно более схематичного английского языка. Однако простота того же английского не означает отсутствия великой английской литературы и поэзии. Если взглянуть на современные русскоязычные художественные произведения, можно найти и богатую образность, и сложные, необычные определения, и мелодичные необычные стихи (Дмитрий Быков, к примеру). К сожалению, вместе с тем устная речь и язык СМИ страдают однообразием и простотой.

2. Зависит от конкретного средства массовой информации. В солидных, качественных изданиях речь суховатая, скучноватая, но в большинстве своем правильная. Что ка-



сается желтой прессы, здесь можно заметить однообразие кричащих заголовков, одни и те же определения, упрощение, безграмотность. Идеальный язык газеты – понятие многозначное, все зависит от того, о какой газете мы говорим. Каков спрос, таково и предложение, и пока читатели – масса – будут желать скандалов, крови, секса и нецензурной лексики, многочисленные желтые газеты будут удовлетворять их желание. Непонятно, как можно воспитать аудиторию, но первичны именно эти запросы аудитории, а уже после можно мечтать об идеальном языке газеты. Хочется простого, яркого, образного языка, легкого, ясного, не лишённого вместе с тем средств выразительности: интересных определений, метафор, гипербол и литот и т. п. В нашем языке множество средств, благодаря которым можно сделать речь, в том числе и письменную, то медленной и торжественной, то яркой, солнечной, то просто правильной, спокойной – это как музыка, которая может звучать в разном темпе, звуки могут быть различной высоты. Хотелось бы, чтобы журналисты умели использовать язык сообразно материалу, подбирать слова так, чтобы каждая статья имела неповторимую печать таланта и авторства, настроения, идеи.

3. Язык СМИ должен отличаться простотой, вместе с тем меткостью определений. Если говорить о тех средствах, с помощью которых создается эта выразительность сейчас, – это всевозможные перифразы (постоянно встречающиеся в названиях), определения, обилие простых предложений, все-

возможные метафоры, фразеологизмы (в том числе измененные, часто в заголовках). От языка художественной литературы язык публицистики отличается большим количеством ограничений по средствам выразительности. Все-таки в публицистическом произведении важны также и факты, передача информации (художественная литература может стремиться передать только ощущение или впечатление, не давая конкретики), – таким образом, публицистике недоступны некоторые средства: использование только назывных предложений и тому подобное.

4. На данный момент я не пишу статьи, но и ранее, когда печаталась в журнале «Отечественные записки», не доводилось их употреблять.

5. Использование заимствованных слов неизбежно, так как не все понятия можно выразить при помощи имеющихся в языке коренных слов. Вообще заимствование обогащает речь. Если заглянуть в словарь иностранных слов, можно увидеть, что многие из столь привычных нам слов – прямые заимствования. Почему бы и нет? Главное – знать меру.

6. Присутствие терминов и профессионализмов порой неизбежно, когда это касается специализированных изданий. Так же сложно обойтись без них в каких-нибудь научно-популярных изданиях. Во втором случае важно разъяснять их аудитории при помощи справок, врезок и т. п. Излишнее использование терминов и профессионализмов, особенно в изданиях с массовой аудиторией, не связанной еди-

ной специальностью и не имеющей единый «код культуры», приведет к тому, что материалы станут непонятными.

7. Нет, недопустимо, даже если речь идет о цитировании. Можно заменить буквы слова звездочками либо вообще поставить пропуск. Это не соответствует моральным и языковым нормам. Другое дело – художественная литература. Говоря о языке СМИ, мы предполагаем больше официальности и меньше пространства для творчества. Вернее, в случае со СМИ творчество ограничено определенными нормами и рамками.

8. Многочисленные нарушения – следствие халатности и отсутствия профессионализма. Любой текст, даже написанный очень грамотным человеком, содержит ошибки. У многих пишущих людей нет элементарного умения работать над текстом, им кажется, что сам написанный текст – это уже сделанная работа, тогда как в действительности это только половина. Если я пишу некий текст, я перечитываю его через полчаса – час после написания. Сразу вылезают стилистические шероховатости, лишние вводные слова, неточные определения, фразы, подвешенные в воздухе, нелогичные связки. Все это убирается, переписывается. Особенно касается крупных статей. О стилистических ошибках журналистов: зачастую в новостных материалах неверное употребление фразеологии, к примеру: «играть значение», «иметь роль» и т. п.

9. Язык интернет-изданий активно проникает в нашу жизнь. Более всего ощутимо влияние на письменную речь.

Например, интернет-привычка ставить «смайлики» ужасно мешает, возникает желание после шутки поставить улыбочку – как код того, что здесь шутка. Если говорить в целом о языке интернет-изданий, он немногим отличается от языка печатных СМИ, часто сами эти издания – электронные дублиеры бумажных газет и журналов. Большее влияние оказывают всевозможные блоги и форумы, формирующие привычку к сокращению, «падонской лексике» и тем же «смайликам».

10. Я не уверена, что речевая культура общества в целом напрямую зависит от речевой культуры журналистов. Мы можем говорить об образованной части общества – людях с высшим образованием, ведущих активную интеллектуальную жизнь, и это один вопрос. Они читают журналы и газеты, вообще много читают, и на них пресса влияет сильно. Однако непонятно, что делать с массой – людьми, которые с удовольствием читают желтую прессу и смотрят какую-нибудь «Криминальную хронику», получая удовольствие от сцен насилия и историй убийств. Таким ярким цветом все это расцвело оттого, что данные истории/газеты/передачи действительно популярны, и, наверное, здесь есть что-то неправильное в сознании, психологии людей. От изменения внутреннего состояния личности изменятся и интересы, и речевая культура также, но тут мы натываемся на более сложные – социальные и политические – проблемы. Единственное, что можно предложить, – хорошая школа, хорошее об-

разование. Но тут – опять те же проблемы. Нужно обеспечение школ, желание преподавателей работать с ребятами, быть своеобразными учителями жизни, эстетики, учить чувствовать, учить самоуважению и т. п. Привитые в детстве привычки, умение выразить мысль, умение чувствовать литературу, чувствовать красоту слова – вот что повысит речевую культуру общества.

Повысить речевую культуру журналистов поможет хорошая корректура и – опять же – образование: учить работать с текстом, давать больше практических, а не теоретических заданий, творческие практикумы по написанию статей, где на каждое следующее занятие студенты пишут статью. Теория все равно забывается (хотя она также необходима) – практика и неоценимый опыт преподавателей – вот чем нужно делиться, как мне кажется.

# Константин Филатов

Корреспондент деловой газеты «ВЗГЛЯД»,  
корреспондент «Вести 22»

1. Мне кажется, что современный язык стал намного примитивнее. Кроме большого количества заимствований из европейских языков – в первую очередь английского, упрощается повседневный язык, в нем появляется большое количество жаргонизмов и завуалированных нецензурных выражений. Особенно ярко это можно заметить по языку, который использует при общении молодежь, а ей всевозможные «отстой», «жесть» и «круть» подкидывают с экранов телевизоров и кинотеатров.

2. Язык современных СМИ очень редко бывает адекватным – и в первую очередь потому, что свободная журналистика практически исчезла и пишущие излагают точку зрения инвестора, автоматически боясь навлечь на себя гнев государства. Все это вкупе сковывает журналиста, и он пишет по матрице – что можно, что нельзя. Посему и язык изрядно скован и кастрирован. Единого идеального языка быть не может – издания разные, и деловая пресса не может изъясняться теми же словами, терминами, что и воскресные бульварные приложения. У каждого вида и жанра СМИ должна быть своя речевая специфика – тогда потребитель сможет сам выбрать, что ему больше подходит.

3. Выразительность – любимы, от заголовков «Москва продана на корню» (если это газета), джингла вроде «Кино без дубля» (произносится лениво-угрожающе-без-пауз-между-словами) до видеоряда вроде программы «Максимум» на НТВ. В результате в погоне за рейтингом во все органы восприятия окружающего мира из СМИ льются все более примитивные тексты и картинки. Зритель-читатель, соответственно, быдлеет, и ему начинает казаться, что это норма. А немногие интеллигентные персоны в прессе и на телевидении, которые приходят в ужас от происходящего, автоматически причисляются к снобам. Чем отличается язык... это вопрос к литературоведам. Но в первую очередь тем, что в художественной литературе есть поле для вымысла и он не несет информационного посыла. Журналист не пишет роман – он должен в рамках статьи своего издания максимально донести до читателя информацию, представив по возможности все точки зрения на данный вопрос.

4. Думаю, никакого. Гораздо сильнее на речевую культуру влияют речевые обороты популярных блоггеров, которых в настоящий момент модно читать. Интернет-издания все-таки не могут себе позволить некоторых вещей – того же мата, например, а у блоггера в этом отношении руки не связаны.

5. Двойное: иногда заимствование очень емко, и намного проще произнести одно иноязычное слово, чем длинное русское предложение, обозначающее то же самое. С другой стороны, многие заимствованиями прикрываются, как пеле-

ной модного жаргона, скрывающего их пустоту и непрофессионализм.

6. Иногда бывает, что журналист забывает, что пишет для людей, а не для узкого круга специалистов, и тогда в его вполне профессиональной статье многие не понимают ни слова (особенно этим грешат экономика и бизнес). Нужно помнить, что пишем мы для людей, значит, текст должен быть понятным. Как пример – Лившиц, который объяснял, что такое Стабфонд, на десяти тарелках борща.

7. Использую, но не в рабочих текстах. Если уж все-таки употребляю, то обязательно кавычу. Отдельной роли не отвожу – много чести.

8. В СМИ – нет. Почему? Потому, что это стремительно понижает общую культуру, и без того невысокую. Поясняю: многие с ужасом слышат сообщения «парень застрелил 20 человек в своей школе, подозревают, что это не без влияния видеоигр». Точно, не без влияния: он 20 раз прошел 20 разных игрушек, где ему нужно было убивать, под ногами хлюпала кровь, в ушах звучали стоны – и он понемногу привык к ощущению того, что это нормально, что он прав, поскольку он идет к победе сквозь полчища всякой мрази. Главное – стрелять, бить без пощады, тогда дойдешь до финала. То же относится и к ненормативной лексике – если вы спокойно читаете мат со страниц изданий, то почему вы поднимаете брови, когда вас «обложил» ваш пятилетний сын? Особенно раздражает, когда режиссер новой картины, где много мата,



говорит журналистам «Бросьте, что за ханжество, ведь дети все это и на улице могут услышать», – такое ощущение, что это дает право подливать масла в огонь.

9. Нарушений много потому, что это не стыдно. Раньше было стыдно быть безграмотным, сейчас – нет. Примеры приводить неохота, простите – откройте «МК» или «КП» – букет найдете.

10. Журналисты и общество тут тесно связаны. Если бы обществу было не все равно, что читать, если бы уровень журналистики не опускался так стремительно, что даже «Коммерсант» и «РБК» ищут себе работников через сайты «ищу работу», если бы в словосочетании «свободная пресса» был хоть эфемерный смысл... то тогда журналистов за систематические нарушения речевой культуры надо было бы гнать из профессии (а с ними – и корректоров, и выпускающих, которые это пропустили и поставили в полосу). А общество... вот не знаю, как объяснить людям, что существуют вещи, которые стыдно делать, – со школы, может, а лучше еще – дома? У нас даже Президент постоянно говорит «обеспечение» – выводы делать не буду, неблагодарное это занятие.

# Александр Хабаров

**Журналист телеканала «Россия», один из авторов программы «Специальный корреспондент», с 2009 года – руководитель лондонского бюро «Вестей»; с 2004 г. – член Академии российского телевидения; имеет награды: медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени (11 октября 1995 года), медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» I степени (8 декабря 2000 года), Орден Дружбы (27 июня 2007 года)**

1. Все изменения, которые происходят в обществе, отражаются на языке. Одним из результатов изменений в политике и экономике, развития новых технологий стало появление в русском языке огромного количества заимствованных слов: менеджмент, имиджмейкер, девелопер и т. д. На мой взгляд, это один из актуальных процессов, происходящих в русской речи.

2. В силу того, что современных СМИ стало физически больше, появились интернет-издания, огромными тиражами выпускается так называемая «желтая пресса», качество языка СМИ заметно снизилось. Идеальным, как мне кажется, должен оставаться литературный язык с минимальным количеством заимствований и жаргона.

3. Краткость и точность формулировок, образные выражения, метафоры.

Публицистика менее описательна: язык более жесткий, если так можно выразиться.

4. На мой взгляд, негативное.

5. Есть слова, у которых нет синонимов в русском языке. Во всех остальных случаях надо пользоваться родным словом. Например: не бизнесмен, а предприниматель.

6. Как правило, это связано со специализацией отдельных изданий. Например, газета «Ведомости», ориентированная на экономические новости, без них обойтись не может.

7. Нет.

8. Нет. Ненормативная лексика необходимостью не является.

9. Нормы помогают литературному языку сохранять свою целостность и общепонятность. Они защищают литературный язык от потока диалектной речи, социальных и профессиональных жаргонов, просторечия. Это позволяет литературному языку выполнять одну из важнейших функций – культурную.

В 60-80-е годы XX века литературные произведения и радиопередачи действительно могли служить образцом нормативного употребления. На сегодняшний день ситуация изменилась. Не всякое литературное произведение и не всякая передача по радио и телевидению могут служить в качестве образца нормативного употребления языка. Сфера строгого

следования нормам языка значительно сузилась, лишь некоторые передачи и периодические издания могут быть использованы как примеры литературно-нормированной речи.

Чрезвычайно распространенная в разговорной речи ошибка, перенесенная и в эфир: слово «пара» применимо лишь к тем предметам, которые существуют в парном виде: «пара глаз», «пара ног», «пара ботинок», но ни в коем случае не «пару лет», «пару человек» и пр. К этому же ряду можно отнести и нередко встречающееся неверное применение иноязычных слов, таких как «консенсус», «электорат».

Газеты, радио, телевидение сыплют «пиарами», «траншами», реклама глушит «чумовыми джок-дайлами», «оффшорами» и «таймшерами». Многие слова, как, например, «пир» (оно же «паблик рилейшнз»), внятно не может объяснить ни один российский обыватель. Сообщая об отключении света, энергетики говорят о «лимитировании подачи электроэнергии», рассуждая о банковских операциях, оперируют словами «менеджмент» и «консалтинг» вместо «управления» и «консультирования».

10. В настоящее время существует несколько направлений государственной языковой политики. Собственно государственная политика по отношению к языку выражается в принятии законов о языке, создании специальных структур, занимающихся поддержкой и защитой языка от разрушительных процессов, финансировании целевых программ по русскому языку. Языковая политика, которую проводят уче-

ные-лингвисты, тоже является государственной в том смысле, что государство финансирует и поддерживает научно-исследовательские учреждения, решающие важные государственные задачи.

25 октября 1991 г. был принят «Закон о языках народов Российской Федерации», в котором русский язык объявлен государственным языком России (в 1998 г. в закон были внесены изменения и дополнения).

В Государственной думе был подготовлен и недавно обсужден проект закона «О русском языке как государственном языке РФ», в котором предусмотрена даже уголовная ответственность за грубые нарушения норм языка.

# Александр Хабургаев

**Политический обозреватель «Радио России» и «Маяка», ведущий радио «Маяк»**

1. Язык живет и изменяется, как любая живая форма. К тому же отражает состояние общества, и культурное, и классовое, и какое хотите еще, независимо от того, как мы с вами все это оцениваем. Хочу только напомнить, что, например, в 20-30 годы было не меньше лексических маразмов и откровенного идиотизма, чем теперь. С возрастом становлюсь все более ярким врагом ненормативной лексики. Актуальными считаю все процессы в русской речи, иначе бы они не происходили.

2. Нормативным, эталонно чистым, грамматически и орфоэпически правильным. К сожалению, компьютерный редактор не может заменить живого корректора. Допускаю профессиональный сленг в специализированных изданиях (спортивных, экономических и т. д.). Категорически не приемлю пошлость и дешевую скабрёзность бульварной прессы. То, что «пипл» это все «хаваает», – не оправдание. Если издание не пишет хорошим языком, а канал не говорит правильно – значит, они не уважают тех, для кого трудятся.

3. Язык, на мой взгляд, ничем не должен отличаться. Почитайте даже научные труды середины-конца XIX в. – это же язык Тургенева, Лескова, Чехова! А какие образы! У

профессора Гесдерфера в огромном ботаническом талмуде (который читается как роман!) глава о комнатном растении «монстере» начинается так: «Нужно обладать огромным терпением, иметь достаточно свободного времени и проявить дьявольскую изощренность, чтобы погубить это растение!». Современный автор мусолил бы эту информацию три долгих абзаца (монстера, как и все представители семейства ароидных, имеет высокий порог устойчивости к заболеваниям патогенной микрофлоры, повышенную резистентность к токсинам... и т. д.), а мы бы так и не поняли, что он хотел сказать. А вот формой и сюжетным построением – да, публицистика и художественная литература отличаются. Разные жанры – разные законы. Хотя... Иногда ходят очень близко – рука об руку! Но это очень долгий разговор.

4. Редко. Только если очень требует образ. Раньше много ругался матом. С возрастом – почти перестал. Мат – это однозначно язык БЕСОВ, он формирует внутреннюю эстетику человека (помните, что «сначала было слово»?). За свои 47 лет я ни разу не встретил ни одного по-настоящему благородного человека, который бы матерился как извозчик. Хотя тут есть и одна тонкость. Человеку с ограниченным кругозором, мало читающему и не чувствующему языка, очень тяжело строить фразы. Он не может этого делать быстро и легко. А чтобы протянуть время, использует слова паразиты или мат. То есть, в тот момент, когда он произносит «как говорится» или «на х...й бля», – он просто думает, как до-

строить фразу, нервничая, что его не очень хорошо понимают. Классический пример – Виктор Степаныч Черномырдин, который без мата не может связать двух слов. Кстати, очень точный глагол «связать»! Что касается роли... Я не ханжа. Ни «Москва-Петушки» Ерофеева, ни «Николай Николаевич» Алешковского без мата немыслимы. Но там с этим НЕ ПЕРЕБОРЩИЛИ!

5. Нормально – если в меру, и что они обозначают, понятно не только автору.

6. Очень долгий разговор – много спорного.

7. Есть две газеты и журнал, который выпускает МИНЮСТ для воспитанников пеницитарных (кажется, так это слово пишется?) заведений. Вот там – сколько угодно. Можно еще и в изданиях МВД – там теперь, те же самые люди, с абсолютно такой же ментальностью и тем же «базаром». Во всех других СМИ – категорически против! Это то, чем угробил себя Тимур Шаов. Талантливый парень, и песни хорошие, остроумные... Только как ляпнет «хайло», «хавать», «канать» или «мурло» – и все! Планка тут же летит в болото обычной пошлости. Кстати, не он один. Материться в этом жанре талантливо и к месту может только человек с очень высокой (я бы добавил – на генетическом уровне) внутренней культурой! Это могли очаровательно делать академик Н. И. Толстой или актриса Фаина Раневская.

8. Низким уровнем культуры, конъюнктурным цинизмом (что, в принципе, одно и то же) и классовым составом этих



самых журналистов. Даже Президент говорит: обеспечение, украинский, одновременно и т. д. А ведь мог бы завести корректора, который бы правил его «базар». Хотя необходимы и компромиссы. Например, по всем нормам надо говорить «подростковый», но ведь вся страна ставит ударение по-другому – «подростковый»! Можно и закрепить такую новую форму.

9. ГУБИТЕЛЬНО, как любой массовый НОВОЯЗ. Кстати, знаете, какой краеугольный камень, на котором держится любая тоталитарная секта? Это подмена понятий – тот же новояз. Не человек, а – Ань! Не душа, а – Унь. Не мир, а – Монь. Член братства (якобы инициированный) произносит фразу: «Унь Аня принадлежит Моню!» – и тут же чувствует свое сладкое превосходство над вами (ничего не понимающим), ему кажется, что он один – носитель изотерической мудрости. Чем изначально ограниченнее такой сектант – тем сильнее подобный «духовный» оргазм. В этом отношении «админы, юзающие что-то там...» мало чем отличаются от вышесказанного.

10. НИКАК! Это так же бесполезно, как бороться с гомосексуализмом, хамством, гашишкеурением, атеизмом, коррупцией и прочей мерзостью, за которыми четко виднеются рога врага рода человеческого. Она сама изменяется, в зависимости от общих процессов, происходящих в обществе. А куда и как они пойдут меняться – зависит от огромного количества факторов (хотя, по большому счету, на все – во-

ля Божья!). Самый худший вариант – любая компанейщина. Вот, правда, за мат (громкий в общественных местах) наказывать надо! И – строго! Это – к гадалке не ходи!

# Алексей Харламов

Специальный корреспондент ГРК «Маяк»,  
РИА «Новости»

1. Право, высказываться мне о современном состоянии русского языка даже и неловко как-то. Во-первых, я не филолог, а во-вторых, не журналист (как минимум, по образованию). Следовательно, необходимый анализ будет непременно дилетантским, так сказать, на уровне ОБС (Одна Баба Сказала). Но коль скоро требуется, так и начнем.

Итак. Язык, безусловно, явление живое, а потому возможные его, языка, флуктуации вполне естественны, реагировать же на них можно лишь на уровне «нравится – не нравится», «эволюция – деградация», не оспаривая тем самым принцип, согласно которому естественно живое, а потому – меняющееся. Современный русский язык жив, динамичен, впитывает новые тенденции («афтарский» сленг), охотно принимает заимствования («Уау!», «Куул!», «Имидж», «Транспарентность»), не противится уголовно-криминальной лексике («разводка», «не катит», «в натуре») и канцеляризмам («приземлить», «заострить», «провентилировать»). Можно сожалеть о некоей примитивизации и стремлении к упрощению конструкций, однако, следует понимать, что ускоряющийся ритм развития постиндустриального общества как раз и порождает тенденцию вкладывать как мож-

но больше значения в возможно меньший объем знаков. Такой период прошла и проходит, быть может, Америка (wopna, gonpa), такой же период переживает Россия («полюбас», «всяко», «будь спок»). В активное употребление входят слова, которые могла бы в свой арсенал включить легендарная, хотя и вымышленная Эллочка-людоедка: упомянутое уже «Уау!», «Гламур!», «Супер!», выражающие целую гамму переживаний. И за этим также следует видеть одну из линий развития т. н. «западной» цивилизации потребления, где глубинный смысл подменяется более ярким и более примитивным, а потому, как ошибочно считается, более понятным, пусть и поверхностным по смыслу суррогатом. Производители товара нацеливают человека на потребление без осознания, почти не задумываясь. Политики занимаются ровно тем же, особенно, при неразвитом гражданском обществе. Стоит ли говорить, что язык – репрезентация общественных процессов и зеркало массовых транзакций, также реализует, отражает эту тенденцию.

Из актуальных процессов хотелось бы еще раз отметить массовое распространение т. н. «аффтарского» и компьютерного сленга и англоязычных заимствований.

2. «Идеального» языка в СМИ быть не может, как не бывает идеального цветка, идеальной красоты или идеальной мухи. Живое живо разнообразием форм и содержаний, и малейшее отклонение от т. н. нормы ровно в той же мере свидетельствует об извечном совершенстве Вселенной, в какой

и идеальное ей (норме) соответствие. Потому сам вопрос об «идеальном» языке считаю несколько некорректным. Можно говорить лишь о «желаемых» принципах подачи материала с точки зрения соответствия нормам русского языка. Но, в зависимости от аудитории тех или иных СМИ, в зависимости от целей и задач, стоящих перед автором, вполне допустимо, считаю, употреблять и ненормативную лексику (цитирование, литературные тексты – Довлатов, Лимонов), и сокращения («Здрасьте!» – сказал Петр, снимая кепочку и кланяясь») и многое другое. Возможно, некоему стандарту языка должны соответствовать основные государственные газеты или специализированные издания. Однако, следует помнить, что и здесь не должно быть жестких рамок: попытка сделать неподвижным меняющееся и движимое обречена на провал: умрет кролик, едва из клетки выйдя, хотя всю жизнь там просидел и кормился сытно, бо люди посчитали, что последнее для него лучше и правильнее.

3. Что касается средств, то вот не отвечу тут нечего, не силен в специальной терминологии. Что же до отличий, то публицистика, в первую очередь, должна следовать языку логики, в то время как литературный язык – изображению образов, ощущений. В этом процессе традиционная линейная логика не является определяющей и максимально удобной («Но где-то там, на подгоревшем небе / Еще мелькнет последняя звезда...»; небо не может быть «подгоревшим» на самом деле, но его цвет и возникающие у автора ощущения

вполне можно обрисовать таким словом). Впрочем, наиболее талантливые публицисты умело сочетают эти стили, подтверждая тем самым мысль американского философа Кена Уилбера о том, что граничные понятия не существуют до проведения самой границы. Ее же, *per se*, не существует. Это относится ко всем формам движения материи, говорим ли мы о человеке как организме (биологический уровень движения) или о человеке как существе социальном (социальный уровень). Или же вообще о человеке не говорим (как провести границу между двумя реками на месте впадения одной в другую?!)

4. Безусловно, использую. Роль – второ и третье-степенная. Исключительно для общения в референтной социальной группе или для обозначения принадлежности к той или иной социальной группе при необходимости адаптации в ней.

5. Отношение нормальное. Ими не стоит злоупотреблять, но прижившиеся слова нужны – их ассимиляция не случайна: людям может быть удобно пользоваться этими словами. Это аналогично способу прокладывания дорожек в английских садах. Землеустроитель сперва смотрит, как именно люди проходят через участок, а потом, уже вытоптанную пешеходами дорожку, устилает камнем, щебнем или плиткой.

6. Они могут присутствовать, но, обязательно должны разъясняться. Это во-первых. А во-вторых, ими также не стоит злоупотреблять. Впрочем, настоящий интеллигентный

журналист или писатель и так этого не делает. В противном случае он сильно рискует «вознестись» над читателем.

7. Безусловно допустимо. Ненормативную лексику, быть может, не стоит институционализировать в СМИ, но, если т. н. бранные слова помогут нарисовать более подробную картину происходящего, создать более целостный образ, завершить гештальт, то их употребление допустимо, местами, возможно, необходимо.

8. Еще раз: норма – понятие жесткое, не живое, язык, как и его носитель – человек – явление живое. Конфликт между ними неизбежен. Однако, такой конфликт следует, прежде всего, понимать как созидательный, тот, что предоставляет шанс для развития новых форм на основании изменившегося со временем содержания. О стилистических ошибках ничего, к сожалению, не скажу: не столь богат опыт чтения плохих журналистских работ.

9. Ну что ж, влияет, сильно влияет. «Превед!» теперь можно услышать и на улице или в телерекламе, а не только прочитать в блоге. А, как написал один из блоггеров, даже своего талантливого лектора по физике он мог слушать с трудом, читая красовавшуюся перед ним на парте надпись «Йа криветко!». «Олбанский» язык – вполне естественная и временная флуктуация, отголоски которой, возможно и закорятся в языке, но и в этом случае число носителей таких неологизмов, будет, полагаю, не столь уж велико.

10. Образование, образование и еще раз образование.

Студентов, преподавателей, школьников. Однако, до той поры, пока образованный человек, возможно, будет рассматриваться как потенциальная угроза для Системы, больших прорывов в этой области ждать не приходится.



# Алан Хурумов

**Актер, журналист, обозреватель газет «Газета. Ру», «Россия», «Газета», «Бизнес», журналов «Smart Money», «Автоныйс» и др.**

1. По какой шкале оценивать? Рискну предположить, что русскому языку глубоко безразлично, как я его оцениваю. Потому что он живой. Причем жизнь в него вдыхают вовсе не те, кто оценивает состояние языка, не лингвисты и филологи, а носители. И когда конкретный носитель поднимает телефонную трубку и возмутительно звонит – с ударением на первом слоге, – вместо того чтобы звонить – с ударением на втором, как рекомендует орфоэпический словарь, русский язык послушно доносит его мысль до собеседника. За что ему и спасибо.

Что же до явлений и процессов – наиболее актуален и интересен сегодня язык контркультуры. Но по этому поводу уже сломано так много копий, что не хочется множить работу оруженосцев, кто бы они ни были. Носители лексики контркультуры почти всегда неплохо владеют академическим русским языком. Точно так же, кстати, как владел им поэт Александр Башлачев, предпочитавший в обыденной речи пользоваться сленгом. Поэтому, когда очередному инквизитору от лингвистики приходит охота сломать еще парочку копий по поводу чистоты языка, мне обычно очень хочется

сказать заветное: «Аффтар, выпей иаду».

2. Язык современных СМИ ровно такой, каким он должен быть. Шероховатый, не такой причесанный, как язык советских СМИ. И, право, таким он мне нравится больше. Сейчас модно рассуждать о недостатках языка современных СМИ. Дескать, в наше время тексты в газетах были более гладкими и литературными. Конечно, были, кто спорит? Легко сочинять гладкие тексты, неспешно описывая позавчерашнюю новость, при этом используя заранее согласованный с кем нужно набор слов, образов и лозунгов. Только это не имеет никакого отношения к журналистике, к информации. Когда я узнаю из новостной ленты о том, что произошло важное событие, и знаю, что текст должен уйти на верстку уже через три часа, мне не до лингвистических изысков. Важнее обзвонить экспертов, наблюдателей и собрать фактуру. На составление самого текста остается каких-нибудь тридцать минут в лучшем случае. Но я успеваю донести до читателя событие, и в этом моя, собственно говоря, миссия. Поэтому все разговоры об идеальном языке в СМИ – от лукавого. Тревожит то, что слишком невелика территория, которая обычно пролегалает между этими разговорами и первыми упоминаниями о необходимости ввести цензуру. Нет идеального языка СМИ. И не должно быть. Как нет идеального преступления, идеального романа или идеальной любви. Увольте. Пусть язык СМИ сам решает, каким ему быть.

3. Не очень понятно, почему язык газеты и уже в скобках

телевидение и радио. Собственно, это три вопроса. Выразительность газетного языка создается одними средствами, телевизионного – другими. О радиийном языке и вообще разговор особый – он имеет мало отношения к языку телевидения или газеты. И еще давайте вспомним журнальный язык. Там тоже отдельные средства. Мало того – газеты тоже не используют единые унифицированные инструменты создания выразительности. Нет общих правил для СМИ – язык меняется в зависимости от призмы конкретного, отдельно взятого издания, теле- или радиоканала. Выразительность газетного языка достигается за счет лаконичности, использования простых коротких предложений. Журнал дает более широкое поле для словесного маневра, здесь допустима игра, фразеологизмы, которые газетный текст лишь засоряют. Язык телевизионной новости по лаконичности похож на газетный.

4. Я думаю, что ровно такое же, как и язык любого иного СМИ. Язык сетевых СМИ почти ничем не отличается от газетного.

5. К англицизмам, о которых, очевидно, ведется речь, у меня отношение двойное. Все без них обойтись сложно, а то и невозможно. Просто потому, что в русском языке зачастую нет адекватных аналогов. Я, как экономический журналист, не совсем понимаю, какими немислимыми сокращениями можно заменить такие термины, как *EBITDA* (прибыль до налогообложения, за вычетом амортизации и начисленных процентов по кредитам) или *DCF* (оценка компании ме-

тодом дисконтирования денежных потоков). Правда, депутат Госдумы, а по совместительству президент ассоциации региональных банков России Анатолий Аксаков, похоже, не сомневается в том, что экономические термины можно русифицировать. Иначе зачем было бы ему направлять письмо вице-премьеру Сергею Иванову с предложением создать эффективный механизм по унификации русскоязычной терминологии, описывающей финансовые инновации? «На сайтах и форумах в Интернете, в газетах и журналах, телевизионных программах появился целый пласт англизированных слов и понятий («роуд-шоу», «лид-менеджер», букранер, *IPO* и пр.)», – посетовал парламентарий. Правда, рецепт унификации он не предложил. Что, в общем, разумно. Представь Аксаков свои варианты таких терминов, как «роуд-шоу» или *IPO*, и кто знает, что стало бы с его репутацией в профессиональной среде?

В то же время нелепо использовать англоязычные термины там, где действительно можно подобрать вполне благообразно звучащий русский аналог. Профессор Я. Н. Засурский любит на своих лекциях для иллюстрации этой мысли приводить термин «дигитаризация», который вполне можно заменить более прилично звучащей «оцифровкой».

6. Никак не оцениваю. Ни о каком появлении речи нет. В СМИ всегда было много терминов и профессионализмов. СМИ – явление социальное. Мы в газетах и журналах пишем не романы – мы, собственно, рассказываем о тех или

иных явлениях социальной жизни. Если избегать профессионализмов, то очередной мой текст о шахтерах, которых завалило в забое, будет похож на роман сентиментальной гимназистки. Например, так: «Несчастливые мужчины глубоко страдали в этой бездонной яме под горами земли».

7. Использую для украшения речи.

8. Едва ли допустимо. Хотя «Коммерсант» недавно доказал обратное, вложив в уста одного из спикеров соленое слово. Тем не менее в СМИ лучше обходиться без ненормативной лексики – в конце-концов, газеты читаем не только мы, но и наши дети.

9. Я не замечаю таких уж многочисленных нарушений и уж тем более не стану приводить примеры ошибок. Повторяю, языковая норма – такая же нелепая категория, как цензура. Язык сам решает, что считать нормой, а что – нет.

10. Не надо ее повышать. Оставьте журналистов в покое – им и так забот хватает. Человек, который захочет повысить мою, к примеру, языковую культуру, рискует натолкнуться на довольно сухой прием.

# Виталий Чельшев

**С 2008 и по настоящее время – секретарь Союза журналистов России, заместитель главного редактора и член редколлегии журнала «Журналист», главный редактор сайта «Виртуальный ЖУРНАЛИСТ»**

1. Русский язык жив именно потому, что находится в состоянии непрерывного развития. С распадом СССР его положение в мире временно ухудшилось, ибо (за редкими и объяснимыми исключениями) язык метрополии было престижно и важно знать в любой из союзных республик. Его знание давало шанс на получение высококачественного образования в столичных вузах, его знание было необходимым условием для любой карьеры (научной, производственной, партийной и т. п.), его знание давало шанс деятелям искусства из регионов быть услышанными (и прочитанными) не только в Советском Союзе, не только в Восточной Европе, где язык изучался, но и во всём мире. Ибо чаще всего переводы на языки других народов осуществлялись с русского. Так возникла слава Расула Гамзатова, Чингиза Айтматова и многих других авторов, чьё творчество стало достоянием мировой культуры.

Некоторые национальные языки после распада Союза, безусловно, ожили и перестали быть «консервами» ушед-

шей в прошлое культуры (так было, например, с украинским языком). Но русский язык в новых независимых государствах потерял не только статус государственного языка, но и некую рафинированность. Его хуже знает народ, совсем плохо знает молодёжь, родившаяся после 1991 года, его хуже знает интеллигенция, ибо постоянное межреспубликанское живое общение ушло в прошлое. Увы, но снижение количества (и качества) переводов с языков наших бывших соседей по стране и Восточному блоку не только снизило значение русского языка как ретранслятора разных культур, но и снизило культурный уровень российской аудитории. Исчезли переводы польских драматургов (явление!), современных украинских поэтов и прозаического авангарда (явление, например Оксана Здобужко). Чехия, Словакия, Болгария и далее по списку – теперь вновь *terra incognita*, что обеднило возможности как этих культур, так и нашей.

В Западной Европе, на Востоке, в различных курортных и деловых зонах уже поднялся интерес к изучению русского языка, поскольку такое знание сулит успех в бизнесе. Тенденция эта будет только нарастать. Но для взаимообогащения культур необходимо время.

Собственно русский язык в России развивается примерно так же, как это происходило раньше. Язык вбирает в себя море иностранных слов и фразеологизмов, которые имеют либо политическую, либо деловую актуальность. При этом часть слов уходит в тень вместе с политической кометой и её хво-

стом, оставаясь в сознании народа как освоенный лингвистический пласт (вспомните *консенсус*). Иные слова входят в русский язык, становясь естественной его частью. Например, чем вы замените иностранное слово «сайт»? Неужели «веб-ресурсом»? Другие слова из новой области обкатываются в языке, как галька в море, превращаясь в новый сленг. Скажем, существует много виртуальных словарей компьютерного сленга, в котором (сленге) иностранные слова приобретают русские очертания, но звуки и смыслы в них разделены. В этом случае повторяется история офеней, когда «новый язык» предназначен для общения «своих со своими».

Основная тенденция – та же, что и всегда. Язык наш безмерно богат, и мы, в отличие, скажем, от французов, щедро и безбоязненно заказываем официанту всё, что есть в языковом меню, а едим лишь то, что способны усвоить и что приходится нам по вкусу. Попытка из квасного патриотизма академически (сверху) заменять плохие иностранные слова хорошими нашими всегда приводит к конфузу. Калоши или мокроступы? Брокер или сдельщик? И если вы скажете, что работаете сдельщиком на рынке ценных бумаг, будет ли это то же самое, что брокер на бирже? И что это за билингва – «кредитное плечо»?

Наиболее актуальные проблемы русского языка сегодня проблемами, собственно, не являются, ибо будут переварены языком и народом так же, как это случалось и прежде.

Известно, что ряд лабораторий начиная с 80-х годов про-



шлого века вбрасывали в язык новые слова, пытаясь с помощью псевдоидеом актуализировать в обществе те или иные тенденции. Успех был переменным. Нельзя сказать, чтобы это реально повлияло на язык общества и само общество.

Другая попытка «технического» вмешательства в язык (точнее – попытка математического обуздания языка) была предпринята группой «Ваал» (познакомиться с проектом и даже скачать первичные программы можно на сайте [www.vaal.ru](http://www.vaal.ru)). Начиналось с игры, когда изначально определялись математические матрицы стилистики и стиля разных авторов (излагаю упрощённо, чтобы коротко). А затем стандартная речь, скажем президента страны, могла быть обработана в стилистике Толстого, Муссолини, Ленина, Сталина, кого угодно. Речь шла о воздействии на потребителя информации. Насколько мне известно, сегодня проект похож на айсберг (на поверхности – названный сайт, а что в глубине – не знаю).

Большое влияние на прагматичное использование языка оказал Алексей Ситников (Ситников Алексей Петрович – президент консалтинговой группы «ИМИДЖ-Контакт» (ICCG), доктор психологических наук, профессор. Окончил факультет естественных наук Новосибирского государственного университета. В 80-х гг. был научным сотрудником Сибирского отделения Академии наук (специализация в области нейропсихологии и психофизиологии), затем – научным сотрудником социологической лаборато-

рии Новосибирского института социального управления и политологии. В 1989 г. привез и внедрил в СССР технологии эриксоновского гипноза и нейролингвистического программирования (НЛП). В период с 1995 по 2006 гг. – профессор МГУ им. М. В. Ломоносова, Российской академии государственной службы при Президенте РФ, МГИМО МИД РФ, ГУУ. Гостевой профессор зарубежных университетов (США, Франция). Заведующий кафедрой политического консалтинга и избирательных технологий ГУ ВШЭ. Директор Института коммуникационного менеджмента ГУ ВШЭ. В 1989 году создал консалтинговую группу «ИМИДЖ-Контакт». С 1989 г. под его руководством проведено более 400 избирательных кампаний, 200 тренинговых и 300 консалтинговых проектов. Партнер агентства «Р.И.М. Портер Новелли». Лауреат Национальной премии «Персона года», Всемирной премии *The World Young Business Achiever*, Национальной премии в области *PR* «Серебряный лучник». Президент Национальной академии социальных технологий. Член высшего экспертного совета Российской Ассоциации по связям с общественностью. Автор и соавтор нескольких десятков научных публикаций по психологии, акмеологии, политологии, математике, физиологии, в том числе 11 монографий.). Специалисты знают его прекрасно, народу он известен гораздо менее всяких Павловских и Делягиных, хотя реальные и результативные политтехнологические схемы (включая языковые, включая технологии перераспределён-

ного интеллекта, включая теорию прагматических коммуникаций) рождались именно в его голове. Интересующиеся могут зайти на его сайт <http://www.sitnikov.ru/> и познакомиться с автором и его работами подробнее. Впрочем, не думаю, чтобы сайт (и даже Алексей Петрович лично) вскрыли ответы на все вопросы, которые могут возникнуть. И не вскроют, пожалуй.

Ещё одна проблема (которая, повторяю, не проблема) – новая функция языка как разделителя поколений. Это было всегда, но инструменты работали разные. Революционный языковой переход совершило поколение Пушкина. Но позже функции разделителя выполняли: общественно-политические журналы, музыка, живопись, революция, контрреволюция, ритм и пр. Чтобы долго не объяснять, скажу, что императорский духовой оркестр в начале прошлого века играл вальс для танцующей публики в темпе, который в 1,5 – 2 раза медленнее, чем темп нынешних похоронных маршей. Музыка и ритм всегда старались разделить молодость и старость (и это срабатывало успешно). Но сегодня разделение происходит на уровне высоких технологий, к которым уставшая, ленивая, запуганная гуманитарная старость почти всегда боится приблизиться. И язык этих технологий, став частью языка общения молодёжи, выполняет сегодня функцию, которую музыка выполнить не в состоянии (ибо мир полон пожилых, престарелых и просто старых рокеров, готовых воспринимать любой ритм).

Язык тем и хорош, что переживает и своих хулителей, и своих защитников, и социальные системы с их новоязами и аббревиатурами, понятными лишь на очень коротком историческом отрезке. Язык хорош бесстрашием жизни, и как только (в целях академической неприкосновенности или тщеславной политической придурковатости) его пытаются превратить в консервы с этикеткой «Язык заливной. Беречь от чуждых звуков. Срок годности – вечность» – тут-то наш великий и могучий станет большим и пахучим: сиречь протухнет.

2. Ну, так же нельзя! Смотря какое СМИ! Научные СМИ сегодня нельзя писать стихами (свой Михайла Ломоносов сыщется, а вот для учёного такой текст неэкономен). Сегодня, если СМИ успешно, оно обеспечивает чтением конкретную аудиторию. И оно будет говорить на том языке, который привычен для этой аудитории. Беда языка современных СМИ одна – непрофессионализм пишущих. Употребляются слова, которых авторы (а за ними – и многие читатели) не знают, не понимают либо понимают превратно, искажённо.

Стиль разных газет, конечно же, разный. Ибо каждая хочет замуж за своего читателя. Бульварная газета не позволит себе выйти без заголовочной интриги, за которой часто – враньё. Причём чаще враньё, которое раскрывается через абзац. «Учёные НИИ цветных металлов рубили головы на овощном складе». Оказывается, группа учёных решила про-

сто подзаработать в выходные рубкой голов капусты под закваску. Хорошо это или плохо – не знаю. Для одной газеты – возможно. А для другой – дурной тон, отпугивающий серьёзного читателя. Впрочем, «бульвар» иногда позволяет себе такую циничную мерзость, которую бумага выносить не должна. Глумление над смертью, рассказ о гнусном преступлении в стиле дворового «прикола»... В первую очередь это свидетельствует о непрофессионализме пишущих и издающих.

Язык газеты – слишком общая и большая тема, чтобы я мог осветить её в коротком ответе. Скажу лишь о подходе. Первое – необходима языковая цельность всего издания, ориентированного на определённую аудиторию. Второе – языковая цельность разделов (иногда – полос, иногда – рубрик). И третье – «цельность разрушения цельности». Заумно, но короче не скажу. Тексты не должны быть написаны как бы одной рукой. Разность авторских стилей (как и взглядов на одну проблему) – часть успеха, в том числе и языкового. На разрушение стиля должны оказывать влияние письма. Они из другого мира (если редакция – Кремль, то письма – из-за кремлёвской стены, где не обязаны говорить и думать так же, как в Кремле). Человек редакции должен (обязан) соблюдать языковые нормы, если другого не требует жанр. А человек извне – НЕ ОБЯЗАН! И не стоит приводить его к своему знаменателю. Вы должны писать: «на Украине», «в Башкирии», «в Молдавии», «в Туве», «в Алма-Ате». Но

человек, живущий там, напишет «в Украине», «в Башкортостане», «в Молдове», «в Тыве», «в Алматы», и их тексты НЕ СМЕЙТЕ рихтовать вашими деревянными молотками. Эти письма разрушат ваш языковой порядок, но наведут при этом порядок гораздо более важный – уважительного отношения к слову, написанному не тобой.

О языке радио. В 1991 году, когда молодые кадры захватывали центральные и региональные радиостанции, весёлая языковая пурга заполонила радиоэфир. Тогда на сильно непрофессиональной эфирной свалке рождались и вырастали как прекрасные цветы, так и сорняки. Прошло время. Эфирная революция состарилась, языковые находки превратились в штампы, раздражающие и свидетельствующие о старении говорящих. И все эти, прежде новые, обобщающие образы и выражения (типа «Вася Пупкин», или «какой-нибудь Мухосранск», или «пердимонюкль») отдают маразмом стареющих (когда-то новых) профи, не знающих, на каком именно языке говорит общество за пределами студии.

Язык ТВ, с вашего позволения, анализировать не буду. Это такой коктейль, в котором есть всё: и высокое, и низкое, и пошлое, и беспримерно глупое, и мудрое. Можно анализировать отдельную передачу, но никак не ТВ в целом. Это всё равно как анализировать роль электричества.

3. На ТВ главное – картинка. Язык не должен забить картинку, он должен помочь понять, что происходит за границами картинки. Он может поэтичным (очень ёмким и крат-

ким) образом из картинки сделать картину мира. А в другом случае поэтический образ засвидетельствует глупость и бездарность авторов сюжета. Слишком большая тема.

Газеты живут в век ТВ и Интернета. А потому иллюстрация должна заменить «движущуюся картинку», а броские заголовки, лиды, выносы и пр. – звук. В печатных СМИ и Интернете язык должен соответствовать жанру. Только талант перебивает структуру жанра, ибо сам является жанром – трудно определимым и неповторимым. Скажем, в восьми случаях из десяти тексты Сергея Мостовщикова (провалившегося, между прочим, в качестве руководителя прорву новых изданий) чрезвычайно талантливо, а в двух случаях из этих восьми – гениально. Чтобы использовать образ, нужно чётко ощущать объём твоей работы, её ритм, её способность вызвать в читателе внутренний звук (барабанный гул, или фортепианный аккорд, или вибрацию симфонии). В журналистике возможно всё, если это всё – не лишнее, не маскарадный костюм, не уводит от темы, а забрасывает тебя вовнутрь этой темы, превращая в одного из героев реального действия.

В таком случае публицистика может и не содержать «морали», ибо она сама будет моралью, которая обнимет читателя и не отпустит его уже (хотя бы до конца чтения).

4. Безусловно. В моих обзорах Интернета («Мухи в паутине») при необходимости я говорю на компьютерном сленге, хотя считаю себя просто натасканным ламером, который разбирается только в одном – в поиске. Если в сети хоть кто-

то хоть когда-то запрашивал нужную мне информацию (или вбрасывал её), она будет отыскана. Роль жаргона – подчинённая. Она должна облегчить моему КОНКРЕТНОМУ читателю жизнь в моём тексте.

5. Нормально. Я уже говорил об этом. Заимствования не могут навредить (как не навредят фарфоровые зубы, поставленные вместо удалённых; другое дело, когда фарфоровым зубом пытаются заменить живой, здоровый зуб – за такой зуб нужно драться).

6. Их присутствие в специальных изданиях – вообще не вопрос. А вот в общественно-политических... В журнале «Журналист» мы довольно часто сталкиваемся с этой проблемой. И лично я поступаю так. Термины и профессионализмы, использованные авторами, оставляю, но всегда нахожу и даю в сноске варианты их расшифровки. Таким образом, читатель не чувствует себя идиотом на пиру академиков, а одновременно пополняет свой словарный запас.

7. Даже не знаю, что и сказать. Никогда не чувствовал ситуации, в которой мат был бы мне необходим (по логике языка и ситуации) для письма. Необходим – то есть неизбежен. Это – как и поэтический образ. Это не может быть гримом, накладными ресницами, бородой, усами. Это должно расти само. Считаю, что СМИ, ориентированные на массового читателя, должны избегать того, что может какую-то часть читателей (или всех) оскорбить. Когда в старые времена две крестьянки ссорились и одна из них показывала дру-



гой из-за своего забора кукиш или посылала проклятие, то, по правилам языческого поведения, другая, чтобы проклятие её не коснулось, задирала юбку, наклонялась и показывала противнице голый зад. Но это происходило в общении двух людей. На сельском сходе такое обычно не проделывалось. Другое дело – блог. Там человек сидит в своём виртуальном домике, и к нему заходят лишь те, кто зайти хочет. Скажем, один из гениев Рунета (Антон Носик) пользуется ником dolboeb. Ну, он так выбрал. Мне это не нравится. Но я туда захожу не за этим, а за эксклюзивной информацией об очередной попытке властей оседлать мустанга по кличке Интернет. В блогах это возможно. А в СМИ это пижонство. Если СМИ изначально провозглашает это своим языком – тогда другое дело. Тогда его и будут покупать те, кому мата не хватает в живой жизни. Мат может явиться и в прямом эфире. Но как исключение. Как реакция на такую мерзость и подлость, оглашённую здесь же, которую и сравнить с матом нельзя. Но даже тогда, когда случился такой выплеск эмоций, нужно извиниться перед зрителями и слушателями, нужно уважать их право жить в здоровой речевой среде.

8. Глупость, неграмотность, отсутствие чувства языка. Типичные примеры – их много. Зайдите на наш сайт и посмотрите материалы Аз Букина (это Никита Васильевич Вайнонен) под рубрикой «Покажите язык» (практически в каждом номере журнала они есть). К тому, о чём пишет Вайнонен, добавлю несколько типичных грубых нарушений. Первое –

путаница в падежах и числах. Иногда свидетельствует о том, что автор просто не перечитал то, что написал. Но чаще – мрак. Позвольте не приводить примеры, я очень ограничен во времени. Второе – использование частиц «не» и «ни». Даже в прессе, претендующей на высокое качество, эти ошибки повсеместны. О сетевом письме и не говорю. Типичный пример – одна из песен, исполнявшихся Пугачёвой. «Жизнь невозможно повернуть назад, и время НЕ на миг не остановишь!». Она так старательно кричала слово «НЕ!», будто вела намеренную борьбу с грамматикой, языком, и со мной лично. Мне нравилась эта певица, но тут меня почти физически начинало тошнить.

9. Влияет. От вопроса: «какие издания» – будет зависеть ответ: «как влияет». На многих форумах появился стиль намеренного искажения, типа «ЖЖОТ!», «АФФТАР, ВЫПЕЙ ЙАДУ» и т. п. Теперь и в обычных письмах, а не в форумной дискуссии вместо «PS» часто пишут «ЗЫ», вместо слов «по моему личному мнению» ставят короткое ИМХО. Средних лет интеллигентная дама с двумя высшими образованиями, отнюдь не фанатка Интернета, увидев, что котёнок карабкается по шёлковой скатерти на стол, говорит своему сыну: «Убери нах этого котёнка на кухню!» – и тут же испуганно прикладывает ладонь к губам. Это тоже один из сетевых штампов. Сие не хорошо и не плохо. Из всего сленга лабухов (музыкантов), заполонившего язык в 60-70-е годы прошлого века, остались только: обращение «чувак» (вообще-то это

баран) и глагол «кирять» (пить – чаще относилось к алкоголю). Всё остальное (сурлять, бирлять, верзать, верзоха, до-ре-ми-до-ре-до – мелодия, обозначавшее посылание туда же, куда мама просила убрать котёнка, и др.) ушло в прошлое. А прошлого не существует.

10. Повышать качество среднего образования. Эпоха реформ – не лучшее время для этого, но нам посчастливилось жить сегодня, а не в другие времена (они всегда и везде хуже настоящих, кто бы ни лил о них ностальгических слёз). Без хорошего среднего образования не будет и хорошего высшего. Журналист должен читать не только классическую, но и современную литературу. Его не должны пугать ни научные журналы, ни издания по искусству. С врачом он должен говорить как врач, с инженером – как инженер, с путешественником – как путешественник и т. д. Он должен знать слова и смыслы, лежащие в базисе всемирной культуры. Этот багаж не бывает лишним, но он всегда – личный. Весь этот груз знаний можно нести сквозь жизнь даже тогда, когда использован он будет всего лишь раз в этой жизни (или ни разу вообще). Груз знаний даёт устойчивость ногам, на которых журналист бежит за информацией. Другого способа нет. Любые попытки вводить нормы силовым путём обернутся для языка и общества сначала косноязычием, а потом – немотой.

# Наталья Чернышова

**Председатель Союза журналистов  
Подмосковья, с 2013 года избрана секретарем  
Союза журналистов России, в прошлом главный  
редактор газеты «Основа» г. Наро-Фоминск**

1. Состояние русского языка вызывает некоторую тревогу и озабоченность. Язык, как известно, отражает процессы и явления общественного сознания. Мы переживаем переломный период истории, и чем больше агрессивного и абсурдного в действительности, тем больше ирреального, мистического в общественном сознании. Язык четко фиксирует это. Сегодня состояние русского языка в СМИ характеризует наплыв заимствований, элементов нарочитого просторечия, влияние молодежного сленга, уголовного жаргона. В результате страдает культура письменной и устной речи. Язык теряет способность быть средством коммуникации между поколениями, социальными слоями. Утрачиваются смыслы, обедняется, огрубляется речь.

Конечно, развитие языка – это процесс, и есть надежда, что негативные явления будут преодолены, а русский язык сохранит свою идентичность и значение для культуры. Но пока жаргонная агрессия продолжается, и СМИ активно участвуют в этом.

2. Язык отражает положение, в котором оказались СМИ в

рыночных условиях. «Заказчика» на качественный контент нет, нет осмысленной информационной политики в редакциях, и потому СМИ, вынужденные бороться за внимание аудитории, пошли по пути упрощения, либерализации лексических норм, снижения требований. Они говорят сегодня на языке неразвитых в культурном отношении людей. Идеального языка быть не может, но планку качества в целом, и языка в частности, СМИ должны сохранять. Журналист в своем творчестве обязан демонстрировать стандарты нормы, чтобы аудитория тянулась вверх, а не наоборот. Пока СМИ стремятся завоевать внимание аудитории любой ценой, порой ценой отказа от общепринятых норм и правил, ценой упрощения и сознательной примитивизации. И это не вопрос стиля и вкуса. На таком языке нельзя вести серьезный диалог с аудиторией, обсуждать сложные проблемы общественного развития, даже анализировать роль электричества.

3. Выразительность языка газеты, программ телевидения и радио утрачивается по ряду объективных и субъективных причин. И если она сохраняется, то часто это вопреки условиям, в которых вынуждены работать журналисты. В целом наблюдается снижение профессиональных стандартов.

Простота, ясность изложения, четко выраженная позиция автора, образность, эмоциональность и экспрессия – необходимые условия выразительности языка СМИ. К сожалению, публицистические жанры все реже встречаются в прессе, ис-

чезли очерк, фельетон, памфлет. Тексты порой вообще не имеют жанровой определенности. И это не только в региональной прессе.

С другой стороны, появляются и новые, синтетические жанры. Лучшие образцы газетных публикаций неожиданно радуют стилистикой художественной прозы. Это внушает некоторую надежду.

4. Употребление жаргонной лексики возможно, но в меру. Чувство вкуса и стиля у каждого свои, но стремиться к тому, чтобы жаргон не огрублял текст, надо. Прежде всего личность самого журналиста, его культурный уровень определяет выбор лексики. Широкое использование жаргонизмов объясняется тем, что журналисты, поставленные в жесткие временные рамки, порой не имеют возможности (или желания) работать над текстом. Стремление усилить воздействие текста на читателя, сделать его энергичным, экспрессивным также влияет на выбор выразительных средств.

Роль жаргонизмов вспомогательная, их использование должно способствовать более точному отражению особенностей стилистики той или иной социальной или профессиональной группы, помогать диалогу, усиливать эмоциональную оценку автора.

5. Использование заимствований – естественный процесс: русский язык развивается не в изоляции. Как во все времена, происходит взаимопроникновение, влияние, синтез культур. Главное – сохранять чувство меры и не перегружать тексты,

не затруднять восприятие читателя незнакомыми, непонятными словами, широко не вошедшими в употребление.

6. В специализированных изданиях употребление общепринятых в среде профессионалов (и понятных им) терминов и профессионализмов вполне оправдано. В общественно-политических изданиях, рассчитанных на массовую аудиторию, использование таких слов должно быть умеренным.

7. Употребление ненормативной лексики в СМИ – это проявление агрессии, эпатажа, это противопоставление своего миропредставления общественной морали. Недопустимость ненормативной лексики очевидна для всех, кто неравнодушен к судьбам отечественной культуры. Ежедневно аудитория СМИ пополняется новыми читателями, зрителями, слушателями из числа молодых людей. И они воспринимают ненормативную лексику уже как норму. Им просто навязывается субкультура уголовного мира, ценности, стереотипы поведения.

Если мы хотим жить в цивилизованном обществе, то необходимо принимать меры, ограничивающие поток оскорбляющей, унижающей человеческое достоинство лексики. Это задача не законодателя, а журналистского сообщества и общества, которые должны создать механизмы саморегулирования сферы СМИ, механизмы общественного контроля.

8. Прежде всего – общим снижением профессиональных

стандартов, отсутствием базового профильного образования у значительной части входящих в профессию журналистов, отсутствием общегосударственной системы повышения квалификации журналистских кадров.

Меняется и статус журналиста в обществе: сегодня он ощущает себя простым оператором, передающим информацию, не несущим ответственности за результаты своего творчества. Условия труда в редакциях, информационная политика газет и каналов, стремление привлечь внимание аудитории любой ценой, всеобщая либерализация в отношении языка и снижение грамотности – все это также сказывается на качестве материалов. Достаточно взять в руки любую газету, чтобы увидеть: «И.Д., вопреки расхожему мнению, что дети великих людей пропихиваются всюду за счет родственных связей, сделал себя сам»; «Кажется, что сегодня все это независимое прибалтийское государство, вся его полумиллионная столица сосредоточены в образе памятника советским воинам-освободителям»; «Результаты суммировались из баллов, полученными девушками на форуме».

9. К сожалению, распространение Интернета совпало с реформой системы образования, которая привела к резкому снижению грамотности. В результате в письменной и устной речи не используются богатство и разнообразие русского языка, тексты в СМИ примитивны, стиль «телеграфный» – все это влияет на культуру речи, мышление, формирование системы ценностей. А пресса, радио, телевидение не толь-



ко отражают эти явления, но и активно-негативно участвуют в этих процессах, формируют новый стиль – агрессивный, вульгарный, примитивный и т. п. Единственное достоинство такого новояза – краткость.

10. Это серьезная проблема, требующая осмысления не только журналистского сообщества, но и широкого круга специалистов в сфере образования, культуры, социального развития. Комплексный характер ее решения требует государственного подхода. И Год русского языка – обнадеживающее начало такой работы. Что касается повышения речевой культуры журналистов, то здесь необходимы:

- новые подходы к профессиональному образованию журналистов, новые технологии и методики подготовки и переподготовки журналистских кадров в вузах, образовательных центрах, обновление программ обучения на факультетах журналистики;
- разработка и внедрение профессиональных стандартов, в соответствии с которыми можно было бы оценивать работу журналиста, редактора, СМИ в целом;
- создание механизмов корпоративного саморегулирования, которые позволят редакциям заниматься проблемами качества;
- сохранение и приумножение лучших традиций российской журналистики, общественное признание журналистов, демонстрирующих бережное отношение к слову.

# Елена Шевелева

Сотрудник Агентства социальной информации, телеведущая на областном телевидении в Екатеринбурге (ОТВ)

1. Сегодня снизился уровень культуры владения русским языком. В речь СМИ и читателей активно внедряются жаргонизмы и речевые ошибки.
2. Он должен соответствовать высоким нормам русского языка. СМИ должно быть эталоном грамотности.
3. Краткостью, но смысловой емкостью предложений. Для создания выразительности языка в СМИ допустимо, на мой взгляд, использование тропов.
4. Редко. Жаргонизмы могут быть использованы в разговорной речи.
5. Язык развивается, и одно из средств его обогащения – заимствование иностранных слов. Следовательно, я считаю, что их использование допустимо, но в тех случаях, когда слово уже может быть понятно большинству аудитории.
6. Язык СМИ должен быть в первую очередь понятен читателю, – соответственно, все зависит от целевой аудитории, на которую издание рассчитано. Если в издании освещается какая-то определенная область науки, присутствие терминов и профессионализмов необходимо.
7. Как я считаю, нет. Одной из главнейших задач СМИ, на

мой взгляд, является поддержание культуры речи в стране.

8. Я объясняю это резким спадом культуры речи журналистов (в сравнении со временем СССР) как следствие попытки СМИ максимально адаптироваться под читателя. Типичные ошибки: «семиста» вместо «семисот», игнорирование склонения названий районов.

9. Для Интернета на данный момент характерно использование жаргонизмов, что негативно сказывается на речевой культуре.

10. Тщательно отслеживать грамотность материалов, выходящих в эфир и печать.

# Тимофей Шевяков

**Журналист, главный редактор сайта «Политцензура», с декабря 2006 г. – президент полуфиктивной организации «Институт политической цензуры», с февраля 2006 года – сотрудник «Фонда Эффективной Политики» (ФЭП) Глеба Павловского, шеф-редактор ФЭП-ТВ**

1. Язык адаптируется к современным реалиям. Идет определенное упрощение и вестернизация языка – процессы, которые можно сравнить с изменениями в речи начала XVIII века.

2. Язык современных СМИ довольно слаб и невыразителен, изобилует штампами. Идеальный язык СМИ – понятный читателю, но не потакающий низменным вкусам, формирующий культуру, а не формируемый культурой.

3. Основное средство сейчас – использование жаргонизмов и максимальное приближение языка СМИ к устной повседневной речи. Современная художественная литература практически неотличима от публицистики по уровню языка.

4. Довольно большое среди целевой аудитории – т. е. людей, имеющих доступ в Интернет.

5. Зависит от контекста.

6. Это неизбежно.

7. Использую. Это инструмент, не более.
8. Недопустимо. Потому что это СМИ, а не улица.
9. Языковая норма – условность.
10. Пересадить мозги.

# Елена Шенгелия

Муниципальная газета Ногинского района  
Московской области «Волхонка»

1. Больно! Какие вольности позволяем себе мы, русские и русскоязычные люди! Засоряем родной язык, не признаём никаких норм. Похоже, забыли, какой он богатый и красивый!

2. Как можно дать однозначную оценку языку СМИ в целом – языку печатных изданий, радио- и телепередач? Ведь даже на телевидении на разных каналах, а то и в разных программах одного канала наблюдаем и бережное отношение к языку, и очень вольное. Идеальный язык средств массовой информации – это сочетание художественно-литературного и публицистического.

3. Разные жанры (будь то газета, телепрограмма или радиопередача) – разный язык, разные средства выразительности. По моему разумению, публицистику от художественной литературы отличает меньшее использование языковых средств выразительности.

4. Категорически против жаргонизмов, сниженной лексики в газете. Ими не грешит даже молодёжная страница нашей газеты, которую выпускают старшеклассники и учащиеся средних специальных учебных заведений. Считаю недопустимым использование жаргонных и грубых слов, чем гре-

шат сегодня не только СМИ, но и государственные деятели. К сожалению, многие жаргонные слова приобретают разговорный характер.

5. Полагаю, там, где можно обойтись без заимствованных слов, надо так и поступать. И в СМИ, и в устной речи.

6. Термины. Как же без них? Имеют место быть. Профессионализмы – смотря в каком контексте.

7. Ненормативной лексике, криминальному жаргону не место в СМИ! Иначе они перейдут в нормативную лексику. Ведь СМИ формируют отношение к родному языку.

8. Мало читаем! В семье, в школе – заниженные требования. Что и говорить, если большинство школьников (да и взрослых людей) говорит «ихний». Где учитель? Если ведущий передачи или репортёр очень часто не может правильно употребить числительное в косвенном падеже, ошибается в согласовании слов, делает неправильные ударения, что тут сказать?..

9. Пагубно! Непозволительные вольности. Дикий пересказ классики (сокращённый вариант художественных произведений). Заниженная лексика. Отойти от шаблонов, стандартов, штампов (скажем, в газете) – ещё не значит допускать вольности.

10. Читать! Но не всё подряд. И учиться!

# Наталья Щукина

**Заместитель главного редактора по работе с авторами ИД «Директ Пресс»**

1. В настоящее время наблюдается динамичное развитие русского языка. Происходит упрощение языка, активное заимствование иностранных слов и др.
2. Удовлетворительный. Идеальный язык СМИ – грамотный, адаптированный для целевой аудитории.
3. Эпитеты, сравнения, авторские неологизмы и др. Язык публицистики отличается ясностью, чёткостью, лаконичностью и вместе с тем образностью речи.
4. Нет, не использую, так как они противоречат стилю нашего издания. Жаргонизмы могут употребляться в умеренной дозе в СМИ, имеющих соответствующую целевую аудиторию.
5. Процесс заимствования идёт очень активно в наши дни, но я считаю, что лучше использовать русские синонимы.
6. Считаю, что они должны употребляться в специализированных изданиях – для той аудитории, которой они будут понятны.
7. Нет, так как СМИ должны нести культуру в массы и служить образцом современного русского языка.
8. Безграмотность журналистов – вот причина всего.
9. Очень сильно снижает речевую культуру: увеличивает-



ся количество ошибок.

10. Рекомендация лингвистам – привести к единообразию языковые нормы. Всем – больше читать книг.

## Часть 2

### Николай Алексеевич Богомоллов

Заведующий кафедрой литературно-художественной критики, профессор

1. Не было такого времени, когда бы не тревожились о состоянии русского языка. Тем не менее он живет, и, мне кажется, живет нормальной, естественной жизнью. Вместе с тем некоторые процессы вызывают настороженность. Прежде всего это стремление упростить речь. Все чаще не склоняются числительные, особенно сложные, все активнее перестают склоняться русские названия на «о», многие иноязычные фамилии. Заметно упрощаются синтаксические конструкции, особенно в устной речи. Снова, после некоторого перерыва, вступил в права «канцелярит» (термин К. И. Чуковского). Меняется интонационная структура речи: в публичной ораторской вослед Жириновскому все больше и больше крика, в СМИ безраздельно господствует скороговорка. Наверное, этот список можно было бы продолжать и далее.

2. Он очень разный. Одно дело – качественная газета или толстый журнал, другое – желтая пресса, третье – профес-

сиональная, и таких градаций может быть сколько угодно. Поэтому и говорить об идеальном языке очень трудно. Он меняется в зависимости от типа издания и его, если угодно, индивидуальности.

3. Вопрос слишком обширен, чтобы на него отвечать в рамках анкеты.

4. Речевая практика – понятие слишком широкое. В обычной речи – конечно, использую, как и всякий другой человек. В общении со студентами – только как чужую речь.

5. Такое же, как и во всем другом. Там, где заимствованные слова необходимы и не имеют русского аналога, они уместны и нужны. Там же, где они скрывают давно известное под новым обличьем, по мере сил выражаю неприязнь и стараюсь их употреблять только как чужую речь.

6. И это зависит от типа СМИ. В предназначенных для широкой аудитории они, по-моему, неуместны. В изданиях для профессионалов – необходимы.

7. Нет. Ненормативная лексика, как и всякая экспрессивная, уместна в ряде ситуаций, она является очень существенным пластом русского языка (помню, что в начале 1990-х годов я, составляя сборник «Анти-мир русской культуры», несколько раз обращался к В.Н. Топорову с просьбой написать статью об этой лексике и всякий раз получал ответ, что сама проблема чрезвычайно интересна, но пока он не может взяться о ней написать), но сфера ее применения ограничена. Без осознания этого вырвавшаяся на свободу экс-

прессия заглушает все оттенки речи и в конечном счете сводит их к тому «божественному звуку» убогой матерной речи, который мы ежеминутно слышим вокруг себя. Употребляя ненормативную лексику, СМИ дают понять, что ничего дурного в этом нет, чем выполняют разрушительную функцию для речевой политики как отдельного человека, так и общества. Использование же этого лексического пласта в художественной литературе вполне допустимо, так как функции литературы и СМИ различны. Не перестаю восхищаться искусностью в этом отношении Пушкина, Солженицына (в «Одном дне Ивана Денисовича») или Венедикта Ерофеева, не восхищаюсь, но вполне понимаю и Юза Алешковско-го. Но не перестаю восхищаться и Достоевским, который в известном рассказе про мастерового, обходившегося единственным словом, сам не посчитал нужным это слово выкрикнуть.

8. Природа этих нарушений очень различается. С одной стороны, безраздельная ориентация на разговорную речь; с другой – общее невежество самозваной «элиты»; с третьей – собственное невежество журналистов; очень быстро возникающая уверенность в своей исключительности и, следовательно, возможности говорить как бог на душу положит; погоня за молодежной модой; уничтожение традиции бережного отношения к языку, которое было не только у преподавателей, но и у многочисленных редакторов, корректоров, сотрудников отделов проверки и других блюстителей

порядка; падение уровня школьного образования, к которому теперь прибавляется и узаконение ЕГЭ... Продолжать можно почти бесконечно. Примеров несть числа, так что не буду без нужды умножать их.

9. На речевую культуру общества этот язык пока, к счастью, не оказывает никакого влияния. Он накладывает свой отпечаток на некоторые спешащие за модой издания, в том числе и на ТВ, но это еще далеко от влияния на речевую культуру общества.

10. Самосовершенствованием. Другой путь – установление тотального контроля, который возможен в тоталитарном государстве, – все равно не приведет ни к чему хорошему: появится, как в позднесоветском обществе, резкое разделение на две стихии – официальную и неофициальную, которое рано или поздно будет уничтожено взрывом.

# Татьяна Эдуардовна Гринберг

**Доктор филологических наук, доцент кафедры  
рекламы и связей с общественностью**

1. В настоящее время современный русский язык развивается, как любое явление культуры, цивилизации. И это развитие имеет как положительные, так и отрицательные стороны. В нашем языке появляются различные конструктивные элементы, позволяющие достичь лучшего взаимопонимания. К тому же возникает все больше и больше различных упрощений, сленговых выражений, образуются локальные языки, которые понятны только узкому кругу людей. Мне кажется, эта тенденция ведет к загрязнению современного русского языка. Многие сленговые выражения не отвечают нормам русского языка, что, безусловно, оказывает негативное влияние на него.

2. В языке современных СМИ мне больше всего не нравится безграмотность сегодняшних журналистов. Очень много оговорок, неправильных ударений, ошибок в речи ведущих различных телевизионных программ, дикторов на радио, мало кто из современных звезд владеет языком красиво, используя все его возможности. И это очень печально, потому что мы слышим эту речь, возможно, даже чаще, чем речь наших близких. В языке СМИ журналисты должны использовать больше возможностей русского языка, так как

он очень богат, следить за правильностью употребления различных слов, выражений – это позволит сделать его лучше, сохранить наши языковые традиции.

3. Мне кажется, что для каждого журналиста, литератора важны не выразительные средства, чтобы добиться понимания со стороны аудитории, а его авторское чутье. У каждого писателя или журналиста есть своя аудитория, для которой создается текст, поэтому нужно достичь созвучия с восприятием людей, писать на доступном для читателя языке, что для публицистических текстов, как и для языка художественной литературы, играет немаловажную роль. Важно, чтобы публицистические тексты оказывали положительное влияние на общество, как и художественная литература.

4. Язык интернет-изданий оказывает сильное влияние на речевую культуру общества. Разговорная манера Интернета – это скорее окраина русского языка, она имеет право присутствовать в нашем языке, но не должна занимать преобладающее место в речи. В настоящее время мы видим, что язык интернет-изданий оказывает все более и более негативное влияние, так как сленг, различные упрощения только загрязняют речь, делая ее более примитивной и безыскусной.

5. Сейчас многие заимствования прочно укрепились в языке, нет ничего плохого в том, что тот или иной автор использует различные заимствованные слова, чтобы сделать текст более понятным, доступным для читателя своей аудитории. Но когда он использует заимствования, чтобы при-

влечь к себе внимание, создать иллюзию, что знаком с профессиональным языком определенной сферы деятельности, то это вызывает, на мой взгляд, сочувствие, так как часто такие авторы употребляют слова, которые могут нести негативный оттенок. Например, сейчас в речь вошло такое сленговое слово, как «пиарщик», «пиар» – от английского выражения «public relations». Мне кажется, что ни один серьезный специалист не скажет, что он занимается «пиаром», и не захочет, чтобы его называли «пиарщиком». Есть определение этой профессиональной деятельности – связь с общественностью, а за такими сленговыми словами, как «пиар», «пиарщик», на мой взгляд, стоит некоторое неуважение к данной профессии, поэтому употребление этих слов оказывает негативное, на мой взгляд, влияние на речевую культуру нашего языка.

6. Существуют различные средства массовой информации, которые рассчитаны на определенную аудиторию. Многие журналисты в зависимости от круга людей, которые читают их тексты, могут использовать термины, профессионализмы, чтобы добиться понимания со стороны этой аудитории, и в этом, на мой взгляд, нет ничего плохого.

7. Я использую жаргонизмы в своей практике, так как они упрощают речь, делают ее более динамичной, ведь в моей профессиональной среде иногда необходимо говорить сжато, точно, поэтому я могу употреблять их, когда обсуждаю с коллегами общие для нас проблемы.



8. Я считаю, что употребление ненормативной лексики в СМИ недопустимо, так как такая лексика – низший пласт нашего языка. Важно понимать, что от многих преподавателей русского языка, журналистов зависит, какими речевыми оборотами будет полна наша жизнь, ведь люди быстро привыкают к определенному набору языковых схем, особенно когда они часто повторяются. Прелесть нашего языка состоит в том, что он необычайно богат, поэтому все можно объяснить простыми выражениями, не используя ненормативную лексику.

9. Нарушения языковой нормы часто используются в рекламе. Это может быть определенным инструментом, чтобы привлечь внимание человека. С другой стороны, наличие многочисленных ошибок в языке говорит о безграмотности людей. Это связано с общей культурой, с личной ответственностью человека – каждый журналист должен понимать, что его слова важны для общества.

10. Мне кажется, что журналистов надо просто учить речевой культуре, ведь красиво говорить – это не только произносить красивые слова, нужно в первую очередь использовать правила грамотной речи. Следует, возможно, проводить какие-то специальные тренинги, чтобы повысить уровень грамотности общества, говорить о различных изменениях в русском языке, о негативных вещах, ведь очень важно, чтобы человек осознал, что говорит неправильно, и смог бы найти свою ошибку. Кроме того, чтение книг поможет

читателю сделать речь более грамотной. Сейчас в книжных магазинах вы найдете много литературы, которую можно читать с точки зрения грамотности языка, что позволит узнать о нашем языке больше и пользоваться всеми его возможностями.

# Тамара Федоровна Дедкова

Преподаватель кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова

1. В настоящее время у меня нет каких-то панических настроений насчет современного русского языка. Язык меняется: какие-то слова приходят, потом исчезают. Сейчас все больше и больше появляется различных англицизмов в русском языке, часто они связаны с техникой, люди могут употреблять слово «user» вместо слова «пользователь». Я думаю, что такая тенденция уйдет, но меня беспокоит то, что через сленг в русский язык переносятся вредоносные понятия для нашей культуры. Например, часто употребляются такие слова, как «бойбенды», «шопинг», «пиарить». Русский язык очень богат, в нем много выражений, которые могут эти слова заменить. Возникает вопрос: зачем же заимствовать такие неблагозвучные слова? В центре Москвы видишь большие вывески – «ФишХауз» или название ресторана «Япона Мама». Я думаю, что эти слова не приживутся. Журналисты должны понимать, что сознательная порча языка, употребление различных криминальных выражений, сленга, например слова «ломать» (ведь это же от наркотиков пошло), является непростительным грехом, так как многие люди начинают использовать такие слова и выражения, и это не может

не повлиять на речевую культуру в целом.

2. Я понимаю, что литературный язык в газетах, журналах сейчас в чистом виде невосстановим, так как многие журналисты употребляют сленг. Есть, конечно, различные литературно-художественные журналы, где еще присутствует литературный язык, но и там можно найти различные бранные выражения. Характерно сквернословие, поэтому можно сказать, что иерархия ценностей в языке нарушена. Журналисты должны понимать, что являются хранителями русского языка, что должны писать понятно, доступно для всех людей, а не только для «посвященных» кружков молодежи. Вот, например, недавно увидела такую надпись на рекламном щите: «Устройте себе Октоберфест». Я думаю, что не все люди знают, что означает это слово, поэтому нельзя разделять людей на понимающих и непонимающих. Или вот еще пример: афиша на стене дома с надписью «ТЖИ». Кто должен это расшифровывать? Язык должен быть ясен для всех. Сейчас русский язык все больше засоряется различными словами, выражениями, и эта тенденция, на мой взгляд, портит его.

3. Человек, который пишет ту или иную статью, выбирает свой стиль, определенные выразительные средства. Это касается и художественной литературы. Например, если журналист пишет о культуре, то он должен очень хорошо знать свою тему, привлекать из мировой культуры какие-то образы в свой текст, – это позволит сделать его статью более на-

сыщенной, выразительной.

Публицистика бывает самая разная: общественно-политическая, публицистика на тему нравственности, на тему культуры. Я думаю, что прежде всего язык публицистики должен быть простым и ясным. Автору не следует подавлять читателя своей эрудицией и изощренностью слога, к тому же главное для публицистики, на мой взгляд, это эмоциональный тон, возможно, это часто и отличает ее от художественной литературы. Публицист должен быть особенным человеком, обладать энергией убеждения. Его фигура должна быть привлекательна, вокруг него должен быть народ, в его текстах всегда заметна энергия языка. Например, таким человеком, на мой взгляд, является Лев Анненский, литературный критик, воспитанник Московского университета. Он прекрасно знает русскую культуру, обладает даром слова.

4. В Интернете очень много ложной, мелочной информации. Различные библиотеки, «Живой Журнал» – все это интересно, человек может получить много полезной информации, но очень скоро стало ясно, что в этой системе много мусора. Я думаю, что пока на русский язык в целом это не очень сильно влияет, но приносит определенный вред, например молодежи, которая начинает мыслить в ритме смс-посланий.

5. Для языка молодежи сейчас очень характерно использование различных заимствованных слов и выражений, например «драйв», «рэп-культура», «перформанс». Но, я думаю, все это быстро отживет. Очень много такой лексики

употребляется в различных молодежных журналах. В свое время Тургенев сказал, что русский язык очень богат, поэтому заимствованные слова не нужны. Наш язык богаче многих европейских языков, не надо утверждать русскую культуру через Запад. Действительно, наша культура индивидуальна, особенна.

6. Я думаю, что появление различных терминов и профессионализмов, если эти слова касаются современной техники, вполне обоснованно, так как наука развивается. Эти слова свидетельствуют о появлении новых технологий. И это, на мой взгляд, нормальное явление.

7. Я не могу сказать, что использую жаргонизмы в своей практике, но иногда могу употребить то или иное слово, чтобы как-то повысить выразительность речи.

8. Я категорически против употребления ненормативной лексики. Я помню, как различные партийные деятели, когда приезжали в колхоз, считали нужным объясняться с простыми людьми при помощи мата. А эти люди, думаете, одобряли партийных деятелей? Конечно, нет. Они понимали, что те притворяются, что все равно они хотят, чтобы простой человек работал больше, унижают его. Сейчас можно слышать ненормативную лексику везде, даже со стороны девушек. Многие авторы писали про жестокую действительность, про войну, но они находили выразительные средства, которые заменяли бранные выражения.

9. Часто различные ведущие, дикторы на радио говорят:

«утверждаю о том», «подтверждают о том», когда надо было сказать: «утверждают то-то», или «подтверждается тем-то», или «подтверждают то». Чем это объясняется? Возможно, все хорошие учителя уже ушли из школы, плохо учат русскому языку. К тому же наша молодежь перестала читать. Мы, например, раньше учили наизусть целые отрывки из прозы, например, И. С. Тургенева ради красоты языка. А теперь в школах мало времени уделяют русскому языку, обучают плохо, в результате уровень безграмотности растет и растет.

10. Мне кажется, что студенты должны быть более активными на занятиях, уметь отстаивать свою точку зрения, говорить не краткими предложениями («мне нравится», «мне не нравится»), а давать обоснованные ответы. Они должны быть заинтересованы в образовании. Раньше обязательно было, чтобы выпускник МГУ умел хорошо говорить, а этому нужно долго учиться. Сейчас, например, некоторые люди считают: пусть молодежь лучше читает различные журнальчики, чем вообще ничего не читает. Язык различных журналов может повлиять на нашу молодежь, так как он испорчен, это касается и языка Интернета. Журналист в первую очередь должен осознавать, что пишет для людей и что они могут понять те или иные слова по-разному, поэтому чувство ответственности журналистов должно быть главным.

# Ясен Николаевич Засурский

Президент факультета журналистики МГУ,  
доктор филологических наук, профессор

1. Рост новых коммуникационных систем и, конечно, наплыв новых слов и русских, и заимствованных, и новых терминов оказывают влияние на язык. Кроме того, язык еще активно общается с другими языками: с английским, французским, немецким, китайским – это тоже влияет на язык. Новые технологии, киберпространство и всякого рода сокращенные варианты передачи значения, сотовая связь... Мобильный телефон... Там ведь тоже есть свой ритуал и свои сокращения. Появляются новые понятия, связанные с этой новой ускоренной речью и с речью в киберпространстве.

Наиболее актуальным является процесс, связанный с ускорением темпа жизни и в связи с этим ускорением темпа речи, и в этом смысле эта скорость сказывается. Сейчас это, может быть, и не так заметно, но со временем это будет еще заметнее. Возникнут усложненные формы, претерпят изменения грамматические формы.

Вместе с тем наплыв диалектов тоже оказывает влияние. И здесь сохранение того, что мы сейчас называем русским литературным языком, находится в некой динамике. Кроме того, этот язык только что отошел от тех перемен, которые произошли после начала перестройки, когда соци-



альный мир изменился очень сильно, а с ним и речь, многие элементы речи, обращение граждан друг к другу. Общественным стало: появились новые категории, новые разделы внутри общества. Поэтому появились новые языки, диалекты. Например, язык тех, кто занимается Интернетом.

Кроме того, возникли такие социальные категории, которые находятся на дне общества. У них тоже свои языковые трудности, которые в конце концов проникают в речь. Часто сказывается на языке и происхождение людей, которые пришли к богатству из разных сфер. Они приобрели большие ценности, став «хозяевами жизни». Их речь тоже не всегда нормативная. И укрепление норм русской речи важно и актуально.

2. Наиболее энергично сейчас развивается язык радио. Оно нередко использует формы прямого общения, выплескивая в эфир стихию улицы, разговорной речи – то, что называется ток-шоу, этот нелепый, заимствованный у англичан вид беседы, в которой участвуют журналисты, слушатели, зрители и читатели. Они тоже воздействуют на язык, и достаточно сильно.

Появились политологи, которые имеют очень своеобразное образование, часто далекое от академического. И речь депутатов, и представителей властных структур подчас идет вразрез с языковыми нормами. Более четкая выработка норм русской литературной речи, которая существует прежде всего в прекрасных образцах творчества наших замечательных

писателей девятнадцатого, двадцатого века. Но почему-то сегодня эти традиции были нарушены. Мир изменился, и это сказалось на языке.

Я думаю, сегодня должна произойти процедура подведения итогов: выявятся те формы и те находки, которые выживут и доказали свою жизнеспособность.

Портрет «идеального» СМИ не может быть однослойным. К примеру, слой редакционный, то есть тех, кто говорит от имени радиостанции. Он должен быть максимально близким к среде, на которую он рассчитан, – молодежной аудитории или аудитории, занимающейся экономикой. Важна ориентация языка. Я думаю, что на радио и телевидении этот процесс проходит достаточно успешно. Хотя на телевидении имеются большие сложности, поскольку для ток-шоу и для участия в программах приглашается часто ограниченный круг носителей языка и именно их жаргон может оказывать воздействие на речь.

Что касается газетной речи, то здесь в этом смысле все благополучней, но мне кажется, что эти новые понятия – экономические, социальные, политические – еще находятся в движении. Поэтому существует многослойная лексика 90-х годов, начала XXI века. Что-то должно отмирать и устанавливаться какое-то равновесие. Оно приведет в конце концов к выживанию наиболее удачных и удобных для использования слов. Тут разные возможны факторы. У меня есть знакомые, которые живут в других странах (русские), и у них

дети учат сразу русский, английский, французский язык. И очень интересно отношение к разным словам в разных языках. Племянник Набокова, например, считает, что его внук, который живет в Швейцарии, пользуется попеременно русскими и французскими словами, выбирая всегда более короткие. И это доказывает, что язык находится в динамическом состоянии.

3. Выразительность языка телевидения создается сочетанием образа, звучащего слова и шумов, которые сопровождают реальную жизнь. Что касается газет, то там дело обстоит несколько проще. Газетная речь всегда немножко более устойчива, консервативна. Но и здесь, конечно, сдвиги большие. Они даже в нашей политической структуре происходят постоянно. Скажем, на уровне предвыборной агитации. Много будет меняться в языке, но мне кажется, что основная, базовая структура языка привязана к классической русской речи, которая была оформлена в виде блестящих текстов Пушкина, Грибоедова, Гоголя, Толстого, Достоевского, Тургенева, Чехова, Солженицына, других писателей, – они все-таки остаются образцами. Хотя и они не могут застыть на месте, поэтому здесь и формы постоянно меняются.

Язык художественной литературы создает образ.

4. Довольно серьезное влияние, поскольку он ведет к некоторым сокращениям, ускорениям. Возникает много эллиптических форм разговорной речи. Ускорение оказывает как позитивное, так и негативное влияние. Иногда пропада-

ют некоторые связующие моменты. Это достаточно сложное воздействие, которое надо еще изучить.

5. Если нельзя найти русского слова, то приходится пользоваться заимствованным. Мне кажется, подходить к этому необходимо очень осторожно и продуманно. Заимствовать нужно так, чтобы эти слова обрусели.

6. Это неизбежно, но желательно, чтобы этого было меньше. Все-таки журналистика должна быть рассчитана на восприятие широкого круга. Профессионализмы имеют свойства затуманивать реальные свойства предметов. Поэтому надо или их пояснять в ходе развития речи, или избегать.

7. Иногда. Когда разговор идет с аудиторией, которая привыкла к этому жаргону. Например, с ребятами о популярной музыке. Но это нужно ограничивать, потому что утрачивается точность языка.

8. Я считаю, что это очень вредно, не нужно и неправильно. Мне кажется, что эти слова чаще всего употребляются иронически. Мне кажется, что это неразумно. Можно всегда без этого обойтись. Некоторые считают, что это выхолащивает язык, но это требование норм языка. Ненормативная лексика, даже если она представлена в ироническом ключе... это нехорошо. И, конечно, она не украшает нашу речь. Особенно когда мы говорим об общении с широкой аудиторией. Конечно, есть передачи кабельного телевидения на очень узком уровне. Там, может быть, дозволена большая расслабленность. Но, в принципе, это не помогает. Я думаю, все

можно выразить в рамках литературного языка.

9. Низким уровнем культуры, прежде всего. Это связано и с поспешностью введения в журналистику людей, которые еще не владеют речью. С числительными постоянно ошибаются. Не могут склонять.

10. Я полагаю, журналистам нужно заниматься языком с профессионалами. Чаще и больше. Всем журналистам: и газетчикам, и тем, кто работает на радио и телевидении. И не стесняться этого. Кстати, журналисты очень любят литературу по русскому языку. Надо больше издавать для них книг, словарей. И словарей, которые не только дают значение слова, но и примеры правильного словоупотребления. Потому что много ошибок, связанных с ним. И это порой приводит просто к анекдотическим результатам. Здесь мы дальше занятий с преподавателями не уйдем. Может быть, нужно собираться самим журналистам и обсуждать свои ошибки. Их надо записывать и разбирать. Не каждый день, конечно. Хотя бы раз в неделю, раз в месяц. Но не реже, чем раз в месяц. Только так можно остановить вползание ошибок в речь.

Нужно серьезно заниматься языком и литературой в школе. Уменьшилось количество часов на литературу. А литература существует в материи языка, в речевой стихии. И чем меньше времени на литературу, тем хуже язык общества. В этом отношении наиболее интересно работают во Франции, где до сих пор учат риторике, культуре речи. И это очень хорошо. Дети замечательно говорят, пишут. А правильная

речь – это правильный образ мышления.

# Григорий Яковлевич Солганик

**Доктор филологических наук, заведующий кафедрой стилистики русского языка факультета журналистики МГУ**

1. Специалисты часто высказывают мнения, что русский язык переживает критический период. Даже иногда говорят о том, что он гибнет под напором языка улицы. А язык улицы – это просторечия, жаргоны... Так вот мне кажется, что оснований для таких пессимистических выводов нет. Русский язык развивается нормально, так же как развивался он в любые годы. И раньше и позже он переживал нашествия иноязычных слов: англицизмов, американизмов, жаргонизмов. Но это естественный процесс. Любой язык для своего развития должен контактировать с другими языками. Нельзя язык держать, как в колбе дистиллированного текста. Поэтому говорить о гибели языка – большое преувеличение.

Что касается процессов, которые сейчас происходят, то это прежде всего демократизация, то есть расширение рамок литературного языка. В застойные времена язык был жестко структурирован на письменно-книжную норму. А сейчас границы расширились. Язык принимает такие лексические пласты, как просторечия, жаргоны. Диалектизмы сейчас уже не актуальны. Их почти не осталось. Поэтому главный процесс – это демократизация. Конечно, это процесс, у кото-

рого есть издержки. Но в целом русский язык переживает период интенсивного развития. Это связано и с внешними, как мы говорим, экстралингвистическими факторами: перестройка, демократия. Но было бы неверно оценивать развитие языка только в розовых тонах. Безусловно, есть недочеты. Прежде всего это язык массовой коммуникации, журналистики. Очень часто снижается планка. Литературная норма искажается. Иногда это и в области лексической – нашествие жаргонов.

Это и в области орфографии – огромное количество ошибок. Раньше в редакциях газет были корректорские группы. Сейчас они сохранились далеко не во всех газетах. Но и журналисты сами должны быть грамотными.

Язык массовой коммуникации становится усредненным национальным языком. Что представляет собой литературный язык у носителей языка – читателей, слушателей? Художественную литературу читают мало. Читают низкокачественные ее разделы: детективы, женскую прозу. Поэтому художественная литература в наше время не оказывает такого влияния на литературный язык, как это было в XIX, XX вв. Сейчас на первый план выходит язык массовой коммуникации. Он определяет литературные нормы. Вот почему на факультете журналистики мы занимаемся русским языком четыре года, – для того, чтобы подготовить грамотных журналистов.

2. Трудно сказать. Потому что все зависит от направления.



Можно говорить о качественных газетах, которые олицетворяют этот идеал – это такие газеты, как «Известия», «Новые Известия», «Коммерсант». Это газеты, у которых богат словарь, разнообразна грамматика (всякого рода конструкции), высокое владение изобразительными средствами, жанрами. Вот это все дает идеальное качество. Главное – не засушивать, не ужесточать требования, свобода творчества должна быть на хорошем уровне.

Язык телевидения вызывает очень много нареканий. Дело в том, что на некоторых каналах даже есть службы русского языка. Например, на канале «Россия». Они осуществляют мониторинг всех передач с точки зрения грамотности, выразительности, качества. Но совершенно нетрудно, нажав на кнопку, на любом канале телевидения встретить неправильное ударение, неверное использование слов – всякого рода ошибки, которые можно объединить в группу и анализировать. Трудно давать общую оценку. Но с точки зрения грамотности надо еще многое сделать, чтобы повысить «отдачу» от телевидения.

Радио, с моей точки зрения, в лучшем положении. Культура слова на радио во многих передачах выше, чем на телевидении. Может, это связано с тем, что отсутствует зрительный канал, поэтому все передается через слово. Так слово стремится быть более выразительным, грамотным.

3. Точным выбором слова. Это как в языке художественной литературы. Если вы не приблизительно, а точно назы-

ваете предмет, понятие, явление, это само по себе – основа выразительности. Конечно, есть специальные выразительные средства: метафоры, эпитеты... Но это не обязательно. Главное, чтобы текст был точным. И, безусловно, чтобы была мысль. А то и самые яркие слова не помогут, если не будет содержания. Это совершенно разные виды творчества. Художественная литература – это всегда вымысел. «Fiction», как говорят англичане. Автор придумывает с большей или меньшей степенью правдоподобия сюжет, который он воплощает в своем творчестве. А публицистика – это всегда мысль, обнаженная, эмоциональная, документальная. Поэтому автор художественного произведения рисует, высказывая свое мнение через здание художественного замысла. А прямо он не может оценить то, что он пишет. Потому часто, когда он желает оценить, обращается к отступлениям. Не случайно они называются публицистическими. Публицистика – это открытое, личностное выражение мысли. Всегда есть автор, который непосредственно обращается к читателям. «Не могу молчать!» – вот это публицистика.

Писатель не может так. Художественная речь многослойна. Там есть автор, рассказчик, герои. А публицистика – это один слой. Поэтому это абсолютно разные виды словесного творчества.

4. Пока явно негативное. Дело в том, что Интернет – всякого рода блоги, дневники – упрощают речь до примитива. Это пока еще не очень исследовано. Мы только начинаем

изучать язык Интернета. Но на сегодняшний день эта роль явно отрицательная. Искажения во многих жанрах... Конечно, их нужно подразделять. Чаты – это убогая речь. В некоторых наблюдается сознательное искажение слов – «пАдонки» и пр. Пока Интернет оказывает дурную услугу литературному языку.

5. Я думаю, что боязнь иностранных слов у нас очень преувеличена. Конечно, не надо, как говорил Ленин, без надобности употреблять иностранных слов. Злоупотребляют такими лексемами, как фактор, факт. Но если эти заимствования точно обозначают понятия... Попробуйте, например, в работе с компьютером без них обойтись. Зачем менять эти названия? Электронно-вычислительная машина – было, стало – компьютер. Особенно резко выступают против новых слов в политическом лексиконе. Например, «саммит». Сколько было всяких высказываний вроде «не нужно нам это слово, оно засоряет язык»... Но ничего – благополучно существует до сих пор. Причем во многих случаях иноязычные слова обогащают русский язык. Поэтому не надо их бояться. В английском языке 2/3 слов – заимствованные. Но это никого не беспокоит. То же самое и в русском языке.

Надо бороться с пустышками, но не надо изгонять слова, которые необходимы, такими, например, как термины, – обращение к ним абсолютно оправдано. Но, с другой стороны, раздражает, когда заимствуют совершенно ненужные слова. Например, междометие «вау». Неужели нельзя по-

русски выразить свои чувства?! Это никуда не годится. Однако в целом не нужно избегать иностранных слов. Контакты с другими народами и языками благотворны.

6. Если они превышают норму, то это плохо. Но в принципе возражений нет. Использование терминов закономерно. Хуже, когда используются узконаучные или узкопроизводственные термины.

Что касается профессионализмов – другая статья. Они могут быть разного качества. Например, мы сейчас вполне принимаем многие из них. Некоторые даже вошли в литературный язык. Здесь важен критерий доступности. Иногда профессионализмы очень яркие. Они могут быть резервом выразительности. А могут искажать смысл, если профессионализмы недоступны читателю.

7. Только в шутку. Иногда – при анализе текста.

8. Ни в коем случае. Это хулиганство, преступление. Это нужно осуждать, пресекать административно. Вот в художественной литературе, если бы Вы спросили, это на совести писателя. Литература и шире, и уже. А в СМИ это позор журналистам. Здесь не может быть двух мнений.

9. Причина – неграмотность, недостаточная подготовка. А типичные ошибки... Полюбилось журналистам словечко «достаточно». И к месту, и не к месту говорят: «Достаточно умный, достаточно серьезный». А как это понимать? Другая досадная ошибка – «как бы»: «Я как бы думаю, как бы мне перевести». «Вау», опять же. Но это массовые ошибки. Жур-

налисты, к сожалению, не всегда точно именуют понятия.

10. Глобальный вопрос. В 2007 г. был Год русского языка. По предложению нашего Президента создается «Фонд русского языка». Мы проводим конференции, круглые столы для журналистов, издаем книги.

А в журналистских коллективах нужно, чтобы тоже серьезнее отнеслись к своему слову. В некоторых редакциях, я знаю, вывешивают списки штампов, оборотов, которые нежелательно употреблять. Можно наметить цепь масштабных мероприятий. Нужно прежде всего, конечно, хорошие книги читать и в школах, в вузах повысить качество обучения русскому языку.

# Татьяна Ивановна Фролова

**Доктор филологических наук, доцент кафедры периодической печати, заместитель заведующего кафедрой по учебной работе**

1. Современный русский язык развивается очень быстро, динамично. Сейчас такое время, когда информация должна быть точной, сжатой. Если говорить о журналистике, то некоторые журналисты – люди образованные, они хорошо знают русский язык, поэтому и владеют им на высоком уровне, свободно. Основная же часть языка СМИ с большим трудом может быть отнесена к литературному языку, так как очень много журналистов не имеют хорошего образования, их речь безграмотна, особенно на телевидении.

В жизни происходит много новых событий, явлений, процессов, появляются новые слова. Иногда в составе языка нет таких слов, которые бы могли обозначить то или иное явление общественной жизни, поэтому возникают новые определения. Иногда они бывают удачными, а иногда – нет. Сейчас в русском языке очень много новых слов и выражений, и это естественный процесс, так как общество развивается, но главное то, что язык должен объединять людей, а не разъединять, так как нередко возникают разногласия между представителями разных поколений или различных социальных групп по поводу употребления тех или иных слов.

2. Как я уже сказала, уровень языка СМИ снизился. Часто журналисты допускают много неточностей в своих текстах, в них нет тщательной работы над языком. Уровень безграмотности среди журналистов достаточно велик, отсюда, естественно, возникают ошибки в речи, тексте.

Если говорить об идеальном языке СМИ, то мне кажется, что он должен отражать практику живого общения, должен быть живым, динамичным, понятным, разнообразным, но не вульгарным, грубым.

3. Язык публицистики отражает состояние сознания людей: поскольку мы живем в переломную эпоху, то переживаем конфликт ценностей, что также отразилось в языке – он стал более динамичным.

Что касается выразительности текста, то часто многие журналисты используют различные слова и выражения, которые можно встретить в рекламе, так как они позволяют привлечь внимание людей, заинтересовать их. Таких элементов сейчас стало гораздо больше.

4. Язык интернет-изданий оказывает прямое влияние на речевую культуру общества. Мне кажется, что этот процесс неизбежен, так как Интернет все больше развивается. Многие люди заинтересованы в получении точной, сжатой информации, но было бы очень печально, если бы язык некоторых форумов и блогов полностью бы заменил язык журнальных и газетных статей, так как в нем присутствует большое количество неточностей и ошибок.

5. Я понимаю, что процесса появления заимствованных слов не избежать. Приходят новые реалии, значит, появляются новые слова. Но у нас нет меры в использовании этих слов. К тому же важно заметить, что мы стали меньше уважать наши собственные слова. Люди используют различные выражения, заимствованные из других языков, в то время как они могут употреблять и русские слова для обозначения того же явления. Еще раз скажу, что это естественный процесс, когда появляются новые выражения, но мы перестали ценить русский язык, отсюда возникает разъединение, непонимание между людьми.

6. Что касается профессионализмов и терминов, то здесь ситуация не такая негативная, как ситуация с заимствованными словами. Например, идет развитие экономики, и естественно, что определенные экономические термины все больше входят в повседневную жизнь, в язык СМИ.

7. Я использую жаргонизмы, связанные с моей профессиональной деятельностью. Я преподаю основы творческой деятельности журналиста, поэтому, естественно, использую различные обороты, чтобы дать определение, например, какому-либо явлению в журналистской практике. В теории журналистики существует определенный ряд понятий. К тому же одни и те же вещи в учебниках по теории журналистики имеют одни обозначения, а в профессиональной журналистской сфере – другие. И естественно, что мы их используем и говорим, что вот это может называться так-то.



8. Я считаю, что употребление в СМИ ненормативной лексики должно быть запрещено. Ни при каких обстоятельствах нельзя употреблять такую лексику.

9. Многочисленные нарушения языковой нормы происходят в основном из-за недостаточного уровня грамотности журналистов, а если речь идет о телевидении, то, может быть, из-за отсутствия достаточного опыта публичной речи.

10. Мне кажется, что журналисты не должны относиться лояльно к своей деятельности. Многие студенты не обращают внимания на свои ошибки в тексте. Они считают, что есть текстовый редактор в компьютере, поэтому не проверяют тщательно свой текст. Даже в дипломных работах можно найти много ошибок. К тому же в настоящее время большое влияние на людей оказывает образ телевизионных ведущих, которые могут употреблять какие угодно слова, поэтому многие люди начинают говорить так же. Я повторю, что сейчас наблюдается такое снисходительное отношение к тому, что человек пишет с ошибками, выражается косноязычно. Речь с телеэкрана, речь ведущих радиостанций – пример безграмотности языка, неуважения к нему.

Язык надо учить в школе, и если на уровне третьего, четвертого или пятого классов ребенку не дали понять, что грамотная речь необходима, то позже из этого уже ничего не выйдет. К тому же сейчас у очень многих людей нет постоянного навыка чтения, в школах дети читают все меньше и меньше. Введение ЕГЭ, мне кажется, очень сильно снизило

уровень владения языком, мыслительной деятельности, степень интеллектуального развития человека. Многие преподаватели говорят, что это плохо, поэтому неудивительно, что скоро, возможно, ЕГЭ будет признан ошибкой. Мне кажется, что нашу систему образования нужно стараться изменить к лучшему.