



ЯЗЫК СМИ И ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК

Джураев Шавкат Таикуватович

Университет Альфраганус,

доктор философии по филологическим наукам (PhD)

И.О. доцента кафедры русского языка и литературы

Аннотация. В статье рассматриваются особенности языка средств массовой информации и языка художественной литературы в современном русском дискурсе. Анализируются функции, лексико-семантические и стилистические характеристики двух типов речевой практики, а также их влияние на формирование языковой картины мира. Особое внимание уделяется проблеме стандартизации медиатекста и эстетической направленности художественного текста. Делаются выводы о взаимодействии и взаимовлиянии этих подсистем языка.

Ключевые слова: язык СМИ, художественный стиль, медиадискурс, художественный дискурс, функциональные стили, стандартизация, экспрессивность, образность.

Язык средств массовой информации (СМИ) и язык художественной литературы представляют собой две значимые формы функционирования русского языка. Несмотря на то, что обе системы используют единый национальный язык, их задачи и механизмы воздействия резко различаются. СМИ ориентированы на оперативность, массовость и информативность, тогда



как художественная литература — на эстетическое воздействие, создание образов и индивидуально-авторского стиля. Однако современные исследования фиксируют постепенное сближение этих стилей, что обусловлено процессами медийности культуры и расширением художественного эксперимента.

Функциональные различия языка СМИ и языка художественной литературы

Язык средств массовой информации (далее — язык СМИ) и язык художественной литературы выступают как функционально обусловленные разновидности национального языка. Они выполняют разные коммуникативные задачи, строятся по различным прагматическим и семантическим принципам и опираются на различные нормативно-стилистические установки. На теоретическом уровне различие между ними следует рассматривать через призму функциональной стилистики и теории речевых жанров: язык каждого из этих типов текстов детерминирован целями коммуникации, адресатом и коммуникативной ситуацией.

Функции языка СМИ

Ключевая функция языка СМИ — оперативная передача информации. Это требует от медиатекста максимальной транспарентности: экономии когнитивных усилий адресата, чёткого кодирования фактов и событий, быстрого доступа к ключевой информации (5W: кто, что, где, когда, почему). Вследствие этого в медиатексте наблюдается тенденция к унитарности структуры сообщения (заголовок — лид — основная часть), доминированию констатации фактов и функциональному использованию конвенций жанра (новость, репортаж, аналитика, комментарий).



1. Оценочно-регулятивная функция (формирование общественного мнения)

Язык СМИ выполняет мобилизующую и оценочную роль: тексты не только информируют, но и интерпретируют события, предлагая читателю опорные фреймы. Это реализуется через выбор фактов, композицию, заголовки, языковые маркеры оценки (оценочные эпитеты, модальные конструкции, лексические группировки). Через репрезентацию (фреймирование) СМИ влияют на интерпретацию аудитории, формируют смысловые доминанты и акцентируют определённые дискурсивные сценарии (опасность — безопасность; успех — провал и т. п.).

2. Воздействие на массовую аудиторию

Медиадискурс рассчитан на широкий и гетерогенный круг адресатов, поэтому язык СМИ адаптирован к массовому восприятию: упрощённая семантика, распространённые лексические формы, наличие клише и штампов. Эффект достигается за счёт коммуникативной репетиционности (повтор значимых маркеров в разных текстах), использования привлекающих внимание стратегий (провокационные заголовки, риторические вопросы), а также эмоционально-оценочных средств (гиперболы, эвфемизмы, эвристические метафоры).

3. Интерпретационно-пояснительная функция

Помимо сообщения фактов, медиатекст часто осуществляет их пояснение — вводит читателя в контекст события, связывает с предшествующими фактами, объясняет причинно-следственные связи. Это выражается в структуре текста (наличие причинно-следственных переходов, ссылок на экспертов, цитат), а также в синтаксических и модальных средствах (условные конструкции, модальные глаголы, пассивизация для объективности).



Стандартизация и «минимальные усилия восприятия»

В силу массовой ориентации медиатекста присущи процессы стандартизации: жанровая типизация, устойчивые речевые формулы, редакторские нормы. Концепция «минимальных усилий восприятия» (Костомаров, Граудина) предполагает, что медиатекст оптимизируется для быстрого извлечения и обработки информации: короткие абзацы, ясная тематическая когезия, ясная анафора/катахреза заголовка и лида. Это снижает когнитивную нагрузку и ускоряет информативный обмен.

Языковые механизмы реализации функций

Лексические: частотная, общеупотребительная лексика; термины; заимствования; общественно-политические маркеры.

Синтаксические: простые и средние по длине предложения; активный залог; порядок слов, способствующий ясности.

Прагматические: апелляция к авторитетам, ссылкам, статистике; сценирование событий; офлайн/онлайн смешение (гипертекстовые ссылки). Язык СМИ — функционально-ориентированный инструмент социальной коммуникации, сфокусированный на эффективности передачи и интерпретации информации при минимальных когнитивных затратах адресата.

Функции языка художественной литературы (научно и подробно)

1. Эстетико-образная функция

В художественном дискурсе центральной является эстетическая функция: создание художественной целостности через систему образов. Языковые средства направлены на формирование уникального художественного мира —



символов, метафор, образных рядов — и на организацию читательского восприятия как эстетического переживания.

2. Индивидуализация стиля

Художественный текст выражает индивидуально-авторскую субъектность: голос автора/нарратора, авторская лексика, синтаксические особенности, авторские неологизмы. Стил ь служит маркером эстетической индивидуальности и одновременно — средством смысловой артикуляции (характеризация персонажей, позиционирование повествования).

3. Смыслообразующая и интерпретативная функция

Художественная литература создаёт многослойные смыслы, допускает множественность интерпретаций, призывает к рефлексии. В отличие от медиатекста, цель не в однозначной передаче факта, а в разворачивании смысловой сети, где одно и то же языковое средство может функционировать на плоскости сюжета, символа и философского подтекста.

4. Экспрессивно-эмоциональная функция

Художественный язык направлен на эмоциональное вовлечение читателя: через экспрессивные средства (эпитеты, метафоры, повторы, ритмику) создаётся эмоциональная динамика, побуждается эмпатия и эстетическое переживание.

5. Когнитивно-познавательная функция

Художественный текст выступает средством моделирования человеческого опыта, социальных сценариев и мировоззренческих установок: через художественные образы формируются новые когнитивные схемы, меняются концептуальные метафоры и представления о действительности.



Языковые механизмы реализации функций

Лексические: богатство синонимии, полисемия, метафоризация, использование архаизмов и регионализмов для создания колорита.

Синтаксические: вариативность синтаксиса — от простых до сложноподчинённых конструкций, авторские синтаксические «эксперименты» (инверсия, эллипсис, фрагментация).

Композиционные: нелинейность, текучая перспектива повествования, множественность голосов (полифония).

Язык художественной литературы ориентирован на создание эстетического и смыслового опыта, где коммуникативная корректность уступает место образной новизне и интерпретативной глубине. Различия на уровне лексики и семантики отражают функциональные различия, рассмотренные выше. Ниже — детализированное описание типичных явлений и механизмов.

Медиадискурс функционирует в условиях высокой темпоральной изменчивости: появляются и быстро распространяются неологизмы (трендовые лексемы), англицизмы и терминологические заимствования. Это реакция на глобализацию, технологический прогресс и формирование новых социальных практик (SMM-лексика, digital-термины). Пример: «вирусный пост», «топ-тема», «crisis management» (адаптированное употребление).

Термины, входящие в медиадискурс, часто демотируются — т. е. переходят в пул общеупотребительной лексики и приобретают упрощённые поясняющие компоненты для непрофессиональной аудитории. Это снижает порог понимания, но уменьшает точность семантики. Пример: «реформы» как общий маркер политических изменений, без детализации сферы и механизма.



Штампы и клише как средства когнитивной экономики

Устойчивые формулы («точка невозврата», «дело набирает обороты») выполняют функцию быстрой семантической маркировки ситуации, но генерируют речевую стереотипность.

Лексические маркеры идеологической позиции

Выбор леммы (например, «силовики» vs «правоохранительные органы», «оппозиция» vs «контрэлита») несёт оценочную нагрузку и отражает позиционирование издания. Анализ таких маркеров позволяет реконструировать дискурсивную позицию медиаресурса.

Слова в медиадискурсе часто получают вторичные значения через фреймирование: семантика расширяется или сужается в зависимости от контекста и жанра (например, слово «кризис» в экономическом тексте vs «кризис» в социально-психологическом репортаже).

Художественные тексты склонны к многозначности: лексемы функционируют одновременно на уровнях буквального и переносного значения, создавая полисемантические структуры, которые читаются через контекст и художественные тропы. Пример: слово «небо» может обозначать физический объект, эмоциональное состояние, идеал или символ судьбы. Высокая плотность тропов (метафора, метонимия, синекдоха) формирует метафорический каркас текста. Метафоризация выступает не только как украшение, но как основа когнитивной структуры художественного мира (концептуальные метафоры).

Историко-стилизационные ресурсы (архаизмы, диалектизмы)

Архаизмы и регионализмы используются для реконструкции эпохи, пространства и речевой идентичности персонажей. Они служат



стилистическим инструментом моделирования ретроспективного или локального бытия. Неологизмы в художественном тексте ориентированы не на массовое прини́зующе значение, а на расширение выразительных возможностей языка, на создание авторских языковых «отпечатков». Такие новации могут стать культурно-семантическими маркерами эпохи.

Одни и те же лексические единицы в художественном тексте могут одновременно выполнять: дескриптивную, символическую, аллегорическую и ироническую функции. Это делает художественную лексику высокоиндексированной и контекстозависимой. **Методологические замечания и практическая значимость различия**

Методика исследования. Для исследования различий рекомендуется комплексный метод: корпусный анализ (сопоставление корпусов медиатекста и художественных текстов), стилистический анализ (лексико-грамматические маркеры), прагмалингвистический анализ (рецепция аудитории, жанровые нормы) и дискурсивный анализ (фреймы, идеологические маркеры).

Границы и гибридизация. Современная медиаэкосистема создаёт гибридные формы (меморандум-фантастика, журналистско-художественные репортажи, блогерская проза), поэтому разграничение условно и динамично: исследователь должен учитывать континуум между прагматикой и эстетикой, а также социально-технологические трансформации (влияние интернет-речи, визуального контента).

3. Синтаксические особенности

Медиатексты используют: простые и средние по длине предложения; логичную композицию; повторы и ритмизацию для усиления воздействия; ограниченное количество художественных средств.



Синтаксис служит цели быстрого понимания. Как отмечает Ю. Н. Карасик, медиадискурс строится по правилам «информационной прозрачности».

Синтаксис художественной литературы

Художественный синтаксис более разнообразен. Он включает: сложные, развернутые конструкции; стилистические фигуры (анафора, градация, инверсия); ритмомелодику художественной прозы; авторские синтаксические эксперименты (например, у Набокова или Платонова).

Язык СМИ и язык художественной литературы представляют собой две автономные, но взаимодействующие подсистемы русского языка. СМИ стремятся к стандартизации, оперативности и массовому воздействию, тогда как художественная литература формирует эстетическую и мировоззренческую основу национального языкового сознания. Современные тенденции показывают взаимное влияние двух сфер, что способствует развитию новых гибридных форм текстов и расширению границ коммуникации в медийном обществе.

Библиография:

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. — М.: Флинта, 2013.
2. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. — М.: Наука, 2010.
3. Карасик В. И. Язык социального статуса. — М.: Гнозис, 2002.
4. Земская Е. А. Русская разговорная речь. — М.: Языки славянской культуры, 2004.
5. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. — М.: Просвещение, 2012.