



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

ACTUAL PROBLEMS OF RUSSIAN LANGUAGE RESEARCH

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418


Научная статья

Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ

М.В. Загидуллина¹ , А.К. Киклевич²  

¹Челябинский государственный университет,
Российская Федерация, 454001, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129

²Варминско-Мазурский университет в Ольштыне,
Республика Польша, 10–725, Ольштын, ул. Курта Обица, д. 1

 kiklewicz@uwm.edu.pl

Аннотация. Исследование имеет обзорно-теоретический характер, а его предметом являются активные процессы в языке современных российских средств массовой информации, вызванные демократизацией общества, особенно в связи с перестройкой государственной и политической системы, которая в странах Восточной Европы произошла в 1990-е годы. С опорой на научные публикации, а также на эмпирический материал (современные журналистские тексты) осуществляется систематизация социокультурных процессов (в рамках общей тенденции к демократизации), которые оказали и продолжают оказывать влияние на язык СМИ. К этим процессам отнесены социальное конструирование действительности и ангажирование СМИ, поляризация социальных групп и формаций, вытеснение трансмиссионной модели функционирования СМИ моделью взаимодействия, феномен «эхо-камер». В связи с воздействием социально-политического фактора отмечаются наиболее важные динамические процессы в языке СМИ, такие как депатетизация языковых штампов эпохи тоталитаризма, неосемантизация, количественный рост лексики, относящейся к сфере консьюмеризма, активация средств, обслуживающих сферу диалогических отношений, преодоление чрезмерно сложного характера языковой системы и др. Показано, что переход к модели взаимодействия СМИ (с политическими, религиозными, общественными организациями, корпорациями – с одной стороны, и сообществом потребителей – с другой стороны) обусловил социальную ангажированность медийных дискурсов, что в свою очередь вызвало рост этикетизирующих, оценочных и экспрессивных текстовых элементов. Другая важная тенденция связана с феноменом «эхо-камер», который в языке СМИ проявляется в специализации лексики и снижении степени грамматикализации сообщений. Представленные в статье аспекты демократизации языка СМИ в перспективе могут служить в качестве параметров, в соответствии с которыми может проводиться мониторинг СМИ, включающий элементы лингво-критического характера.

Ключевые слова: русский язык, функциональный стиль, подстиль, язык СМИ, журналистика, демократизация, коллоквиализация, социальная и функциональная дифференциация языка

© Загидуллина М.В., Киклевич А.К., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи: поступила в редакцию 18.06.2021; принята к печати 30.08.2021.

Для цитирования: Загидуллина М.В., Киклевич А.К. Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 401–418. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418>

Введение

Язык СМИ является частью общенародного русского языка, и, естественно, в нем отражаются все те процессы, которые происходят в других сферах языковой деятельности, хотя в силу специфики журналистских дискурсов разные языковые явления представлены в них в большей или меньшей степени. Сфера СМИ сама оказывает значительное влияние на коммуникативную культуру общества и функционирование языка. Можно назвать несколько наиболее важных форм такого влияния: 1) поддержка и развитие национальных языков; 2) распространение литературной нормы; 3) культивирование альтернативных стилей, особенно разговорного и специализированных стилей (из области финансов, экономики, информационных технологий, здорового образа жизни и др.); 4) неологизация (в некоторых случаях определяемая как варваризация).

Медийная система в целом, а также язык журналистских дискурсов функционируют, кроме того, в более широком социально-культурном контексте, испытывая влияние процессов, происходящих в обществе на определенном историческом этапе. Это влияние имеет разный характер: с одной стороны – локальный, частный, окказиональный, конъюнктурный, с другой стороны – общий и даже глобальный. В медиаведческих (в частности, описательных) публикациях понятие «медиа» обычно трактуется недифференцированно, без национально-культурной атрибуции соответствующих явлений в области массовой коммуникации. Одним из примеров может послужить диссертация И.И. Волковой (Волкова, 2015). В ее названии отсутствуют какие-либо элементы, указывающие на атрибуцию материала – можно сделать вывод, что тема диссертации исследуется в общетеоретическом плане. В действительности это не так. В автореферате читаем, что исследование выполнено на материале российского телевидения – телевизионных передач игровых форматов федерального и регионального эфиров советского периода (начиная с конца 1930-х годов) и современных, материалов российских информационных порталов, интернет-изданий, сообществ в социальных сетях в период с 2010 по 2015 г. Информация на тему игрового компонента медиасообщений, полученная на российском материале, не может быть, однако, однозначно интерпретирована в общем плане – в силу национально-культурной специфики разных медийных систем. Игровой компонент в целом более характерен, например, для речевого поведения русских и украинцев, чем для поведения поляков (Leszczak, 2009: 169), что находит отражение и в медиадейственности. Подобным же образом этноспецифична информация в интернете. Так, если в поисковой системе Google.pl написать слово *święto* ‘праздник’, в первом окне высвечиваются витрины, содержащие информацию о польских государственных и религиозных праздниках, календари праздников, объяснение их названий, однако если подобным

образом вписать слово *праздник* в российской поисковой системе Rambler.ru, картина будет иной: часть первого окна занимают витрины с коммерческим содержанием, рекламирующие фирмы, которые занимаются так называемым ивент-сервисом.

Социокультурные факторы коммуникативных процессов имеют более или менее общий характер. Существуют универсальные (или глобальные) явления, которые наблюдаются в разных и совершенно отдаленных друг от друга медийных системах и культурных ситуациях (Свитич, 2013: 17). Так, американский исследователь М.Дж. Лэски (Lasky, 2005: 73 и др.) пишет о характерном для западных СМИ (особенно для расследовательской журналистики) явлении, которое заключается в недостоверном, поверхностном, спекулятивном представлении описываемых событий с целью создания сенсации. Лэски усматривает в этом опасную тенденцию к демонизации политических акторов, догматизации СМИ и даже пишет о культурной деградации западного общества. Данное явление, однако, широко (а может быть, еще шире) представлено также в медийной действительности Центральной и Восточной Европы, что констатирует, например, польский исследователь Т. Гобан-Кляс (Goban-Klas, 2007: 142 и др.).

Целью данной статьи является теоретическое осмысление активных процессов в современном русском языке средств массовой информации, вызванных демократизацией общества, особенно в связи с перестройкой государственной и политической системы, которая в странах Восточной Европы произошла в 1990-е годы, а также последующими событиями. Данная проблематика частично отражена в публикациях (Мокиенко, 1996; Засурский, 2004; Бушев, 2013; Синельникова, 2014; Хорошунова, 2020; Солганик, 2008 и др.). Так, Г.Я. Солганик (Солганик, 2008: 473 и др.) пишет, что демократизация представляет собой главное направление изменений в языке СМИ в перестроечный и послеперестроечный период. К явлениям, которые стали наиболее заметными в это время, он относит стилевое разнообразие журналистских текстов, рост ненормативных языковых элементов, языковые инновации, развитие языковых средств, служащих усилению информативности. Е.Л. Варганова указывает, что демократизация СМИ в постперестроечный период была связана с трансформацией российской медиасистемы под влиянием стандартов Западной Европы и Северной Америки. Это нашло, в частности, отражение в изменении стилистики и структуры журналистских текстов, а прежде всего в их переориентации «на информационные стандарты англо-американской журналистики, на классический принцип разделения новостей и мнений» (Варганова, 2008: 138). О. Романчук (Романчук, 2008: 220 и др.) пишет, что демократизация общества способствовала развитию аналитической журналистики.

Изучение демократизации языка СМИ шло в российской науке параллельно с изучением демократизации языка в целом, в том числе и с исследованием проблем денормативизации публичной речи, экспансии разговорного стиля в ранее закрытых для него областях официальной (в частности, деловой) коммуникации. Обстоятельная монография В.Г. Костомарова «Языковой вкус эпохи», впервые вышедшая в свет еще в 1996 году и выдержавшая ряд переизданий, была при этом полностью основана на анализе средств

массовой информации (Костомаров, 2019). Демократизация языка СМИ, таким образом, в основном получила осмысление как часть проблемы культуры речи в целом, а к концу 2010-х годов также включалась в проблемное поле статей, посвященных проблемам экологии языковых систем (см.: Курашкина, 2015, а также труды волгоградской группы исследователей, предложившей методы мониторинга СМИ с позиций эколлингвистики: Шамне, 2011; Эколлингвистика., 2009). Внимания заслуживают диссертационные исследования разных лет, в которых проблемы демократизации языка средств массовой информации нашли разностороннее освещение (Беглова, 2007; Скороходова, 2008; Шайдорова, 2009; Рынкович, 2010; Карицкая, 2013 и др.). В частности, анализируя материалы «Комсомольской правды», Ю.С. Рынкович (2010) выделяет такие аспекты газетного языка постсоветской эпохи, как развитие диалогизации (ориентира на адресата); усиление оценочности; широкое внедрение разговорности во все жанры СМИ; укрепление позиций языковой игры и иронии в массмедийных текстах; расширение форм и источников (в том числе ненормативных и неcodифицированных) интертекстуальности; усиление речевой агрессии; жаргонизация и варваризация языка СМИ.

В то же время наблюдения, сделанные исследователями на разных этапах развития постсоветских СМИ, требуют постоянного обновления в силу непрерывности динамики развития СМИ, реагирования языковых систем медиакоммуникации на меняющиеся условия производства новостей. В связи с этим представляется актуальным включить в общий ряд исследований процесса демократизации языка СМИ теоретические рассуждения о закономерностях динамики этих процессов, а также сопоставить примеры эпохи активного исследования демократизации СМИ (2000–2010-е годы) с современным состоянием газетно-публицистического стиля.

Методы и материалы

Статья имеет обзорно-теоретический характер, поэтому обращение к эмпирическому материалу обусловлено задачей подкрепления теоретических рассуждений конкретными примерами, в том числе из новейших выпусков российских СМИ. Лингвистическое комментирование, примененное к представленному материалу, основано на методе критического дискурс-анализа, в основе которого – выявление неявных смыслов высказываний, обусловленных определенной идеологией говорящего, отражающих его интенции (как сознательные, так и подсознательные), направленного на выявление в дискурсе «воли-к-власти» и других эффектов, особенно актуальных для политической коммуникации. Применительно к теме демократизации языка СМИ критический дискурс-анализ позволяет обнаруживать знаки социокультурных процессов, которые предопределяют общее развитие социума, поскольку массмедийные языковые практики отражают намерения, ожидания, стиль мышления больших групп людей.

Результаты

В результате проведенного исследования были, с одной стороны, выявлены те социокультурные процессы (в рамках общей тенденции к демократизации), которые оказали и продолжают оказывать существенное влия-

ние на массовую коммуникацию и язык российских СМИ: социальное конструирование действительности и ангажирование СМИ, поляризация социальных групп и субкультурных формаций, вытеснение трансмиссионной модели функционирования СМИ моделью взаимодействия, феномен «эхо-камер». С другой стороны, были охарактеризованы наиболее важные динамические процессы, расширяющие современные представления о последствиях демократизации языка СМИ – такие, как депатетизация языковых штампов эпохи тоталитаризма, неосемантизация, специализация и др.

Обсуждение

Понятие демократизации языка

К. Ожуг (Ozóg, 2001: 16) пишет о нескольких составляющих процесса демократизации общества в странах Восточной и Центральной Европы в 1990-е годы, который детерминировал радикальную перестройку медийной системы. имея в виду новую политическую систему управления государством, новые политические институты, новые экономические отношения (переход к свободному рынку), создание основ информационного общества и др. Демократизация общества отразилась в характере социальной коммуникации и вызвала значительные изменения в языке публичных дискурсов. Этот процесс имел общее направление: отказ от новояза тоталитарной эпохи. Кроме деидеологизации в языке российских СМИ заметной стала тенденция к консьюмеризму – расширению лексики (в основном, существительных), имеющей непосредственное отношение к культуре потребления: названий производственных и коммерческих фирм, названий товаров, финансовых и экономических терминов и др. Об этом свидетельствуют примеры из текстов, опубликованных в последнее время в «Новой газете»:

- (1) финансовые активы, недвижимость, свободные финансы, сальдированный финансовый результат, кредитная организация, прибыль минус убыток, банковский сектор, оборот, нефтяная рента, месячный доход, финансовая независимость, коридор возможностей, стартовый капитал.

Значительно возрос интерес к жанрам диалогического характера – таких, как интервью, дискуссия, ток-шоу (Ильченко, 2016: 11). В связи с этим были активированы разговорные ресурсы русского языка: вопросительные, комментирующие, контактоустанавливающие. Так, журналист Радио Свобода Мумин Шакриров, автор интервью на тему предстоящих выборов в российскую Госдуму, употребляет преимущественно вопросительные реплики типа:

- (2) А кто режиссер – Кремль или Грудинин с Зюгановым?
- (3) А что будет с кандидатами от «Яблока»?
- (4) Александра, как вы поняли эту фразу Байдена?

Вместе с тем журналист занимает позицию равноправного участника диалога, поэтому он не ограничивается вопросами – определяет проблемные темы, интерпретирует, прогнозирует, дает оценки. Вот несколько примеров:

- (5) Я так понимаю, что вопрос, отнимут совхоз у Грудинина или не отнимут, остается открытым.
[журналист высказывает свое мнение]
- (6) Это картинка для Первого канала: «Я и президент США. Он могущественный, и я крутой».
[журналист иронизирует]
- (7) Русские и украинцы – один народ. В этом попытался убедить обе страны президент России Владимир Путин.
[журналист цитирует, пересказывает мнение политика]
- (8) Янукович, один из партнеров и союзников Владимира Путина, обещал ввести русский язык как второй государственный, но этого не сделал. Это говорит о ценности партнера.
[журналист оценивает]

Здесь мы видим пример развития диалоговых жанров СМИ «с оглядкой» на медиалогику социальных сетей: демократизация языка средств массовой информации оказывается под влиянием ежедневных коммуникативных практик, включающих как развитие «устно-письменной» коммуникации (Лутовинова, 2008), во многом представляющей собой речевые транскрипции, так и постоянное «давление» устных практик на письменные формы высказываний.

Демократизация языка, кроме того, означает преодоление чрезмерно сложной системы языковых ограничений и ее оптимизацию. Это, в частности, находит отражение в упрощении синтаксических структур (явлении синтаксической компрессии) и сокращении длины предложений (подробнее см.: Lüger, 1995: 23 и др.).

Коллоквиализация языка СМИ наиболее коснулась лексики. Начиная с 1990-х годов, в журналистских текстах стало появляться все больше разговорных, а также просторечных и жаргонных лексических элементов, особенно таких, которые несут в себе дополнительную экспрессию или негативную оценку (включая вульгаризмы). Причем эта тенденция охватила не только популярные периодические издания (бульварную прессу), но и серьезные газеты.

Степень распространенности разговорных элементов в СМИ оказалась настолько высокой, что некоторые исследователи, как, например, О.Б. Сиротина (2003), предлагают относить современную журналистику к «литературно-жаргонизирующему типу культуры».

Бранные, жаргонные, обценные выражения в современных СМИ становятся объектом внимания регулирующих органов (в том числе Роскомнадзора), постоянно ужесточающих наказание за публичную артикуляцию бранной (в первую очередь обценной) лексики. Такое ужесточение можно рассматривать как ответ на повсеместное распространение таких форм, их все большую легитимизацию, снижение порога «общественной чувствительности» к грубым выражениям. В свою очередь, само это снижение чувствительности к некодифицированным формам экспрессии можно связать и с чрезвычайно быстрым расширением вовлеченности самых различных (по воз-

расту, профессии, образовательному уровню) слоев населения в интернет-коммуникацию. Сложилась ситуация не просто для «устно-письменных» контактов, которые стали многократно активнее с повсеместным распространением мобильной связи, мессенджеров, обеспечивающих мгновенный обмен сообщениями (то есть создающими технические условия для включения в письменную коммуникацию слов, которые в советский период можно было видеть написанными исключительно в виде эпатажных граффити на заборах, стенах или в лифтах), но и для особых форм кодификации таких письменных обменов за пределами устойчивых институтов нормативизации русского языка: так, использование обсценной лексики в переписках подростков стало оцениваться самими участниками групп как «новая искренность» и своеобразный способ проверки членов группы на аутентичность. При этом запреты лишь провоцируют еще более активное использование обсценизмов. В свою очередь, средства массовой информации выступают своеобразным «зеркалом» снижающегося порога, транслируя на своих страницах (и также вопреки запретам) обсценизмы, жаргонизмы, различные формы нецензурной экспрессивности.

Новая модель массовой коммуникации

Важнейшим условием демократизации СМИ является политический плюрализм. При этом особенность современного состояния медиаккультуры заключается в ее специфической амбивалентности. Так называемое «социальное конструирование действительности» реализуется с участием трех типов акторов: гражданского общества – политических и общественных организаций – медийных институтов (подробнее см.: McQuail, 2008: 452 и др.). В традиционной, трансмиссионной модели воздействия СМИ функция медийных институтов состояла в информировании общества, а в значительной степени – в медиатизации, то есть посредничестве между социально-политическими и административными институтами, с одной стороны, и обществом, с другой стороны (Nowak, 2006: 250 и др.). Именно эта идея лежит в основе широко известной концептуальной модели коммуникативных исследований Б. Уэстли и М. Маклина (Westley, MacLean, 1957).

В условиях демократического общества, как пишет П. Новак (Nowak, 2006: 251), трансмиссионная модель СМИ была вытеснена интерактивной моделью, в которой позиции отправителя и получателя информации в определенной степени уравновешены. Если в модели медиации Уэстли и Маклина медийным организациям отводится посредническая роль: социальные институты – СМИ – общество, то в новой медиадействительности их соотношение изменилось: СМИ – социальные институты – общество.

Отныне воздействие СМИ реализуется в режиме негации между всеми сторонами: интерпретация медийных сообщений обусловлена принадлежностью получателей к той или иной социально-культурной формации (эта принадлежность как бы фильтрует содержание медийных сообщений). Данным фактом объясняется то, что СМИ, с одной стороны, заинтересованы в кооперации с политическими партиями, общественными и религиозными организациями, корпорациями, благодаря которым их воздействие на общество усиливается, а точнее, становится более эффективным. С другой стороны, полити-

ческие и государственные структуры активно ангажируют СМИ, благодаря которым их воздействие на общество принимает опосредованные формы и, так сказать, «не бросается в глаза» (например, в предвыборной агитации, см.: Майданова, Чепкина, 2011: 200 и др.). Если рассматривать медиакультуру с точки зрения общества, то социально-политические институты следует отнести к сфере их репрезентации (на разных уровнях социальной системы), а СМИ – к сфере экстериоризации культурной картины мира, соответствующей определенной социальной группе или социальной нише.

Критический дискурс-анализ материалов средств массовой информации позволяет судить о подчинении СМИ медиалогике коммуникативного пространства, где политическая коммуникация более не формируется исключительно институциональными СМИ с утвержденными уровнями ответственности за трансмиссию смыслов и идеологем. СМИ в многоакторном пространстве выступают на равных с «одиночками» и неинституциональными голосами, которые для публики оказываются также значимыми, как ранее были значимыми только голоса журналистов. В таких условиях негласно сложившиеся правила сетевой коммуникации воспринимаются профессиональными СМИ как новые условия коммуникации и построения дискурсов по этим неписанным правилам.

Оппозиционные тексты

Такое положение дел имеет несколько следствий. Упомянутая выше негация реализуется в условиях сильной поляризации общества: потребители медийной информации принадлежат к разным социальным группам, разделяют разные системы ценностей, культивируют разные типы поведения (см.: Vereščagin, 1995: 214). В первую очередь это касается оппозиции двух идеологических лагерей: консервативно-националистического и либерального. Тем самым нейтральность СМИ остается только в области отраслевых и развлекательных изданий – в сфере же качественной журналистики (газет и журналов, претендующих на артикуляцию и формирование общественного мнения) наблюдается значительная ангажированность. В силу политической и идеологической ангажированности журналистские тексты создаются в соответствии с конвенцией конфликта и конфронтации. Этим объясняется значительная роль, которую играет публицистика, а также частое обращение журналистов к языковым формам выражения экспрессивности и (как правило, негативной) оценки. Е.М. Верещагин (Vereščagin, 1995: 214 и др.) пишет о радикализации оценок и военной риторике в массовых публичных дискурсах 1990-е годов, ср. некоторые примеры из статьи Верещагина:

- (9) Расстрелять!
- (10) К стенке!
- (11) Судить!
- (12) Долой Горбачева!
- (13) Повесить!

Эта риторика (и соответствующая лексика) широко представлена также в текстах СМИ, что стало предметом исследования Н.Е. Петровой и Л.В. Рабибурской (Петрова, Рабибурская, 2014: 34 и др.). Примером может послужить фрагмент информации, совсем недавно опубликованной в русскоязычной газете «Советская Белоруссия» (23.07.2021):

- (14) Убрать урожай качественно и в срок, не допустить потерь и хищений, помочь сельчанам собрать зерно в личных подсобных хозяйствах, правоохранителям наладить пристальный контроль над ходом страды. Эти и другие поручения Президент дал на совещании по вопросам организации уборочной кампании.

В небольшом тексте на тему уборки урожая важное место занимают идеологически маркированные элементы: не допустить потерь и хищений, правоохранителям наладить контроль. В пресуппозитивной части этих выражений содержится информация о возможных хищениях или диверсиях, тем самым уборка урожая (как совершенно мирная сельскохозяйственная акция) представляется с точки зрения ситуации противостояния враждебных сил, военизируется. В связи с этим можно сослаться на понятие оппозиционных текстов, которые Н.И. Клушина определяет так: «к оппозиционным текстам можно отнести любые тексты, в которых авторская точка зрения утверждается с помощью резкой критики, а стилистическая манера речи окрашена в негативные тона. <...> Публицист, вместо того чтобы подробно и объективно разобрать аргументы другой стороны, стремится перехватить инициативу и любыми способами дискредитировать своего «противника». <...> В оппозиционном тексте наблюдается редуцирование фактической основы за счет шоковой риторики, большое внимание уделяется аффективной, экспрессивной стороне речи, воздействие осуществляется через психоэмоциональную сферу, а не с помощью рациональной аргументации (Клушина, 2018: 109).

Одним из элементов оппозиционных текстов можно, вслед за С.А. Гладковым, считать «инопространственность» (Гладков, 2019: 82). В свете этой категории упомянутый автор интерпретирует, например, фейковую новость в российских официальных интернет-СМИ о создании и испытаниях биологического оружия в американском медицинском центре на территории Тбилиси. Гладков пишет: «Инопространственность» создается за счет обособления территории – она находится за пределами России. Территория пугает своей тайной и несет угрозу для жизни простому человеку – за последнее время там якобы умерли десятки человек (многие в один день), все умершие зарегистрированы под номерами, в графе «причина смерти» указывается «неизвестно», и т.д. <...> Подобно тому, как граф Дракула из одноименного романа Б. Стокера в аспекте Другого воплощал ксенофобические страхи и антисемитские настроения викторианской Англии, так пропагандистские тексты российских СМИ обращаются к символическому Другому в страхе перед либеральной оппозицией, <...> экологическими активистами, <...> иностранным вмешательством (Гладков, 2019: 42).

В соответствии с конвенцией идеологической конфронтации широкое распространение получила неосемантизация, то есть (как правило, осознанное и целенаправленное) переосмысление знаков, культивируемых в лагере

политических противников. Это явление в газетных текстах широко распространилось в 90-е годы XX века в связи с нереперентным употреблением имен собственных, что стало предметом ряда исследований. Так, И.Э. Ратникова, автор монографии на эту тему (Ратникова, 2003: 39 и др.), приводит примеры неосемантизации антропонима *Чубайс*:

- (15) У президента не оказалось под рукой другого Чубайса.
- (16) Заведи себе своего Чубайса и конопать его на здоровье.
- (17) В своем роде он – израильский Чубайс.

И.Э. Ратникова указывает вторичные значения антропонима: 1) инициатор и организатор рыночных реформ; 2) ключевая политическая фигура, фокусирующая на себе и недовольство оппозиции, и раздражение народа.

Прагматическая цель неосемантизации состоит в создании иронического эффекта и высмеивании противника. Например, экономист Руслан Гринберг пишет на страницах газеты «Известия» (09.07.2013):

- (18) В общем, нужна система а-ля Сталин, и «тогда вредоносный Запад мы опять догоним и перегоним».

С учетом контекста читатель понимает, что в сообщении заключена ирония, на что указывают кавычки: выражения вредоносный Запад и догоним, и перегоним относятся к коммунистическому новоязу прошлого, а также к популярной в современной националистической идеологии. Ретранслируя чуждые себе идеологемы, автор вызывает у читателей своего рода катарсис и отторжение неприемлемых концептов (подробнее о явлении катарсиса в публичной коммуникации см.: Stoneman, 2013; Zizek and the rhetorical unconscious..., 2020).

Неосемантизация способствует стимуляции исторической памяти и социокультурной компетенции пользователей СМИ, в частности знания наиболее важных ключевых концептов и прецедентных текстов, в чем можно усматривать важную культурную (когнитивно-поддерживающую) функцию СМИ. Разумеется, источником многих реминисценций являются политические события и высказывания политиков. В этом случае понимание реминисценций требует, чтобы читатель или зритель «был в курсе». Поскольку одни медийные тексты отсылают к другим медийным текстам, в определенной степени они выполняют – в рамках медиасистемы – рекурсивную или метареферентную функцию.

В то же время все заметнее в языке СМИ, отражающем политическую коммуникацию, становится установка на коммуникационные, контактоустанавливающие функции, нивелирующие собственно политическое ядро такой коммуникации. Политическое содержание, связанное с оценкой действительности, построением стратегии развития, тактики достижения целей, анализом положения дел, мобилизацией, консолидацией сил, направленных на решение общественно значимых задач, становится все менее актуальным для современных средств массовой информации. В.В. Федоровым (Федоров,

2019) установлено, что взамен политического содержания СМИ предпочитают транслировать истории конкретных персон (политический сторителлинг), не отличающиеся от дискурсов «лайф-стайл».

Социальная дифференциация языка СМИ

Социальная дифференциация и соответствующая ангажированность СМИ способствуют своего рода партикуляризации отдельных функциональных подстилей – в рамках журналистско-публицистического стиля. Социальная коммуникация все больше ограничивается рамками субкультур, культивирующих не только свои системы ценностей и кодексы поведения, но и свои системы их вербализации. Уже в первой половине XX века М. Шелер (Scheler, 1926: 90) писал о партикуляризации научного сообщества: деятельность ученых непосредственно связана с их принадлежностью к тем или иным формациям, школам, направлениям, доктринам. Немецкий философ признавал, что значительную роль в научных сообществах играют лидеры, хотя такой характер функционирования социальной группы более представлен в социально-политической действительности. А.Д. Кошелев (Кошелев, 2013: 3) считает, что дифференциация отдельных формаций в современном языкознании настолько сильна, что дискуссии между представителями разных научных групп непродуктивны, между ними не может быть достигнут какой-либо консенсус.

Механизмы социальной и семиотической дифференциации современного общества, с учетом активного воздействия СМИ, теоретически осмыслил американский социолог С.Р. Санстайн (Sunstein, 2017). Ученый утверждает, что благодаря новым интернет-технологиям сбылась мечта о том, чтобы каждый человек мог получать информацию, которая его интересует и ему необходима. В такого рода «таргетизации» есть огромный плюс современной интернет-эпохи. В то же время комплектация и целевое дозирование («порционирование») информации несет в себе большую опасность. В прошлом, как пишет Санстайн, читатель газеты, независимо от того, что он мог иметь определенное мнение о некоторой проблеме, имел также возможность, а может быть, в силу обстоятельств (то есть в силу характера медийного дискурса в «доинтернетную эпоху») был вынужден хотя бы время от времени учитывать мнение тех, кто думает иначе. Интернет, казалось бы, дает неограниченные возможности поиска и получения информации, но фактически способствует изоляции индивидов, то есть их замыканию в рамках так называемых «эхо-камер» (англ. echo chambers) – так метафорически определяются социальные группы, с которыми отождествляют себя пользователи интернета. В этом заключается парадокс глобализации. С одной стороны, интернет-сети носят международный характер: специалист, относящийся к конкретной области и занимающийся конкретной проблемой, может легко установить контакты с другими специалистами, независимо от места их работы и нахождения – примером могут служить интернет-сети для ученых Academia или ResearchGate. Глобализация человеческих интеракций касается, однако, скорее их технологического аспекта. Поэтому, с другой стороны, тот факт, что интернет делает возможным практически неограниченную коммуникацию индивидов, принадлежащих к одной и той

же сфере деятельности или увлечений, не способствует распространению и конвенциализации идей и ценностей. Напротив, усиливается социальная дифференциация, а иногда и конфронтация субкультур. Тем самым глобализация оказывается весьма относительной, это явление никак нельзя смешивать с понятием универсализма.

Информация, специально подобранная с использованием компьютерных алгоритмов для группы потребителей (или даже для конкретного потребителя), не только расширяет знания, но и приводит к радикализации взглядов и убеждений. Пользователи, в основном, получают информацию, соответствующую их ожиданиям, потребностям, их картине мира – тем самым альтернативные «возможные миры» оказываются (функционально) заблокированными. В результате такого воздействия интернета происходит кристаллизация и радикализация отдельных идеологических формаций, идеологием и соответствующих форм их знаковой (в частности, языковой) репрезентации.

В русском языке СМИ этот процесс отражается в нескольких явлениях. Во-первых, происходит идиосинкразия вариантов социального функционирования языка – умножение уже упомянутых подстилей, что прежде всего находит отражение в культивировании специальной лексики. М. Войтак (Wojtak, 2000: 235) пишет, что в случае нишевых периодических изданий, посвященных отдельным сферам деятельности или различным увлечениям и хобби, речь идет не столько об информировании читателей (в соответствии с традиционной трансмиссионной моделью, см. выше), сколько о виртуальном взаимодействии, участники которого составляют одну группу с общими интересами и ценностями, а также с общим для них жаргоном («свои общаются со своими»). Неслучайно публикуемые в таких изданиях тексты изобилуют специальной лексикой, часто английского происхождения. В качестве примера можно привести фрагмент из статьи, опубликованной в российском «ВелоЖурнале»:

- (19) Если сравнивать двухподвес и хардтейл одной ценовой категории, то велосипед с двумя амортизаторами может иметь навесное оборудование более низкого уровня. Конечно, это не затмит радость и восторги от работы подвески. Но со временем у велосипедиста неизбежно появится желание установить более качественные переключатели или другие компоненты. Тогда небольшой апгрейд может превысить стоимость хардтейла с дорогой навеской.

В приведенном отрывке мы находим некоторые характерные для этого подстиля термины: двухподвес, хардтейл, апгрейд, навесное оборудование, навеска, которые скорее всего будут непонятны человеку вне данной хобби-стической группы.

Феномен «эхо-камер» проявляется также в синтаксисе. Д.Г. Богушевич (Богушевич, 1985: 47) пишет о том, что характер грамматической структуризации речевых сообщений зависит от степени предполагаемого незнания адресата: чем меньше у коммуникативных партнеров общего когнитивного и социального опыта, тем более организованным и композиционным должно быть передаваемое сообщение. А. Авдеев и Г. Хабрайская (Awdiejew, Nabrajka, 2006: 216) также утверждают, что структура текстов публичной (особенно официальной) коммуникации подчинена требованию формальной (лексико-грамматической) репрезентации информационно-семантических струк-

тур. Напротив, в коммуникации «со своим» такая репрезентация излишня. Неслучайно Я. Вархала (Warchala, 2003: 44) указывает, что для языка современных СМИ характерна низкая степень грамматикализации текстов. Так, в текстах популярных периодических изданий (бульварной прессы и цветных журналов) широко распространена имплицитация, то есть некомплетная, редуцированная реализация базовых семантических структур. Б.Ю. Норман (Норман, 1993) один из первых описал массовое употребление в русских газетных текстах конструкций с относительными прилагательными, значение которых определяется читателем благодаря анализу контекста, типа

- (20) трикотажные подробности ‘подробности сферы интимной жизни, связанные с дамским бельем, изготавливаемым обычно из трикотажа’;
- (21) парусиновые ноги ‘ноги в парусиновых брюках’.

Феномен «эхо-камеры», однако, может рассматриваться как фактор сегрегации публичной сферы, что отражает такое последствие демократизации языка СМИ, как создание относительно автономных коммуникационных пространств. Пока речь идет о различных увлечениях, такие «пространства для своих» не кажутся проблемными; однако сам принцип выработки и развития специфичных языковых форм, отражающих социолекты различного уровня, создает основу не только для «объединений по интересам», но и для масштабного разъединения национальных и иных общностей. Это особенно актуально в политической коммуникации, где одни «эхо-камерные» группы существуют благодаря «консолидации против» других групп. Граница «своего» пространства маркируется именно с помощью «отмежевания» от другого, что становится почвой для развития языка вражды, отвечающего многим нежелательным эффектам демократизации самого общества (в том числе нивелирования культурных ценностей, толерантности, коммуникативных диалогических навыков, направленных на конструктивные формы публичных дискуссий). Язык СМИ отражает многообразие интересов и «ниш» деятельности – и одновременно способствует дальнейшей культивации «своих» пространств, существующих не автономно, но в конфликтном сопоставлении и соприкосновении с другими пространствами. Социальная дифференциация при этом репрезентируется в коммуникативных политических практиках как иерархическая система, в которой каждый сегмент стремится упрочить свое положение за счет противопоставления другим как «низшим». Хотя сам по себе феномен «эхо-камер» основательно изучается с разных точек зрения (см.: Cyberghetto or cybertopia..., 1998; Galston, 2003; Al-shaabi et al., 2020), представляет большой интерес изучение этого феномена сквозь призму демократизации языка, а также изучение «эхо-камер» не только в пространстве социальных медиа, но именно в среде профессиональной журналистики и в целом в рамках национальных медиасистем.

Заключение

В заключение следует отметить, что фактор демократизации языка российских СМИ в целом оценивается по-разному: с одной стороны, языковая структура текстов приближается к узусу и в большей степени соответ-

ствуется познавательным и коммуникативным потребностям потребителей. Благодаря этому журналистские тексты становятся более естественными и более привлекательными для читателей, слушателей, зрителей. Отчасти таким образом реализуется эмпатическая функция языка СМИ: используя разговорные, а то и просторечные, жаргонные элементы, авторы сообщений дают понять, что они сознательно идентифицируются с определенной социальной группой. С другой стороны, демократизация вызывает размывание границ литературной нормы, а вместе с тем игнорирование языкового потенциала (лексического и грамматического), соответствующего, по определению Г.П. Нещименко (Нещименко, 1999: 35), ареалу высших коммуникативных функций.

Многое указывает на то, что постепенно, с течением времени разные тенденции в сфере массовой коммуникации и языка СМИ конфигурируются в соответствии с принципом оптимальности, как бы притираются друг к другу, укладываются в некоторую целостную, сбалансированную макроструктуру, рассматриваемую некоторыми специалистами как экосистема языка. Современные европейские общества в начале третьего десятилетия XX века приходят к относительной стабилизации, особенно на фоне бурного периода государственной и политической перестройки 1990-х годов. Соответственно, и язык СМИ обретает более отчетливые контуры, отражающие эту стабилизацию: СМИ постепенно все меньше претендуют на голос «для всех», как это было в трансмиссионный период развития массовой коммуникации. При этом демократизация языка СМИ проявляется и в таком важном аспекте, как медиаконвергенция: каждое конкретное издание стремится охватить разные типы аудиторий, предпочитающих ту или иную социальную сеть, создавая в сетях свои аккаунты и размещая новостной контент в форматах, диктуемых такими платформами. При этом одно и то же СМИ может отвечать ожиданиям разных аудиторий (пользователей Facebook или ВКонтакте), вынуждено «подстраиваться» под такие ожидания, делать свой контент гибким, что ведет к «утрате лица» конкретного СМИ. Демократизация языка СМИ при всех своих проявлениях отражает общие глобальные тренды в развитии коммуникации, где одновременно с унификацией и стиранием границ действует также принцип индивидуализации: СМИ ищут, скорее, «правильную интонацию», что означает «эффективный подход», к «своим» публикам, подчиняясь логике таких публик, но не становясь их лидерами или «властителями дум». В такой ситуации изучение языка СМИ позволяет делать выводы не только и не столько об уровне профессионализма журналистов, сколько о состоянии публичной сферы, понимаемой как полифоническое пространство внеинституционального обсуждения общественных проблем: сам выбор тем обсуждения, стиль такого обсуждения, границы толерантности или нетолерантности к «чужим» голосам помогают понять не «языковой вкус эпохи», как определял этот хор голосов В.Г. Костомаров, но «ансамбль языковых ресурсов» конкретного времени, актуализирующийся благодаря логике самих технологий коммуникативного пространства.

Сделанные наблюдения и обобщения приводят к выводу, что демократизация языка СМИ обладает рядом параметров, требующих пристального изучения: будучи порождением общей демократизации общества, она, тем

не менее, ведет к новым иерархиям и различным проявлениям неравенства. Вопросы культуры речи или нормы отступают на второй план, а языковое расслоение, ведущее к разрушению национальных ансамблей, получает свою основу и пространство в языке средств массовой информации.

Список литературы

- Беглова Е.И.* Семантико-прагматический потенциал некодифицированного слова в публицистике постсоветской эпохи : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2007. 489 с.
- Богушевич Д.Г.* Единица. Функция. Уровень. К проблеме классификации единиц языка. Минск : Вышэйшая школа, 1985. 114 с.
- Бушев А.Б.* Разговорность двести лет спустя // Обрії сучасної лінгвістики. 2013. № 3. С. 5–14.
- Вартанова Е.Л.* Переходный период в медиасистемах стран постсоциализма // Средства массовой информации в России / под ред. И.И. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2008. С. 121–140.
- Волкова И.И.* Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2015. 433 с.
- Гладков С.А.* «Готическая» стратегия в современных идеологически маркированных медиатекстах // Журналистский текст в новой технологической среде : достижения и проблемы / под ред. М.В. Загидуллиной. Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2019. С. 80–84.
- Засурский И.И.* Испытание свободой. Российская журналистика : 1990–2004. М. : Издательство МГУ, 2004. 547 с.
- Засурский Я.Н.* Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества // Средства массовой информации в России / под ред. И.И. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2008. С. 3–53.
- Ильченко С.Н.* Интервью в журналистике : как это делается. СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2016. 236 с.
- Карицкая Л.Ю.* Экспрессивные ресурсы современной газетной публицистики : на материале газет Мурманского региона 2001–2012 гг. : дис. ... канд. филол. наук. Мурманск, 2013. 223 с.
- Клушина Н.И.* Медиастилистика. М. : Флинта, 2018. 183 с.
- Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб. : Златоуст, 2019. 293 с.
- Кошелев А.Д.* Современная теоретическая лингвистика как вавилонская башня (о «мирном» существовании множества несовместимых теорий языка) // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2013. Т. 72. № 6. С. 3–22.
- Курашкина Н.А.* Эколингвистика или лингвоэкология? Терминологическая дилемма междисциплинарной научной области // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2. С. 143–156.
- Лутовинова О.В.* Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. 2008. № 71. С. 58–65.
- Майданова Л.М., Чепкина Э.В.* Медиатекст в идеологической контексте. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2011. 304 с.
- Мокиенко В.М.* Депатетизация ленинизмов в современном тексте // Funkcjonowanie języka w różnych warunkach socjokulturowych i tekstowych / pod red. B.J. Normana. Siedlce : Wydawnictwo WSRH, 1996. С. 89–103.

- Нецименко Г.П. Этнический язык. Опыт функциональной дифференциации. На материале сопоставительного изучения славянских языков. Мюнхен : Sagner Verlag, 1999. 234 с.
- Норман Б.Ю. Между лексикой и синтаксисом (к семантике относительных прилагательных) // Сборник от научных трудов, посвящен на семидесятилетие профессора Мирослав Янакиев / под ред. Б. Качармазова. София : УИ «Св. Климент Охридски», 1993. С. 98–109.
- Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ : средства речевой агрессии. М. : Флинта, 2014. 160 с.
- Ратникова И.Э. Имя собственное : от культурной семантики к языковой. Минск : Издательство БГУ, 2003. 214 с.
- Романчук О. Системний аналіз у журналістиці. Львів : Універсум, 2008. 310 с.
- Рынкович Ю.С. Трансформация языка молодежной прессы в эпоху общественных реформ : дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 160 с.
- Свитич О.В. Миссия журналистики : поле понятий и терминов // Современные проблемы журналистской науки / под ред. В.В. Тулупова. Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2013. С. 70–103.
- Синельникова Л.В. Стратегия приближения к адресату в современном медиадискурсе // Научные ведомости БелГУ. Серия : Гуманитарные науки. 2014. № 13 (184). Вып. 22. С. 253–261.
- Сиротинина О.Б. Речевая культура // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожин. М. : Флинта, 2003. С. 343–347.
- Скорородова Е.Ю. Динамика речевых норм в современных текстах средств массовой информации : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 343 с.
- Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты // Язык средств массовой информации / под ред. М.Н. Володиной. М. : Академический проект, 2008. С. 471–478.
- Федоров В.В. Исследование восприятия предвыборного нарратива как единицы дискурса интернет-медиа // Челябинский гуманитарий. 2019. № 2 (47). С. 33–37.
- Хорошунова И.В. Лингвотические девиации современных СМИ // Вестник ВГУ. Серия : Филология, журналистика. 2020. № 2. С. 75–78.
- Чепкина Э.В. Дискурсивные концепты «идентичность» и «информационная война» : методология исследования // Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война» / под ред. Э.В. Чепкиной. М. – Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. С. 7–61.
- Шайдорова Ю.А. Лексика разговорного употребления в языке газеты : дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2009. 194 с.
- Шамне Н.Л. Эколингвистическое исследование языкового пространства полиэтнического региона // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. Т. 62. № 8. С. 143–146.
- Эколингвистика. Язык региональных СМИ в зеркале русской речевой культуры / под ред. Н.Л. Шамне, О.А. Прохвятиловой. Волгоград : Издательство ВолГУ, 2009. 210 с.
- Alshaabi T., Dewhurst D.R., Minot J.R. et al. The growing echo chamber of social media : measuring temporal and social contagion dynamics for over 150 languages on Twitter for 2009–2020 // ArXiv. 2020. March. arXiv preprint arXiv:2003.03667
- Awdiejew A., Habrajska G. Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej. T. 2. Łask : Leksem, 2006.
- Cyberghetto or cybertopia? Race, class, and gender on the internet / ed. by B. Ebo. Westport, CT : Praeger, 1998. 248 p.
- Galston W.A. If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution? // The Civic Web : Online Politics And Democratic Value / ed. by D.M. Anderson, M. Cornfield. Oxford : Rowman & Littlefield Publ., 2003. Pp. 35–44.

- Goban-Klas T. Poskramianie dziennikarzy. Instrumentarium demokracji dyktatorskiej // Media a polityka / ed. by M. Szpunar. Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2007. Pp. 139–151.
- Lasky M.J. The language of journalism. Vol. 2. Profanity, obscenity & the media. New Brunswick – London : Transaction Publishers, 2005.
- Leszczak O. Lingwosemiotyczna teoria doświadczenia. T. 2. Doświadczenie potoczne a językowy obraz świata. Kielce : Wydawnictwo UHP Jana Kochanowskiego, 2009.
- Lüger H.-H. Pressesprache. Tübingen : Max Niemeyer, 1995.
- McQuail D. Teoria komunikowania masowego. Warszawa : PWN, 2008.
- Nowak P. Informowanie w przestrzeni komunikacji medialnej // Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji / ed. by A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski. Olsztyn : Wydawnictwo UWM, 2006. Pp. 250–257.
- Ożóg K. Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia. Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2001.
- Scheler M. Die Wissensformen und die Gesellschaft. Leipzig : Der Neue-Geist Verlag, 1926.
- Steffensen S.V., Fill A. Ecolinguistics : the state of the art and future horizons // Language Sciences. 2014. Issue 41. Pp. 6–25.
- Stephens N.P. Toward a more substantive media ecology : Postman’s metaphor versus posthuman futures // International Journal of Communication. 2014. Issue 8. Pp. 2027–2045.
- Stoneman E. The available means of preservation : aristotelian rhetoric, ostracism, and political catharsis // Rhetoric Society Quarterly. 2013. Issue 43 (2). Pp. 134–154.
- Sunstein S.R. #Republic : divided democracy in the age of social media. Princeton : Princeton University Press, 2017.
- Vereščagin E.M. Postkommunikstisches “Newspeak” : Ein Erbe des Totalitarismus // Die Sprache der Diktaturen und Diktatoren / ed. by K. Steinke. Heidelberg : Universitätsverlag C. Winter, 1995. Pp. 202–216.
- Warchala J. Kategoria potoczności w języku. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2003. 284 p.
- Westley B.H., MacLean M.S. A conceptual model for communications research // Journalism Quarterly. 1957. Vol. 34. Issue 1. Pp. 31–38.
- Wojtak M. O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana) // Język a komunikacja 1. Język trzeciego tysiąclecia / ed. by G. Szpila. Kraków : Tertium, 2000. Pp. 235–244.
- Zizek and the rhetorical unconscious : global politics, philosophy, and subjectivity / ed. by R. Samuels. Cham : Springer International Publishing, 2020.

Сведения об авторах:

Загидуллина Марина Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет. *Сфера научных интересов:* теория массовой коммуникации, медиаэстетика, теория журналистики, теория и история литературы. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4799-1230> E-mail: mzagidullina@gmail.com


Киклевич Александр Константинович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой социальной коммуникации, Варминско-Мазурский университет в Ольштыне (Польша). Директор Центра исследований Восточной Европы. Главный редактор журнала *Przegląd Wschodnioeuropejski*. *Сфера научных интересов:* теоретическое языкознание, философия языка, функциональная грамматика, медиалингвистика, стилистика, прагмалингвистика. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6140-6368> E-mail: alexander.kiklewicz@uwm.edu.pl

Some aspects of the Russian language democratization in modern media

Marina V. Zagidullina¹ , Aleksander K. Kiklewicz²  

¹*Chelyabinsk State University,
129 Brat'ev Kashirinykh St, Chelyabinsk, 454001, Russian Federation*

²*University of Warmia and Mazury in Olsztyn,
1 Kurta Obitza St, Olsztyn, 10-725, Republic of Poland*

 kiklewicz@uwm.edu.pl

Abstract. The article is of an overview and theoretical nature, and its subject is the active processes in the language of modern Russian mass media, caused by the democratization of society, especially in connection with the restructuring of the state and political system that took place in the countries of Eastern Europe in the 1990s. Based on scientific publications, as well as on empirical material (modern journalistic text), the authors systematize socio-cultural processes (within the framework of the general trend towards democratization) that have influenced and continue to influence the language of the media: the social construction of reality and the engagement of the media, the polarization of social groups and formations, the displacement of the transmission model of media functioning by the interaction model, the phenomenon of “echo chambers”. In connection with the influence of the socio-political factor, the authors note the most important dynamic processes in the language of the media, such as depatetization of the language clichés of the era of totalitarianism, neosemantization, the growth of vocabulary related to the sphere of consumerism, the activation of means serving the sphere of dialogical relations, overcoming an overly complex nature the language system, etc. It has been shown that the transition to a model of interaction between the media (with political, religious, public organizations, corporations – on the one hand, and the consumer community – on the other hand) caused the social engagement of media discourses, which in its the queue has caused the growth of labeling, evaluative and expressive text elements. Another important trend is associated with the phenomenon of “echo chambers” – its reflexes in the language of the media are the specialization of vocabulary and a decrease in the degree of grammaticalization of messages. The aspects of democratization of the language of the media presented in the article in the future can serve as parameters in accordance with which media monitoring can be carried out, including elements of a linguo-critical nature.

Keywords: Russian language, functional style, substyle, language of the media, journalism, democratisation, colloquialisation, social and functional differentiation of language

Article history: received 18.06.2021; accepted 30.08.2021.

For citation: Zagidullina, M.V., & Kiklewicz, A.K. (2021). Some aspects of the Russian language democratization in modern media. *Russian Language Studies*, 19(4), 401–418. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418>