РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ:

Высоцкая И. В., Левунова М. В. Словарь современного российского журналиста (из опыта изучения профессионального языка): Учеб. пособие. Новосибирск, 2016. 47 с.

Язык СМИ как область реализации средств публицистического стиля на протяжении вотуже почти ста лет находится в сфере внимания отечественной науки о языке, оставаясь предметом многочисленных лингвистических трудов, в том числе и лексикографических: интернет-сайт, созданный аналитической компанией Mediatoolbox «в помощь начинающим специалистам» [1], размещенный там же, в Сети, «Словарь-справочник ГлоссПресс: журналистика, реклама, PR для журналистов, рекламщиков, студентов, преподавателей, практиков» [2], изданные «Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения» [Солганик, 2008] и «Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности» [Федоров, 2010]. Собственно же речь представителей профессионального журналистского сообщества обычно характеризуется с точки зрения ее соответствия / несоответствия литературной норме и функционирования в ней тех или иных единиц и конструкций, а также – и это одно из самых популярных направлений изучения речи журналистов – манипулятивных возможностей слова и непременной сегодня констатации «провинциализации» журналисткой речи и постепенного «размывания» литературной нормы. Обобщающие труды посвященные «языку газет, радио и телевидения», в том числе и словари [Солганик, 2008], как правило, описывают именно средства публицистического стиля, представленные в материалах СМИ. Тогда как проследить, как меняется речь самого профессионального сообщества, интересно еще и потому, что это позволяет по речи (вспомним известную со школьной скамьи «речевую характеристику персонажа») судить о свойствах ее носителей. Кто они – представители «второй древнейшей профессии»? Об этом мы тоже может узнать, обобщив опыт их письменного и устного говорения. Однако примеры лексикографического описания именно профессиональной речи «рыцарей» и «акул» современного отечественного пера чрезвычайно редки – до последнего времени это были, пожалуй, только написанный одним из самых известных нижегородских журналистов Э. П. Кессарийским «Журналистский словарь» [2002] и словарь «Журналистика и средства массовой информации» [Лозовский, 2007]. Потребность в осмыслении того, что представляет собой язык «профессионального сообщества журналистов», – а первым шагом на этом пути становится именно лексикографическое описание материала, – множит попытки создания «лексических тезаурусов» их «профессионального языка». В их числе изданное недавно учебное пособие «Словарь современного российского журналиста», в котором представлены результаты наблюдения запрофессиональной речью журналистского сообщества на протяжении почти пяти лет (с 2012 г.).

Авторы этого небольшого по объему, но чрезвычайно информативного учебного пособия отмечают: «Самоидентификация профессиональной группы осуществляется с помощью ряда атрибутов, в том числе и языка, который трактуется как социолект (язык социальной группы) или язык для специальных целей» (с. 4). Становление журналистики как области научного

[1] Словарь новых медиа. URL: http://mediatoolbox.ru/dictionary/.
[2] URL: http://glosspress.ru/

Гуськова Т. П. Рецензия на книгу: Высоцкая И. В., Левунова М. В. Словарь современного российского журналиста (из опыта изучения профессионального языка): Учеб. пособие / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2016. 47 с. // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. 2017. Т. 16, № 6: Журналистика. С. 123–126.

ISSN 1818-7919
Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2017. Том 16, № 6: Журналистика
© Т. П. Гуськова, рец., 2017

знания, а не только как общественно значимой практической деятельности, связано и с осмыслением профессионального языка журналистов. Именно об этом размышляют создатели словаря в предпосланной собственно словарным материалам вступительной статье «О профессиональном языке журналистов» (с. 4). Представляя собой неоднородную систему, в которой сочетаются «элементы научного и делового языка, профессионального разговорного языка, жаргона (сленга)», язык журналистики вбирает в себя и иноязычные заимствования, и разговорные элементы, и профессионализмы (с. 4), терминологическая лексика сфер печати, радио, телевидения, интернет-коммуникации, а также других областей общественной деятельности (с. 5).

С первых страниц авторы словаря делятся своими наблюдениями за формирующимися на наших глазах новыми значениями слов. Показательны в этом смысле отмеченные изменения в значениях слов *спикер* и *эксперт* (с. 4), уже почти не воспринимающиеся как нарушающие норму употребления глаголов *озвучить* (огласить, сообщить) и *стартовать* [3] (начать), прилагательного *финальный* (последний) (с. 4).

Немаловажной причиной подготовки этого учебного пособия, по признанию его авторов, профессора кафедры семиотики и дискурсного анализа Новосибирского государственного университета И. В. Высоцкой и выпускницы факультета журналистики М. В. Левуновой (материалы ее выпускной квалификационной работы, выполненной по руководством И. В. Высоцкой и составили основу словника, представленного в пособии), стала не только стремительно изменяющаяся картина языковых предпочтений профессионального журналистского сообщества: «Как ни парадоксально, ни в одном из словарей не было слова *медиа* (в “Словаре новых медиа” оно встретилось только в названии). Словарь А. В. Федорова включает производные от него *медиапространство* и *медиаобразование* (отметим, что в нем нет и слова *контент*, хотя есть *контент-анализ*) <…> “Словарь новых медиа” оправдывает свое название: только в нем нам удалось найти, к примеру, слова *пейвол* и *лонгрид*. Только в “Словаре-справочнике ГлоссПресс” удалось обнаружить объяснение слов *заметка*, *репортер*, *джингл*» (с. 6–7). Как отмечают авторы, проанализированные ими словари не полны и с точки зрения отражения сленговых слов и выражений, вполне частотных в речи журналистов – наших современников (с. 7). «Это и укрепило нас в мысли о необходимости лексикографического описания нашего материала и создания тезауруса профессиональной речи, который может быть использован прежде всего в учебных целях», – отмечают авторы словаря, отражающего лексический состав устной профессиональной речи современного российского журналиста (по материалам видеоинтервью и мастер-классов руководителей ведущих российских СМИ).

Пособие, ориентированное прежде всего на будущих журналистов, состоит из нескольких разделов: кроме собственно словаря, в нем обобщены наблюдения за профессиональной речью журналистов, охарактеризованы словари их профессиональной лексики (к сожалению, не все словари учтены авторами), намечены перспективы изучения профессионального языка журналистов. Несомненное достоинство работы – вопросы и задания, что позволяет использовать «Словарь современного российского журналиста» в учебной практике.

Словник словаря компактен – в нем всего 180 расположенных по алфавиту единиц (компактность мотивирована прежде всего учебными целями издания). Словарная статья вполне традиционна по строению: заголовочную единицу сопровождает толкование (на основе данных словарей и предложенное самими авторами; при необходимости оно сопровождается внутритекстовыми отсылками, что делает работу со словарем вполне удобной). Иллюстративный материал в каждой статье исчерпывающе представляет особенности употребления толкуемой единицы.

Ср.: БАГАЖ – общие знания журналиста (см. БЭКГРАУНД). *Я приехал туда со своим* ***багажом****, а я повторяю – я пришел из науки* (Р. Баданин).

ГАЗЕТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА – то же, что печатная журналистика. *Я вышла из* ***газетной журналистики*** *– больше пишу, чем говорю* (С. Бабаева).

ЗАБИТЬ ТЕМУ – поднять тему. *Был задан вопрос. Мы «****забили****» тему. Вот вся история* (А. Венедиктов).

[3] Функционированию этого слова в медийной речи посвящена отдельная статья [Высоцкая, 2015].

Читать этот словарь интересно и полезно: наблюдаешь, как расставляют наши журналисты приоритеты в описании картины действительности. Невольно улыбаешься, когда читаешь о новостях всего лишь «с **оттенком** доброты» [4] (но это речь «живая», записанная, так сказать, «снятая с языка»):

ДОБРАЯ НОВОСТЬ / НОВОСТЬ С ОТТЕНКОМ ДОБРОТЫ – сообщение о каком-то хорошем событии, не затрагивающее «острых» тем или рассказывающее о благоприятном развитии первоначально сложной ситуации (см. ПОЗИТИВНАЯ НОВОСТЬ). *И вот как раз «добрые новости» – это прерогатива социальных медиа. Или «новости с оттенком доброты»* (А. Сулейманов) [5]. За словником следует тематический указатель, в котором собранные материалы словаря разграничиваются как имена предметов, действий и качеств (с. 32–33), указываются случаи синкретичных значений (предмет / качество), отдельно описываются сочетания и выражения (единицы, описывающие действия, понятийный аппарат журналистики, субъекты и объекты СМИ, технологии интернет-СМИ, журналистский продукт, стиль работы). Отметим тщательность при характеристике этих материалов и вполне новаторский характер их представления в учебном словаре. Заслуживает особого внимания раздел «За пределами словаря» (с. 34–38), куда, по словам авторов, вошли «группы слов и выражений, выражающие авторское отношение к проблемам современной журналистики и поэтому чрезвычайно интересные с точки зрения метаязыка журналистики» (с. 34): имена собственные как примеры типичных явлений (*газета «Правда»*, *гусинское НТВ*, *новогодний огонек*, *Проханов* и др.), авторская типология журналистов (брутальный журналист, маленький журналист и др.), метафорика (*глубинное интервью*, *лояльный читатель*, *препарировать документы на занятиях* и др.), выражения (*селфи на фоне Путина*, *увидел – спел в эфире* и др.).

Вопросы и задания (с. 42–44) позволяют организовать работу с материалами «Словаря современного российского журналиста» на занятиях с будущими журналистами, включив материалы словаря в широкий контекст обсуждения современного состояния русского литературного языка.

Конечно, как подчеркивают авторы словаря, опыт его составления – это «лишь первый маленький шаг на пути создания словаря профессионального языка современного российского журналиста» (с. 7), а потому хочется высказать и несколько пожеланий. Первое и, представляется, самое существенное, – это необходимость не только расширения словника (впрочем, неизбежная, если авторы продолжат свою работу), но и тщательное разграничение того, что является и, напротив, не является предметом лексикографического описания в словаре профессиональной речи журналиста. В частности, требуется дополнительное обоснование для включения в словник следующих единиц: *видеолекция*, *диверсификация*, *копипаст*, *мониторинг*, *онлайн*, *перепостить*, *фейк*. Включение этих уже вполне общеупотребительных единиц, как представляется, «размывает» границы профессиональной речи представителей журналистского сообщества, людей, говорящих на одном языке друг с другом и с миром (или все-таки на разных?).

И здесь хочется процитировать авторов словаря в их размышлениях о перспективах изучения профессионального языка журналистов: «Мысль о влиянии языка средств массовой информации на язык общества в целом вряд ли нуждается в пояснении, поскольку она давно воспринимается как аксиома. <…> Важно, что, обладая профессиональными (научными) знаниями, журналист создает информационную картину мира, формирующую общественное (обыденное) сознание. Профессионализмы, уместные и вполне приемлемые в производственном процессе при подготовке журналистских материалов, при трансляции на широкую аудиторию вовсе не так безобидны, и это необходимо учитывать и журналистам-практикам, и студентам факультетов журналистики» (с. 40–41). «Словарь современного российского журналиста» учебный еще и потому, что дает будущим журналистам-практикам инструмент

[4] См. также: [Высоцкая, Ерфилова, 2014].

[5] Показательно следующее замечание И. В. Высоцкой: «Поводом для этой работы послужила реакция студентки 3 курса факультета журналистики НГУ, изучавшей словарные толкования слова *новость* и особенности его функционирования в языке: “Оказывается, бывают и хорошие новости!”. Эта реплика позволяет утверждать, что уже к 3 году обучения в сознании студентов-журналистов складывается представление о новости как о чем-то негативном. Подчеркнем, что коннотативный компонент значения оказывается значимее ядерного компонента лексического значения, реализуемого корнем слова» [Высоцкая, 2014. С. 128].

самопознания, но и саморефлексии, учит вдумчивому отношению к с своей речи. И в этом случае авторам можно пожелать думающих читателей и новых книг.

Список литературы

Высоцкая И. В. Концепт НОВОСТЬ в массовом и профессиональном сознании // Слова ў кантэксце часу: да 85-годдзя прафесара А. І. Наркевіча: Зб. навук. прац: У 2-х т. / Пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. Мінск: Выд. цэнтр БДУ, 2014. Т. 2. С. 128–134.

Высоцкая И. В. Об одном «штампе» в языке современных российских СМИ // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2015. Т. 14, вып. 6: Журналистика. С. 176–183.

Высоцкая И. В., Ерфилова М. А. Концепт НОВОСТЬ в общепринятой и журналистской трактовках // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2014. Т. 13, вып. 6: Журналистика. С. 149–155.

Кессарийский Э. П. Журналистский словарь. Н. Новогород, 2002. 320 с.

Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации: Краткий словарь. Екатеринбург, 2007. 69 с.

Солганик Г. Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения. М., 2008. 749 с.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог, 2010. 64 с.

Т. П. Гуськова

кандидат филологических наук,
доцент кафедры гуманитарных дисциплин МИТРО

Материал поступил в редколлегию 17.01.2017