

О некоторых изменениях в стилистике русского языка

ВАЛЕНТИНА Н. ВИНОГРАДОВА
(Москва)

0. За 1945-1995 гг. наибольшие изменения произошли в стилистике в употреблении языка в его разных функциональных разновидностях, в разных жанрах, разными социальными группами. Известно, что общественно-политические изменения отражаются прежде всего в языке публицистики. Научный и официально-деловой стили гораздо меньше соотносятся непосредственно с развитием общества. В официально-деловом стиле меняются номинации, но общие его признаки – безличный характер, пассивные конструкции, номинативный характер, отглагольные существительные, клише – остаются. Правда, некоторые из пропагандистских документов типа предвыборных программ партий, стали стремиться писать более простым и внятнм языком, используя даже разговорные конструкции. Например, в *Платформе либерально-демократического союза „12 декабря“*: „3. Мы за регулирование практики названий и вывесок, чтобы они были на родном языке” („Вести” 5.V.94). Хотя сам официально-деловой стиль почти не изменился, изложение подобных документов журналистами подчиняется в настоящее время общим особенностям газетно-публицистической речи, что, конечно, было невозможно ранее, ср. „...ужесточат санкции против злостных неплательщиков алиментов, Уголовный кодекс пополнится статьей «Кобелизм» (срок от трех до пяти)” *АиФ*, 96, 10). То же касается научного стиля, хотя, возможно, в ряде случаев, в особенности в гуманитарных науках, более свободно стала проявляться личность пишущего (например, более частыми стали конструкции с *Я*). (Этому также способствует отсутствие редакторов).

В указанный период меняется прежде всего сфера распространения газетно-публицистического стиля. В послевоенный период (до „оттепели“) публицистический стиль и газетно-информационный его подстиль в ряде случаев распространяются за пределы средств массовой информации (СМИ), например, становится обязательным публицистическое вступление к научным работам, а также изложение взглядов „классиков марксизма-ленинизма“ в качестве исходного пункта научной работы, что в большинстве случаев не было связано с ее основным содержанием. Беллетристика также в ряде случаев заимствует газетно-публицистический стиль изложения, причем использует его не только в речи героев, но и в собственно авторском повествовании: „Тимошин пользовался на базе огромным авторитетом. Он был не только ее партийный руководитель, но и лучший мастер: к нему шли за помощью, за советом, за указанием...“ (А.Рыбаков, *Водители*). – См. Кожевникова 1971: 258 и след. Дальнейшее развитие заключалось в постепенном отказе от использования газетно-публицистического стиля за пределами СМИ и постепенном его сближении с „естественной“ разговорно-бытовой и письменно-книжной речью.

Наиболее резкие изменения в соотношении стилей и самом газетно-публицистическом стиле произошли в период наступления „оттепели“, когда в значительной степени были пересмотрены штампы и стандартизация предшествующего периода, появились новые жанры („размышления“, „диалоги“, информации на бытовые темы). Средства массовой информации утратили прежнюю монолитность и расслоились на более и менее официозные (впрочем, это не касалось невозможности сколько-нибудь личных оценок установок и деятельности „высших эшелонов власти“). Демократизация сказывалась и в появлении ироничного использования штампов и в газетах, и в художественной литературе. „Перестройка“ привела к коренной ломке взаимоотношений участников речевого акта в этой сфере: вместо автора-публициста, призванного отражать прежде всего „государственную“ точку зрения, пришел другой типичный для современной печати образ („имидж“!) автора: ироничного интеллектуала и вместе с тем демократичного „рубахи-парня“, который в состоянии и „говорить о непонятном“, и использовать внелитературное просторечие для выражения резких оценок. Адресат также распался не только на противостоящие друг другу лагеря демократов и консерваторов, но и на более мелкие социальные группы, что влияет на стилевые особенности жанров, самих газет, „узконаправленного“ словоупотреб-

бления (в частности, снобистского отсутствия необходимых объяснений для непосвященных). Ср. рекламу для „новых русских” (джакузи, пейджеры, ламинаторы, роуминг и под.), статьи для молодежных музыкальных „фэнов”, художников-авангардистов и под.

Функция воздействия проявляется чаще не в прямой агитации и лозунговых призывах, а в том или ином подборе и освещении информации, оценках и прямых, и косвенных, ироничных (ср. *краснокоричневые, коммунофашисты, „нашисты” и выброссы, демократура, дерьмократы*).

В гораздо большей степени проявляется и функция „самовыражения” – проявление авторской индивидуальности журналиста, в том числе в его идиостиле. (Кайда 1992: 34). Суть перемен в журналистике осознается читателями: „...у партийно-государственной прессы функция была сугубо начальственной: награждать, распекаать и давать ценные указания ... По новым правилам перо журналиста – товар. Как и его продукция. Как и он сам... Свободное и независимое мнение основывается не на самом себе, а на балансе противоречивых интересов множества коммерческих структур. В этом случае подкупить отдельного журналиста еще можно, но не всю прессу. В отличие от недавнего прошлого, когда можно было запугать и зажать всю прессу, но не отдельных журналистов”. (Юрий Богомолов, *Рыночная журналистика: что бы это значило?*, „Огонек” 95, N 38).

Известное „отделение прессы от государства”, отчуждение от точки зрения правительства демонстрируют формулы, заимствованные из зарубежных СМИ: „Кремль меняет свою информационную политику” (НГ 5.IX.96). „Е.Наздратенко отбивается от **Москвы**” (Сег. 5.IX.96). „НАТО делает *Москве* новые предложения” (там же).

1. В области **фонетики** в связи с демократизацией языка радиовещания и телевидения, редуцией официальных жанров происходит распространение в этих сферах неполных стилей произношения (что иногда связано и с отсутствием профессиональной подготовки). Отмечается также стремление индивидуализировать темп, ритмику и интонацию речи. В результате „суверенизации” возникли официальные названия, которые содержат необычные для русской фонетики сочетания звуков – типа кы, гы, которые должны воспроизводить дикторы радио и ТВ: *Кыргызстан, Башкыртостан*.

Гораздо шире стала использоваться такая возможность фонетической выразительности как паронимическая аттракция: *С амбициями* у нас все в порядке. *Хуже с амуницией* (ТВ 17.III.90). Она часто встречается в названиях телевизионных рубрик: *Рецепты от Центера*, газетных статей:

МиГи мигом не продашь (РВ 7.VI.94). С паронимической аттракцией тесно связан также прием „народной этимологии”, часто использующийся в иронических целях: Народ плевал друг на друга, началась эпоха всеобщего плюрализма (ТВ 22.I.91).

В усилении экспрессивности окказионализмов также важную роль играет каламбурная паронимическая аттракция, возникающая при образовании по аналогии к конкретному слову, обладающему к тому же частичным сходством звукового состава, ср. *нашист и фашист*: И вот эти *наши* будут не *нашими*, а *нашистами*. Идет процесс фашизации общества (ВМ 21.I.91).

2. В связи с развитием „видеоряда” – телевидения, рекламы большую роль приобретает **графика**. Некоторые старые приемы выделения слов – написание с большой буквы с целью выражения торжественности, значительности, в последнее время используются, как правило, с целью выражения иронии: ср., напр., заголовок *Прощальный блеск эпохи Ликования* (ОГ 11 – 17.I.96). Сейчас большая буква может появиться и в середине или в конце слова: *группа ЧайФ* („Неделя” 96, N 28). См. Костомаров, 1994: 313. Выделяются с большой буквы „значащие” части слова, иногда с подчеркиванием (*Привати Зацяя*).

В собственных названиях восстанавливаются старые написания с *ъ* (*Трактиръ, банкъ, Ладъ, „Коммерсантъ-Daily”*), что, конечно, носит характер приема (ср. банк „Русичъ”, где *ъ* было невозможно). Появился даже издательский дом „Б”. Пробуют „восстановить” и букву *і*: „Русскіи міръ”, „Иностранец”.

В последнее время получила широкое распространение латинская графика – такие слова, как know-how, multimedia, non-stop и др. чаще пишутся в графике оригинала. Стремление к „иностранизации” в названиях фирм, выражается в написании их наименований: Директор фирмы „Moroz Records” Александр Морозов (Веч.клуб 28.IV.1994).

С другой стороны, многие варваризмы, неосвоенные заимствования в виде отдельных слов и целых выражений, пишутся русскими буквами, что иногда играет также роль стилистического приема, например, заглавие „Москоу ню” (МК 19.VI.94). В особенности это характерно для молодежных газет и статей, посвященных музыкальным группам и направлениям: „Идея записать памятный альбом *кавер-версий*, посвященных творчеству родоначальников *хард-н-хэви*”. („Джокер” 94, п 93).

В тех же и некоторых других изданиях почти нормой стала и контаминация русской и латинской графики в тексте, словосочетании,

сложном слове и даже внутри отдельного слова: Свое желание высказали Ленни Кравиц, Tesla и Stone Temple Pilots" ("Джокер" 94, N 93), итоги „top 100 российского компьютерного бизнеса" (МК 12.VII.96); „News-блок BIZ-TV, Диск-канал "Ночной гость". „Saund-garden", „L-клуб", „Манхэттен X-PRESS", „wave-синтез" (АиФ, 95, N 41), „alta moda в Москве" (Сег. 7.III.96), „Sales manager в отель" (там же), Рок-fax (Веч.клуб 17.III.96); Absolutные (Деловые люди VII, 95). В известной мере это возвращение к графике начала века (ср. beaumontовый у И.Северянина).

На привлечение внимания рассчитаны и смешанные по графике наименования газет, фирм и т.п.: „Коммерсантъ-Daily", „Центр-plus".

3. Большие изменения произошли в стилистической окраске лексики. Языковую ситуацию последнего времени характеризует языковая рефлексия, частые высказывания о словах, оценки словоупотребления советской эпохи и нынешней. Прежде всего осуждается „официальная" лексика: „потрясающий народ накапливается в приемнике-распределителе несовершеннолетних Фу ты, слова какие: **приемник, накопитель, распределитель...** Наша ходовая, официальная лексика способна унизить до предела человеческое достоинство" Кур. 10.I.91 и газетно-публицистические штампы прошлого: „В деле мобилизации широких народных масс под знамена Явлинского" (К-Д 5.XI.96).

Отталкивание от официальной лексики, в том числе и газетной, привело к тому, что в газетно-публицистической речи стали использоваться наиболее ярко стилистически маркированные слои лексики – разговорно-просторечные и просторечные, жаргонные слова и выражения, иногда даже ненормативные, грубо-бранные; устаревшие слова и выражения; терминологии науки, религии, философии, искусства; заимствованные слова и выражения, в том числе иноязычные вкрапления в графике оригинала – словом все, что можно с точки зрения общелитературного употребления считать периферийными областями употребления языка.

Как писала Н.Иванова, „вместе с реабилитацией разных социальных групп людей, был реабилитирован и их язык" (Иванова 1995). В газетах частой рубрикой стала „исповедь", представляющая человека определенной социальной группы и его язык: например, в статье *Исповедь риэлтера*: „уметь *загружать* мозги покупателю", „*марю*" (покупателя) на максимальные *бабки*", „За 5 тысяч *баксов*", „Ты его хочешь *обуть*, а он тебя", „Пасет квартиру", „если из ста твоих *ходов* пять будут удачными –

уже хорошо, и если на двадцать хитрых клиентов попадетс^я один *классный лох*, тут ты *на нем и выступишься*” (АиФ – Петербург 96, N 32).

В современной газетно-публицистической речи огромную роль стал играть разговорно-просторечный слой лексики. Из этого слоя газетчики почерпнули слова, оказавшиеся почти символами времени, ключевыми для него словами. Некоторые просторечно-жаргонные слова настолько популярны у журналистов, что их экспрессия, первоначально действительно довольно сильная, угасает. Так, когда новогодний вечер 1992 г. был назван *тусовкой*, впечатление было действительно сильным, т.к. вместо официального концерта это слово обещало нечто действительно „свободное”. Однако через 2 года Алла Демидова уже ставит его в синонимический ряд, где оно почти не выделяется, разве что сниженно-оценочным характером: „Я не хожу на приемы, презентации, разные *тусовки*. Как-то не люблю”. (К.пр. 29.XI.93). Г.Попов тоже использует его почти нейтрально: „*Тусовка* в Думе в качестве депутата давала ему опыт” (АиФ 96, N 31).

Модно слово *крутой*, едва ли не самое частотное оценочное слово, которое от частого употребления слишком расширило свое значение: *крутые* ребята, *крутая* эротика, *крутая* модель штанов (АиФ 1991 N 42), *крутые* тусовки (ВМ 5.V.94); я бы сказал покруче „Брежня!” (Пр. 28.X.91); Степень крутизны определяется их финансовым состоянием (АиФ, 91, N 51). „Жестокий, сильный, решительный, грубый, очень модный, бесстыдный?” В известном смысле это слово является эвфемизмом, т.к. позволяет избежать точного слова.

Не менее частотно и характерно слово *подставить*, *подставка*, тоже иногда играющее роль эвфемизма: Президента опять *подставили* (ТВ); Ср. ...Резкое, обидное слово – „мошеничество”. Куда деликатнее сказать „приписка”, *подставка* (С.сп. 24.XII.88). Из жаргонов и просторечия перешли в газетное употребление и слова *совок*, *совковый*, *совковость*, *наезд*, *беспредел*, *халява*, *халявный* и др.

Разговорно-просторечная и жаргонная лексика „поставляет” в современный язык и популярные номинации – метафоры: „полтора миллиона ‘челноков’ – людей, которые закупают товары за границей и продают их в России, – сравнивали объем государственного и частного импорта”. (ВМ 5.V.94); ср. *ящик* – ‘телевизор’, *крыша* – ‘прикрытие’ и т.п.

Во многих случаях разговорно-просторечные элементы используются для выражения экспрессивной оценки, контрастирующей с окружающим книжно-литературным текстом: „Отсутствие *халявной* закуски-выпивки,

по мнению экспертов, может сильно сказаться на посещаемости юбилейных мероприятий”. (ОГ 25.IV – 1.V.96); „назойливые ‘как бы’ – просто-напросто подтверждение условности, игрушечности бытия. Все *понарошку, невсамделишно*” (Сег. 7.III.96). „Исторический шанс – *палка о двух концах*” (ЛГ 27.I.94). „Температура была стабильной и не быстро менялась” („Эхо Москвы” 22.XII.94).

Особенностью последнего времени стало допущение на страницы газет резкого внелитературного просторечия: „Идет искусственная раскрутка звезд. А им цена – *кусочек дерьма*”. (М.–Э. 14.VIII.96); „Гринуэй увлекся компьютером, а Фририз *скурвился* в Англии” (Сег. 20.II.96).

В качестве стилистического средства иронии на страницах газет и журналов стали чаще использоваться ненормативные варианты слов, разговорные или просторечные экспрессивные их искажения: *‘шанец’* хоть и призрачный, но есть (МК 8.II.96); „позвонил в КГБ: *чо* так быстро выпустили” (СС 96, 2); „всего *жалъче* поступающих („Огонек” 1996, N 3); *‘это кино в кине’* (ТВ, XI.96).

Заемствования представляют собой, может быть, самый многочисленный слой новообразований в лексике. Следует сказать, что многочисленные номинации – заимствования для новых явлений государственной, общественной и экономической жизни относительно быстро принимались обществом, хотя поначалу и вызывали реакцию отторжения: „На устах у всех диковинное слово *‘бартер’*... В обмен на фотоаппараты добыто 40 тонн сахара” (Кур. 30.XI.91). „Беседа с мэром Москвы Г.Поповым” (АиФ, 1992 N 14): – „Мэрия”, „департамент”, „префектура” – каких только чудесных названий у нас не появилось, а положение в городе все хуже и хуже – преступность растет, улицы грязные, дороги разбиты... Неужели вы надеялись, что смена вывесок повлияет на порядок в столице? – Преобразование в „мэрии”, „департаменты” началось еще тогда, когда рядом действовали горком и райкомы партии (до путча). (Это обстоятельство не объясняет, почему не были использованы названия, существовавшие в дореволюционной России. Недаром сейчас появляется все больше *губернаторов*). К слову *президент* отношение было также „неоднозначное”: „...Все бывшие секретари, как один, решили именоваться *президентами*, хотя можно было выбирать: гетман, эмир, голова, эрцгерцог, староста, атаман, великий князь .. – да мало ли! (Т.Толстая. *Что в имени тебе моем?* – МН 29.XII.91). Ср. „Вообще в обновленной стране должен быть обновлен и язык. Больше надо употреблять красивых западных слов: президент, парламент, консолидация, ассоциация. Непонятно, но красиво: ассоциация!

Не важно, что в ней жулье одно. Ассоциация! Ассоциация жулья. Во главе со своим президентом.” (М.Задорнов. С.сп. 1.1.92).

В использовании иностранных слов есть и известная доля снобизма (как бы тенденция к аристократизму, противостоящая тенденции к демократизации языка.). Ср.: „Как же воспринимает эти призывы человек из очереди, путающий „брокера” со „скокарем”? (ЛГ 4.XII.91). „Обещанная упорно называвшим *пресс-релизы прайслистами* ведущим *обширная культурная программа*”... (М-Э. 14.VIII.96).

Следует отметить, что в отличие от прошлых лет, когда заимствования в основном, попадали в русский язык из письменных источников, сейчас многие из них, видимо, попадают благодаря устной речи. В текстах массовой информации находят отражение жаргоны социальных групп, для которых характерны заимствования, иногда, как во всякой стилизации, в гротескно-преувеличенном виде: „Намного интереснее было смотреть с балкона на зал. Там всю дорогу творился неистовый *слэм*, *пого*, *крэш* и примкнувший к ним *стейдж-дайвин* – все то молодежное безобразие, которое мы наблюдали на редко-эфирных импортных клипах артистов стиля „*хардкор*”. (МК 12.VII.96). „Ветераны *хэви-металла* отчаянно трясли поредевшим *хаером*”. (там же). В статье о хиппи: „Сейчас для хиппарей *промоушн* довольно много значит; А если денег на пиво нет, будешь *аскать* у прохожих; был такой *флэт*, квартира ...пока старые не помрут и ты не станешь самым *олдовым*”. (МК 5.III.96).

Многие современные заимствования синонимичны уже имеющимся обозначениям (часто также заимствованным): *фанаты* – *синефилы* (вместо старого кинолюбители). Также ср. *брифинг* – *пресс-конференция*, *дисплей* – *экран*, *хит* – *шлягер*, *имидж* – *образ*, *дайджест* – *обзор*, *спонсор* – *меценат*, *диск* – *пластинка*, *прайслист* – *прейскурант*, *саммит* – *встреча в верхах*, *киллер* – *наемный убийца*, *киднепинг* – *похищение детей*, *кутюрье* – *модельер*.

Естественно, подобные заимствования легче усваиваются, если они оправданы – выражают новые оттенки значения (*спонсор* – *меценат*, *имидж* – *образ*) позволяют выразить значение более „экономно” – одним словом (*киллер*, *саммит*; также *экслюзив*, *спичрайтер*, *хептиэнд* и мн.др.), различаются стилистически (пока имеют коннотацию новизны и „иностранности”¹). Ср.: „Комедия А.Н.Островского ‘На бойком месте’

1 Ср.: „В каждой фирме должен лежать на видном месте так называемый *прайс-лист*, или, попросту говоря, *прейскурант*” („Центр-plus”, 96, N 3).

превратилась в ‘комедию с любовью и разбоем’ – такова очередная попытка перевести американское слово ‘мюзикл’” („Центр-plus” 95, N 7).

Высокая лексика появляется в газетах в целом реже, чем в предыдущие периоды. Она концентрируется лишь в статьях на религиозные и церковные темы: „возрождение церковной *святыни*”; „благодаря его *трудам* восстанавливаются десятки *храмов*”; „вручили портрет святителя в дни Русской Православной церкви”; „*осеняет* себя крестом” (МК 14.VI.95).

Высокая лексика находит свое применение и в рекламе, хотя и не без оттенка шутовщины: „Супершоу, устраиваемое пожарными... Вы сможете испытать себя в качестве *огнеборца*... Только здесь вы сможете *воспарить* на высоту 18-этажного дома. У желающих *обессмертить* свое имя есть еще время!” (МК 14.VI.95).

Активизировалось использование и устаревшей лексики как с целью выражения иронии, так и без нее: „*Нервическая* атмосфера воцарилась в правительстве Москвы”; „Руководителю ... достанется выгодная *стезя* – управление городским заказом” (МК 12.VII.96); „Уста не только подлого и *ругачего* человека полны *скверны*”. (ЛГ 27.IV.94). Ср. телевизионные рубрики: „*Бомонд*”, „*Вести*”, „*Комильфо*”². Из вошедших в широкий обиход слов можно отметить *россиянин* (ЛГ 11.X.89).

Стилистические изменения коснулись и использования собственных имен. На больший, чем ранее круг лиц распространяется употребление официального имени без отчества. Ранее это правило действовало лишь для деятелей искусства (*Андрей Белый* и под.). Сейчас оно распространено на политиков – стало обычным: *письмо Борису Ельцину, Сергей Шахрай* и под. (хотя *Никита Хрущев* и *Леонид Брежнев* казались еще при „внутреннем” употреблении достаточно необычными и возможны были лишь в зарубежных цитатах). Если для журналиста и политика такое употребление уже нормативно, то для ученого правилом пока остается имя и отчество. Ср., однако, в газетной корреспонденции: *со директор центра, кандидат экономических наук Марина Либоракина; кандидат философских наук Татьяна Клименкова* (НГ 5.IX.96).

Сокращенные (ранее „домашние”) собственные имена широко распространились в качестве официальных имен или псевдонимов,

2 В работе, вышедшей в 1978 г., К.С.Горбачевич приводил между прочим слова *комильфо, бомонд, рандеву* как слова-дублиеты и слова, отражавшие ”чуждые, наносные явления общественной жизни” – [Горбачевич 1978, 56].

рассчитанных на эффект „интимизации”, приближенности к зрителю. Такие имена, видимо, возникли под влиянием зарубежного узуса и имеют цель носить его отпечаток. Вполне „взрослые” статьи в газетах могут иметь подписи: *Маруся* Климова, *Маши* Гессен; ср. фигуристка *Паши* Гришук, „Дом моды *Славы Зайцева*”, художник *Паши* Каплевич (АиФ, 95 N 41), певица *Маши* Распутина (ср.: певица Мария Ивановна Савицкая – в эмиграции *Маруся* Сава, певица *Настя* Полякова – (НГ 5.IX.96). Впрочем, можно вспомнить и дореволюционное словоупотребление – сатирика *Саши* Черного, цыганских певец *Варю* Панину, *Лялю* Черную, знаменитую уже в советское время). Появились певицы, использующие лишь имя: *Валерия*, *Анастасия*.

Следует отметить возросшее – в связи с приватизацией – число учреждений, фирм, использующих собственные имена–названия. Лишь немногие из них используют „исконные” имена в качестве названий, ср. названия бюро путешествий: „Русь”, „Тройка-тур”; квартирные фирмы: „Терем”, „Калита-град”, банк „Русич”, „Древич” (керамика), фестиваль ледовой скульптуры „Вьюговей”, вода „Московия”. Нетрудно заметить, что преобладают среди них стилизации под историзмы и народные наименования. Ср. „тяжба двух российских фирм АОЗТ „Ратибор” и ТОО „Богатырь” (НГ, 07.02.95; Статья об этой тяжке называется *Витязи на распутье*); лечебный центр „Милослава”.

Для последнего времени стали характерны стилистические смешения заимствованных и русских слов в наименованиях ресторанов, гостиниц, ансамблей, фирм и т.д. Праздничный ужин в „Русском бистро” (или любом другом „фаст-фуде”) (К.-Д. 7.III.1996); гостиница „Redisson–Славянская”; отель *Береста-палас* в старинном русском Новгороде” (С.сп. 2.VIII.96); ансамбль „*Иванушки–International*” (В последнем случае эффект несовместимости, конечно, запланирован).

Многочисленны наименования на основе античной мифологии: „*Гефест*” (двери), „*Гиперборея*” (бюро путешествий), „*Антей*” (перевозчики грузов), „*Прометей*”, „*Ариадна*”, „*Клио*”, „*Олимп*”, „*Дионис*” и даже АО „*Гетера*”.

Многие из фирм выбирают также экзотические наименования, типа „*Авокадо*” (бюро путешествий). В сущности все неясные по „внутренней форме” наименования звучат экзотически: „*Ипан*”, „*Тремо*”, „*Борстек*”, „*Ле-ру*”, „*Лаурея*”, „*Кондр*” и под.

Среди многочисленных наименований фирм есть сложно-сокращенные слова, в основе которых исконные слова или усвоенные заимствования.

Однако в результате возникшее название фирмы воспринимается как заимствование, ср. „*Сторос*” (мебель) из *Столяры России*, „*Миком*” – *Металлургическая инвестиционная компания* и под. Следует отметить также стремление к универбации и эвфонии в названиях фирм, ср. компании „*Лукойл*”, „*Юкос*”, „*Ренова*”, „*Риал*”.

Несомненной новостью последнего времени является то, что политизированных наименований в области названий учреждений почти не встречается; ср. единичное кооператив „*Магистраль перестройки*” (двери).

Названия многих политических движений стали строиться по новому образцу – они напоминают названия газетных статей: „*Демократический выбор России*”, „*Наш дом – Россия*”, тем самым такие названия становятся все более „собственными” и рекламными.

В области обращений в связи с уходом из области официальных документов слова *товарищ* пока нет единообразной ему замены. Демократические СМИ используют слово *товарищ* как оценочное, по отношению к коммунистам: *товарищ* Зюганов выборы проиграл! В ответ на это *товарищ* Андреева... (МК 12.VII.96. Далее последняя именуется *демонической мадам*).

Обращения *господин* и *госпожа*, *господа* также редко встречаются без дополнительных коннотаций и не только в коммунистической печати, хотя ряд преимущественно „деловых” газет и информационных программ их использует („*господин* Чубайс сообщил...”). В связи с этим в нейтральных текстах такие обращения чаще избегаются вообще, а в других царит большое разнообразие. Ср. в объявлениях: „Салон *Мадам*,,; „*Мужчина* [...] познакомится с элегантной *леди*; „*Красивая девушка* проведет время с состоятельным *джентльменом*”, „отдых состоятельным *Дамам и Господам*”. Там же, в другом, не оценочном контексте – „*мадам* Ельцина” (М-Э 14.VIII.96).

Наибольшие изменения претерпела в последнее время оценочная лексика. Многие из оценочных слов официальной публицистики советского времени воспринимаются как анахронизмы: „Многие уже успешно работают за границей. Исчезла эта унижительная ситуация, когда люди становились „*перебежчиками*” и даже предателями”. (АиФ 96, N 32); „Россия отпустила много так называемых *секретчиков*, или *отказников*: так назывались те, кому не давали выездной визы, поскольку они когда-то имели допуск к секретным документам” (АиФ 96, N 31).

Многие из таких слов, теряя оценочный характер, расширяют свое значение. Так, слово *отказник* получает значение ‘человек, которому в чем-либо отказано’ (в визе, квартире, подарке и т.д.).

Оценки в доперестроечный период были в значительной мере штампованными – они в устной разговорной речи и ранее использовались с целью выражения иронии, а сейчас перепечатываются как „дней минувших анекдоты”: „Просто удивительно, как это на протяжении целого концерта [эстрадного] можно не коснуться ни *происков империализма*, ни *клеветников* со станции „Свободная Европа” (Сов.культура 7.VIII.71; перепечатано в рубрике *Листая подшивки* АиФ 96, N 31).

Ср.: „Много нареканий высказывается в адрес Главного архитектурного управления города Москвы, которое *якобы допускает* в этом вопросе *своевольные действия*. Отдельные лица привносят в это обсуждение *элементы демагогии*, *распространяют* слухи о том, что *якобы идет сознательное разрушение памятников старины в Москве... Кое-кто пытается возбудить* на этой основе *нездоровые настроения* среди молодежи, *подвергнуть сомнению* генеральный план реконструкции столицы, утвержденный правительством. Комитет госбезопасности принимает меры к тому, чтобы не допустить *нездоровых проявлений* в связи с изложенным вопросом, своевременно предотвратить *возможные антиобщественные проявления*”. (Записка председателя КГБ при СМ СССР Ю. Андропова в ЦК КПСС 3 мая 1972 г. Секретно (Сег., 5.IX.96).

Происходящая переоценка ценностей отражается в появлении многочисленных замечаний о словоупотреблении: „Терроризм и бандитизм изящно назывались ‘экспроприациями’, а откровенно воровской ‘общак’ в виде награбленных денег и ценностей – денежными средствами партии” (АиФ 96, N 17). Подвергаются ревизии старые оценочные политические этикетки: „Кстати, ждановские идеологи извратили и само понятие ‘*космополит*’, насытив его ядом ненависти. Вместе с тем и в европейской, и в русской классической традиции под *космополитизмом* подразумевалось совсем иное: приверженность идеям всемирного братства и разума. [В.Костиков, *Концерт для глухой вдовы*, „Огонек” 89, N 7]; „раскулачивали не только кулаков, но и середняков и даже бедняков, которых называли нелепым словом „*подкулачники*” (А.Рыбаков, „Др.народов”, 88 N 9).

В публицистике отмечают слова, характеризующие определенные эпохи: „Возникло в нашей ‘*новоречи*’ тридцатых-сороковых годов

слово-уродец: *нацмен*” (Н.Иванова, „Огонек” 89, N 11). „После этого шумного процесса над писателями родилось слово ‘*подписант*’, обозначающее человека, поставившего свою подпись в защиту ‘инакомыслящих’ (Евтушенко, *Контрамарка на процесс*, „Огонек” 88, N 19). „Больше никаких ‘данных’ в паспорте не должно быть, например, *прописки* – понятия, не переводимого ни на один язык” (Интервью с А.М.Яковлевым, „Огонек” 88, N 43).

Официальной публицистике всегда было свойственно камуфлировать суть дела, прибегая к эвфемизмам. В заметке *На эзоповом языке застоя* В.Ищенко (ЛГ 28.VI.89) писал: „Интересно понаблюдать, как русский язык, а точнее бюрократический приспосабливается к негативным сторонам нашей жизни [...]. Много товаров по ‘*договорным* ценам’. А лучше было бы написать: ‘вздутая цена’ или ‘ультимативная цена’. ‘*Недовложения*’ так деликатно работники торговли называют элементарное воровство... Есть ласковое слово ‘*несуны*’. Так называют людей, которые всегда что-то тащат”.

Однако и в настоящий период возникают подобные эвфемистические формулировки: „Гласность рассеяла тьму над великим множеством *неформальных* объединений молодежи. Словечко *неформалы*, торопливо пущенное в телевизионно-газетный обиход, замечательно своей невнятиостью” („Огонек” 88, N 9); ср. *зачистка* (см.ниже): „Неуставные отношения (вместо: преступления) в армии”.

Часта также ироническая переоценка ранее положительных слов: „*Избранники* бьются за свои привилегии” (Радио 2.II.96), ср. *нардены*, *генсек*. Направленность оценок в устах деятелей разных направлений иногда прямо противоположна. Ср. „Чеченцы даже позволяли себе издеваться над российской армией. Главный пропагандист сепаратистов Мовлади Удугов заявил, что отряды производят ‘зачистку Грозного от засевших в нем бандформирований федеральных сил’ и таким образом ‘восстанавливают конституционный порядок в столице’” (М.-Э. 14.VIII.96).

Положительная оценочность проявляется прежде всего в рекламе. Во многих собственных именах – названиях банков, фирм, товаров используются положительно-оценочные слова: „*Глория*, то есть *слава* обязательно найдет ГЛОРИЯ-банк” („Рвести” 19.IV.94). „*Перспектива-1*”, „*Норма*” („В России Норма одна: Информационное агентство „Норма”. – К.Пр. 11.VII.96); *Люксарт* (продает бумагу). На высокий стандарт указывают сложные слова с новым префиксоидом *евро-*: *евроремонт*;

Еврообувь, Евромебель. Названия фирм часто присоединяют также новый заимствованный суффиксоид *плюс* (чаще – plus): „Тимплюс” (одежда), „Вояж plus” (путешествия), „Декор-plus” (магазин), „Центр-plus” (газета); (правописание еще не устоялось) и другие оценочные аффиксы типа супер-, экстра-.

Завышенная положительная оценочность имеет тенденцию от частого употребления стираться. В результате переименования государственных институтов в университеты (не без влияния зарубежного опыта) и образования большого их количества произошла известная девальвация этого слова. То же случилось и со словами академия, колледж, высшая школа, при возникновении многих частных учебных заведений, „самоназванных” этими словами. Заинтересованным приходится тратить много усилий, чтобы узнать, что обозначают, например, такие названия: *Вуз при академии „Интерколледж”, Высшая школа языкознания, Академия танца гуманитарного университета Наталии Нестеровой.*

В рекламе мы встречаем и такие эвфемизмы последнего времени как: *досуг „люкс”, досуг в апарте, саунах „люкс”* (объявления в МК 12.VII.96).

4. В связи с общей перестройкой языка СМИ, их демократизацией гораздо большую роль, чем в предыдущие периоды стало играть **словообразование** – образование новых слов, отвечающих новым потребностям общества, а также окказиональных слов как экспрессивных элементов текста. В последнее время наиболее полно используются возможности подсистем словообразования как книжной, так и разговорной речи, а также просторечия и жаргонной речи разных социальных слоев.

Из средств словообразования, тяготеющих к использованию в книжной речи, можно отметить особую продуктивность существительных с суфф. *-изация*: *югославизация, арендизация, украинизация, купонизация* (ЛГ 21.XI.90), *ваучеризация, фермеризация, криминализация, коммерциализация* (телевидени).

Такие существительные часто наделяются приставкой *де-, ре-*, поскольку активны типы со значением уничтожения, разрушения, отказа: *десоветизация, декоммунизация, деимпериализация.* Ср. многие экономические преступления вообще *декриминализованы* („Центр-plus” 13.III.95). Он [Н.Яковлев] предложил программу возрождения из семи „Д”: *деиндустриализация, демонополизация, деанархизация, деколлективизация, департизация, демилитаризация, депаразитация* (Кур. 17.XII.91); *дерусификация* („Огонек” 95, N 38). Заметно увеличилась продуктивность приставок, обозначающих новый период в развитии –

таких как *пост-, после-: постсоветский, посткоммунистический, поставгустовский, постперестроечный новояз* (Изв. 6.П.93). Фонд *постприватизационной* поддержки малого бизнеса (АиФ 96, N 31).

Активизировалось также использование приставок, обозначающих противоположность, противопоставленность, антагонизм: „Нам понятно, что это ностальгия не столько по советскому, сколько по антисоветскому прошлому. Приправлена она значительной дозой антиамериканских настроений [...] Вообще-то *'анти-чего-нибудь'* – свято место, которое в силу природных законов не может пустовать” (МН 21-28. IV.96); „переход с *антисталинских* на *антикоммунистические* позиции”; интеллигенция стояла „на *антигосударственных* позициях”; „всплеск *антиинтеллектуального* патриотизма” (НГ 5.IX.96); „проект бюджета, который нельзя оценить иначе, как *антисоциальный, антиобразовательный, антикультурный*”. (Пр. 28.IV.94). Противоположное значение выражается в многочисленных прилагательных с приставкой *про-*. Когда меня спрашивали, какую политику будет проводить моя страна – *проамериканскую, проевропейскую или прокитайскую*, я отвечал: будет проводить *просвою* политику (ЛГ 19.V.91).

Выражение ложности, подделки передается приставками и префиксоидами: *квази-, лже-, псевдо-, пара-: квазиденьги* (ТВ 96); *квазирелигиозные* упования (ОГ 11-17.I.96); во всех сделках *лжетурок*, неизвестно как попавших в сусанинские края; деньги, не выплачены *псевдотурками* МК 5.III.96); *псевдоаскетическое* направление (МК 4.VII.96); *псевдорелигиозное* объединение (Радио, 95); выродится в пародийную *паранауку* (НГ 4.II.97). То же пренебрежительное значение „ненастоящего” выражено прилагательным с префиксом *около-*: *Околонабоковская* эссеистика (НГ 4.II.97); *околопрезидентская* борьба (ТВ 96); *околополитический* прохиндей (ЛГ 28.II.90); музыкальные и „*околomuзыкальные*” ситуации современного мира („Семь дней” 1995, N 8) – в „*безграмотных, олокультурных* журналах” (М.-Э. 14.VIII.96).

Из приставок, имеющих значение высокой, чрезвычайной степени качества, чаще используются заимствованные *супер-, гипер-, архи-*, чем русское *сверх-*. В языке печати они часто сочетаются с оценочными основами или их присоединение придает словам оценочный смысл и разговорный характер: *гиперразбазаривание* и *гиперворовство* по всей России (Пр. 8.II.920; *сверхпрогрессивные* или *архиреакционные* публицисты (ЛГ 9.X.91); Зерно попало в *суперблагодатную* почву (НГ 7.III.96); коллектив „*Суперскок*” из Череповца (МК 2.VII.96);

организовали *суперразвеселую* лотерею (МК 4.VII.96). Мелиоративные обозначения часто используются в рекламе: *супердвери*, *супершоу*, *суперисполнитель*. В терминологии такие обозначения обычно не обладают стилистической маркированностью и имеют книжный характер: В среде крайне правых даже родился новый термин – *суперэкуменизм* МК 4.VII.96); *суперроман*, *супертекст*.

С помощью таких приставок часто выражается ирония: „Это объясняется сложившимся в России *архиплюрализмом* в принятии политических решений” (НГ 24.IV.96).

Увеличилась продуктивность некоторых типов, которые характеризуют интеллигентско-разговорную речь. Например, пополняется новообразованиями тип образований существительных со значением лица, предмета или явления от заимствованных прилагательных путем усечения: *уникал* от *уникальный* (о колоколе): это был 35-итонный *уникал* (Радио, 95); *Официоз* длился каких-н. 15 мин. (МК. 1.VII.96); Голоса мы не услышим, потому что эта вещь является инструменталом (Радио 95); Этот *импровиз* я посвящаю маме (ТВ, 95); *криминал* в общественных местах (там же); В узких улочках обитают лишь *криминалы*. (Радио 31.XII.95); ср. *неформал*, *межрегионал* (межрегиональная группа депутатов), *муниципалы* Начали праздник *муниципалы* (власть, милиция). ТВ 26.II.96; *негатив*, *позитив*, *эксклюзив*, *креатив*.

В настоящее время продуктивны и типы, имеющие разговорно-просторечный характер. По образцу широко распространившегося арготизма *беспредел* созданы такие слова как *безвыход*, *бесхоз* („конец государственного бесхоза – ВМ 20.III.92), *беспросвет*. Активизировались также разговорные аббревиатуры типа *демоссы*, *гумпомощь*, *вещдоки* ‘вещественные доказательства’, *миннац*.

Сложно-сокращенные слова могут выражать оценочность, если входящие в них основы (одна или обе) осознаются как оценочные. Ср.: Демократы его называют „*партханом*” (МН 24-31.III.96); *парткнязь* (Кур 20.III.91); *партбоссы* (ЛГ 5.XII.90), *партмафия* (ЛГ 18.XII.91).

Увеличилось использование аббревиатур в качестве производящих основ: „Манера [Лебеда] решать все проблемы в *вэдэвэшином* стиле” (МК 4.VII.96, от ВДВ); „*энхаэловская* (НХЛ) карьера” (МК 4.VII.96); *энтэвэшные* куклы (там же); Вокруг „*вэбовок*” может разгореться международный скандал (К-Д 15.VI.96); Препарат МКЦ... Курс – 300 „*эмкацепок*” (АиФ 96 N 17). От СП (совместное предприятие) – эспешный: красивые иномарки с желтыми „*эспешными*” номерами (ВМ 15.VII.91);

ликвидация „гэбухи” (Кур. 30.XI.91); „мимо гэбэшной машины” (МН 8.XII.91).

Широко используются разговорные образования-универбации – „А теперь смотрите *запрещенку*, снятую еще в прошлом году, но не допущенную на экран” (МН 19.III.91); „Сценка с *обнаженкой*” (ВК 17.VIII.96); *сольники* Вики (Джокер, апр.94); Артист в *трениках* с отвисшими коленками (МК 2.VII.96), *толстушка* ‘толстый номер газеты’, *воскресник* ‘воскресный номер’.

Фамильярно-молодежный жаргон характеризуется наличием многочисленных усечений: „Тинэйджер устраивал конкурс на лучшее письмо месяца... Так что пишите, дорогие *тины!*” (МК 2.VII.96); „клевые *джины*” ТВ 24.VI.87).

Расширились обозначения лиц женского пола: служебный роман с собственной *продюсершей* („Центр-plus” 95, N 7); „Эпиляторш учат две недели” („Огонек” 95, N 38); *президентша*, *банкирша* и под.

Характерным является также экспрессивное соединение разностилевых основы и аффикса: В процессе борьбы за свободу *диссидуха*, как и положено, переняла все у противника (Мария Розанова). Освоение заимствований сказывается в образовании от них слов с русскими аффиксами: группа *Aerosmith*; Несмотря на свой *рок-н-рольный* прикид, *аэросмитовцы* – люди серьезные (ТВ парк 1-7.VII.96); *хитовые* мелодии (там же); всю музыку *продюсировал* один человек (там же); *имиджмейкерская* команда („Огонек” 95, N 38); *гербалайфщик*, *гербалайфский*.

По аналогии к иностранным словам образуются слова с русскими мотивирующими, но с вычлененными из иностранных слов аффиксами. Таким образом, в словообразовательную систему входят новые аффиксы *-гейт*: *Урангейт*, *Ельцингейт*; *-голик*: *трудоголик*, *рекламоголик*; *-(бург)ер*: *бананбургер*, *петербургер*.

Наиболее яркой приметой современного текста СМИ является включение в него языковой игры. Если в более ранние периоды словообразовательные каламбуры часто оставались принадлежностью устной речи, напр., от фамилии *Лысенко*, противника генетики: „Он тяжело переживал *облысение* науки, как горько иронизировали генетики”. („Огонек” 87, N 47), то в последнее время они широко представлены в самых разных жанрах: „*Важняк*” [следователь по особо важным делам] *неважно* поступил (взял взятку) (К.пр. 27.III.96); „Телевидение уже совсем, на мой взгляд, *забрежневелое*” (МН 96, N 16); „глава администрации

района [в просторечии – ГАд] ...От перемены ГАдов сумма, увы, не меняется” (МК 12.VII.96); „Кто такие эти ‘миллионы обманутых вкладчиков’?” „О-чаро-ванные”, „об-эмэм-ленные”? [банки „Чара”, „МММ”] – МН 96, 12); „А как же у нас в *думейшей* Думе?” (СС 96, N 2); „Под марш духового оркестра *либералиссимус* сделает круг почета вокруг собора Василия Блаженного” (ОГ 25.IV-1.V; рассказ о первом варианте инаугурации Ельцина).

Аббревиатуры часто стремятся сделать „говорящими”, подогнав их под существующее слово: „Сергей Галанин и его *СерьГа*” (НГ 26.VI.96); от названия группы „На-на”: „*На-найцы*” (ТВ парк 12-18 июня).

Слова, образуемые по аналогии, путем контаминации, каламбурного наложения почти всегда выражают иронию и оценку: По аналогии к *рейганомика* было образовано *гайдарономика*, путем наложения – *ельцинизм*, „народной этимологии” – *прихватизация*, *дерьмократы*, *мэрское* (поведение).

5. Использование **фразеологии** характеризуется включением в ее состав совершенно новых слов. Только в недавнее время возникла возможность включить в фонд обыгрываемой в газетах фразеологии цитаты из „классиков марксизма-ленинизма” и их последователей, и журналисты стали активно использовать этот пласт³. В ряде случаев перефразирование таких цитат носит резко оценочный характер, ср. заголовок *Под знаменем марксизма-зюганизма* (АиФ, 96, № 17); „...Плюс *омонизация* всей страны (АиФ, 91, № 27). реформировать социалистическую экономику, *не поступаясь принципами социализма*” (ЛГ 27.IV.94). „*Партийные организации и партийная макулатура*” (Изв. 26.III.96 – статья о борьбе партий накануне выборов).

Однако довольно часто цитаты используются в качестве готовых штампов и формулировок, не наделяемых какими-либо добавочными оценочными коннотациями. Например, статья о выставке „Москва – Берлин 1900-1950” названа *Берлин как зеркало русской революции* (К.-Д. 7.III.96). Ср. Сказать, что *из всех искусств для нас важнейшим является телевидение*, – значит не сказать ничего (МК 8.II.96); учение Штейнера „*всесильно, потому что оно верно*” (ЛГ 31.I.96. Статья *Антропософией*

3 До перестройки обыгрывание таких цитат было распространено в анекдотах („Куда ушел Плеханов? Плеханов ушел в кусты”) и „классиках самиздата”, таких как Игорь Губерман: „Много у Ленина сказано в масть, многие мысли частично верны, и коммунизм есть советская власть плюс эмиграция всей страны” (ОГ 11-17.I.96).

мобилизованный и призванный); „У меня ведь специфическая аудитория – интеллигенция. Страшно далеки они от народа” (ОГ 11-17 I 96).

Таким образом, использование известных цитат из классиков марксизма-ленинизма, из партийных документов часто не преследует цели выражения оценки источника (хотя всегда „снижает” его значительность), а выражения отношения к описываемому. Например, это может быть выражение значительности, торжественности события и одновременно легкой иронии по отношению к тем людям, которые воспринимают его как сверхзначительное: открыта первая в России персональная выставка Эрнста Неизвестного. *Выставка, о необходимости которой так долго говорили наши ценители и почитатели священных коров шестидесятилетия...* (НГ 28 III 96); явление на фестивале *суперженщины всех времен и народов* СНГ Людмилы Гурченко (МК 12 XII 96); „*Призрак бродит по Москве, призрак Властелины*” (ТВ, VII, 96).

Интересно также, что такая фразеология „проникает” даже в переводные произведения – переводчики, вероятно, не осознают первоисточник, если вкладывают в уста героини *Санта-Барбары* такую фразу: „*Эта идея еще мной не овладела*”.

В текстах СМИ находят отражение цитаты из широко известных в устном хождении анекдотов („Были ли у вас колебания в проведении линии партии? – Колебался вместе с линией”): „В результате колебаний *вместе с линией партии* министр обороны России и ее посол в ООН говорят одно, министр иностранных дел РФ – как бы сам по себе” (ОГ 29 IV–5 V 94); „*Есть возможность колебаться вместе с линией телекомпаний и непосредственного начальства*” (МК 8 II 96).

Старый „подпольный” анекдот цитируется в заглавии: „*Спецслужбы как трамвай: одни – сидят, другие – трясутся, третьи – выходят. Хроника времен царствования Михаила Барсукова*” (МК 2 VII 96); вторая часть – также перефразирование заглавия книги „*Хроника времен царя Бориса*”.

Некоторые устные меткие выражения приобрели такую популярность, что по воле переводчиков звучат в устах зарубежных персонажей: (Шериф говорит помощнице окружного прокурора): „Вы ведь за что боролись, на то и напоролись”. Сандра Браун. *За семью печатями*. „Вагриус” Москва 1993 (перевод Л.Косогова, И.Стам).

Новостью последнего времени является также обыгрывание рекламы, в особенности телевизионной: „В первую очередь это, безусловно, отставка *сладкой парочки* – Коржакова и Сосковца” (МК 17 VII 96); К сожалению,

наши дети выбирают американских киногероев (*Новое поколение выбирает Hershi!*) („Центр-plus”, VI 96).

С другой стороны, возникла новая область использования фразеологии: цитаты часто используются в рекламе. Ср. надписи на рекламных уличных щитах: „В жизни всегда есть место технике”. „Мы соединяем американскую деловитость с русским революционным размахом”; „Внимание, москвич! До конца зимы остался ровно один месяц. И прожить его надо так, чтобы в пору весенней слякоти не было мучительно больно за бесцельно прожитые солнечные морозные дни. („Центр-plus” 95, N 20; реклама обуви); „Да, нужен вам берег турецкий” – реклама путешествий. („Центр-plus” 96, N 27). „А место встречи изменить нельзя – Измайловская площадь, 1” („Неделя” 96 N 28).

В современной прессе развиваются и известные в предыдущие периоды источники перефразирования – часты цитаты из популярных песен советского времени: На сцене *замерло все до рассвета*, потому что актеры забыли текст. (МК 2 VII 96). *Зима нечаянно нагрянет* (Центр-plus 96 N 31, заголовок). „Белорусам *везде у нас дорога*” (МК 31 VIII 96); *Мы верим в мужество отчаянных парней* („Центр-plus” 96, N 31 – о возрождении „народных дружинников”). Сейчас часто используются и цитаты из ранее не звучавших в широком эфире песен, например: „Впереди планеты всей” (МК 5 IX 96). Цитаты из советской поэзии и прозы: „Ельцин и сейчас живее всех живых” (МК 17 VII 96). „А утром они проснулись... на свалке” (МК 17 VII 96). Используются названия телефильмов: „*Явка больше, чем жизнь*” (МК 4 VII 96); „Мел Гибсон запасся «Оскарами» на всю оставшуюся жизнь” (К.пр. 27 VIII 96). „Сюжет второй. *Тени появляются в полдень*” (МК 5 III 96). Обыгрываются и цитаты из классической литературы: *Блеск и нищета номенклатуры* (В.Костиков. „Огонек” 1988 N 1); *Увидим ли мы небо в алмазах?* (Название статьи об астрологии, Веч. Москва).

Участилось также обыгрывание современных публицистических и художественных штампов и цитат: *в кругах, приближенных к Союзу композиторов* (НГ IV 94 N 93); „...окончательно обуржуазившийся Петр *хотел сделать по-честному, вышло по-скучному*” („Cosmopolitan”, 95, IV) – структура напоминает высказывание Черномырдина: „Хотели сделать как лучше, а вышло как всегда”.

Нередко используются и газетные штампы прошлых лет: „Достаточно посидеть *вечерок у «голубого»* [термин из 60-х годов] экрана...” (МК 8 II 96). Поэтому в годы, когда уборка звалась „*битвой за урожай*”,

комбайнов не жалели (ЛГ 5 X 96). Стало почти штампом выражение пренебрежительного отношения к составным наименованиям предшествующего периода, иногда даже вполне „невинным”: Не слишком привлекательное название „творческий вечер”, отдающее советским нафталином, обещало творческого Шендеровича (МК 2 VII 96).

В тех областях, которые не претерпели особенных изменений, например, в спорте, соответствующая фразеология сохраняется: Каждый год кто-нибудь из репортеров обязательно посылает в редакцию корреспонденцию из „столицы туманного Альбиона” о том, что в „теннисную Мекку” (вариант „фабрику теннисных грез”) съехались „звезды и живые легенды тенниса”, чтобы на „изумрудных газонах” Всеанглийского лаун-теннисного клуба определить, кто же будет обладателем „жемчужины в короне Большого Шлема” („Мир новостей” 96, N 30).

Фразеологизмы (в том числе цитаты) часто используются в современной речи:

1) в неизменном виде: люди идут *учиться, учиться и учиться*, доверчиво отдавая заветные сбережения. („Огонек” 95 N 38);

2) с заменой слов: Блеск и нищета *номенклатуры*;

3) с каламбурным переосмыслением слов и их заменой, например, в „гариках” Игоря Губермана: Я Россию часто вспоминаю, думая о давнем дорогом, я другой такой страны не знаю, где так *вольно, смирно и кругом*. Лубянка по ночам не спит, хотя за много лет устала, меч перековывая в щит и затыкая нам орала (ОГ 11-17 I 96). В данном случае часто „играет” и паронимическая аттракция: „Не выносите Сороса из избы” (НГ 23 01 96);

4) может использоваться лишь структура с полной заменой лексического наполнения: „Не обобщай, да обобщен не будешь” (ОГ 11-17 I 96);

5) весь фразеологизм может быть осмыслен и в прямом, и в переносном значении: С тех пор, как нас *пустили по миру*, нам остается только путешествовать (ТВ, Сенкевич, 17 III 95);

6) стало более частым и такое использование цитат, которое иногда называют аллюзией – от цитаты остаются лишь некоторые, хотя и „ключевые” слова: вопреки нашему менталитету, под которым всю жизнь подразумевались *российские дураки и дороги* (МК 17 VII 96).

Итак, использование такого рода фразеологии как цитаты представляет отличительную черту современного языка газеты (как и разговорной речи).

Основной целью использования подобных стилистических средств языка является выражение иронии. Таким образом, путем ироничного

самоочищения, язык довольно успешно сопротивлялся влиянию на него как „тоталитарного” так и „посттоталитарного” общества. Возможности такого влияния вообще не следует преувеличивать: при всем желании удастся указать лишь на отдельные слова (соответствие их толкований в словарях определенных периодов всеобщему словоупотреблению нуждается в дополнительных доказательствах), отдельные жанры (передовые статьи, газетные информации и т.п.) одного – газетно-публицистического стиля. Кроме того, во все времена существовали талантливые публицисты, которые умели обходить препоны и рогатки как цензуры, так и „административно-тоталитарного” и „посттоталитарного” словоупотребления. Еще менее, чем в публицистике указанное словоупотребление отражалось и отражается в прочих сферах разговорной и книжной речи.

Статья написана при поддержке гранта РГНФ 95-06-17479.

Сокращения

Изв.	– „Известия”
К.-Д.	– „Коммерсантъ-Daily”
КП	– „Комсомольская правда”
ЛГ	– „Литературная газета”
М.-Э.	– „Мегаполис-экспресс”
МН	– „Московские новости”
НГ	– „Независимая газета”
ОГ	– „Общая газета”
СМИ	– Средства массовой информации

Литература

- Бельчиков Ю.А. 1993, *Что было выражено словом, то было и в жизни...*, „Русская речь” N 3.
- Вакуров В.Н., 1991, *Словотворчество журналиста*, „Вестник Москов. ун-та. Серия Х”.
- Васильева А.Н., 1982, *Газетно-публицистический стиль речи. Курс лекций по стилистике русского языка*, Москва.
- Виноградова В.Н., 1984, *Стилистический аспект русского словообразования*, Москва..
- Виноградова В.Н., 1986, *Композиционно-речевая структура фельетона. – Стилистика русского языка (жанрово-коммуникативный аспект)*, Москва..

- Горбачевич К.С., 1978, *Нормы современного русского литературного языка*, Москва..
- Земская Е.А., 1996, *Активные процессы современного словопроизводства. – Русский язык конца XX ст. (1985–1995)*, Москва.
- Иванова Н., 1989, *Смена языка*, „Знамя”, N 11.
- Кайда Л.Г., 1992, *Авторская позиция в публицистике*. Автореф. дис. д-ра филол. наук.
- Кожевникова Н.А., 1971, *Отражение функциональных стилей в советской прозе. – Вопросы языка художественной литературы*, Москва.
- Костомаров В.Г., 1994, *Языковой вкус эпохи*, Педагогика-Пресс.
- Панов М.В., 1988, *Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики. – Язык современной публицистики*, Москва.

On some Changes in the Stylistics of the Contemporary Russian Language

The article discusses some new phenomena – phonetic, graphic, derivational, lexical, phraseological and communicational – in mass media (the press and television)