

# *Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990-1994 гг.)*

ГРИГОРИЙ Я. СОЛГАНИК  
(Москва)

После долгого господства однообразия, шаблона, унифицированности и официозности в современных газетах поражает прежде всего пестрота — языковая, стилевая, содержательная и идеологическая. Отмена цензуры, идеологических табу, строгих стиливых установок привели к раскрепощению традиционно-нормированного газетного языка. И многие процессы, происходящие и современном обществе и отражаемые языком прессы, можно объяснить как реакцию на газетный язык недавнего прошлого, как отрицание его, отталкивание от него.

Однако отрицание устаревших канонов, как любое отрицание, имеет лишь разрушительный, но не созидательный характер. Оно подготавливает почву, но не определяет направление развития. Какого же направление развития, и чем оно определяется?

Прежде всего помимо экстралингвистических факторов — законами газетной речи. При всех радикальных изменениях, происходящих на всех уровнях языка, законы газетной речи остаются неизменными, меняется лишь характер их действия, проявления. Поэтому представляется рациональным рассмотреть тенденции развития языка современных газет сквозь призму основных закономерностей газетной речи. Такой взгляд, как можно надеяться, покажет не только новое, но и традиционное, что не менее важно.

Одна из основных закономерностей газетной речи – социальная оценочность языковых средств (Солганик 1981). Газета, как известно, не беспристрастно информирующий орган, но трибуна, формирующая общественное мнение. Отказ от обязательного принципа коммунистической партийности привел к идеологическому размеживанию, к появлению самых разнообразных газет – от коммунистических, монархических и даже фашистских до демократических широкого спектра, занимающих пространство между идеологическими крайностями. Они и представляют главный интерес.

Смена идеологической парадигмы не отменила действия принципа социальной оценочности. Он продолжает действовать и формирует, как и в прошлом, важнейший разряд лексики газеты – концептуальную лексику, своеобразные ключевые слова, общественно-политические термины газеты. Концептуальная лексика – это политический словарь газеты, без которого она не может существовать. Анализ этого разряда позволяет сделать выводы об идеологической, политической направленности газеты, об изменениях в составе этого слоя, о направлении развития газетной лексики.

Так, для периода 1986-1990 гг. можно отметить такие ключевые, концептуальные слова, как *перестройка, гласность, застой, прорыв* (см. Костомаров 1994).

Для нашего времени (1990-1994) в качестве концептуальных широко используются: *демократизация, демократические преобразования, необратимость демократических преобразований, реформы, курс реформ, реформаторы, рынок, правовое государство, гражданское общество, гражданское согласие, общественное согласие, примирение, непримиримая оппозиция, лобби*.

Как показывает анализ этого далеко не полного перечня концептуальных слов и выражений, разряд этот сохранился, но состав его почти полностью изменился по сравнению с тоталитарным периодом.

Термины коммунистической идеологии отсутствуют или используются в отрицательном или ироническом смысле. Фактически они превращаются в историзмы. Содержательно состав разряда концептуальной лексики отражает процесс формирования широкой, расплывчатой идеологии демократической ориентации. Это иллюстрируют такие политические термины не узко партийного значения, как *правовое государство, гражданское согласие* и др. Характерно также появление большого количества экономических терминов (*кредиты, налоги, инфляция, рынок, клиринг, маркетинг* и т.д.).

Разумеется, и этот состав концептуальной лексики непостоянен, будет изменяться, пополняться, но значение его в том, что он отражает переходный период российского общества. Для всего этого разряда как в прошлом, так и в настоящем характерна оценочность (идеологическое слова, как правило, социально оценочны). Однако отсутствует резкое разграничение позитивной и негативной оценочности, как это было в прошлом.

Многие слова, имевшие ранее отрицательную окраску, приобретают нейтральное звучание или даже меняют знак оценки (*ВПК<sup>1</sup>, бизнес, бизнесмен* и многие другие). В целом оценочность новой концептуальной лексики более сдержанная, мягкая, часто еще не определившаяся, только складывающаяся. Например, трудно сказать, сформировалась ли новая оценочная окраска у слова *элита*, ранее негативно-пренебрежительная. Ср.: *политическая элита, новая элита, российская элита, правительственная элита, региональная элита, партийная элита, парламентская элита, бизнес-элита*. Судя по контекстам, намечается нейтрализация негативной оценочности у этого слова.

Развитие оценочности, изменение ее, вообще многообразные виды оценки весьма актуальны для газетной лексики, но особенно для разряда концептуальных слов, так как отражают ее семантическое развитие, тесно связанное с формированием в обществе определенного отношения к тем или иным политическим, идеологическим, реалиям, явлениям, событиям. В современном обществе идут мучительные поиски новой идеологии, поэтому процессы формирования оценочности весьма активны, хотя и не отличаются стабильностью и определенностью. Общее их направление можно, по-видимому, определить как ослабление или нейтрализацию прежних резко положительных или резко отрицательных оценок.

Анализ важнейшего лексического разряда газеты – концептуальных слов – свидетельствует о значительных изменениях в составе этого разряда, продолжающего развиваться. Главное из них – формирование нового политического словаря газеты, не узко партийного, но широко политического содержания, отражающего демократические устремления общества.

Изменения, происходящие в других лексических разрядах, менее заметны. Строевая лексика, отличающаяся нейтральностью и широкой сочетаемостью, почти не меняется и, за редкими исключениями, используется

1 „Наш ВПК сегодня переживает глубочайший кризис” (“Известия”, 1994-04-12). ВПК – военно-промышленный комплекс.

современными газетами (*акция, акт, команда, раунд, тур переговоров, диалог, приоритеты, структуры, инфраструктура, коридоры власти, эшелоны власти, атмосфера, климат, общественность* и др.). Однако сфера действия этой лексики значительно уже в связи со стремлением избегать явных стандартов речи.

Более значительны изменения в газетной оценочной (не концептуальной) лексике. Исчезает, (или резко сокращается) употребление подчеркнуто оценочной (как позитивной, так и негативной) лексики типа *вехи, форум, братский, судьбоносный, заплата, маяк, правофланговый, пульс*, с одной стороны, и *клеймить позором, пригвоздить к позорному столбу, клика, крестоносцы, акулы (бизнеса), стервятник, хамелеон, щупальца (монополий), гидра, мастодонты*, с другой стороны.

Сфера действия оценочности сравнительно с предшествующим периодом сужается, а степень ее выраженности снижается. В условиях смены или отсутствия четких идеологических и политических ориентиров трудно давать оценку непрерывным и часто непредсказуемым изменениям общественной и политической жизни. У журналистов, да и у общества в целом не сформировалось своего отношения, своей позиции. И тогда на помощь приходит спасительная ирония. Использование иронии очень характерно для современных газет. Вот, например, заголовок: „Владимир Жириновский погладил по голове корову в деревне Воробьево Калужской области” (“Известия”, 2/VII-94).

Ирония выступает как своеобразное средство непрямой оценки, в некоторых газетах – наиболее полно и наглядно в „Московском комсомольце” – используется и весьма своеобразный вид оценки. В последние годы в журналистских кругах широко распространилось профессиональное слово *стеб*, зафиксированное, по-видимому, впервые, в словаре И. Юганова, Ф. Югановой *Русский жаргон 60-90 гг. Опыт словаря*, Москва 1994. По определению этого словаря, *стеб* – „ернически-агрессивное, отчасти парадоксальное поведение, мышление, общение, отношение к чему-либо, соответствующий стиль в литературе, живописи, кино”. В „Московском комсомольце” *стеб* преобладает. Вот, например, некоторые заголовки из одного номера газеты (18/V-94):

„Шахрай больше не главный „наци” и не „вице” (так озаглавлен материал об отставке вице-премьера С. Шахрая.

„Грузия взбесилась” (название заметки о том, что 17 тыс. жителей Грузии заражены вирусом бешенства).

„Утро неизнасилованных девиц”.

Как показывают примеры, стеб – это не только стилевая манера, это и определенная мировоззренческая позиция, точнее, отсутствие позиций, когда высмеивается все и вся, когда в лихом, разухабистом стиле пишут о политике, катастрофах, убийствах – о самых серьезных вещах, никак не располагающих к шутке или смеху. Такая манера исподволь навязывает агрессивно-нигилистическое отношение ко всем без исключения явлениям – как отрицательным, так и положительным. Возможно, подобный стиль – своеобразное отражение современного состояния общества с его идейным разбродом, общества, в котором прежние идеалы канули в Лету, а новые еще не сформулированы. Возможно, стеб – это жесткая реакция прежде всего молодежи на царившую в обществе фальшь и лицемерие и как результат – недоверие к любым идеологическим, политическим течениям, явлениям, событиям. Но независимо от причин его появления стеб – это негативное явление и по содержанию, и по форме. Он нивелирует стилистическую дифференциацию речи (обо всем легковесным, хихикающим языком) и тем самым обедняет речь, воспитывает дурной вкус, аполитичность, агрессивность.

Итак, оценочность как главное качество газетной лексики в современной прессе сохраняется, но под влиянием социальных обстоятельств принимает несколько иные формы.

Вторая весьма заметная тенденция в языке современных „качественных” газет – тенденция к усилению информативности. Это выражается наиболее ярко в эволюции системы газетных жанров и в заголовках.

Прежде всего обращает на себя внимание исчезновение со страниц газет наиболее „воздействующих” художественно-публицистических жанров – очерка, фельетона, передовой статьи. Не встречаются в „чистом виде” и такие распространенные прежде жанры, как статья, корреспонденция. Их заменяют газетные материалы, в которых резко усиливается информационное начало и в которых в той или иной степени проявляются черты уходящих (или ушедших) жанров. Жанровые перегородки упраздняются, происходит заметная эволюция системы жанров, их синтез, что можно объяснить, в частности, выдвиганием на передний план информативной функции. О формировании новых жанров говорить пока рано, так как результаты этого процесса еще не закрепились. Но очевидно, однако, что в формируемых жанрах резко усиливается, с одной стороны, тенденция к информативности, с другой стороны, личностная тенденция. Авторское

„я” обнаруживает не только социальные грани (что более характерно для прежнего периода), но и личностные стороны – свойства конкретной личности. Вообще спектр граней авторского „я” предстает как более богатый, разнообразный. Возможно, что реакция на обезличенное, унифицированное „мы” предшествующего периода. Но главная причина все же общественное переустройство: переход от тоталитарного общества к демократическому меняет журналистский подход к явлениям действительности. Немаловажную роль при этом играет тенденция к информативности.

Авторское „я” становится более мягким, человечным, раскованным. Позиция журналиста – позиция человека наблюдающего, размышляющего, оценивающего, но не вершащего суд. И это можно считать характерным для современных журналистских текстов. Тенденция к усилению информативности, стремление максимально насытить материал сведениями оказывается сильнее классических представлений о жанрах. И именно эта тенденция ведет к разрушению жанровых канонов.

Таким образом, в современной журналистике идет активный процесс формирования новых жанров, стимулируемый тенденцией к усилению информативности.

Усиление информативной направленности ярко проявляется и в заголовках. Здесь наиболее радикальное изменение – принципиальная замена назывных заголовков глагольными. В газете „Известия” подавляющее большинство заглавий (около 90%) – двусоставные предложения с глагольным сказуемым. Они сжато выражают содержание материала и играют роль своеобразных лидов. Например („Известия” от 20/IV-94): *Сербы наносят жестокий удар по престижу Российской дипломатии, Международный трибунал по Югославии получил 11 миллионов долларов, Цены растут, но медленнее, чем в прошлом году.*

Несомненна сознательная (а может быть, и полемическая) направленность такой системы заголовков: сообщение должно быть интересным само по себе, поэтому оно не нуждается в интригующих, украшающих заголовках. В заглавиях нового типа происходит как бы обнажение, усиление информативной функции. И, как это ни парадоксально, сгущение информативности в названии дает положительный эффект, воспринимается как выразительное, динамичное благодаря четкой и лаконичной форме. Описанный тип заголовков получил довольно широкое распространение и в других российских газетах.

Таким образом, общая тенденция к усилению информативности языка газеты ярко проявляется в эволюции газетных заглавий. Смысл этих изменений – поиски выразительности в подчеркнутой, обнаженной информативности. Выразительно то, что информативно.

Серьезные изменения происходят и в самом строе газетной речи. Прежде всего они обусловлены стремлением уйти от сухого, официально-книжного, обезличенного и унифицированного газетного языка прошлого, обрести свое языковое лицо, свой стиль. Наблюдается явная тенденция излагать мысль, строить сообщение без оглядки на традиции, исходя лишь из характера сообщения, избегая готовых форм речи, особенно тех, которые были скомпрометированы практикой предшествующего упорбления.

Главный путь преодоления книжности, официозности газетного языка прошлого и обретения своего лица – использование разговорных и (реже) нелитературных средств (просторечие, жаргоны). Для развития русского литературного языка взаимодействие книжной и разговорной речи на многих этапах было определяющим. Естественна эта роль разговорной речи в развитии языка газеты, публицистики и в наше время.

Разные газеты по-разному, в различной мере используют разговорные средства, что и определяет во многом стилевую манеру того или иного органа.

Так, „Известия” умеренно включают в словесную ткань разговорные средства. Очень редки вкрапления разговорно-просторечной лексики, например: *Японцы опять выкаблучиваются. Теперь они скрестили телевизор с компьютером* (заголовок, „Известия”, 20/V-94).

Чаще используется менее броская лексика разговорной речи, а также соответствующие синтаксические средства: „Вкратце напомним: лицензией предусматривается соблюдение фирмой ряда обязательных условий, гарантирующих сохранность взносов (...). Но в жизни другое: рискуют одни, а пьют шампанское – другие. Ведь сами фирмы в любой момент могут сделать вкладчикам ручкой, как это сделал не так давно *Невский ломбард...* („Известия”, 8/VI-94).

В целом газета „Известия” демонстрирует сдержанную стилевую манеру, избегая крайностей сугубо книжного или чисто разговорного языка. Язык „Известий” в основном книжный (но не традиционно стандартно-книжный), в достаточной степени индивидуализированный публицистический язык, соответствующий предмету, характеру сообщения. Вкрапле-

ния разговорности мягки, неназойливы, в рамках литературности и хорошего вкуса. Язык газеты в меру живой, раскованный, выразительный.

Иная (если не противоположная) стилевая манера представлена в газете „Аргументы и факты”. Мера разговорности здесь гораздо выше. Это уже не книжно-разговорный, а скорее разговорно-книжный или даже разговорный язык:

#### **„КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ МИНИМАЛЬНАЯ ЗАРПЛАТА?**

По идее такой, чтобы человек мог на нее худо-бедно прокормиться, да еще чтобы на иждивенца перепало. В общем, она должна тянуть, по самым строгим подсчетам, на 1,5 прожиточного минимума. В марте на трудоспособного человека он оценивался в 68 тыс. руб. Выходит, минимальная зарплата должна бы составлять 102 тыс. руб. Но это, как вы понимаете, теоретический расклад, основанный на элементарной логике. Жизнь этой самой логике ну никак не поддается. И потому вот уже 6 месяцев минимальная зарплата пребывает в состоянии покоя на уровне ... 14 620 руб. (Кстати, ее получают 25 млн. человек)”.

(„Аргументы и факты”, 1994, № 2, май)

Ср. также некоторые заголовки этого номера:

*Завил усы – и в президенты; Какой стол, такой и стул.*

Обилие разговорных элементов (и в лексике, и в фразеологии, и в синтаксисе) очевидно. Обычно в подобных случаях говорят о демократизации языка газеты, но термин этот слишком широк. Скорее речь идет о поисках языка, близкого читателю, языка, на котором говорит читатель. Эти поиски (процессы) точнее, как представляется, обозначить термином интимизация газетной речи. Подобная манера сопряжена, по-видимому, не только с приобретениями, но и с потерями. „Опуская” газетную речь до уровня бытового разговора, газеты тем самым стирают границу между книжными стилями и устно-бытовыми типами речи, снижают статус языка газеты, нивелируют серьезность обсуждаемых тем. Известно ведь, что далеко не для всякого предмета уместна разговорная форма обсуждения. Однако возражать против такой стилевой манеры было бы нерезонно. Современный язык газеты находится в движении, развитии. Описываемая стилевая манера также эволюционирует.

В тесной связи с использованием разговорной речи находится и употребление жаргонов, весьма активизировавшееся в последние годы. И объясняется это той же тенденцией к интимизации газетной речи, тенденцией, которую наиболее рельефно воплощает газета „Московский комсомо-



молец”. Ориентация на аудиторию — в данном случае молодежную — и обуславливает обилие жаргонизмов. Примеры лежат на поверхности — достаточно раскрыть любой номер газеты. Вот один из показательных иллюстраций:

„Вот дожили. Победоносное шествие ксюповых плюш и гриш почти под корень извело всех металлуг. Хипари-одиночки служат местными „колоритами” пафосных ночных кабаков. Редкие раздобревшие телесами панки незлобиво прикалываются к коммунистически митингующим пенсионерам. Егорша Летов вусмерть сдружился со „спасителями нации”. Былые тусовки перекочевали из скверов и полуподвалов в так называемые „стильные клубы”. Бродячих музыкантов уже никто не слушает в переходах подземных станций, где когда-то можно было начать свой путь. Нынче, чтобы дали дорогу, юному дарованию нужен продюсер-спонсор в оранжевом пиджаке. На худой конец, в бордовом. Но вот, поди ж ты, находятся еще люди, которые не переносят канареечных цветов, да и толстых портмоне не имеют, но продолжают на что-то надеяться. Вернее, на кого-то. На самих себя”.

(„Московский комсомолец”, 18/V-94)

В связи с неумеренным употреблением жаргонизмов неизбежно встает вопрос о норме. В 1939 г. в докладе *Язык писателя и норма* Г. О. Винокур с тревогой говорил, что литературный язык начал „расползаться” в социальном пространстве, стихия диалектной речи хлынула в литературу, захлестывая не только речь персонажей, но и авторское повествование (Винокур 1939). Сейчас в известном смысле ситуация повторяется. Русский литературный язык снова оказался под ударом, — но уже не диалектной, но просторечной стихии. В литературу, освобожденную от цензурных рога-ток, неудержимым потоком вливается язык улицы, как полагают некоторые языковеды.

Однако при всей справедливости сказанного в целом (внелитературные элементы расшатывают литературную норму, противоречат литературному стандарту) необходимо все же подчеркнуть: очень важно учитывать различие общелитературной нормы и функционалестилевой, в данном случае нормы художественного стиля, которая не совпадает с общелитературной. И хотя вопрос о функционалестилевых нормах разработан в стилистике слабо, можно полагать, что норма художественного стиля шире и толерантнее общелитературной нормы.

Газетно-публицистическая норма также шире общелитературной и гораздо терпимее к нелитературной лексике. Обращаясь к пластам нацио-

нального языка, не обладающим качеством литературности, газета перерабатывает, осваивает их и в конечном счете олитературивает. Примеров довольно много. Министр культуры Российской Федерации пишет в „Известиях” (23/VI-94): „Эти заметки вызваны впечатлениями, которые произвели на меня слушания Государственной комиссии по реституции культурных ценностей в Совете Федерации. За те два года, что я возглавляю комиссию, со многим приходилось сталкиваться, но та „разборка” с заранее заданным результатом, которую почему-то назвали „слушаниями”, перешла все границы”. Еще пример: „На сей раз жертвой депутатской разборки может стать спикер палаты И. Рыбкин” („Известия”, 11/V-94). Серьезный материал в этой же газете озаглавлен так: *Международная тусовка в Давосе*. Аналогично употребление слова *тусовка* и в „Литературной газете”: „Он (семинар) обладает необходимым для профессиональной филологической тусовки зарядом „академизма”, кроме того, превосходит обычную такую тусовку по включенности в живую культурную ситуацию” (29/VI-94).

Границы жаргона перешагнуло и слово *беспредел*, широко употребительное во многих газетах и в разных жанрах.

Использование просторечия, жаргонов объясняется жадной оценочности, поисками экспрессии. Вовлекая в литературный оборот нелитературные слова, газета производит собственный отбор, делает их своими. А затем, освоенные газетой, публицистикой, они переходят в общелитературный язык.

Естественным полем действия для газетно-публицистического стиля, как и для художественного, выступает национальный язык. В недрах функциональных стилей происходит специализация различных лексических пластов и групп национального языка о отбор некоторых единиц в литературный язык.

Поэтому обращение газеты к нелитературным пластам естественно, оправданно и даже прогрессивно. „В зрелой словесности – писал А. С. Пушкин – приходит время, когда умы, наскуча однообразными произведениями, ограниченным кругом языка условленного, избранного, обращаются к свежим вымыслам народным и к странному просторечию, сначала презренному” (Пушкин А. С., *Сочинения*, Москва, 1949, с. 725). Использование нелитературных средств соответствует стилистической норме газетно-публицистического стиля. Как пишет В.Г. Костомаров, „Сейчас

наше общество, вне всякого сомнения, встало на путь расширения границ литературного языка, изменения его состава, его норм” (Костомаров 1994).

Однако у этого процесса возможны издержки производства. По-видимому, существует предел насыщения текста нелитературной лексикой. Но в этом случае следует говорить о вкусе, который некоторым газетам и журналистам нередко изменяет.

Чрезмерное насыщение текста жаргонизмами нивелирует, обедняет газетную речь, лишая ее многих важных для газеты стилистических регистров. Употребление жаргонизма, как и любого другого иноstileвого средства, должно иметь определенное стилистическое задание. В противном случае оно неудачно. Например: „Налицо, иными словами, российская дипломатическая и экономическая анемия, полная размытость представлений о собственных перспективных интересах, отсутствие последовательности в действиях. Сеул, напротив, Москву употребляет грамотно и с удовольствием, добиваясь для себя видимых и ощутимых достижений” (“Известия”, 27/V-94).

Таким образом, функциональностилевые нормы и общестилевые взаимодействия, определяя развитие литературного языка. Сейчас мы по-видимому, являемся свидетелями периода интенсивного развития газетно-публицистического стиля. Значительно расширился спектр стилевых манер газет – произошла дифференциация газет по стилистическому признаку. Наблюдаются радикальные изменения в системе жанров. Углубляются и расширяются процессы развития оценочности, использование различных пластов лексики, и в связи с этим происходит становление новой лексической системности газеты.

Все это оказывает влияние и на развитие литературного языка, расширяя возможности его выражения, в частности увеличивая потенциал интеллектуально- и эмоционально-оценочных средств. Что же касается „языка улицы”, то, объективно существуя, он получает отражение в соответствующем типе газет и занимает маргинальное положение. Но это не отменяет обязанности вести культурно-языковую работу, воспитывать языковые вкусы. В условиях языковой вседозволенности нормативность приобретает особенно важное значение.

## Литература

- Винокур Г. О., 1994, *Язык писателя и норма*, „Вопросы языкознания”, № 1.  
Костомаров В. Г., 1994, *Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*, Москва.  
Солганик Г. Я., 1981, *Лексика газеты. Функциональный аспект*, Москва.

## *Contemporary Language Processes as Reflected in Newspaper Texts*

The article under review examines the way newspaper texts reflect important developments taking place in the language within our modern society. The article discusses such major trends in the development of language in newspapers as the change of key words (conceptual words) resulting from the democratization of our society; the change in the use of biased language and the narrowing of its usage; the strengthening of information aspect that manifests itself in changing the genre as well as the headlines; the extension of the vocabulary of newspapers by introducing spoken elements, popular speech, colloquial words and jargon; making the language used in newspapers more intimate - the trends to bring the language of newspaper articles to the language of readers.