

Лингвостилистические изменения в русской газете последнего десятилетия

МАРГАРИТА Н. КОЖИНА, Л. П. ДУСКАЕВА
(Пермь)

Из всех функциональных стилей русского языка наиболее заметные изменения в последнее время происходят в сфере публицистики, точнее, в стилистике газетной речи. Это естественно и закономерно при учете глубоких политико-социальных преобразований в советском обществе со времени перестройки, т.е. с 1985 г. Очевидные стилистико-языковые изменения на газетной полосе лишней раз демонстрируют жесткую обусловленность функционального стиля динамикой экстралингвистической основы. Это во-первых. А во-вторых, возможность глубоких лингво-стилистических изменений прежде всего именно в публицистической сфере общения, как бы напрямую связанной с областью социальных отношений носителя языка (политико-экономических, государственных и других социальных преобразований общества).

Современное состояние русской газетной речи и первые ее исследования со всей наглядностью обнажили значимость проблемы экстралингвистических обоснований функциональных стилей, как и вообще — функционирования языка, в частности, высоких, быстрых темпах изменений не только в лексике. Столь скоростные темпы стилистико-языковых изменений трудно представить в отношении других функциональных стилей, поскольку языку свойствен медленный, эволюционный путь развития. Не случайно, что все современные публикации о газетной речи прежде всего ставят вопрос об изменении экстралингвистических фак-

торов в этой сфере. А узко языковой подход при изучении функциональных стилей (что еще не так давно иногда декларировалось, см. напр. Лаптева 1984), кажется теперь явно недостаточным, если не невозможным. Ср., например: „В данной работе поддержана мысль о целесообразности имманентного изучения языка, анализа статической картины экспрессивно-функциональной дифференциации элементов стиля” (Какорина 1992: I)

Резкие изменения лингвостилистического облика газеты после 1985 г., вызванные перестройкой, были замечены читателями; вскоре появляются и первые языковедческие исследования. Сейчас последних уже немало, в том числе интересных и глубоких. Они посвящены различным аспектам газетно-публицистического стиля: изменениям в области лексики и фразеологии, см.напр. работы Г.М.Поспеловой (1991), В.Н.Вакурова (1991), Е.Н.Говердовской (1992), семантико-стилистической сочетаемости в связи с проблемой стилевой нормы (Какорина 1992), выражения авторской позиции в публицистике (Кайда 1992), проблемы аргументации в публицистическом тексте (*Аргументация в публицистическом тексте* 1992) – и ряду других аспектов газетной речи, изменениям в употреблении в ней языковых единиц различных уровней, а также в ее стилистике и жанровом своеобразии.

При демонстрации довольно большого объема материала обобщения и заключения авторов, во многом совпадающие (о заметных, резких изменениях в языке газеты), в ряде случаев оказываются противоречивыми. Особенно это касается общих выводов о степени сущности лингвостилистических изменений в газете и статуса газетно-публицистического функционального стиля применительно к новейшему времени, ср. напр. работы И.А.Вещиковой (1991) и Е.В.Какориной (1992).

И хотя фактический материал по газетной речи еще требует дальнейшего всестороннего изучения и делать сейчас сколько-нибудь окончательные выводы по затронутому общему вопросу, вероятно, еще преждевременно, однако обобщения имеющихся фактов и наблюдений (пусть пока в предварительном плане) представляются нам все же актуальными так как могут послужить некоторым теоретическим ориентиром для последующих исследований. Отсюда цель статьи — попытаться представить некоторые обобщения относительно лингвостилистических изменений газетно-публицистической речи в аспекте ее основных функций, стилевых черт, стилевого конструктивного принципа, функ-

ционально-стилевой специфики, в аспекте принципов отбора и сочетания языковых единиц. Кроме того, показать (естественно, весьма кратко), какие изменения происходят на газетной полосе в отношении языковой материализации диалогичности (особенно на синтаксическом уровне) — вопрос, пока не получивший специального изучения в литературе.

Одним из актуальных является и вопрос систематизации и определения детерминантных связей и приоритетов в происшедших лингвостилистических изменениях (при самом описании тех изменений; к сожалению, пока в литературе здесь нет системы, что свидетельствует о недостаточно выработанной методологии и методике функционально-стилистического анализа). Однако обсуждение и решение этого вопроса требует самостоятельного исследования. Мы лишь попытаемся наметить некоторые вехи в этом отношении. Избранный нами путь: от общих изменений экстралингвистических факторов данного функционального стиля, к реализации основных и вторичных функций и соответствующих стилиевых черт, материализации всего этого через конструктивный принцип, закономерности отбора и сочетания языковых единиц к конкретному анализу изменений в употреблении этих единиц всех уровней в тексте; а также изменения прагматического плана, в связи с модификацией структуры коммуникативного акта (взаимоотношения и статуса адресанта и адресата) и универсальных коммуникативных принципов.

Перейдем к анализу фактического материала (в плане стилистических изменений в языке газеты) и обобщениям.

Известно, что для газетно-публицистического функционального стиля русского языка характерны следующие функции, стилиевые черты и конструктивные приемы организации текста (описанные на материале прежних газет, доперестроечного периода): воздействующая и информативная функции в качестве важнейших, первичных; кроме того, просветительская, или популяризаторская, а также гедонистическая — как вторичные функции; важнейший конструктивный принцип языка газеты — сопряжение экспрессии и стандарта, связанный с поиском новизны выражения; открытая социальная оценочность как принцип подачи материала (см. работы В.Г.Костомарова 1971, Г.Я.Солганика 1981, А.Н.Васильевой 1982, М.Н.Кожинной 1983 и др.)

Какие изменения происходят в реализации этих черт после 1985 г.? И воздействующая (экспрессивная) функция, и информативная сами по

себе, естественно, остаются в газете как ее коммуникативно-функциональные специфические признаки, но взаимоотношения между ними, содержательная их сущность, вес в газете каждой, а особенно средства реализации заметно изменяются. Если для прежней газеты характерно синтезированное сочленение этих функций (с несколько большим „весом” воздействующей и „подавлением” ею информативной функции), то теперь в их соотношении налицо паритетное начало: каждая из них имеет свою определенную значимость и самостоятельность. Обусловлено это, конечно, социальными преобразованиями в обществе, т.е. экстралингвистически. Прежняя газета с ее установкой на пропаганду и агитацию по- существу трансформировала каждую из этих функций, особенно информативную.

Информация о фактах, событиях для газеты была значима не сама по себе, но как средство проведения определенной идеологии, действительность искажалась, мифологизировалась, факты нередко подтасовывались и давались сквозь призму установленной свыше, „утвержденной” идеологии. Отсюда информация о событиях внутренней жизни, как правило, приукрашивалась, рисовалась в светлых, радостных и приподнято-торжественных тонах, тогда как сведения о событиях за рубежом окрашивались мрачным цветом с оттенком неприязни. В целом информативная функция выступала, собственно говоря, весьма часто не в своей роли, трансформировалась, поскольку содержательно была неистинной.. Она как бы пропитывалась пропагандистски-воздействующим началом.

Публицист М.Н. Смирнова так пишет о газете периода „застоя”: „Большинство газетных материалов было нарядно-праздничным. Страница пестрела сообщениями об „очередных трудовых успехах”, о „новых завоеваниях”. Замалчивая отрицательные факты, события, обхода острые, „опасные” проблемы, журналисты старались сохранить в народе „бодрое настроение”. Мир реальный и мир, созданный журналистами, все более расходились друг с другом”(1991: 16). Е.В. Какорина справедливо отмечает наличие в прежней газете „преобладания концептуальной (с точки зрения говорящего) информации”, „внедрение концептуальной информации в фактологическую”, и „сульную редукцию фактологической информации” (Какорина 1992: 7).

Стилевыми чертами, реализующими информативную функцию считаются: 1) подчеркнутая документально-фактологическая точность вы-

ражения, 2) сдержанность, официальность, 3) известная обобщенность, абстрагированность и понятийность изложения как итог аналитичности и фактографичности (сп. напр. Кожина 1983: 188). Изменения коснулись того, что, во-первых, в связи с утверждением самоценности информативной функции в газете значительно возросла роль первой и третьей из указанных черт. Во-вторых, общее движение стилистических изменений газетной речи „сверху вниз” (на снижение стиля) отразилось в уменьшении сдержанности, официальности передачи информации. С особой силой это изменение демонстрируют молодежные издания, в частности „Комсомольская правда”.

Воздействующая экспрессивная функция, помимо того, что она подавляла и трансформировала информативную, содержательно отличалась жесткой императивностью, одноплановостью (проведением все той же неизбежной идеологической установки) и однонаправленностью, приводящей к модификации коммуникативного акта (именно воздействие со стороны газеты как органа партии и государства, обобщенного адресанта на читателя а не взаимодействие общающихся. Отсюда лингвостилистическая реализация этой функции проявлялась в лозунговости речи, в прямой императивной модальности; а также в патетичности, ложной („голой”) риторичности; кроме того – в создании стиля массовидности и собирательности как проявлении духа коллективизма, проповедываемого идеологами коммунистической идеи.

В современной газете обе эти функции, освобождаясь от деформаций, все более выступают в своей основной роли – информирования и экспрессивной.

Информирование стремится к достоверному, фактологическому. Функции воздействия уходит от одноплановости и императивности; в коммуникативном акте как бы уравниваются роли адресанта и адресата, происходит доверительный разговор, приглашение читателя к совместному обсуждению проблем и поиска решений. Вместе с тем уходит в прошлое всеобщий патетико-торжественный тон, лозунговость, риторичность. Стилистика материализации воздействующей функции становится более разнообразной, раскованной, индивидуализированной. Для старой газеты характерны единообразие, стабильность, стандартизированность образно-выразительных средств. Теперь почти каждая газета имеет свое лицо, а каждый журналист стремится к проявлению своего

авторского Я, своей стилистики. Происходит, как заметила Е.В. Какорина, смена „инструмента воздействия” (ранее – через идеологему).

В качестве способа воздействия все более привлекается анализ, аргументированность изложения, в связи с чем в современной газете увеличивается доля и вес аналитических жанров: на первый план выступают: статья (в том числе проблемная), обзоры, комментарии, корреспонденции и, напротив, уходит в прошлое „главный” официозный жанр – передовая, проводящий коммунистические идеи. Таким образом, не только образные средства, новизна выражений и семантико-стилистические новации выступают теперь как инструмент воздействия, но и живая мысль, аргументация, анализ, т.е. интеллектуальное начало. Процесс этот обнаруживает себя еще в предперестроечный период, но получает свое полное развитие именно в наше время.

Просветительная и популяризаторская функции повысили свой статус, передвигаясь из периферии к центру, в связи с необходимостью обсуждения экономических, юридических, экологических и других острых проблем и переоценкой исторических событий, „закрытием белых пятен” истории. Гедонистическая, развлекательная функция отходит на задний план, в связи с чем, вероятно, почти уходит из газеты жанр фельетона. (Кстати, Л.Г.Кайда отмечает, что фельетон становится более глубоким и проблемным – 1992: 31). К тому же эта функция реализуется в новых, впервые появившихся особых изданиях.

Исследователи отмечают сохранение основного конструктивного принципа газетной речи – сопряжения экспрессии и стандарта. Однако и в его реализации заметны, в связи со всем сказанным, содержательно-стилевые изменения.

Реализация функции воздействия осуществлять и осуществляется в газете в большой мере через функциональную стилистико-смысловую категорию оценки, иначе – через оценочность речи как ее стилевую черту – но именно социальную оценочность. Г.А.Солганик отмечает, что „для публицистики оценочность выступает как важнейшее экспрессивное качество речи” (1990: 12), оно приобретает в газете всеохватывающий характер. Своеобразие его в том, что в отличие от других функциональных стилей, оценочность в газете содержательно выступает не как многомерная, а лишь двухмерная шкала оценок: позитивное/негативное. „Резкое разграничение положительного и отрицательного, света и тени и соответствующее деление языковых средств на положительно и отри-

цательно-оценочные, закрепляющие их в этой функции, составляет отличительную особенность газетно-публицистического стиля” — пишет Г.А. Солганик (1990: 14).

В современной газете многоаспектность оценок несколько возрастает, но, в общем, в принципе остается их двухмерность. Для прежней газеты характерна „фундаментальная семантическая оппозиция”: *свое – чужое*, определяемая с классовых позиций. Теперь, при сохранении дифференциации на свое и чужое, она обычно строится на основе более частных признаков (позиций различных партий, социальных и профессиональных группировок и организаций, личных мнений и пристрастий).

Итак, деление оценок на позитив и негатив сохраняется, но помимо сказанного, происходит мена знаков оценки на противоположные в связи с изменениями в общественном сознании и переоценкой социальных ценностей. Противопоставление позитива и негатива как (соответственно) „свое – чужое” приобретает конкретных слов и словосочетаний прямо противоположную оценочность, которая сопровождается появлением у слов новых коннотаций и стилистических окрасок. Так, слова *большевик, коммунизм, социализм, советский, ленинский, вождь, красный колхозный* и др. соответствующей „идеологической семантики” и позитивной оценки, а также устойчивые словосочетания *Союз нерушимый, великий Советский Союз (страна), дружба народов, колхозно-совхозный строй, диктатура пролетариата* и т.п. начинают употребляться с противоположными коннотациями и вместе с тем переосмысляться, нередко приобретая ироническое (иногда юмористическое) звучание, ср.: *казарменный социализм, пережитки социализма* (оспекуляции), *страна развитого очердизма* (новообразование от слова „очередь”, *агония колхозно-совхозной системы, наступление диктатуры, правительство плачущего большевика* (Н.И.Рыжкова) и т.п. Нередко в связи с этим происходит своеобразное смешение стилей, когда в одном узком контексте употребляются слова разных лексико-стилистических статусов (в том числе термины и разговорные слова): *мораторий на распри и дразги, засилье ведомств, Министерство...не лыком шито!* Ср. также недопустимые ранее словосочетания с меной знака оценки: *брак по-советски* (КП, 5.01.91); *по заводу бродит призрак приватизации* (КП, 15.02.91); *читайте, завидуйте: я – дворянин* (КП, 05.01.91).

Многие ранее нейтральные слова, приобрели негативную стилистическую окраску; *система* (ср. в словосочетаниях: *административно-командная система; авторитарно-бюрократическая система*); *аппарат, парт-аппарат, номенклатура (-турный)*; слова с морфемой „спец” – *спецаек, спецдачи, спецбольницы, спецлечение*. С другой стороны, слова, ранее имевшие негативные коннотации, теперь нейтрализовались: *рынок, биржа, купечество, господин, дворянин* и мн. др. Проявляются словообразования с яркой отрицательной семантикой, ранее недопустимой: *партократия, партаппаратчик, брежневизм, рашидовщина* и др. т.п.

Е.В.Какорина отмечает три основных аспекта качественных и количественных изменений в семантико-стилистической стратификации языковых средств оценочности: 1) смена знаков оценки на противоположные; 2) значительное расширение области отрицательных номинаций; 3) резкое сужение области нейтральных речевых средств (1992: 11).

Отметим, что изменения в реализации категории оценки в газете носят глубокий и системный характер, находя выражение в функционировании языковых единиц всех уровней (лексических, фразеологических, словообразовательных, грамматических). Некоторые группы изменения в реализации воздействующей функции.

Если прежде лозунгово-призывная экспрессия в газете реализовалась через императивную модальность (см. об этом, в частности: Шмелев 1977: 73), то современная газета не допускает агитации „в лоб”, и поэтому меняется характер модальности: она становится рекомендательной, косвенно-императивной, сопровождающейся обоснованием волеизъявления. Благодаря этому исчезает открытая назидательность, политико-идеологическая апеллятивность в газете. Тем самым меняется функционально-стилистическое значение императива. Ср. примеры из старой газеты: *К новым трудовым свершениям, дорогие товарищи! Пусть крепнет великая дружба между нашими народами!* (Прямой императив, содержащийся здесь, придает директивность, патетичность) с новыми употреблением: *Надо хорошенько запомнить цели эсэсовцев и не заставляя себя верить в их мнимое благородство* (КП, 19.06.91); *При этом надо учесть, что за тот же период затраты были значительно ниже...* (Изв., 15.08.91); *Мы обязаны помнить, что гуманный смысл нашей жизни не должен при этом обедняться* (СЖ, 31.12.91);

Не должно быть таких канонов, которые позволяли бы ставить на человеческой жизни крест! (Изв., 14.08.91).

Из новых газет исчезает экспрессия подчеркнутого „силлогизма”, отмечаемая прежде. Наличие ее здесь объяснялось необходимостью стилистического подчеркивания „непререкаемой” логики. В связи с отказом от менторского дидактизма и ориентацией на диалоги с читателем газета отказывается от категоричности высказываемых суждений. Кроме того, возрастает роль логического обоснования всех оценок, отчего происходит семантическое преобразование экспрессии газетного языка, она приобретает характер аргументированности и аналитизма.

Патетичность изложения, монументальность, находившие выражение в прежней газете в широком привлечении категории собирательности, уходят вместе с соответствующими формами, в частности, почти исчезают субстантивные числительные, прилагательные и причастия.

Для языка газеты новейшего времени характерно стилистическое многообразие, раскрепощенность речи в сторону, так сказать, снижения стиля. Подчас прежняя патетичность при изображении действительности сменяется стреплением к ее комическому представлению. Шире используются приемы контраста. По наблюдению Е.В. Какориной „фельетонные” правила построения текста становятся „справедливыми” для всех типов газетных текстов (1992: 15). Вообще в новой газете активизировались средства выражения юмора, иронии, сарказма, в которых, можно сказать, материализовались новые социальные и мировоззренческие ориентации общества. Ср. напр.: *Это что большевик лезет вновь на броневик?* (КП, 19.06.91); *Крестьянин: государство - это не я* (Изв., 4.10.91); *Каждому сельсовету - свою государственную карту* (КП, 31.10.91); *Великолепная восьмерка ГКЧП* (Изв., 15.10.91).

Такая черта газетной экспрессии, как стилевой „эффект новизны” становится значительно актуальнее для сегодняшней публицистики. В газете начала 90-х гг. стремление к стилевой новизне носит всеобъемлющий характер, соотношение воспроизводимых и создаваемых элементов сместилось в сторону последних и количественно, и функционально (см. Какорина 1992: 17).

Одним из существенных среди общих изменений газетной речи, имеющих далеко идущие последствия, явилось преобразование соотношения адресанта и адресата.

Исчезновение старых черт экспрессии из газетного языка: императивности, патетичности, лозунговости, порождавших назидательность, дидактизм, политическую апеллятивность и отдалявших журналиста от аудитории, способствовавших становлению „неравных” отношений между адресантом и адресатом (см. Винокур 1972, Шмелев 1977), приводит к уравниванию позиций коммуникантов в современной газете. Это способствовало утверждению такой черты экспрессии, как интимизация изложения (термин Л.А.Булаховского – 1954: 455), внесло дух доверительности в изложение, когда читатель вовлекается в процесс сомышления, сопереживания. Это способствует косвенному воздействию публицистического текста на аудиторию, помогает избежать прямой агитации. Усиление интимизирующих интонаций в газете последних лет впервые было отмечено Л.М.Майдановой (1990).

Вместе с указанной качественной перстройкой речевого акта (статуса общающихся) на страницы газет, можно сказать, хлынула стихия разговорной речи, вплоть до использования средств просторечия, диалектной речи, жаргонизмов, молодежного сленга. Внедрение средств устно-разговорной речи в публицистику и сближение последней с устным типом речи сыграло большую роль в разрушении барьера между журналистом и читателем, в то же время привело как бы к уравниванию их стилистико-речевых норм, и к приближению первого ко второму. Вместе с тем говоря языком своей аудитории журналист ненавязчиво утверждает свою позицию.

Расширение воздействия разговорной речи на письменные жанры, в том числе газетные, началось в русском языке ранее и было отмечено в литературе Н.Ю.Шведовой (1966), В.Г.Костомаровым (1978), О.Б.Сиротининой (1968) и др. В частности, О.Б.Сиротинина писала об использовании средств разговорной речи в жанре разумий (о судьбах молодежи) и в международных обзорах (на фоне книжной стихии последних). Однако в настоящее время этот процесс на газетной полосе из количественного перешел в качественный.

В сегодняшней газете процесс „экспансии” разговорной речи приобрел поистине небывалые масштабы и интенсивность. Как замечает Г.М.Поспелова, „элементы разговорной речи проникли в те жанры и тематически закрепленные тексты, которые всегда практически были для них „закрыты”: в информации на международные темы, в хронику официальных событий дня, в комментарии к выступлениям руководи-

лей высшего эшелона власти, где шаблонизация и непроницаемость для посторонних вкраплений были нормой” (Поспелова 1991: 55).

Помимо всего сказанного, отметим, что значительно усилилась рекламность газетно-публицистических текстов. В условиях рыночной конкуренции эта черта экспрессивности стала одной из весьма актуальных. Наиболее заметно она проявляется во внешнем облике газеты в том числе в широком использовании развернутых подзаголовков, а также в яркой реализации „эффекта новизны” в заголовках и зачинах. Однако стилистические приемы, используемые здесь – перифразы и трансформация фразеологизмов, крылатых слов, строчек из стихов, песен, разговорные интонации – были, в общем, свойственны и прежней газете: меняется же, обновляется содержание и характер оценочности и частота употребления. Примеры: *В Воронеж дядя Сэм послал кусочек сыра* (о гуманитарной помощи (КП, 08.01.91); *Как вам кажется, если время — деньги, то в какой, собственно, валюте?* (Аиф 05.92); *Первый тайм уже отшумели* (КП 19.10.90); *Возомнив себя членами Политбюро, они беспардонно вытащили на трибуну президента* (КП, 25.04.92); *Вам уже смешно? Смейтесь, смейтесь...Но помните...* (КП, 05.01.91); *Сказочный консенсус между армейскими волками и овцами бюджета* (МН, 31.05.92); *Гласность развеялась как дым, как утренний туман* (МН, 31.05.92); *Реформа, казалось, висела на волоске* (КП, 25.05.92)... *распределили остатки продуктов...следующим образом: 1 кг сахара, муки... (на одну на ладан дышащую душу) – на квартал* (КП, 05.01.91); *О невозможности пивного путча в отдельно взятом баре* (КП, 05.01.91); *И друг степей – Гайдар?* (о выдвижении кандидатуры Е. Гайдара в депутаты Калмыкии) – (Аиф, № 8, 93); *Исхитрился слепить бюджет. Как? Да очень просто: давайте, мол, предположим, что произойдет прирост производства...* (КП 09.04.91).

Эта черта свойственна и газетам делового мира. Ср. например экспрессивные заголовки газеты „Коммерсант” (№ II, 1992): *Феномен в Нижнем: биржевая акула проглотила мелкого инвестора*; *Акции „Деловой России”: ну что, купим по маленькой?*; *„Мосприватизация”. Знать не знаем, но ведать – ведаем.*

Когда мы говорили о переходе количества в качество в отношении использования стихии разговорной речи в современной газете, то имеем в виду то, что по-существу меняется стилевая норма газетной речи, она сдвигается в сторону разговорности, раскованности и свободы. Разго-

ворные средства всех языковых уровней используются в самых различных жанрах, существенно изменяя общий лингвостилистический облик газеты, происходит общее снижение стиля газеты. Кстати, в этом проавляется одна из сторон системного характера изменений газетно-публицистического стиля. Разговорные, просторечные, жаргонные средства широко представлены в лексике газеты: *коммуналка, хрущевка, психушка, фарца, клевый, фирмовый, прикнуть, грохнуть, тусовка, бестоварье, обираловка, туфта, возникнуть* (в значении - возражать); *взвалить, прихоть, поносит, идиотизм, дозарезу, сварганить, настучать* (донести); Среди устойчивых оборотов и фразеологизмов: *Не дай Бог! Упаси Боже! из рук вон плохо, куда ни шло, гнать план, разгул цен, засилье водомоств, проект завяз, беспредел в экономике, взвалить на себя; на худой конец, до лампочки; худо-бедно*; в морфологии: активность глаголов 2-го лица и соответствующих местоимений; употребление разговорных частиц - *мол, дескать, ну, же, -то, ведь*; в синтаксисе: резкое увеличение частности вопросительных предложений, вопросо-ответных комплексов устно-разговорного типа, эллиптических предложений и др. Здесь же можно отметить и такой характерный для газеты прием (впрочем, известный и ранее), как смешение разностильных средств (с участием разговорно-просторечных), например: *подзадоривать съезд; шикарно вооружены; поносить со всех трибун; по замечанию ехидного деателя; можно лишь взывать к верхам, грозить ему тощим хвостом и орать от ужаса* (НГ, 14.05.92); *растолковать высокому форуму* (КП, 25.04.92).

Приведем две контекстуальные иллюстрации новой газетной стилистики. Вот яркий пример стилистики контрастов:

„Команда Гайдара устояла и на этот раз. Искусно отбив матовую атаку оппозиции, правительство явно повысило свой рейтинг. Но рорький осадок в душе все-таки остается. По большому счету, шестой Съезд народных депутатов России закончился вничью, которую впору сравнивать то ли с Брестским широм, то ли с затишьем перед бурей...” (КП, 25.04.92)

Другой пример:

„В редакционном буфете чашка кофе стоит 20 копеек. Не большая чашка, а маленькая, ну та, которая стоила 14 копеек. В первый день мы, естественно, удивились – ведь кофе вроде бы оставался в прежней цене...Можно подумать: о чем разговор? Всего 6 копеек лишних, когда

кругом теперь сотни летать? Сняв голову, по волосам не плачут. Но я хочу поговорить не о 6 копейках. И может быть, даже не о деньгах вообще. Тут другое. Как бы это получше объяснить. Вот, пожалуй, наиболее сильное сравнение. Не точное, а именно сильное, впечатляющее(...). И что же мы наблюдаем в это время? В магазине „Диета”... на ценнике была обозначена немислимая цена... Что же это получается?... Откуда же взялась необъявленная цена? И что же теперь? Все, кроме платы за проезд, остается по-старому. Видимо, до следующего повышения цен. А что? Момент очень подходящий — грех не воспользоваться...” (Изв. 06.04.91 — Е.Гонзалез, *Мы так не договаривались*).

Влияние устно-разговорной речи и перераспределение статуса адресанта и адресата в новой газете особенно ощутимо сказываются на текстовом уровне, а именно в привлечении диалоговых форм речи, в изменениях речевого воплощения диалогичности. Остановимся несколько подробнее на этом малоисследованном вопросе.

В газете последних лет чрезвычайно широко представлен диалог. Он выступает как принцип построения отдельного текста (как жанрообразующий признак), как способ организации материалов на газетной полосе (репликой диалога в этом случае выступает целый текст). В связи с перестройкой структуры прессы он становится формой взаимодействия между различными изданиями (газетами).

В лингвистической литературе 80-х гг. появился термин „диалогичность”, обозначающий явление более широкое, чем просто диалог (Кожина 1986). Диалогичность наиболее явно эксплицируется в собственно диалоге. Диалог — это внешняя сторона диалогичности. Внутренняя сторона диалогичности — это выражение в тексте средствами языка взаимодействия общающихся, понимаемого как соотношение нескольких смысловых позиций, как учет адресата (в широком смысле, в том числе второго „Я”). Такое понимание диалогичности опирается на трактовку диалога М.М.Бахгиным (1979) (как взаимодействия смысловых позиций общающихся).

Каковы же изменения в лингвистическом выражении внутренней диалогичности газетных текстов? Анализ материала показал, что налицо количественное и качественное преобразование диалогичности.

Из-за деформаций универсальных коммуникативных принципов (по Грайсу), в первую очередь принципа кооперативности, в публицистике тоталитарного государства диалогичность, являющаяся реализацией

коммуникативной функции языка, не могла проявляться в полной мере (в текстах начала 80-х гг.). Она выступала тогда лишь как отражение в речи обращенности к адресату, как учет возможностей восприятия текстов аудиторией (Власова 1985). В текстах же начала 90-х гг. диалогичность охватывает весь процесс утверждения авторской позиции, авторской оценки, точки зрения на описываемое событие, которая реализуется во взаимодействии с другими смысловыми позициями.

Основные формы выражения диалогичности, существующие в газете новейшего времени, можно схематически представить тремя видами: 1) „Я — ВЫ”, „МЫ с ВАМИ” („разговор” с читателями, ведущийся с целью установления идейной общности с ними); 2) „Я-ОН-ВЫ”/„Я-ОН¹-ОН²-ВЫ” („диалог/полилог” с „третьим/-тремя” лицом/-цами — идеологическими сторонниками или противниками, обращенный к читателю), 3) „Я¹-Я²-ВЫ” (демонстрируемый читателю внутренний диалог публициста либо диалог двух сознаний).

Изменения относительно выражения диалогичности в современных газетах предстают следующим образом.

1. Диалогичность первой формы передает теперь более камерное, лично ориентированное общение между публицистом и аудиторией, чем в старой газете.

Уравниваются, как указывалось, коммуникативные позиции адресующегося и адресата, происходит между ними „сближение”. Форма „МЫ с ВАМИ” демонстрировала в старой газете декларировавшееся тогда единство идейной позиции автора и аудитории, была выражением пропагандировавшегося духа коллективизма. Теперь же она способствует созданию доверительного тона общения журналиста с читателями.

2. В диалогичности второго типа в качестве „третьего” лица выступал либо авторитетный проводник господствовавшей идеологии (и тогда диалогичность приобретала форму как бы слияния двух мнений, принадлежащих только двум разным лицам), либо носители идей, объявлявшихся враждебными, „чужими”. Поскольку глубокому анализу мнения, взгляды „третьих” лиц не подвергались, постольку взаимодействия между „Я” и „ОН” не происходило. Диалогичность была по существу формальной, нежели семантической.

В газете новейшего времени для публициста стало невозможным игнорирование чужих точек зрения, непризнание права на существование других мнений. Так что отношения между мнением публициста и

мнением другого лица приобрели характер взаимодействия. Кроме того, в публицистике появляется многосторонний диалог-полилог, эксплицирующий взаимодействие авторской точки зрения со множеством других. Изменения в выражении этих форм происходят в связи с утверждением плюрализма мнений, диалога как единственной формы социального общения.

3. Третья форма отражает демонстрируемую читателю саморефлексию журналиста. Прежде она была крайне редкой. Это объясняется, на наш взгляд, тем, что журналист выступал тогда как обобщенное лицо, как рупор господствовавших в то время идей, то есть как носитель единственно возможной позиции. Ясно, что в этом случае демонстрация саморефлексии была неуместной. С усилением степени персональной вовлеченности автора в публицистическое „Я“, повышением интимизации изложения эта форма выражения диалогичности становится весьма актуальной. Этим и обусловлена ее большая употребительность в газете начала 90-х гг.

Изменения в реализации диалогичности на страницах современной газеты предопределены такими экстралингвистическими факторами, как освобождение средств массовой коммуникации от идеологического кураторства, перестройка их структуры под влиянием политического и идеологического расслоения общества, утверждение демократических принципов (плюрализма, свободы слова-гласности), развитие конкурентных отношений между средствами массовой информации. Под воздействием благоприятных социальных условий изменяется ситуация в этой сфере, вместе с этим диалогичность из стилистического приема превращается в фундаментальное свойство газетной речи.

Утверждение диалогичности как фундаментального качества газетной речи отразилось на жанровой перестройке газеты. С газетных полос исчезает пропагандистская передовая статья; присущие ей директивность, риторичность, лозунговость, менторский дидактизм становятся неуместными в газете. Появляются новые жанры, в основе которых лежит диалог: беседа, экспресс-интервью, эксклюзивные интервью, экспресс опросы, „мысли-прогнозы“, „проблемы-прогнозы“, письма читателей (последнее характерно для „АиФ“). Преобразуются, обогащаясь, старые жанры. Обогащение происходит, во-первых, за счет усиления аналитического начала, а во-вторых, того, что Л.Г.Кайда называет эссеистичностью (Кайда 1992). Симптомы эссеистического насыщения про-

1 Единица устной диалогической речи рассматриваются, в частности, в работе: Земская

Чрезвычайно активизируются синтаксические средства устной диалогической речи. Это вопросительные и восклицательные предложения, вопросно-ответные комплексы: "Можно ли не понять селян, что от отча-

востей" от 23.02.93).

случая – но есть и другие –, обнаружены на одной полосе "Российских венностей"; "Сикер *объявляет* безд. единственной силой..." (Все эти на, необходимо представлять возможность приобрести в России собственности рынка"; "Республикам бывшего СССР, но мнению В.Черномырдина", он сторонник строительства взаимоотношений... на принципах Валерий Харламов в своей книге *исал*"; "Как *подчеркнул премьер-министр*, 3) констатируя, указывающих на источник сообщения: "Герндарный

зирем результаты" (Рос. вестя, 23.02.93);

ских связях" (Изв. 2.03.91). "Чуть *ниже* *объясним* почему. Пока пронашли-очень успешно"; "Теперь *перейдем* к вопросу о дзвусторонних экономических Премьеры: "Надо *отметить*, что осуждение кандидатуры... произошло не (2) констатируя и оборотов связи: *рассмотрим*..., *обратимся* к..., и др.

устройстве, мы в этом случае остаемся на твердой почве..." (СЖ, 12.12.91); лять... Одним словом, провозгласив радикальные реформы в государственном если возникает необходимость обновить союз, то это необходимо сделать... *Во-вторых*, нельзя путать волю народа с волей политических деятелей... *Во-первых*, ко еще и еще раз необходимо все трезво оценить и взвесить. *Во-первых*, ная опора прокуратуры лишь "шпионскую" статью" (Изв. 28.01.93). "Одна-судулище над своими обвинителями из прокуратуры... *С другой* – откровен-*одной стороны* – желание обвиняемых превратить судебный процесс в *рык, шак, напужер, стало быть, такж образом* и др. Премьеры: *С*

1) вводных слов, передающих логику изложения: *во-первых, во-вторых, во-третьих*, форм способствует активизации в них слелующих синтаксических средств: Насыщение публицистических текстов диалогичностью 2-ой о 3-ей

выше форм.

ценение данных публицистических жанров диалогичностью 2 и 3 указанных связанных между собой. Вследствие усиления этих черт и происходит насы-ного сознания" (Кайда 1992: 34). При этом анализичность и эссеистичность-лее полностью "самовыражению, раскрытию авторского индивидуаль-блемной статьи, очерка улавливаются в стремлении публициста к наибо-

яния доходят до ультиматумов: ну как же – посеяли, вырастили, а убрать недостает сил” (Изв., 14.08.91); „И еще недавно трудно было даже представить, что возможно как-то иначе. Оказалось, возможно. Оказалось, что и последнее – по-человечески похоронить человека – можно разрушить. И – ничего? И – ничего. Значит, можно и так? Привыкнем” (Изв., 26.02.93); „Знаете ли вы, кто такой Мистер Твистер, появляющийся ныне во всем великолепии на сцене Московского ТЮЗа? Не угадали. Я вам помогу” (Рос. вести, 28.02.91);

Важно отметить активизацию:

1) таких вопросительных предложений, которые имитируют пере-спрос: „Бергман...публично вручает этот листок в целлофановом пакете – с просьбой провести следствие. Результат? Пакет с листком теряется, прокурор уходит в отпуск, а уголовное дело – в песок” (МЭ, 10.02.93); „Могут спросить: да было ли такое? Увы, было...Могут спросить: да так ли это важно? Важно!” (Изв., 30.07.91); „Платить обязан столько, чтобы хватало...Что? Станем получать больше колхозников? Но это же правильно” (Изв., 2.09.91);

2) слов-предложений: *да, нет*: „Да, мы стали какими-то нервно-покорными...” (Рос.вести, 26.02.93); „Нет, слезой, пусть и праведной, стариковское горе не зальешь, и очерствелость души не очеловечишь. Сегодня, по моему твердому убеждению, уже надо вести речь не о помощи, а о спасении. Да, о спасении!” (СЖ, 16.01.91)

3) предложений с частицами *ну, а, да* – в функции зачина: „Да и как угнаться хилой, технически не оснащенной службе охотнадзора за владеющими...машинами,...оружием браконьерами?” (Рос. вести 26.02.93); „Вот и пришлось писать бумагу за госсчет. Да и его так же похоронят...Что же, оставить его вместе с заявлением соседу”; „Ну, а водочная история завершилась благополучно” (Изв., 23.02.93);

4) обращений к читателям: „Ты ли это, русская интеллигенция? Ты ли это, писательство, когда-то считавшаяся совестью народа?” (СЖ, 3.12.91)

5) вводных слов и словосочетаний, представляющих собой аппеляцию к читателю: „Можно, конечно, возразить: сегодняшнего мужика в тайгу, в медвежий угол не загонишь. Но, поверьте, его и не загоняли” (СЖ, 20.03.91); „А остальные что – философы? Представьте себе, скорее всего, да” (Рос. вести, 26.02.93); „Так это, скажете, все-таки Пушкин!

Ну, а упомянутый выше Фюфляев Я О них, небось, никаких сведений не сыщешь Я Ошибаетесь...” (СЖ, 03.12.91).

Итак, происшедшие изменения в языковом облике газет были определены двумя направлениями стилистических поисков журналистов. Во-первых, на то, чтобы представить действительность в ее истинном свете. В знак оппозиций по отношению к высокопарному представлению действительности в старой газете и к неприглядности нашего сегодняшнего бытия пробуждается ироническое мироощущение журналистов, как выражение социальной оценки, что и нашло отражение в языке публицистики. Во-вторых, поиск новых средств выразительности направлен на то, чтобы воплотить в языке изменившийся статус аудитории в коммуникативном процессе. В публицистике сегодняшних дней происходит процесс формирования иного, чем прежде, стиля общения, а именно – глубоко личного и доверительного. Для этого мобилизуются все средства, имеющиеся в арсенале устной диалогической речи.

Происшедшие в газете последних лет изменения, явно преобразившие ее лингвостилистический облик, не должны, однако, привести к заключению о принципиальных, сущностных изменениях функционального газетно-публицистического стиля, его специфики².

Дело в том, что эти изменения прежде всего выражаются на содержательном и семантическом уровнях (переосмысления добавочные коннотации) и в аспекте стилистических окрасок. Все это реализуется лексико-семантическими средствами, хотя в этом задействованы единицы и других языковых уровней. Главное, что в этом плане отличает современную газету – это переоценка ценностей, смена шкалы оценок на противоположные. Этому подчинена вся стилистика газеты, поскольку оценочность – главная категория и стилевая черта публицистической речи. Но сама по себе оценочность остается и еще полнее и многообразнее реализуется в газете, чем прежде.

Сохраняется и конструктивный принцип газеты в использовании языка. Налицо реализация принципа новизны, создания все новых экспрес-сем быстро переходящих в стандарт (*утечка мозгов, в коридорах власти, гласность стала мотором перестройки, митинговый загар, совковое сознание, развал государственности, оплот тоталита-*

² Ср: „В настоящее время говорить о явных переменах в публицистическом стиле было бы преждевременным” (Вещикова, 1992: 22).

ризма, политический вакуум, дефицит доверия и др.), как и создание новых стереотипов и клише (застойный период, депутатский корпус, административно-командная система, тоталитарная система, новые инициативы, мафиозные структуры, команда реформаторов и мн. др.)

Сохраняются и реализуются все основные функции газеты (хотя и выступающие теперь кое в чем в модификационном виде, но опять-таки это касается семантико-содержательной стороны).

Даже стилевые приемы (трансформация фразеологизмов, перифразы, стилистические контрасты как один из принципов использования языковых единиц в газете, обращение к образным средствам, в том числе для создания юмора, иронии, сатиры, т.е. в конечном счете в функции – все той же оценочности) используются те же самые, но – что важно! – наполненные новым содержанием, а у лучших журналистов более индивидуализированные и свежие.

Тем самым, в конечном счете, в целом говорить о принципиальных, сущностных изменениях данного функционального стиля как такового нет оснований. Однако такой вывод отнюдь не преуменьшает степень изменения лингвостилистического облика газеты. Изменения в современной газете велики и значимы, но представлены в основном, повторяем, на содержательном, семантическом и чисто стилистическом уровнях³, а также в аспекте перераспределения средств общего языка, что мы и попытались представить выше.

О преимуществах в газете специфических черт публицистической речи говорит, кстати, тот факт, что новации стиля в лучших образцах газеты нашего времени были представлены у наиболее талантливых прежних публицистов, например, у А. Аграновского.

В статье неизбежно оставлены в стороне многие другие преобразования в газете, в том числе касающиеся языкового воплощения информативной функции, а также просветительской и популяризаторской, в частности, собственно аргументативные средства. Не коснулись мы и таких новаций, как широкое использование разного рода терминологической лексики, иноязычных заимствований, Но эти факты общеизвестны и к тому же присущи не только газете, но всей сфере

³ Но не функционально-стилевым, т.е. принципиальном для данного функционального стиля.

политико-общественных отношений. Кроме того, реализация воздействующей функции, в особенности привлечение в связи с этим средств устно-разговорной речи, наиболее непосредственно связана с выражением диалогичности на газетной полосе (что было одним из вопросов нашего рассмотрения).

Литература

- Аргументация в публицистическом тексте*, 1992, Свердловск.
- Бахтин М.М., 1979, *Проблемы поэтики Достоевского*, Москва.
- Булаховский Л.А., 1954, *Русский литературный язык I половины XIX в. Фонетика, морфология, ударение, синтаксис*, Москва.
- Бакуров В.Н., 1991, *Словотворчество журналиста*, „Вестник Москов. ун-та. Серия Х.Журналистика”, №4.
- Васильева А.Н., 1982, *Газетно-публицистический стиль речи. Курс лекций по стилистике русского языка*, Москва.
- Вещикова И.А., 1992, *Публицистический стиль как единица в системе функциональных разновидностей языка*, „Вест. Моск. ун-та. Серия IX. Филология”, № I.
- Винокур Т.Г., 1972, *О содержании некоторых стилистических понятий. — Стилистические исследования*, Москва.
- Власова Л.И., 1985, *Некоторые особенности структуры публицистического текста. Дисс. канд. филол. наук*, (гл. III), Воронеж.
- Говердовская Е.В., 1992, *Лексические новации в сфере имени существительного современного русского литературного языка. Дисс... канд. филол. наук*, Москва.
- Земская Е.А., 1979, *Русская разговорная речь: Лингвистический анализ и проблемы обучения*, Москва.
- Кайда Л.Г., 1992, *Авторская позиция в публицистике. Автореф. дис...д-ра филол. наук*, Москва.
- Какорина Е.В., 1992, *Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени (трансформация семантико-стилистической сочетаемости). Автореф. дисс...канд. филол. наук*, Москва.
- Кожина М.Н., 1986, *О диалогичности письменной научной речи*, Пермь.
- Кожина М.Н., 1983, *Стилистика русского языка*, Москва.
- Костомаров В.Г., 1978, *Причины и характер прогресса русского языка в наши дни*, „Вестн. АН СССР”, №4.
- Костомаров М.Н., 1971, *Русский язык на газетной полосе*, Москва.

- Кочеткова Т.В., 1993, *Публицистический стиль. – Функциональные стили и формы речи*, Саратов.
- Лаптева О.А., 1984, *О языковых основаниях выделения и разграничения разновидностей современного русского литературного языка*, „Вопросы языкознания”, № 6.
- Лизанчук В.В., 1991, *Средства массовой информации и формирование гражданской позиции молодежи. Дисс...д-ра филол. наук*, Киев.
- Майданова Л.М., 1990, *Синтаксические поиски современной газеты. – Читатель и газета: проблемы взаимодействия*, Свердловск.
- Поспелова Г.М., 1991, *Социальные ориентации общества в зеркале прессы*, Вестн. Моск. ун-та. Серия Х. Журналистика, № 5, 6.
- Рогова К.А., 1975, *Синтаксические особенности публицистической речи*, Ленинград.
- Сиротинина О.Б., 1968, *Некоторые жанрово-стилистические изменения советской публицистики. – Развитие функциональных стилей современного языка*, Москва.
- Смирнова М.Н., 1992, *Публицистические прогнозы А.А.Аргановского*, „Вестн. Моск. ун-та. Серия Х. Журналистика”, № 1.
- Солганик Г.Я., 1981, *Лексика газеты*, Москва.
- Солганик Г.Я., 1990, *Выразительные ресурсы лексики публицистики. Поэтика публицистики*, Москва.
- Шведова Н.Ю., 1966, *Активные процессы в современном русском синтаксисе: (словосочетание)*, Москва.
- Швец Л.В., 1979, *Публицистический стиль современного русского литературного языка (о некоторых особенностях синтаксического строя современной газетной речи и тенденциях ее развития)*, Киев.
- Шмелев Д.Н., 1977, *Русский язык в его функциональных разновидностях*, Москва.

Источники

(с принятыми сокращениями)

- „Аргументы и факты” – АиФ
„Известия” – Изв.
„Коммерсант” – Коммерсант
„Комсомольская правда” – КП
„Литературная газета” – ЛГ
„Мегаполис-экспресс” – М.-Э
„Московские новости” – МН

Stylistyka II

„Независимая газета” – НГ

„Российские вести” – Рос.вести

„Сельская жизнь” – СЖ

Linguo-Stylistic Changes in Russian Newspapers of the Latest Decade

Quite noticeable linguo-stylistic changes in Russian newspapers of 1980-1993 (brought to life by perestroika and social changes in the life of society) are investigated in the light of the basic functions, stylistic features and the major principles in the selection and use of the language means in newspapers. The authors draw the conclusion that all the basic stylistic parametres of the newspaper are preserved being somehow modified. The changes mainly relate to the semantic – stylistic level (in addition to the lexical level) and a wide use of collouialisms. The latter is explained by the change in the status of the addresser and the addressee, i.e. the dialogic relations between them. The problem is considered in the second part of the article written with a wide use of examples from newspapers.