

СОДЕРЖАНИЕ

■ Общетеоретические вопросы

T. G. Dobrosklonskaya (Moscow, Russia)
Media linguistics: theory and methods of studying
language in the media 7

И. П. Лысакова (Санкт-Петербург, Россия)
Социалингвистический анализ прессы: исто-
рия, методика, актуальность 16

■ Понятия, категории, методики анализа в медиастилистике

И. А. Вещикова (Москва, Россия)
Телевизионная речь в фоностилистическом
ракурсе 29

М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротина (Саратов,
Россия)
Идиостиль публициста. Статья первая 40

■ Типология медиаречи

В. И. Коньков (Санкт-Петербург, Россия)
Речевая организация журнала моды 51

Н. А. Корнилова (Санкт-Петербург, Россия)
Средства выражения фатической речи в масс-
медиа 58

■ Медиатекст: структура, композиция, векторы обновления

М. И. Конюшкевич (Гродно, Беларусь)
Концовка текста. Статья вторая. Типология
концовок аналитического текста 69

Главный редактор

Л. Р. Дускаева
(Санкт-Петербург,
Россия)

Редакционный совет

М. Войтак
(Люблин, Польша)
Ст. Гайда
(Ополе, Польша)
Дж. Ш. Аята
(Стамбул, Турция)
Т. ван Дейк
(Барселона, Испания)
Т. Г. Добросклонская
(Москва, Россия)
И. П. Лысакова
(Санкт-Петербург,
Россия)
О. Б. Сиротина
(Саратов, Россия)
Г. Я. Солганик
(Москва, Россия)
Чжан Хуэйцин
(Пекин, Китай)
В. Е. Чернявская
(Санкт-Петербург,
Россия)
Т. В. Шмелева
(Великий Новгород,
Россия)

Редакционная коллегия

И. В. Анненкова
(Москва, Россия)
А. Г. Баранов
(Краснодар, Россия)
Д. Бжозовска
(Ополе, Польша)
В. И. Ивченко
(Минск, Беларусь)
М. Ю. Казак
(Белгород, Россия)

Чжан Хуэйцин (Пекин, Китай)
Образ Китая в комментариях к новостям о Китае
(на материалах портала Рамблер) 82

■ Функционирование языковых средств в массмедиа

М. В. Мамич (Одесса, Украина)
Лингвосоциокультурная интенция имени собствен-
ного в женском журнале 97

Е. В. Стоянова (Шумен, Болгария)
Вкусовая метафора, или связь традиции и со-
временности (на материале российских и бол-
гарских медиатекстов) 104

■ Новости научной жизни: хроника и критика

Рецензии

М. Ю. Федосюк (Москва, Россия)
Не только для журналистов. Рецензия на учеб-
ник: Современный русский язык / Под ред.
Л. Р. Дускаевой. Санкт-Петербург: Питер, 2013.
352 с. 119

Хроника

Ю. М. Коняева (Санкт-Петербург, Россия)
О деятельности медиалингвистической комис-
сии международного комитета славистов 126

А. Н. Сперанская (Красноярск, Россия)
Экология языка: перспективы развития в XXI
веке. О международной конференции «эколо-
гия языка и коммуникативная практика». СФУ,
2–4 октября 2014 года 129

И. В. Анненкова (Москва, Россия)
«Московская стилистическая школа»: первый
семинар. МГУ, 16 октября 2014 года 133

Abstracts 136

М. И. Коношкевич
(Гродно, Беларусь)
В. И. Коньков
(Санкт-Петербург,
Россия)
М. А. Кормилицына
(Саратов, Россия)
Н. С. Цветова
(Санкт-Петербург,
Россия)
Л. Цонева
(Велико-Тырново,
Болгария)

Отв. редактор

А. А. Горячев
(Санкт-Петербург,
Россия)

Редакторы

В. В. Васильева
Ю. М. Коняева
Н. А. Корнилова
А. А. Мальшев
К. В. Прохорова
Е. А. Щеглова
(Санкт-Петербург,
Россия)

Санкт-Петербургский
государственный
университет

Институт
«Высшая школа
журналистики
и массовых
коммуникаций»

199004, Санкт-Петербург,
1-я линия В. О., д. 26
E-mail: rech@jf.pu.ru

MEDIA LINGUISTICS

2014 INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL № 2(5)

http://medialing.spbu.ru/world_of_medialinguistics/

Scientific journal
of the Media Linguistic
Commission of
the International Slavists
Committee
(under the auspices
of UNESCO)

CONTENTS

■ General theory

T. Г. Добросклонская (Москва, Россия)
Медиалингвистика: теория и методы изучения
языка СМИ 7

I. P. Lysakova (St. Petersburg, Russia)
Sociolinguistic analysis of press: history, technology,
actuality 16

■ Concepts, categories and methods of analysis in media stylistics

I. A. Veshchikova (Moscow, Russia)
Television speech in the phonostylistic aspect 29

M. A. Kormilitsyna, O. B. Sirotinina (Saratov, Russia)
Individual style of a journalist. Part 1 40

■ Typology of media speech

V. I. Konkov (St. Petersburg, Russia)
Speech organization of the fashion magazine 51

N. A. Kornilova (St. Petersburg, Russia)
Means of phatic speech expression in mass media
discourse 58

■ Media text: structure, composition, tendencies of evolution

M. I. Konyushkevich (Grodno, Belarus)
Text ending. Article 2. The typology of analytical
text endings 69

Chief editor

L. R. Duskaeva
(St. Petersburg, Russia)

Editorial Council

M. Wojtak
(Lublin, Poland)
St. Gajda
(Opole, Poland)
C. Şenöz-Ayata
(Istanbul, Turkey)
T. van Dijk
(Barcelona, Spain)
T. G. Dobrosklonskaya
(Moscow, Russia)
I. P. Lysakova
(St. Petersburg, Russia)
O. B. Sirotinina
(Saratov, Russia)
G. Ya. Solganik
(Moscow, Russia)
Zh. Huiqin
(Beijing, China)
V. Ye. Chernyavskaya
(St. Petersburg, Russia)
T. V. Shmeleva
(Veliky Novgorod, Russia)

Editorial Board

I. V. Annenkova
(Moscow, Russia)
A. G. Baranov
(Krasnodar, Russia)
D. Brzozowska
(Opole, Poland)
V. I. Ivchenkov
(Minsk, Belarus)
M. Yu. Kazak
(Belgorod, Russia)
M. I. Konyushkevich
(Grodno, Belarus)
V. I. Konkov
(St. Petersburg, Russia)

Zh. Huiqin (Beijing, China)
The image of China in the Russian perception by
analyzing Russian netizens comments on news
reports about China 82

■ Functioning of linguistic means in mass media

M. V. Mamysh (Odessa, Ukraine)
Linguistic and sociocultural intentions of proper
names in women's magazines 97

E. V. Stoyanova (Shumen, Bulgaria)
Gustatory metaphor or connection between tra-
dition and modernity (on the material of Rus-
sian and Bulgarian media texts) 104

■ Scientific news: reviews and chronicles

Reviews

M. Yu. Fedosyuk (Moscow, Russia)
Not only for journalists. Book Review: Modern Russian
[Sovremennyj russkij jazyk]: Textbook for Universi-
ties / Ed. L. R. Duskaeva. St. Petersburg.: Piter, 2014.
352 p. 119

Chronicles

Yu. M. Konyaeva (St. Petersburg, Russia)
About the activities of the Media Linguistic Comis-
sion of the International Slavists Committee 126

A. N. Speranskaya (Krasnoyarsk, Russia)
Ecology of language: prospects of development in
the XXI century (on the international conference
“Ecology of Language and Communicative
Practice”, Siberian Federal University, 24 October
2014) 129

I. V. Annenkova (Moscow, Russia)
“Moscow School of Stylistics”: the first seminar.
Moscow State University, 16 October 2014 133

Abstracts 136

M. A. Kormilitsyna
(Saratov, Russia)
N. S. Tsvetova
(St. Petersburg, Russia)
L. Tsoneva
(Veliko Tŭrnovo,
Bulgaria)

Resp. editor

A. A. Goryachev
(St. Petersburg, Russia)

Editors

V. V. Vasilieva,
Yu. M. Konyaeva,
N. A. Kornilova,
A. A. Malyshev,
K. V. Prokhorova,
E. A. Shcheglova
(St. Petersburg, Russia)

St. Petersburg
State University

Higher School of Journalism
and Mass Communications

199004, St. Petersburg, V. O.,
1st Line, 26.

E-mail: rech@jf.pu.ru

ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

.....

УДК 659.4:81'42
ББК Ш 100.3
ГСНТИ 16.21.33
КОД ВАК 10.02.19

T. G. Dobrosklonskaya
Moscow, Russia

**MEDIA LINGUISTICS:
THEORY AND METHODS
OF STUDYING LANGUAGE
IN THE MEDIA**

The article explains the basic principles of media linguistics: its theory, methods and content structure. It introduces main categories and parameters for the description of media texts, gives typological classification of textual products in the media and outlines major methods used for media texts analysis. The basic types of media texts are represented by the news, comment and analysis, features and advertising.

Key words: *media text, media linguistics, media discourse, types of media texts, linguoculturology.*

Dobrosklonskaya Tatiana, Doctor of Philology, Professor at the Faculty of Foreign Languages and Area Studies of the Moscow State Lomonosov University. 119899, Moscow, Lomonosovsky prospect, 31, r. 402.
E-mail: tatdobro@mail.ru

Rapid development of mass media and new communication technologies for the past thirty years has had a great impact on language functioning. Intensive growth of traditional media — press, radio and especially television, emergence and avalanche-like spread of the Internet resulted in significant changes in contemporary language situation. A huge part of everyday language functioning — speech and text production is now taking place in the media. Twenty four hours news channels, numerous TV programmes and online editions, unceasing verbal interaction in social networks — all this has presented a new challenge for language scholars, setting new goals, the achievement of which requires innovative research formats.

No wonder that dramatic growth of speech and text production in the sphere of mass communication in the second half of the XX and the beginning of the XXI centuries was accompanied by an ever increasing amount of academic research dealing with various aspects of language functioning in the media — from special characteristics of the news texts to particulars of language usage in Internet blogs and social networks. This new dynamically developing research area attracted representatives of practically all branches of linguistics: social linguistics, psycholinguistics, cognitive linguistics, specialists in discourse analysis etc. However around the year 2000 the overall situation in media language studies created all necessary preconditions for the emergence of a new full-fledged branch of linguistics, i. e. media linguistics, which incorporated all previous achievements in the field.

The term “media linguistics” has been formed by analogy with the whole set of similar terms, used to denote new academic disciplines formed at the junction of several fields of research, such as soci-

olinguistics, ethnolinguistics, media psychology, media economics etc. In the Russian academic discourse the term “media linguistics” was introduced relatively recently in the year 2000, when it was used for the first time in doctoral thesis of Tatiana Dobrosklonskaya “Theory and Methods of Media Linguistics” [Dobrosklonskaya 2000] Two years earlier the English variant of the term media linguistics could be found in the works of some British scholars, for example, in the article by John Corner “The Scope of Media Linguistics”, presented as a talk at British Association of Applied Linguistics Conference in 1998 [Corner 1998].

As it proceeds from the term itself, based on the combination of two key components “media” and “linguistics”, the subject of this new discipline is the study of language functioning in the sphere of mass communication. In other words, media linguistics deals with overall complex research of a particular social field of language usage — the production of speech in mass media. The emergence of media linguistics as a new branch of language studies is fully justified, taking into consideration a crucial role that mass media have been playing in society for the past 30 years. Rapid development of the print and the electronic media, quick growth of virtual communications and the Internet have enormously changed people’s lives, giving stimuli for the development of the whole range of information society theories. Nowadays the biggest part of everyday speech practices is implemented in the sphere of mass communication — in newspapers, radio, television and Internet. Continuous development of information communication technologies (ICT) results in rapid growth of the total volume of texts transmitted by media channels in different national languages in the world information space. It should also be noted that media linguistics is not the only discipline that was singled out as the study of a particular area of language usage, the same principle was used to form one more new direction of linguistic research — political linguistics, focusing on the study of speech production in political communications [Чудинов 2006].

Objective preconditions for the emerging of media linguistics have shaped since 1970-s, when in Russia and Europe various publications specifically dealing with language functioning in mass communication began to appear on a regular basis. The authors of those papers analyzed media texts within the framework of various academic traditions, including sociolinguistics, functional stylistics and pragmatics, discourse theory, content analysis, cognitive linguistics and rhetorical criticism. The attention was focused on a wide range of issues: from defining the status of media language in terms of functional stylistics and methods of describing different types of media texts to the impact of socio-cultural factors and language techniques of media influence on mass and individual consciousness.

A considerable contribution to forming the basis of media linguistics was made by the following Russian scholars: S. Bernstein, D. Shmelyev, V. Kostomarov, Y. Rozhdestvenskiy, G. Solganik, S. Treskova, I. Lysakova, B. Krivenko, A. Vasilyeva. The English language tradition is represented by T. van Dijk, M. Montgomery, A. Bell, N. Fairclough, R Fowler and others¹. The study of these scholars’ works allows to conclude

¹ See, in particular, the following publications: Шмелёв Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях». М., 1977, Бернштейн С. И. Язык радио. М., Наука, 1977, Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М., МГУ, 1971, Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. М., 1994, Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи. М., Русский язык, 1982, Рожде-

that by the end of the XXth century all necessary preconditions for transforming the existing knowledge and experience into a full-fledged separate academic discipline “media linguistics” have been formed. Otherwise speaking, the total volume of research in media language functioning had reached its “critical mass”, that made it possible to transfer the studies of the given sphere on a new level of separate discipline “media linguistics”, offering a systematic overall approach to the analysis of mass media language practices.

Nowadays almost two decades later there are all reasons to believe that media linguistics has been firmly established and widely recognized as a new quickly growing discipline attracting an ever increasing scholarly attention. As every full-fledged academic area, it conforms to certain conditions and requirements, such as: 1) existence of a thoroughly developed theory, that would serve as a solid basis for further research in the given field; 2) more or less stable inner thematic structure; 3) methodology or a set of techniques and methods of analysis; 4) terminology.

Undoubtedly the most important theoretical component of media linguistics is comprised by **the concept of media text**, which is mentioned actually in all studies devoted to speech production in mass communication. The essence of this concept could be summed up as follows: traditional for linguistics definition of a text as “coherent and integral stretch of language either spoken or written” [Carter 1998], when taken to the sphere of mass communication, considerably expands its meaning. In mass media the concept of a text goes beyond the formal boundaries of verbal sign system, and approaches its semiotic interpretation, when a “text” refers to a stretch of any type of signs, not necessarily verbal. Most of the researchers agree that mass communication level adds to the text concept new aspects of meaning, determined by media qualities and characteristics of this or that mass communication channel. Thus, media texts on television are not restricted to verbal manifestation only, they incorporate several functional levels: verbal text proper, visual (in journalistic terms “footing”) and audio, which includes all possible effects perceived by ear from voice qualities to music. Texts on the radio and in the print media are also characterized by a certain combination of a verbal level with a set of special media qualities, determined by technological peculiarities of this or that media channel, like sound effects on radio or newspaper layout and colorful illustrations in press. So we may assume that media texts can be regarded as multilevel and poly-dimensional phenomena.

This salient feature of media texts is stressed, in particular, by many British scholars, who describe media texts as an integral combination of the verbal and media characteristics. Thus, a well-known researcher of the media language Alan Bell writes in his book “Approaches to Media Discourse”: *“Definitions of media texts have moved far away from the traditional view of text as words printed in ink on pieces of paper to take on a far broader definition to include speech, music and sound effects, im-*

стенский Ю. В. Теория риторики. М., Добросвет, 1997, Солганик Г. Я. Лексика газеты: функциональный аспект. М., Высшая школа, 1981, Трескова С. И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., Наука, 1989, Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации. СПб., СПУ, 1989, Кривенко Б. В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект Воронеж, ВГУ, 1993. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press London, Routledge, 1991, Fairclough N. Language and Power, London, Longman, 1989, Bell A. The Language of News Media Oxford, Blackwell, 1991, Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М., Прогресс, 1989, Montgomery M. Introduction to Language and Society. Oxford University Press, 1992.

age and so on... Media texts, then, reflect the technology that is available for producing them..." [Bell 1996: 3].

A significant component of media linguistics' theory is comprised by a set of parameters specially designed for a thorough and coherent description of all possible types of media texts. So the central concept of a media text is supported by a stable system of parameters, which allow to describe and classify all texts functioning in mass media in terms of their production, distribution, verbal and media characteristics. This system includes the following parameters.

- 1) Authorship (the text could be produced either by an individual or a collective).
- 2) Type of production (oral — written).
- 3) Type of presentation (oral — written).
- 4) Media channel used for transmitting: the print and the electronic media, Internet.
- 5) Functional type or text genre: news, comment and analysis, features, advertising.
- 6) Topical affiliation (politics, business, culture, education, sport, and other universal media topics, forming the content structure of everyday information flow).

Let's dwell on each of the parameters in some detail. The first parameter "authorship" allows to describe any media text in terms of its authorship as either individual or collective, depending on whether it was created by an individual or by a group. In media language practices the category of authorship acquires a particular importance: the use of by-lines, identifying the journalist who has produced the text, often becomes the trademark of style and quality of this or that publication. Some editions, like for example, "The Economist" has made the absence of by-lines their editorial policy, promoting the unique analytical style of the publication which distinguishes "The Economist" from any other political and business magazines. Collective authorship is mainly associated with news texts and materials prepared by information and news agencies operating worldwide, such as Reuters, BBC, ITAR-TASS, etc. Such short news texts can be easily found in "News in brief" section practically in every newspaper or magazine and comprise the skeleton of the world information flow.

As it transpires from the adduced list of parameters the second and the third ones "type of production" and "type of presentation" are based on the same dichotomy: text oral versus text written. This reflects salience of speech production in mass media as the sphere of human activity, characterized by increasingly blurred boundaries between oral and written forms of a language. The matter is that in mass communication many texts, which are initially produced in the oral form, reach their audience in the print version, and the other way round, the texts first produced in writing then are presented orally. Take, for example, interviews, which emerge as a result of a conversation between a journalist and the interviewee and then are published in newspapers and magazines, thus acquiring a written form. A similar transformation takes place when a news anchor reads texts with news items addressing mass audience or a TV commentator reads the text from the screen, imitating unprepared spontaneous speech. The use of parameters "type of production" and "type of representation" allows to take into account this subtle correlation of oral and written factors, and draw a distinct line between originally oral texts meant for publishing and initially written texts meant for oral presentation. Thus, an interview published in the print media can be described as text oral by production and written by rep-

resentation, while the speech of the newsreader the other way round — written by production and oral by presentation.

No less significant is the next parameter — the media channel that carries the text to mass audience. Since the famous statement by Marshall McLuhan “the medium is the message” the huge impact of technological or media component proper on the information distributed through means of mass communication has been recognized by all media scholars. Each media channel — the press, radio, television and the Internet, is characterized by a certain set of media qualities, determined by the technology used and the nature of this or that media itself. These media qualities play crucial role in shaping concrete media texts, which by definition, are based on integral unity of verbal and media components. And the perception of media texts depends to a great extent on how the verbal and the media parts are integrated. Thus, in newspapers and magazines a verbal text is often supported by graphic design and illustrations, which could add to it special meaning and expressiveness. Texts on the radio extensively use voice qualities and qualifications, such as timbre, intonation, pace, different accents and the whole range of sound effects and music. Television gives a greater extension to a verbal content, adding visual dimension with bright colours, moving image and video footage. Technical characteristics of the Internet has made it possible to enjoy multimedia texts, combining media qualities of all traditional means of mass communication: world wide web provides access to online versions of practically all the print and the electronic media, and also offers unlimited opportunities for downloading required content.

The fifth parameter — functional type and genre of the media text, comprises a significant element of typological description of unceasing flow of media messages. Typological description, based on stylistic and genre classification, has always presented a challenge for the study of language functioning in mass communication. This is determined by the following two factors: content of the genre concept itself and the increasingly dynamic language usage in the given sphere. Both Russian and European scholars note, that the traditional definition of genre as “the recognized paradigmatic set into which the total output of the given medium (film, television, writing) is classified”. [O’Sullivan, Montgomery 1994] does not allow to adequately classify constantly growing media flow. Indeed, “it is hard to isolate the precise characteristics of a given genre, and arrive at a finite list of all the different genres (whether of one particular medium or across them all). Further, you can’t isolate what kind of characteristics indicate distinctions between genres — it’s not just subject matter, nor just style, nor is it simply the establishment of distinct conventions appropriate to each genre. It is all of these” [O’Sullivan, Montgomery 1994]. Besides, high level of stylistic diversity of the media speech makes the application of genre system extremely problematic.

Theoretical framework of media linguistics helps to solve this problem offering a universal typological classification, encompassing the whole variety of media texts and overcoming the challenge of constant speech flexibility factor. This classification is based on the functional stylistic classification formulated by an outstanding Russian linguist Viktor Vinogradov and allows to single out the following four types of media texts: (1) news, (2) comment and analysis, (3) features and (4) advertising.

The advantages of this classification proceed from the fact that it allows to adequately reflect the actual combination of two language functions — the function of

information and the function of impact. If we try to describe the four above types in terms of these functions' implementation, then news texts realize the information function to the highest degree, the materials that belong to the category "comment and analysis" combine information function with impact due to the increasing use of evaluative components.

The definition of a feature as "a special article in a newspaper or magazine about a particular subject; or a part of a television or radio broadcast that deals with a particular subject"[Cambridge International Dictionary of English 2008] makes it possible to include into this category a wide spectrum of media texts, devoted to diverse topics regularly covered by the media: from technology and education to culture and sport. Feature texts are always marked in terms of authorship, which makes the implementation of the impact function more important as compared with news and information analysis category. It should also be noted that in feature realization of impact function becomes increasingly linked to its esthetic manifestation, similar to fiction writing. And finally, the fourth category "advertising" combines the implementation of the impact function on language level, with extensive use of different means of stylistic expression (metaphors, tropes, similes, etc), and its realization on mass media level involving the whole arsenal of concrete media effects and technologies.

So it may be concluded that the descriptive potential of "the four text types" classification, offered by media linguistics, is optimal, hence it allows to analyze the whole diversity of media texts both in terms of its format characteristics, and in terms of implementation of language and media functions.

One more significant parameter for the analysis of media texts — "dominant topic" uses as the main criteria the content factor, or text belonging to a certain theme regularly covered in mass media. The study of everyday media speech flow demonstrates that seemingly chaotic media content is a well structured continuum, naturally organized around stable thematic structures. It may be assumed that mass media structure permanently changing information picture of the world, organizing incessant flux of media messages with the help of fixed regularly reproduced themes, or media topics, which include politics, business, education, sport, culture, technology weather etc. Such lists of traditional media topics can be found in any printed newspaper with its thematic division of pages, or in the newspaper Internet version, providing an even more specified list of subjects covered.

Analyzing media texts in terms of their topical structure presupposes taking into consideration the so called "linguocultural factor". The matter is that in mass media the information picture of the world is processed through the filters of national language and culture, which is naturally manifested in the choice of culture-specific media topics regularly covered by the media of this or that country. For instance, one of such topics of regular coverage in the British media is undoubtedly the life of the Royal family, scandals connected with top level politicians and immigration, while in the Russian media landscape one can always find texts dealing with criminality and corruption cases among civil servants. Culture-specific topics, regularly covered by the media, can be called, by analogy with buzz-word, "buzz-topics"², because they

² The term "buzz-topic" as applied to the analysis of the media content was first introduced in the book by Tatiana Dobrosklonskaya *Вопросы изучения медиатекстов (Some aspects of media texts' analysis)* — Moscow, MSU, 2000.

invite keen interest of the wide public and reflect cultural salience of the national media landscape.

A great significance for media linguistics' theory represents a statement concerning mechanisms of texts perception, that runs as follows: "correctness of text perception is determined not only by the choice of language units and their cohesion, but also relies on the shared background knowledge, or *communicative context*"³. When applied to mass communication the concept of communicative context is primarily understood as the whole set of conditions and prerequisites involved in media text production, transmission and perception, in other words, the sum total of all extralinguistic factors⁴ standing behind the verbal part of a media text. Hence the concept of communicative context includes a wide range of phenomena: from socially and culturally determined reconstruction of events and politically biased interpretations to the category of ideological modality, the notion of meta-message and the whole spectrum of factors that influence the perception of media consumers. Thus, the concept of communicative context becomes closely linked with the general concept of discourse, integrating all components of a text as a final product of human communication: verbal part proper and nonverbal, including the whole variety of social, cultural, situational and contextual factors. Defining discourse as a complex phenomenon emerging as the result of human communication, reflecting specific qualities of all basic components of a communication model — sender/receiver, media channel, message, encoding/decoding, an outstanding Dutch linguist Teun van Dijk attaches special importance to extended interpretation of the contextual discourse perspective, which becomes particularly significant in the analysis of media texts. "Obviously, the extended notion of discourse, when referring to a whole communicative event, may well also feature other (visual, gestural) dimensions of communication and interaction, sometimes closely intertwined with the verbal aspect, as is the case in spoken movies and advertising." [Teun van Dijk 1998: 197]

The next factor that allows to regard media linguistics as a separate academic discipline, is the emergence of a relatively stable content structure. Though the list of issues shaping the content of media linguistics remains open, yet it is possible to single out some more or less fixed topics that form the skeleton of this new branch of knowledge. It may be said that nowadays all media linguistics research is organized around the following six topics.

1) Defining the status of media language within the framework of contemporary linguistic studies, and its description in terms of a basic paradigm: language-speech, text — discourse.

2) Functional stylistic differentiation of media discourse, classification of media texts on the basis of different sets of criteria: implementation of language functions, media channel (the print media, radio, television and Internet).

3) Media speech typology, the spectrum of the media texts' types and genres, description of the main types of media texts: news, comment and analysis, features and advertising.

4) Lexical, syntactic and stylistic analysis of the language of media texts.

³ Translated from Лингвистический энциклопедический словарь. Moscow, 1990.

⁴ In the Russian academic discourse "extralinguistic" means "not pertaining to a language".

5) Discourse analysis of the media texts, including their production, transmission, perception, social and cultural context, ideological and political factors, interpretative potential of the media speech practices and culture-specific traits.

6) Manipulative potential of the media language, verbal and media techniques used for persuasion in advertising, propaganda, public relations and information management, various means of the implementation of ideological component.

7) Comparative studies of media language in different cultural and political contexts, or comparative media linguistics.

As far as such obligatory for every academic discipline components as methodology and terminology are concerned, media linguistics, being an interdisciplinary field of study, has successfully integrated some basic terms and methods used in humanities. The methodology applied for the study of media texts incorporates the whole range of techniques used in textual analysis: from traditional systematic and content analysis to stylistic, discursive, linguocultural, pragmatic, ideological and sociolinguistic. It may be assumed that practically every academic school of language and medial studies has made its contribution to the development of media linguistics' methodology. Today media texts are studied and described with the help of techniques developed by cognitive linguistics, discourse analysis, critical linguistics, functional stylistics, pragmatics, rhetorical criticism and linguoculturology. This multidisciplinary methodological apparatus determines the novelty of media linguistics' approach to the analysis of mass communication speech practices, because on the basis of integration of the existing methods it provides a systematic multidimensional framework for the study of media texts.

Terminological system of media linguistics also reflects its multidisciplinary nature and includes terms borrowed from other fields of humanities: linguistics, sociology, psychology, media and cultural studies. In spite of the fact that terminological apparatus of media linguistics is still emerging, it is possible to identify several generally accepted terms, widely used for the description of language functioning in mass communication. These are mainly words and word combinations, formed on the basis of the lexical unit "media", for instance: media text, media speech, media landscape, language and media qualities and characteristics, linguo-media persuasion techniques etc.

So it may be concluded that media linguistics today has been firmly established as a separate academic discipline and demonstrates huge potential for future studies of language in the media.

BIBLIOGRAPHY

1. *Bell A.* Approaches to Media Discourse. Blackwell, London, 1998.
2. *Bell A.* The Language of News Media. Blackwell, London, 1991.
3. *The Media in Britain.* Ed. By Stokes J., Reading A. Macmillan, London, 1999.
4. *Van Dijk T. A.* Ideology: A Multidisciplinary Approach. Sage, London, 1998.
5. *Van Dijk T. A.* News as discourse. Hillsdale, New York, 1998.
6. *Fowler R.* Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. Routledge, London, 2001.
7. *Dobrosklonskaya T.* Theory and Methods of Media linguistics. Doctoral thesis, Moscow, 2000 [Добросклонская Т. Г. Дис. ... докт. филол. наук. Москва, 2000].

8. *Dobrosklonskaya T.* Media linguistics: a systematic approach to the study of media language. Moscow, Flinta-Nauka, 2008 [Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта-Наука, 2008].
9. *Dobrosklonskaya T.* Problems of mediatext studies. Moscow, URSS, 2009 [Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Москва; УРСС, 2009].
10. *Lapteva O.* Russian language on TV. Moscow, URSS, 2000 [Лаптева. О. Живая русская речь с телеэкрана. Москва, УРСС, 2000].
11. *Nazarov M.* Mass communication in modern world: methodology of analysis. Moscow, URSS, 2000 [Назаров, Михаил. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва. УРСС, 2000]
12. *Speech communication in politics.* Ed. By Minayeva L. Moscow, Flinta-Nauka, 2007 [Речевая коммуникация в политике. Под ред. Минаевой. Л., Москва, Флинта-Наука, 2007].
13. *Rozhdestvenskiy J.* Theory of Speech. Moscow, Dobrosvet, 1997 [Рождественский Ю. Теория риторики. Москва, Добросвет, 1997].
14. *Smetanina S.* Media text within the system of culture. St. Petersburg, 2002 [Сметанина С. Медиатекст в системе культуры. Санкт-Петербург, Издательство Михайлова, 2002].
15. *Chudinov A.* Political linguistics. Moscow, Flinta-Nauka, 2006 [Чудинов А. Политическая лингвистика. Москва, Флинта-Наука, 2006].
16. *Media language as an object of interdisciplinary studies.* Moscow, Moscow State Lomonosov University, 2004 [Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Москва, Изд-во МГУ, 2004].
17. *The Language of modern Journalism.* Ed. by Solganik G. Moscow, Flinta-Nauka, 2005 [Язык современной публицистики. Сборник статей под ред. Солганика Г. Я., Москва, Флинта-Наука, 2005]. 1 See, in particular, the following publications: Шмелёв Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях», М., 1977, Бернштейн С. И. Язык радио, М., Наука, 1977, Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе М., МГУ, 1971, Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи М., 1994, Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи, М., Русский язык, 1982, Рождественский Ю. В. Теория риторики М, Добросвет, 1997, Солганик Г. Я. Лексика газеты: функциональный аспект М., Высшая школа, 1981, Трескова С. И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации М., Наук, 1989, Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации СПб., СПУ, 1989, Кривенко Б. В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. Воронеж, ВГУ, 1993. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press London, Routledge, 1991, Fairclough N. Language and Power, London, Longman, 1989, Bell A. The Language of News Media Oxford, Blackwell, 1991, Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация М., Прогресс, 1989, Montgomery M. Introduction to Language and Society Oxford University Press, 1992.

УДК 800.93:07
ББК 76.01
ГРНТИ 16.21.27
КОД ВАК 10.01.10

И. П. Лысакова
Санкт-Петербург, Россия

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕССЫ: ИСТОРИЯ, МЕТОДИКА, АКТУАЛЬНОСТЬ

В статье рассматриваются теоретические основания для социолингвистического анализа прессы, даются исторические корни социологического направления в языкознании, предлагается социолингвистическая методика анализа языка российских газетных изданий.

Ключевые слова: *социолингвистика, газета, стиль, текст, аудитория.*

Ирина Павловна Лысакова, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой межкультурной коммуникации Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена.
199053, Санкт-Петербург, Васильевский остров, 1-я линия, 52, каб. 53.
E-mail: lip1010@yandex.ru.

© Лысакова И. П., 2014

Социолингвистическим мы называем анализ языка разных типов изданий с учётом их концептуальной позиции в конкретных исторических условиях, а также с учетом социальных, психологических и языковых особенностей аудитории, на которую издания ориентированы.

Собственно социологическое направление развивается в отечественном и зарубежном языкознании во второй половине XIX — начале XX века в условиях активизации общественно-политической и научной жизни европейских стран, когда больших успехов достигли науки о человеке: физиология, психология, история, социология. Выдающийся русский ученый И. А. Бодуэн де Куртенэ в конце XIX века писал, что, кроме психической стороны, мы должны отмечать в языке всегда сторону социальную. Как и представители французской социологической школы в языкознании (А. Мейе, Ж. Вандриес, Ш. Балли), И. А. Бодуэн де Куртенэ считал, что языки необходимо различать не только в географическом и хронологическом планах, но и с точки зрения «общественных наслоений»: языки разных возрастов, полов, сословий, классов общества [Бодуэн де Куртенэ 1963: 348].

Современная наука, изучая социальную дифференциацию языка, оперирует термином «социальные диалекты». Социальные диалекты русского языка пока мало изучены, хотя активные изыскания в этой области начались еще в 20-е годы XIX века. Работы Е. Д. Поливанова, Г. О. Винокура, Я. Шафира, Р. О. Шор, В. Н. Волошинова, Н. М. Каринского, С. О. Карцевского, А. М. Селищева, Л. В. Щербы, А. М. Иванова, Л. П. Якубинского, Б. А. Ларина, В. М. Жирмунского, В. В. Виноградова заложили фундамент отечественной

социолингвистики. Предметная область этой науки — изучение влияния социальных факторов на систему языка, роли языка в функционировании и развитии общества.

Учет социальных факторов при порождении речи является одним из обязательных условий социолингвистических исследований. Выделяют следующие факторы, влияющие на речевое поведение человека: социально-классовая принадлежность, возраст, образование, род занятий, место жительства, пол, канал коммуникации, обстановка, тема, форма, цель, характер общения. Предмет социальной (социологической) лингвистики — взаимодействие языка и общества: влияние социальных факторов на речевое поведение человека; роль языка в формировании общественного сознания; культура речи и культура общества; государственный язык и социальный статус родного языка в многонациональном обществе.

Научный подход к системе и функционированию средств массовой информации связан с анализом как типоформирующих факторов (издатель, цель издания, аудитория), так и типологических характеристик издания (программа, периодичность, объем, тираж, время, место выхода и т. д.). Язык и стиль газеты, радио или телепрограммы, с нашей точки зрения, являются типологически значимой характеристикой издания, которую грамотный реципиент обычно осознаёт. Однако долгое забвение социолингвистики в отечественной теории журналистики привело к недооценке социальной дифференциации языка и непониманию функции этой дифференциации в характеристике языка средств массовой информации.

Такое положение можно объяснить тем, что проблема языка журналистики рассматривалась в СССР как политическая: почти все съезды РСДРП(б), а затем и КПСС, принимали резолюции о печати, в которых большое внимание уделялось популярности языка. Этот подход был связан с социальной структурой населения молодой Советской республики, где более 80% составляло крестьянство, причем грамотными в 1920 году было лишь 37,8% сельских жителей [Народное хозяйство 1977: 8].

В первые годы Советской власти партийные органы поручали социологам и лингвистам изучение степени подготовленности различных социальных групп к восприятию языка политического документа. Анкетные опросы по проверке понимания отдельных слов и выражений проводились партийными работниками на политзанятиях. Социологов прежде всего интересовали социальный состав читателей разных типов газет, эффективность проведения газетных кампаний, психология восприятия газетных материалов, методика агитации и пропаганды. Эти вопросы активно обсуждались в журналах «Красная печать», «Журналист», «Печать и революция», в трудах Я. Шафира, В. А. Кузьмичева, С. Б. Ингулова и др. Характерно, что социологическое изучение газеты и её читательской аудитории в 1920-е годы соединялось с лингвистическими наблюдениями (например, в работах Я. Шафира), а лингвистическое описание газеты было, как правило, социолингвистическим.

Приобщение к литературной деятельности рабочих и крестьян, недостаточно владевших стилистическими нормами официального общения, вызвало в 1920-е годы приток в газету просторечных слов и разговорных конструкций, которые не всегда гармонично сочетались со сложными книжными оборота-

ми. Ориентация руководящих изданий на деловой стиль подчас приводила к злоупотреблению иностранными словами и канцеляризмами. Следствие этого — частичное разрушение традиционных норм письменной речи, что представителями образованной части общества воспринималось как «революция в языке», «порча языка». Много позже социологи, анализируя языковые процессы первых революционных лет, пришли к выводу, что казенный язык, утвердившийся на страницах периодической печати, не столько следствие неграмотности журналистов, сколько результат бюрократизации журналистики, формирующей тоталитарную политическую систему [Кузьмичёв 1930: 210]

Декрет о печати, подписанный В. И. Лениным 9 ноября 1917 года, привел к созданию однопартийной системы печати. Газеты и журналы новой прессы делились на руководящие (для партийного актива) и массовые (для широких слоёв населения). Стилистической доминантой газеты руководящего типа («Правда») была книжность, официальность, а массовых газет («Беднота», «Крестьянская газета») — разговорность.

Чёткая классовая оценка, эмоциональные разговорные заголовки, набранные крупным шрифтом, обилие писем крестьян о житейских трудностях — таковы особенности стиля газет для массового читателя. Разговорность и эмоциональность вызывали доверие малограмотных людей к «Бедноте», которое усиливалось оттого, что письма в газету направлялись редакциями в органы власти для ответа на критику. Советская газета утверждалась в качестве доступного посредника между читателем и властью.

Ментальность советского человека формировалась под лозунгами классовой борьбы с помощью резкой полярности стилистических средств и эмоциональных оценок, используемых в прессе. Восторженная гиперболизация советского общества в послереволюционные и последующие годы соседствовала с уничижительным изображением классового врага, резко выраженной в стилистике антитезой «мы — они». Императивность и декларирование лозунгов («Поднимем миллионы на штурм мясной проблемы!», «Комсомольская организация блестяще сдала экзамен на политическую сознательность!», «Колхозная система должна взять большевистские темпы в организации нового колхозного прилива!») — особенность стиля газет не только 20-х годов, но и всего советского периода. Механическое повторение общих истин в стереотипных формулах («Экономика должна быть экономной», «Партия — наш рулевой» и др.) программировало одновариантное восприятие действительности, тормозило развитие личности, способствуя застойным явлениям в интеллектуальной жизни общества.

Жесткая идеологическая цензура плодила стандарт во всех типах изданий, порождая «канцелярит» (термин К. И. Чуковского) — особый советский диалект (сложносокращенные слова, аббревиатуры, оценочные клише). В газетах появились специфические жанровые формы (передовая статья, отчеты с партийных конференций и др.), которые отражали содержание политической жизни общества. Наиболее коварное идеологическое влияние проводилось через создание специального семантического кода, формировавшего двойные стандарты социальной жизни. Употребление этого кода либо порождало двоемыслие, либо создавало иллюзорную картину мира у читателей. Новые

смыслы появились у глаголов «выбить» (добиться решения вопроса), «пробить» (с трудом получить разрешение), «отфутболить» (отослать к другому начальнику), «закопать» (не решать вопрос долгое время), «скорректировать» (изменить задание в сторону уменьшения плана) и др.

Такая подмена понятий объясняется социальными причинами, но возможность подобного употребления обусловлена и психофизиологическим механизмом порождения и восприятия речи: одно понятие может быть выражено разными словами (синонимия). «Личностные», субъективные смыслы звуковой оболочки слова — коварное оружие в политической борьбе. «Свобода», «демократия», «права человека» имеют разное содержание в устах представителей разных политических партий. Поэтому так важна лингвистическая экспертиза законов и договоров. Поэтому так важно тщательно и всесторонне обсуждать в парламенте (фр. *parlement* от *parler* — говорить) формулировки принимаемых документов.

Канцелярит и стереотипы сухой казенной речи, порожденные бюрократическим образом жизни, привели к обеднению русского языка. Журналисты знали, что отступление от канцелярита трактуется как инакомыслие. Безопаснее сказать «достигнутые успехи», чем «успехи»; «настоящее мастерство», чем «мастерство»; «Что мы имеем на сегодняшний день в смысле дальнейшего развития товарной линии производства молочной продукции и ликвидации её отставания по плану надоев молока?» вместо «Как делать больше сметаны и творога?». Даже в разговоре с детьми можно было услышать официальное «Ты по какому вопросу плачешь?», а в кафе вместо «Приятного аппетита!» висели суровые плакаты «Предприятия общественного питания предназначены для потребления продукции на месте».

Газетное слово внедрялось в сознание людей во всех сферах жизни, ведь средства массовой информации пользовались авторитетом как рупор власти. Постоянный контроль со стороны КПСС воспитывал у журналистов страх перед нарушением стандарта. У языка газеты появился неизменный эпитет — «сухой». Недаром Михаил Задорнов в одном из фельетонов писал: «Если б А. П. Чехов работал в современной газете, ему бы не дали написать так «несовременно»: «В человеке должно быть все прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли...» Он бы наверняка постарался блеснуть журналистским красноречием: «В человеческом индивидууме все должно отвечать эстетическим нормам: и морально-нравственный фактор, и внутренние резервы, и изделия текстильной промышленности, и лицевой фасад» [Задорнов 1988].

В 1986 году стилистика российской прессы постепенно начинает меняться благодаря новому политическому курсу, провозглашенному М. С. Горбачёвым. Полифония общественного мнения появилась в «Правде», «Московских новостях», «Аргументах и фактах», в журнале «Огонек». Новые темы, запретные для прессы советского периода (религия, эмиграция, положение в армии, репрессии и голод 1930-х годов), требовали новой оценки и новой лексики. Разговорная лексика стала проникать в молодежную газету, а после отмены цензуры 1 августа 1990 года — и в другие издания [Лысакова 1993: 73109]. Изменился не только стиль информационных и аналитических жанров, изменилась и жанровая структура прессы: исчезли передовые статьи, уступив место подборкам писем и полемике. К концу 1991 года завершилась перестройка

системы прессы, и новая стилистическая палитра сегодняшних русских газет отражает неоднородное сознание изменившегося общества.

Развитие процессов демократизации в современном российском обществе и внимание к плюрализму мнений требует учета в социологических исследованиях СМИ социальной дифференциации языка, так как изучение доступности газетных публикаций может быть плодотворно лишь при условии социолингвистического подхода к СМИ. Чтобы выработать научно обоснованные критерии языковой модели изданий разного профиля, нужно определить социолингвистические переменные, то есть те структурные элементы, которые изменяются под воздействием экстралингвистических факторов, формирующих тип издания. Такими факторами являются типологические признаки издания: политическая программа, социальный состав читательской аудитории, тематическая характеристика, время, место, периодичность выхода, формат.

Как показало наше исследование [Лысакова 1989], типологические признаки языковой модели газеты содержатся в компонентах внутренней структуры издания: рубриках, заголовках, текстах. При анализе их стиля устанавливаются причинные корреляции языковых особенностей с типологическими признаками рассматриваемых изданий, учитываются конкретные социально-исторические условия их функционирования. Какие языковые отличия детерминируют типологические стилистические характеристики издания?

Анализ языковых особенностей рубрик, заголовков, текстов в «Правде», «Бедноте» и «Крестьянской газете» первого десятилетия Советской власти обнаружил четкие стилистические различия информации по источнику ее получения: агентская и рабселькоровская. Эти виды информации оказались стилистически маркированными [Лысакова 1989: 38108]. Их языковые различия внутри каждого издания обнаружены в области семантики (на оси конкретность — обобщенность) и в области стилистики (разговорность — книжность, эмоциональность — нейтральность). По этим же признакам зафиксированы типологические отличия «Правды», «Бедноты» и «Крестьянской газеты». Большой процент рабселькоровских заметок в «Бедноте» и «Крестьянской газете» с самых первых номеров стал типологическим признаком этих массовых, популярных изданий, что определило их стилистическую доминанту. Основная черта заголовков и текстов опубликованной в газетах рабселькоровской информации — высокая аппеллятивность, создаваемая разговорными, эмоционально-оценочными словами и фразеологизмами, разнообразными средствами выражения субъективной модальности, синтаксическими конструкциями, имитирующими ритмические и интонационные особенности устной речи (односоставные и неполные предложения, вопросно-ответные, восклицательные, присоединительные конструкции, бессоюзные сложные и др.). Такая публикация писем способствовала формированию доверия к газете широких крестьянских масс, расширению круга читателей и друзей газеты, организации эффективной обратной связи «читатель-газета», изучению языка читательской аудитории, который становился камертоном стиля газеты. Принципы правки писем при подготовке их к публикации были социально значимы: надо было сохранить свежесть рабселькоровской речи, передающей конкретность социального опыта автора, особенности его мышления, обусловленного условиями труда и быта.

В 1923–1927 годах дифференциальные признаки изданий наиболее четко проявляются в жанрах короткой и расширенной информации, в речевой структуре которых наряду с повествованием имеется и рассуждение. Типологически значимыми здесь являются отбор фактов, пропорции информативных и воздействующих элементов (оценки, дидактические выводы, призывы). Расширенная информация с разъяснительным и эмоционально-оценочным комментариями широко употребляется в «Крестьянской газете». Она обычно подается расчленённо, с внутренними заголовками к отдельным частям.

Основной композиционный принцип подачи информационных заметок во всех типах рассматриваемых газет — тематическая подборка (вся полоса, часть полосы), основанная на семантико-стилистическом единстве рубрики, заголовков, текстов. Дифференциальным признаком определенного типа издания, как показал анализ, является структура заголовочного комплекса, состоящая из системы понятий, иерархически связанных родовидовыми или причинно-следственными отношениями. В «Правде», ориентированной на руководящий состав и самый широкий актив Советского государства, отмечена сложная структура заголовочных комплексов с разветвленными семантическими связями: шапки — подшапки — заголовки подборок — тезисы — заголовки заметок. В «Бедноте» и особенно в «Крестьянской газете», имеющей менее подготовленную и более однородную в социальном плане аудиторию, количество элементов заголовочных комплексов меньше.

Диахронический анализ заголовочных комплексов в разных типах газет выявил не только типологически значимые отличия, но и популярные модели заголовочных композиций, распространившихся к концу рассматриваемого периода по всем трем изданиям. В основе этих моделей — приемы актуализации новости, повышения информативности и апеллятивности заголовка: семантико-стилистическое единство всех элементов заголовочного комплекса, которые конкретизируют семантику шапки и усиливают её знак оценки; функциональная специализация заголовков и подзаголовков (факт — оценка и т. п.); синтаксическая экспрессия в структуре; использование разнообразных типографских приемов, управляющих вниманием читателя (вариации вёрстки и шрифтов). Основным семантическим стержнем заголовочных комплексов во всех типах газет является повтор ключевых слов, соответствующих апперцепционной базе читателей каждой газеты. Семантико-стилистические различия ключевых слов в разных изданиях проявились по оппозициям: абстрактность — конкретность, книжность — разговорность, нейтральность — эмоциональность (оценочность). В рубриках, заголовках, текстах агентской информации «Правды» преобладает книжная нейтральная лексика с обобщенной семантикой; в «Бедноте» и «Крестьянской газете» — конкретная лексика, содержащая эмоционально-оценочные семы в лексическом значении слова. Наряду с общеупотребительной книжной лексикой здесь широко используется разговорная. В «Крестьянской газете» имеется значительное количество лексики с дидактической, императивной семантикой.

Стилистическая оппозиция «книжность-разговорность» прослеживается как дифференциальный признак рассматриваемых изданий и на синтаксическом уровне. В заметках «Правды» чаще употребляются синтаксические формы книжной речи (простые предложения осложнены однородными и обо-

собленными членами, сложноподчиненные предложения; в рубриках и заголовках — именные словосочетания). В «Бедноте» и «Крестьянской газете» простые отглагольные предложения преобладают во всех элементах внутренней структуры: в рубриках, заголовках, текстах.

Помимо типологической дифференциации стиля агентской информации в разных изданиях, в каждом издании есть стилистическое различие между информацией на зарубежную и внутрисоюзную тему: заметки на зарубежную тему в течение всего десятилетия содержат больше эмоционально-оценочных элементов, чем заметки на внутрисоюзную тему. Это объясняется напряженностью международной обстановки, враждебным Советской республике капиталистическим окружением.

Теоретически значимым результатом произведенного социолингвистического исследования является следующий. К социолингвистическим переменным, по которым прослеживаются типологические языковые отличия изданий, относятся:

- объем и семантическая структура заголовочных комплексов (родовидовые, причинно-следственные, дескриптивно-оценочные, ассоциативные и другие отношения между элементами);
- семантико-стилистическая структура наименований тематических полос, блоков, рубрик, заголовков (специальная, общеупотребительная, конкретная, абстрактная, разговорная, книжная, эмоциональная, нейтральная лексика; соотношение словосочетаний и разных типов предложений);
- речевая структура текста (соотношение описания, повествования, рассуждения; дескриптивных и оценочных элементов);
- лексические особенности текстов (соотношение специальной и общеупотребительной, абстрактной и конкретной, разговорной и книжной, нейтральной и эмоциональной лексики);
- синтаксические особенности текстов (книжные и разговорные структуры, компрессия и расчлененность высказываний).

Этот вывод, сделанный в результате социолингвистического анализа в синхронном срезе, был проверен в диахронии при рассмотрении языковых особенностей «Правды» и «Сельской жизни» (преемницы «Бедноты») спустя 50 лет после выхода первого номера «Бедноты» [Лысакова 1989: 109125].

Полувековой интервал обнаружил существенные изменения в стиле газет, обусловленные огромными социальными преобразованиями в Советском государстве. Анализ показал, что по всем видам внутрисоюзной и зарубежной информации (агентская, собкоровская, письма читателей) в обеих газетах 1968 года наблюдается семантико-стилистическое сходство рубрик, заголовков, текстов, которое в синтаксисе наиболее чётко прослеживается по двум компонентам стилистического значения: эмоционально-оценочный и спонтанный [Долинин 1987: 107109].

Однако полной стилистической идентичности нет. Различия проявляются в структуре заголовочных комплексов (более простая структура и семантическая связь между элементами в «Сельской жизни») и в семантике рубрик, заголовков, текстов (в «Сельской жизни» — обилие специализированных рубрик сельскохозяйственного производства и сельского быта, большая тематическая зюость и семантическая конкретизация; преобладание ключевых слов

сельскохозяйственной тематики в заголовках; разный объем текстов заметок с разным отбором фактов и деталей содержания, обусловленным ориентацией на интересы своей читательской аудитории).

Семантико-тематические различия соотносятся с социально-жанровым признаком стилистического значения в лексике, и мы можем говорить о наличии такой стилистической специфики в «Правде» и «Сельской жизни» 1968 года. По сравнению с 1920ми годами, несколько изменились пропорции компонентов в объеме стилистического значения (уменьшились эмоционально-оценочные контрасты, увеличилась доля общеупотребительной книжной лексики в «Сельской жизни»), что объясняется действием новых социальных факторов. В первые годы Советской власти меньше места в структуре новостей занимали общезначимые факты. Это было связано со значительной социальной дифференциацией общества: далеко не все события общественной жизни могли быть осознаны разными слоями трудящихся. Социально-классовый признак был в те годы ведущим при выделении типов газет. Острая классовая борьба, различия в культурном уровне разных слоев населения обуславливали типологические контрасты в стиле «Правды», «Бедноты», «Крестьянской газеты», причем в одинаковой степени контраст наблюдался по всем компонентам стилистического значения.

Социально-экономические преобразования в государстве, повышение общеобразовательного уровня населения, несомненно, повлияли на языковой облик анализируемых изданий, способствуя их стилистическому сближению в плане большей нормативности и общей нейтральности языковых средств, используемых в рубриках, заголовках и текстах информационных заметок.

До 1990-го года в газетах преобладали одинаковые подборки официальной хроники за подписью ТАСС. Стандарты тассовской информации были символами Советской эпохи. Журналисты перестроечного времени отказались от этих формул и создали иную стилистику заметки. Во-первых, заметка перестала подписываться безликим ТАСС, а, во-вторых, приобретя авторство, она заиграла оттенками разных мнений, проявлением характеров.

Экспрессия времени создала уникальные свидетельства творчества журналистов, получивших, наконец, свободу слова. Когда 1 августа 1990-го года была отменена цензура, на страницах ленинградской «Смены» появилась новая рубрика «Факс уполномочен заявить». Само название раздела ассоциировалось у читателей с привычной формулой официальных сообщений «ТАСС уполномочен заявить», которой начиналась каждая правительственная информация. Смена ТАСС на ФАКС воспринималась как неслыханная дерзость, вызов официозу прошлого. 70 лет советская пресса имела один вариант официальных сообщений — информацию ТАСС. Этот стилистический стандарт не только входил в сознание взрослых читателей партийной прессы, его знали с детства: из детских стихов, на пионерских сборах, из детских газет, журналов, радиопередач. Поэтому разрушение стандарта в заголовке одной газеты как цепная реакция прокатывалась по умам миллионов читателей. Когда в упомянутом информационном разделе появилась постоянная подборка заметок с названием «Я другой такой страны не знаю», можно было без дополнительных комментариев понять иронию заголовка, так как этот прецедентный текст (строчку из популярной советской песни «Широка страна моя родная») знали все жители СССР.

Веселым вызовом прежнему официальному «За рубежом» воспринималась рубрика «А в это время за границей», меланхоличной интонацией веяло от номинации «В губернском городе СПб.», которая объединяла заметки о новостях в городе. Даже стилистика текста нередко пародировала клише и композицию тассовской заметки. Например, под заголовком «Граждане желают пива» в газете «Смена» публиковался такой текст: *4 октября в Ленинграде состоялся первый съезд партии любителей пива. Большинство ее членов — студенты ленинградских вузов. После длительных дебатов был принят устав партии, первый пункт которого гласит: «Членом партии может быть любой человек, любящий пиво»* («Смена», 6 октября 1990 г.). Ерническая игривость напоминала еще об одном прецедентном тексте — из Устава РСДРП(б), известного каждому студенту по курсу истории КПСС.

Ирония и сарказм стали доминантой прессы, а неразборчивость в средствах насмешки привели к «ерничеству» и смешению стилей. Просторечные и жаргонные слова («тусовки», «фанаты», «беспредел», «кайф») заполнили газетные полосы. Заголовки и рубрики разных газет соревновались в дерзости номинаций: «Все мы немножко с прибабахом», — писали «Аргументы и факты»; «Нацболы справляют поминки по большевикам», — констатировала «Смена», а газета петербургского Союза журналистов «Час пик» в январе 1991 года открыла даже специальную рубрику «Без балды». «Фанатейте с нами!» — обращалась газета от имени подростков к родителям и, чтобы познакомить родителей со значениями слов «тусовка», «кайф», «фанатеть», печатала «балдёжный разговорник» с подзаголовком «Шнурки в стакане», что на жаргоне подростков в 90-е годы означало «Родители дома».

Слом стилистического официоза в газетно-публицистическом стиле эпохи перестройки стал ярким подтверждением революционных изменений в России, а в конце 1980-х годов стилистическая экспрессия послужила сигналом формирования нового мышления [Лысакова 2005: 161–218].

Как и в 1920-е годы, ревнители русского языка громко говорили в 1990-е годы о порче родной речи, о необходимости защитить русский язык в эфире и на газетной полосе от жаргонизмов и англицизмов. Но в революционные эпохи всегда происходят существенные изменения в стилистических системах языка, и это объясняется социальными причинами.

Язык прессы перестройки — зеркало политической и речевой культуры общества, освободившегося от тоталитарной власти. Ярмарочная речевая палитра с трудом обозримого рынка изданий отражает плюрализм мнений, дифференциацию людей и партий и непосредственное других доказательств свидетельствует об открытости общества новой России [Русский язык конца XX столетия (1985–1995): 24–25].

При анализе современной прессы необходимо учитывать, что организация общества имеет иерархический, многоступенчатый характер, в ней есть и национально-этнические, и демографические, и территориальные, и профессиональные уровни. Отсюда вытекает необходимость многоаспектности социолингвистических исследований современной прессы с учетом всех факторов, воздействующих на социальную дифференциацию языка. В таких исследованиях должны приниматься во внимание языковые детерминанты класса, социального слоя, профессиональной, территориальной и этнической группы;

учитываться половые и возрастные признаки, иерархия уровней социального управления, а также влияние на язык элементов социопсихологических структур — социальных норм, установок, стимулов, мотиваций.

Конечно, для создания базы социолингвистических исследований прессы необходимы социолингвистические исследования разговорной речи различных групп населения. Такие исследования пока очень малочисленны и не имеют прямой связи с дифференцированным социологическим изучением аудитории различных СМИ. Здесь нужны объединенные усилия социологов, психологов и лингвистов для выработки программ изучения «языкового существования» читателей разных типов газет, слушателей разных программ вещания.

Пока таких исследований нет, мы не можем точно наложить языковую модель газеты на языковое существование ее аудитории. Но варианты социолингвистического анализа прессы, которые в данной статье представлены, опираются на комплексную теоретическую базу (философия, история, теория журналистики, социология, психология, языкознание) и дают основание выделить следующие признаки типовой языковой модели издания.

1. Стилистическое единство рубрики, заголовка, текста. Такое единство является идентифицирующим маркером типовой модели газеты и обусловлено психофизиологическим механизмом «планирующего синтеза», «упреждения» текста. Этот механизм связан с фундаментальной функцией мышления — опережающим отражением действительности [Узнадзе 1961]. Соответствие лексических и синтаксических особенностей текстов семантико-стилистическим характеристикам заголовков и рубрик — одно из условий единства формы и содержания материалов газеты. Поэтому в программы социологических исследований воздействия прессы (которые, как показал опыт 1920-х годов, необходимо проводить совместно с лингвистами) следует включать лингвистические позиции, выясняющие семантико-стилистическое соответствие элементов внутренней структуры газеты типологическим признакам издания и социально-психологическим особенностям его аудитории.

2. Стилистическое своеобразие разных видов информации, что подразумевает либо наличие специфических жанров, определяющих тип издания, либо стилистически дифференцированные формы подачи информации на одну тему в разных изданиях. Для этого необходимо ввести в вузовские программы по стилистике обучение стилистическим вариантам одного текста для разных изданий, ориентированных на разную аудиторию. При этом надо учитывать как социально-демографические признаки, влияющие на семиотический уровень аудитории (возраст, профессия, образование, место жительства), так и психологические, связанные с особенностями восприятия дневных, вечерних, воскресных изданий. Здесь особое значение имеет соотношение конкретных и обобщенных, эмоциональных и нейтральных, синтаксически расчлененных и компрессированных языковых элементов (на уровнях отдельного слова и структуры целого текста). Для выработки учебных программ по такому разделу стилистики нужна организация серии психолингвистических экспериментов, чтобы выяснить эффективность восприятия разных текстов разной аудиторией.

3. Номинации тематических полос и тематических блоков, которые, как и номинации внутренних рубрик и заголовков, нередко отражают специфику

издания не только в предметно-денотативном плане, но и в модусно-стилистическом. Видимо, есть необходимость в комплексном изучении различных тематических выпусков внутри издания с точки зрения стилистического соответствия их типу газеты и языковой ориентации на определенную социальную группу. Важно исследовать такие проблемы, как стилистическое единство внутри тематического выпуска, возможность идентификации типа газеты по структуре заголовочных комплексов, по семантике ключевых слов в заголовках тематических полос и подборок. Здесь тоже желательны провести социопсихолингвистические эксперименты для выработки конкретных рекомендаций по каждому типу современной газеты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодуэн де Куртенэ И. А. Избранные работы по общему языкознанию: в 2-х томах. М., 1963–1964. Т. 1.
2. Долинин К. А. Стилистика французского языка. М., 1987.
3. Задорнов М. Н. Ассортимент для контингента // «Огонек». М., 1988, № 15.
4. Кузьмичев В. А. Печатная агитация и пропаганда. М., Л., 1930.
5. Лысакова И. П. Пресса перестройки. СПб., 1993.
6. Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации. Опыт социолингвистического исследования. Л., 1989.
7. Лысакова И. П. Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование. СПб., 2005. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394528316_6843.pdf
8. Народное хозяйство СССР за 60 лет. М., 1977.
9. Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М., 1996.
10. Узнадзе Д. Н. Экспериментальные основы психологии установки. Тбилиси, 1961.

REFERENCES

1. Baudouin de Courtenay J. N. Selected works on Linguistics (in 2 volumes). [Izbrannye raboty po obshemu yazykoznaniju: V 2-h tomah]. Moscow, 1963–1964. Vol. 1.
2. Dolinin K. A. French stylistics. [Stilistika frantsuzskogo yazyka]. Moscow, 1987.
3. Zadornov M. N. Commodity bundle for cohort. [Assortiment dlya kontingenta]. Moscow, 1988. "Ogonyok", № 15.
4. Kuzmichev V. A. Printed agitation and propaganda. [Pечатnaya agitatsiya i propaganda]. Moscow, Leningrad, 1930.
5. Lysakova I. P. Printed press of perestroika. [Pressa perestrojki]. Saint-Petersburg, 1993.
6. Lysakova I. P. The type of newspaper and style of publication. A sociolinguistic research. [Tip gazety i stil' publikatsii. Opyt sotsiolingvisticheskogo issledovaniya]. Leningrad, 1989.
7. Lysakova I. P. Language of newspaper and printed press classification: Sociolinguistic research. [Yazyk gazety i tipologiya pressy. Sotsiolingvisticheskoe issledovaniye]. Saint-Petersburg, 2005. URL: <http://medialing.spbu.ru/lib/>.
8. National economy of USSR for the last 60 years. [Narodnoe hozyaistvo SSSR za 60 let]. Moscow, 1977.
9. The Russian Language at the end of the 20-th century (1985-95). [Russkij yazyk kontsa XX stoletija (1985–1995)]. Moscow, 1996.
10. Uznadze D. N. Experimental basis for psychology of setting. [Eksperimental'nyje osnovy psihologii ustanovki]. Tbilisi, 1961.

**ПОНЯТИЯ, КАТЕГОРИИ,
МЕТОДИКИ АНАЛИЗА В МЕДИАСТИЛИСТИКЕ**
.....

УДК 81.355
ББК 81.1
ГРНТИ 16.21.61
КОД ВАК 10.02.01

Для каждой цели свои средства, таков должен быть лозунг лингвистически культурного общества.

Г. О. Винокур.
Культура языка, 1929

И. А. Вещикова
Москва, Россия

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕЧЬ В ФОНОСТИЛИСТИЧЕСКОМ РАКУРСЕ

В статье излагаются результаты исследования орфоэпической составляющей телевизионной речи в разные произносительные эпохи. Материалом исследования послужили записи информационных, публицистических и познавательных программ. Анализ языкового материала показал, что установка на единообразии, принятая профессионально-ориентированными словарями, не отвечает реальному положению вещей, а стилистическая гибкость телевизионной речи, характерная как для советской, так и постсоветской эпохи, является следствием и отражением многоплановости самого телевидения.

Ключевые слова: *орфоэпия, телевизионная речь, кодифицированные нормы, некодифицированные нормы, фоностилистика.*

Ирина Андреевна Вещикова, кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

117463, г. Москва, проезд Карамзина, д. 5, кв. 270.
E-mail: irinavmgu@gmail.com.

© Вещикова И. А., 2014

Орфоэпия телеречи в свете нормативных предписаний. Всегда считалось, что телевизионная речь (как и сценическая речь) находится в особых отношениях к другим разновидностям литературного языка и противопоставлена им «по степени кодифицированности и эталонности произношения» [Каленчук, Касаткина 2007: 319]. Чтобы представить суть и содержание индивидуальных черт звучащих СМИ, обратимся к профессионально-ориентированным ортологическим источникам — знаменитому «Словарю ударений для работников радио и телевидения» (первое изд. — 1960 г., последнее — 2000 г.; далее — СУ) и дополняющим его пособиям М. В. Зарвы [Зарва 1971; Зарва 1976], ибо именно они в исследуемой нами сфере бытования литературного языка задают нормативные ориентиры. Ключевое в этом случае требование общеизвестно и заключается в установке на единообразии, в соответствии с которой практические руководства и справочники для представителей студии «всегда рекомендуют только один из двух сосуществующих в языке равноправных акцентных вариантов», мотивируя это так: «чтобы не было разнобоя в речи журналистов, чтобы не возникала ситуация, которую когда-то высмеяли дикторы радио в шуточных куплетах: «Собкор сказал “Каракас”, а диктор — “Каракас”». Подобное, к сожалению, наблюдается в современном эфире каждый день <...> Такой разнобой в эфире нежелателен, особенно в информационном

вещании. По-разному произнесённое одно и то же слово <...> привлекает к себе внимание. Это мешает слушателям сосредоточиться на сути сообщения, их внимание переключается с содержания передачи на её форму» [Агеенко, Зарва 2000: 3]. Но посмотрим, что содержательно скрывается за установкой на единообразие. Существенными здесь оказываются следующие моменты: 1) отказ от вариантов «как в плане хронологическом — старые и новые, так и в плане стилевом — книжные и разговорные», которые тем не менее «в других сферах речевого общения <...> закономерно используются» [Агеенко, Зарва 1984: 3]; 2) признание стилистически значимыми вариантов, формирующих нейтральный стиль; 3) отсутствие произносительных различий между разными сегментами телевизионной речи (далее — ТВР). Из таких предписаний автоматически вытекает, что индикатором качества «слова в эфире» на уровне орфоэпии становится соответствие используемых в нем собственно произносительных и акцентологических вариантов кодифицированной нормы, представленной одним вариантом.

Проблемная ситуация и цели исследования. Позиция, согласно которой правильным и оптимальным для практики телевидения и радиовещания является только один вариант произношения и ударения, была принята как аксиома на рубеже 5060-х годов XX века, никогда не подвергалась проверке и лишь в единичных случаях получала критическое осмысление. Одна из такого рода оценок принадлежит Е. А. Брызгуновой, которая, говоря о сосуществующих вариантах произношения, отмечала: «Это та сфера, где рекомендации редакторов радио и телевидения не всегда можно назвать корректными» [Брызгунова 2003: 195].

Очевидно, что наблюдаемая во многих телевизионных материалах рассогласованность между видением идеального произношения и реальной практикой профессионалов массмедиа не должна оставаться без внимания и заставляет обратиться к записям программ разных жанров, принадлежащим разным произносительным эпохам, с целью установить:

- можно ли считать расширение границ кодифицированной нормы (за счёт использования вариантов) законным, или же это дефект коммуникации?

- правомерно ли утверждение, что «разговорное произношение можно услышать в эфире лишь в речи людей, привлечённых к участию в передаче, но не представляющих официально советское радиовещание и телевидение» [Зарва 1976: 26]?

- что управляет выбором орфоэпических синонимов?

- объясняется ли гетерогенность ТВР только лишь расширением состава участников массовой коммуникации, ослаблением её официальности, отказом от чтения «по бумажке», безразличным отношением журналистов к норме?

На эти вопросы, важные для теории и практики как телевидения, так и орфоэпии, мы и попытаемся ответить, предварительно заметив, что фоностилистическая проблематика применительно к ТВР уже была объектом исследовательского внимания [Зарва 1971; Кузьмина 1996; Лаптева 2000]. Однако содержащиеся в таких работах размышления трудно признать исчерпывающими, поскольку все они, будучи так или иначе сфокусированы на противопоставлении «фонетика кодифицированного литературного языка/фонетика

разговорной речи», рассматривают его безотносительно к проблеме принципов устройства орфоэпии ТВР.

Приводимые ниже данные были получены в результате анализа текстов, оцениваемых аудиторам как качественные. Естественно, что мы опирались на интуитивные представления литературно говорящего социума, полагая, что носители языка обычно улавливают, какие формы и в каких ситуациях уместны и мотивированы, а какие нежелательны и нуждаются в синонимических заменах. О «присутствии в сознании носителей литературного языка представления о функционально-стилевой прикреплённости различных языковых форм» писал ещё Д. Н. Шмелёв, подчёркивая: «То, что мы обычно замечаем несоответствия между назначением высказывания и его оформлением, говорит о присутствии в сознании говорящих этих правил» [Шмелёв 1989: 15].

Фоностилистические особенности ТВР новейшего времени. Особый интерес для рассматриваемой темы представляют информационные программы, поскольку, с одной стороны, они — «лицо» любой телекомпании, опорные точки вещательного дня» [Телевизионная журналистика 2005: 286] и за ними закреплены культурно-просветительские функции, с другой стороны, типичные для ведущих таких программ условия продуцирования, основанные на чтении заранее подготовленного текста, должны препятствовать появлению не предусмотренных нормой вариантов. Говоря словами М. В. Панова, «чтение враждебно разговорной фонетике» [Панов 1990: 67].

Итак, изучение информационных текстов сквозь призму нормативных предписаний СУ выявляет сложные отношения между ними. Сразу же останавливает на себе внимание отсутствие единообразия в их орфоэпическом оформлении, что создаётся за счёт разного использования, с одной стороны, кодифицированных форм, с другой — разговорных (или, по другой терминологии, некодифицированных, компрессированных и т. п.).

Далее, они оказываются разнородными в отношении принципов отбора кодифицированных форм. Ежедневные новостные программы, точнее, исполняющие их дикторы-ведущие стремятся держаться ограничений, устанавливаемых профессионально-ориентированными словарями. (Вопрос о присутствии в речи ряда дикторов нелитературных произнесений мы оставляем в стороне, поскольку он не относится к проблеме закономерностей использования кодифицированной нормы и, кроме того, об ошибках в СМИ уже много написано, хотя и не всегда корректно.) Что касается информационно-аналитических программ, то их авторы-ведущие, имена которых часто вынесены в заголовок программы, как будто бы более свободны в своём выборе: они не отказываются от предоставляемых произносительной системой возможностей и сознательно или бессознательно становятся проводниками нормативных установлений академических словарей [Орфоэпический словарь 1997], утверждающих, что нормативность не исключает вариантов. Приведём два простых примера. Если сопоставить произношение твёрдого/мягкого согласного перед орфографическим *e* в иноязычных словах, по отношению к которым литературная норма допускает двойное звучание, то, судя по материалу, дикторы-ведущие предпочитают тот из сосуществующих в пределах правильного вариант, который выбран авторами и редактором СУ, например, *аg[pe]ссия*, *[te]ppop*, *конг[pe]сс*, *n[pe]сса*, *стра[me]гия*, *[ce]ссия* и т. д. Для ведущих

аналитических программ вполне тривиален и условно второй вариант, разрешаемый академическими словарями: не только *аг[ре]ссия*, *[те]ррор*, *конг[ре]сс*, *стра[те]гия*, *[се]ссия*, но и *аг[рэ]ссия*, *[тэ]ррор*, *конг[рэ]сс*, *стра[тэ]гия*, *[сэ]ссия* и т. д. Другой показательный пример — произношение имён собственных. Если СУ предписывает варианты *Ба́ли*, *Ки́жи*, *ПА[СЕ]*, то большинство работающих в дикторском амплуа последуют этому совету, тогда как ведущие информационно-аналитических программ могут себе позволить действовать без оглядки на СУ и даже высказывать на этот счёт свои соображения. Например, А. Пушков — автор и ведущий программы «Постскриптум» — всегда произносит [ПАСЭ], хотя СУ этот вариант не упоминает. И это не будет ошибкой. Автор и ведущий программы «Вести в субботу с Сергеем Брилёвым» говорит в эфире: «Честно сказать, не понимаю всего того сыра-бора, который возник вокруг темы Кижёй. Я уж буду ставить привычное мне ударение». И это тоже не будет ошибкой. Более того, некоторые словари в настоящее время считают его более предпочтительным для эфира. Сходная стратегия поведения отмечается у ведущих и других персонифицированных программ, публицистических и познавательных, о чём свидетельствует суждение А. Архангельского — автора, ведущего и руководителя программы «Тем временем»: «Хотя у меня практика другая. Я ориентируюсь на словари предшествующего поколения, т. е. для <...> медийной среды, если это не репортажи, не сверхсовременные задачи, лучше ориентироваться на <...> “лучше отстать”». Для дикторов-ведущих подобные «вольности», конечно же, невозможны.

Наконец, в информационных программах наряду с кодифицированными систематически звучат и некодифицированные разговорные варианты. Не нарушает ли их употребление литературность (правильность) речи? Не влечёт ли их присутствие в массмедиа снижение качества текста? Здесь нет простого и однозначного ответа. Если за точку отсчёта принять рекомендации профессионально ориентированных словарей и пособий, которые считают нежелательным выход за пределы нейтрального поля, то можно было бы ограничиться утверждением, что применение в студии некодифицированных разговорных вариантов — это изъясн, свидетельствующий о недостаточной речевой культуре на экране. Но тогда придётся признать наличие «минусов» едва ли не в большей части текстов.

Однако воздержимся от поспешных суждений, полагая целесообразным пойти иным путём и выяснить, все ли сегменты ТВР открыты/закрыты и проницаемы/непроницаемы для разговорных форм и в чём состоит специфика их функционирования в условиях телеэфира. Но прежде чем перейти к характеристике конкретных фактов, важно обратить внимание на то, что «объективно встречающиеся в разных условиях формы: *gvrít, gəvrít, gərít, gərít, grít* и т. д.» [Щерба 1957: 21] попали в объектив лексикографов только в XXI в. Авторы нового «Большого орфоэпического словаря русского языка» [Каленчук, Касаткин, Касаткина 2012] включили их в словник с пометами: абстракционизм — абстракц[ыа]низм, в беглой речи возможно абстракц[а]низм; тысяча — ты[с'иеч']а, в беглой речи обычно ты[ш'ш']; театр — [т'и́еа]три допуст. [т'атр], оставив открытым ряд важных с точки зрения практики — в том числе и журналистской — вопросов: законны ли варианты типа п[и́еие]сът вне беглой речи? Уместны ли они при чтении новостей, для которых быстрый темп

вполне обычное явление? Какие ещё факторы (кроме темпа) влияют на выбор того или иного варианта?

Исследованный материал свидетельствует о том, что наличие кодифицированных и некодифицированных разговорных произнесений может варьироваться от жанра к жанру, от диктора-ведущего к автору-ведущему. Кстати, это хорошо ощущают и сами представители студии: «Телевизионный ведущий, общаясь со своей аудиторией, должен говорить на максимально живом языке, даже если это приводит к каким-либо языковым ошибкам. Можно говорить по-своему, с какими-то своими особенностями. Всё это может создать некий интересный характер передачи, делающей её непохожей на другие. Образцовый литературный язык — прерогатива дикторов» [Светлана-Толстая 2007: 298]. Действительно, между информационными новостными и информационно-аналитическими передачами нет ни тождества, ни непроницаемых границ, хотя общий вектор употребления некодифицированных разговорных вариантов достаточно отчётливо просматривается: дикторы-ведущие стремятся их избегать, в то время как авторы-ведущие могут вести себя по-разному в зависимости от индивидуальной речевой манеры.

Накопленная к настоящему времени база данных даёт основания говорить о том, что требование литературности не означает отказа от использования фонетических компрессий, правда, с одним принципиально важным условием. ТВР как разновидность литературного языка (речь идёт о текстах, где фонетическое варьирование не вызывает отрицательной оценки) включает подобные формы избирательно. Избирательность в употреблении фонетических компрессий обнаруживает себя двояким образом. Систематизация наиболее частотных вариантов позволяет уловить определённую направленность в их отборе: чем больше какая-либо форма удалена от кодифицированной нормы, тем реже она используется в качественных телевизионных текстах и наоборот; если для узнавания какого-либо варианта требуется дополнительный контекст или знание ситуации речи, представители студии стремятся их избегать; если слово имеет более одной разговорной формы, то выбор обычно делается в пользу варианта, наименее отличного от кодифицированного и тем самым наименее заметного на слух. Исключений из этих «правил» немного, хотя они, безусловно, есть. В таких случаях сигналом критического отношения могут быть ремарки типа «разговорно», «невнятно», «скороговорка», «плохая дикция» и т. п. Ещё одно ограничение связано с тем, что замена кодифицированный компрессированный вариант отмечается более или менее регулярно только в нескольких случаях, знание которых обычно помогает держать их под контролем. Это: 1) слова, содержащие многоморфемные единства *-тельн-, -тельск-, -тельств-, -ственн-*; 2) слова с сочетанием согласных, поведение которых зависит как от конкретной лексической единицы, так и от позиции сочетания в начале, середине или конце слова; 3) слова с интервокальными согласными с той, однако, оговоркой, что эффект нулизации чаще всего распространяется на некоторый вполне обозримый перечень слов; 4) слова разной частеречной принадлежности, дифференциальным признаком которых является подвижность звукового состава; 5) слова, звучание которых отличается такая особенность: «На стыках слов все время заударные слоги мнутся и наезжают друг на друга» [Панов 1990: 177].

Приведённые факты — разнообразие репертуара наличествующих в современном телеэфире орфоэпических форм — первоначально заставили думать, что исповедуемые профессионально ориентированными словарями нормативные установки отражают уходящую или ушедшую ситуацию. По мере изучения и осмысления старых записей стало ясно, что для проверки работоспособности предписаний и требований СУ, необходимо исследование текстов предшествующей произносительной эпохи, тем более что созданные в советский период телетексты считаются эталонными.

Телевизионная практика советского времени. При обсуждении орфоэпии теле- и радиоречи советского времени принято подчёркивать её образцовый характер: «Информационно-публицистический стиль, воплощённый в речи радио- и теледикторов, в наибольшей степени олицетворяет орфоэпическую норму кодифицированного литературного языка, он близок к воплощению эталона, идеала литературной речи» [Кузьмина 1996: 13]. Как видно, фонетисты полагали правомерным судить об устройстве орфоэпической составляющей стиля в целом, выбрав, как они утверждают, «жанры, которые были бы наиболее типичными для того или иного функционального типа или стиля речи» [Кузьмина 1996: 10]. Думается, что это был не совсем верный путь, в результате которого недикторская ТВР советского периода оказалась вне исследовательского внимания.

К сожалению, подсказки теоретиков, критиков и практиков телевидения о необходимости взглянуть на теле вещание с учётом его многоплановости не были услышаны языковедами: «Несмотря на всё своё обаяние, теледиктор — фигура слишком условная <...> Иракий Андроников писал о том, что необходимо выработать хотя бы дикторские амплуа. Дикторов надо дифференцировать по профилю передач, по кругу тем и даже по времени появления в эфире. Впрочем, в этом случае уместнее будет уже говорить не о дикторах, а, скорее, о ведущих самостоятельные программы, о людях не только сведущих в своей области, но и интересных самих по себе» [Муратов 2009: 44]. Поэтому для анализа нами были привлечены в первую очередь записи «персональных передач», для ведения которых обычно приглашались признанные в профессии лица, знакомые и интересные зрителю. В их числе: «Международная панорама», положившая начало информационно-аналитическому вещанию (разные выпуски вели А. Овсянников, А. Бовин, И. Фесуненко, Вс. Овчинников, Г. Герасимов, В. Ильяшенко, Б. Стрельников, Б. Калягин и др.); информационно-публицистическая программа «Камера смотрит в мир» (разные выпуски вели Г. Боровик, И. Фесуненко и др.); публицистические фильмы В. Зорина; выступления И. Андроникова, которого называют «эталонном человека, ведущего свою программу» [Муратов 2009: 44] и с именем которого связано становление «экранного прообраза амплуа “телевизионного рассказчика”» [Муратов 2009: 259]. В то же время не осталась в стороне и собственно дикторская речь, вставки которой есть в каждом выпуске «Международной панорамы» и которая представлена текстами знаменитых радио- и теледикторов, такими как Ю. Левитан, А. Шапилова и др.

Что же показал данный материал? Начнём с обзора дикторской речи, поскольку именно она принимается здесь за «точку отсчёта». Все тексты в дикторском прочтении орфоэпически очень близки и легко узнаваемы. Первое,

что не может не заметить современный зритель, — это приподнято-празднично-патетическая и сугубо официальная тональность, а также тип автора — коллективный и не индивидуализированный. В этом плане дикторская речь перекликается с газетной, характеризуя которую учёные-стилисты отмечают: «Доминирующей в газете была возвышенно-торжественная тональность <...> Весьма характерен для этого периода тип автора, концентрирующего в себе идеологические и политические устремления эпохи. В нем резко выделяется лишь одна грань, явно гипертрофированная. Автор — человек социальный <...> Индивидуальный подход к действительности, к речи, как правило, отсутствует. Коллективное мы полностью поглотило авторское я, что призвано было демонстрировать политическое единомыслие и отражалось в коллективных, обезличенных формах речи» [Солганик 2003: 262–263].

Вторая черта касается качества речи, обнаруживающего себя через такие признаки, как «чёткость артикуляционных переходов от звука к звуку — к слогу — к слову — к концу предложения», «умение держать <...> интенсивность звука до конца предложения, односинтагменного и многосинтагменного» [Брызгунова 2003: 196].

Третья характерная черта — точность выполнения нормативных предписаний профессионально-ориентированных словарей, хотя и с некоторыми исключениями. Среди участков, где невозможно сохранить единообразие и избежать хронологически соотнесённых вариантов, — окончания прилагательных мужского рода единственного числа именительного и винительного падежей на *-кий, -гий, -хий* и возвратные частицы *-ся, -сь*. Такое положение дел со стороны теоретиков и практиков звучащих СМИ получало неодобрительные оценки: «Тем не менее не подлежит сомнению, что идентичности в произношении дикторов нет (речь идёт о произношении *-ся, -сь*. — И. В.). А если помнить, какую огромную роль играет в системе массовой информации в её устной форме единообразие произношения, то станет очевидным, что это один из моментов, требующих к себе внимания» [Зарва 1976: 51].

Ещё одна черта касается разговорной фонетики, элементы которой появляются как единичные вкрапления даже при озвучивании Ю. Левитаном речи И. Сталина на параде Красной армии 7 ноября 1941 года в Москве (*ко(г)да* — 2 раза, *то(г)да* — трижды, *ес(т)ь, независимос(т)ь, нек(о)т(о)рые*) или при озвучивании перевода интервью премьер-министра Великобритании М. Тэтчер А. Шатиловой (*естестест(вен)но, единс(твен)ное, промежу[тч']ный, действит(ель)но, деяс(ель)ности, доста[тч']но*) и т. д.

Наконец, стоит сказать о нелитературных орфоэпических формах, некоторые из которых проникали в речь даже образцовых дикторов. Например, А. Шатиловой было произнесено *ле[к]че, вероисповедание, развита наука*. Попутно заметим, что, по свидетельству фонетистов старшего поколения, «непоследовательность и, если хотите ошибки, мы можем найти даже у великих актёров Малого театра старшего поколения, в том числе ушедшего из жизни» [Аванесов 1986: 20].

Тексты информационно-аналитических, публицистических и просветительских программ, авторами и ведущими которых были известные и влиятельные журналисты или авторитетные в своей профессии лица, с фонетической точки зрения устроены гораздо сложнее дикторских. Посмотрим,

отразилась ли на орфоэпическом облике текста смена тональности (от возвышенной, официальной к нейтральной) и типа автора (от коллективного *мы* к авторскому *я*). Заметными здесь оказались уже знакомые по современным текстам особенности, связанные с утратой равновесия между узусом и нормативными предписаниями для профессионалов СМИ.

Одна особенность состоит в расширении кодифицированной составляющей произносительной нормы за пределами дикторской речи. Показателен, в частности, такой нюанс, как обычность употребления не только равноправных вариантов, но и неравноправных, один из которых в академических словарях снабжается пометой *допустимо*, передающей «менее желательный вариант нормы, который тем не менее находится в пределах правильного» [Орфоэпический словарь 1997: 5].

Вторая связана с тем, что в каждой записи при доминирующем положении кодифицированных присутствуют и некодифицированные литературные варианты. И такие тексты — скорее правило, чем исключение. Кроме регулярности их использования, надо зафиксировать ещё две особенности. Во-первых, материалом для компрессий служат те же самые случаи, что и в современных текстах, во-вторых, аналогичными являются тенденции их употребления. Тем самым тезис о том, что подобные формы отсутствуют в произношении работников радио и телевидения, а также господствующее в научной литературе представление, в соответствии с которым проникновение вариантов типа *здрасьте* в ТВР следует считать инновацией, оказываются опровергнутыми. Суждение же М. В. Панова полностью подтверждаются: «Может быть, мы все-таки заблуждаемся, приписывая успехи разговорной фонетики последним десятилетиям? Не будь она обычной в жёлтой системе, не оказалась бы она такой частой гостьей в лекции Д. Н. Ушакова» [Панов 1990: 176].

Наконец, нельзя обойти молчанием такой неочевидный факт, как наличие в произношении работающих в студии журналистов просторечных и диалектных черт: *облэгчит*, [ч]тобы, *отвер[x]*, *вокру[x]*, *ни[x]то*, *п[рэ]сса* (А. Бовин); *Никарагуа*, *о sóзыве*, *упрочёние* (В. Ильяшенко); *Никарагуа*, *дипломати[тс]кий*, [ч]то, *миллиар[де]р*, *трид[ца]ти* (Б. Стрельников); *разобрались*, *принялись*, *подняло*, *[те]зис* (Г. Боровик); *ску[чн]о*, *[дэ]тали* (И. Андроников).

В настоящее время в речи ведущих информационно-аналитические программ региональные особенности отсутствуют, а так называемые просторечные встречаются редко. Если принять во внимание орфоэпические особенности текстов советского периода, то к ним можно отнести характеристику, выдвинутую по отношению к текстам новейшего времени: «Звучащая *речь в средствах массовой информации всё более близка к обычной речи, причём не только в её кодифицированном варианте, но и других, менее строгих формах*» [Каленчук, Касаткина 2003: 318].

Выводы. Полученные результаты заставляют задаться вопросом: можно ли признать убедительными нормативные предписания СУ относительно того, что, как отмечает М. В. Зарва «сказанное выше о требованиях к произношению дикторов в равной степени относится к произношению радио- и телекомментаторов, корреспондентов, репортёров, очеркистов, артистов — всех, кто выступает как представитель советского радиовещания и телевидения» [Зарва 1976: 28].

Ответ здесь может быть только отрицательным, поскольку записи недикторской речи двух синхронных срезов демонстрируют систематические отступления от так называемой идеальной нормы. По-видимому, если большая часть телевизионных текстов указанного типа вступает в конфликт с нормативными рекомендациями СУ, то, вероятно, надо задуматься над самими нормативными предписаниями. Это касается орфоэпической ситуации обеих произносительных эпох.

Установка на единообразии не может быть экстраполирована на все сегменты ТВР, а соответствие ей не должно быть единственным мерилем качества телетекстов как советского, так и постсоветского периода.

Надо признать, что орфоэпический облик телевизионных текстов создаётся разным соотношением двух основных типов форм и норм. При описании норм в условиях эфира важно учитывать, что они могут быть представлены как одним, так и двумя вариантами. Поведение некодифицированных вариантов, более причудливо: одна и та же форма может быть оценена двояко (как положительно, так и отрицательно) в зависимости от конкретных коммуникативно-прагматических условий речи. Это находит своё объяснение в том, что некодифицированные варианты фонетически очень пестры и, как следствие, градуированы в нормативно-стилистическом плане.

Вследствие этого при рассмотрении фонетических компрессий необходимо иметь в виду ряд нюансов: 1) за исключением немногих случаев в ТВР нет табу на употребление некодифицированных разговорных вариантов, но очевиден запрет на использование всего их спектра; 2) фонетические компрессии, точнее, разные их типы, используются не на всём медиапространстве: в текстах, где авторское «я» не предусмотрено нормой, они стремятся к нулю, тогда как в текстах, где присутствует индивидуальность говорящего, наличие некоторых типов компрессий вполне органично; 3) данный тип вариантов образует континуум, восприятие элементов которого как своих или чужих в разных сегментах ТВР в значительной степени обуславливается степенью их удалённости от кодифицированного варианта.

Сведения, почерпнутые из текстов разных произносительных эпох, убеждают в том, что стилистическая гибкость орфоэпии ТВР является следствием и отражением многоплановости самого телевидения. По-видимому, это отсутствие единообразия изначально было присуще ТВР как разновидности современного русского литературного языка. Такое положение дел вполне согласуется с представлениями теоретиков журналистики о том, что «хроникальный сюжет и публицистическая программа должны отличаться по изобразительно-выразительным средствам, по языку. Что уместно, скажем, в монологах Э. Радзинского <...> то не позволено репортёру в новостях. Хотя и это правило — не без исключений» [Телевизионная журналистика 2005: 241].

В заключение повторим мысль, представляющуюся принципиальной для орфоэпии телевидения. Телевизионные программы с точки зрения формирующих их произносительный облик вариантов многообразны, в противопоставленности разных сегментов ТВР нет конфликта и противоречия. Поэтому выносить однозначные оценки о правильности/неправильности, уместности/

неуместности употребления какого-либо варианта в ТВР вообще, без конкретизации таких параметров, как тональность речи, тип программы, жанр, амплуа, тип автора и др. не вполне корректно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аванесов Р. И. Вопросы русского сценического произношения // Культура речи на сцене и на экране. М., 1986.
2. Агеенко Ф. Л., Зарва М. В. Словарь ударений для работников радио и телевидения / Под ред. Д. Э. Розенталя. М., 1984. Изд. 5-е.
3. Агеенко Ф. Л., Зарва М. В. Словарь ударений русского языка / Под ред. М. А. Штудинера. М., 2000. Изд. 8-е.
4. Светлана-Толстая С. В. Русская речь в массмедийном пространстве. М., 2007.
5. Брызгунова Е. А. Связь внутренних законов языка с нормой устной речи // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. М., 2003.
6. Винокур Г. О. Культура языка. М., 1929.
7. Зарва М. В. Произношение в радио- и телеречи. М., 1976.
8. Зарва М. В. Слово в эфире. О языке и стиле радиопередач. М., 1971.
9. Каленчук М. Л., Касаткина Р. Ф. Звучащая речь в средствах массовой информации // Язык массовой и межличностной коммуникации. М., 2007.
10. Каленчук М. Л., Касаткин Л. Л., Касаткина Р. Ф. Большой орфоэпический словарь русского языка. Литературное произношение и ударение начала XXI века: норма и её варианты. М., 2012.
11. Кузьмина С. М. Состояние и задачи исследования русской фонетики в функционально-стилистическом аспекте // Русский язык в его функционировании. Уровни языка. М., 1996.
12. Лаптева О. А. Живая русская речь с телеэкрана. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. М., 2000.
13. Муратов С. А. Кофе и люди // Телевидение в поисках телевидения. М., 2009.
14. Муратов С. А. Легенды и мифы вокруг ТВ // Телевидение в поисках телевидения. М., 2009.
15. Орфоэпический словарь русского языка: Произношение, ударение, грамматические формы / Под ред. Р. И. Аванесова. М., 1983.
16. Панов М. В. История русского литературного произношения XVIII вв. М., 1990.
17. Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. М., 2003.
18. Телевизионная журналистика: Учебник. М., 2005. Изд. 4-е.
19. Шмелёв Д. Н. Функционально-стилистическая дифференциация языковых средств // Грамматические исследования. Функционально-стилистический аспект. М., 1989.
20. Щерба Л. В. О разных стилях произношения и об идеальном фонетическом составе слов // Избранные работы по русскому языку. М., 1957.

REFERENCES

1. Avanesov R. I. Questions of the Russian stage pronunciation [Voprosy russkogo scenicheskogo proiznosheniya] // Culture of speech on the stage an on the screen. Moscow, 1986.

2. Ageenko F. L., Zarva M. V. Dictionary of stresses for employees of radio and television [Slovar udarenij dlya rabotnikov radio i televideniya] / Ed. by D. E. Rosental. Moscow, 1984.
3. Ageenko F. L., Zarva M. V. Dictionary of stresses of Russian language [Slovar udarenij russkogo yazyka] / Ed. by M. A. Studiner. Moscow, 2000.
4. Svetana-Tolstaya S. V. Russian speech in the massmedia space [Russkaya rech v massmedijnom prostranstve] / Ed. by Yu. N. Zasursky. M., 2007.
5. Bryzgunova E. A. Relation of internal laws of the language with norm of speech [Svyaz vnutrennikh zakonov yazyka s normo ustnoj rechi] // Language of massmedia as an object of inter disciplinary research: a educational manual. Moscow, 2003.
6. Vinokur G. O. Culture of language [Kultura yazyka]. Moscow, 1929.
7. Zarva M. V. Pronunciation in radio– and telespeech [Proiznoshenie v radio i telerechi]. Moscow, 1976.
8. Zarva M. V. Word in the air. About the language and style of radio broadcasting [Slovo v efire. O yazyke i stile radio peredach]. Moscow, 1971.
9. Kalenchuk M. L., Kasatkina R. F. Sounding speech in the massmedia [Zvuchashaya rech v sredstvakh massovoj informacii] // The language of the mass and interpersonal communication. Moscow, 2007.
10. Kalenchuk M. L., Kasatkin L. L., Kasatkina R. F. Large orphoepic dictionary of the Russian language. Literary pronunciation and accent of the beginning of the XXI century: the norm and its variants [Bolshoj orfoehpicheskij slovar russkogo yazyka. Literaturnoe proiznoshenie I udarenie nachala XXI veka: norma i ejovarianty]. Moscow, 2012.
11. Kuzmina S. M. State and tasks of the study of Russian phonetics in functional — stylistic aspect [Sostoyanie i zadachi issledovaniya russkoj fonetiki v funkcionalno-stilisticheskom aspekte] // Russian language in its functioning. Levels of language. Moscow, 1996.
12. Lapteva O. A. Live Russian speech on television. The colloquial layer of a televised speech in the normative aspect [Zhivaya russkaya rech s teleehkrana razgovornyj plast televizionnoj rechi v normativenom aspekte]. Moscow, 2000.
13. Muratov S. A. Coffee and people [Kofe i lyudi] // The television in search of television. Moscow, 2009.
14. Muratov S. A. Legends and myths around the TV [Legendy i mify vokrug TV] // The television in search of television. Moscow, 2009.
15. Orphoepic dictionary of the Russian language: Pronunciation, accent, grammatical forms [Orfoehpicheskij slovar russkogo yazyka proiznoshenie udarenie grammaticheskie formy] / Ed. by R. I. Avanesov. Moscow, 1983.
16. Panov M. V. History of the Russian literary pronunciation of the XVIII–XX centuries [Istoriya russkogo literaturnogo proiznosheniya XVIII–XX vv.]. Moscow, 1990.
17. Solganik G. Y. About the language and style of the newspaper [O yazyke i stile gazety] // Language of massmedia as an object of interdisciplinary research: Educational manual. Moscow, 2003.
18. TV journalism: Textbook [Televizionnaya zhurnalistika. Uchebnik]. Moscow, 2005.
19. Shmelev D. N. Functional-stylistic differentiation of language means [Funkcionalno-stilisticheskaya differenciaciya yazykovykh sredstv] // Grammar studies. Functional-stylistic aspect. Moscow, 1989.
20. Shcherba L. V. About different styles of pronunciation and perfectphonetic composition of words [O raznykh stilyakh proiznosheniya i ob idealnom foneticheskom sostave slov] // Selected works on the Russian language. Moscow, 1957.

УДК 811.161
ББК 812 Рус. 923
ГРНТИ 16.21.1
КОД ВАК 10.02.01

М. А. Кормилицына,
О. Б. Сиротинина
Саратов, Россия

ИДИОСТИЛЬ ЖУРНАЛИСТА. Статья первая

В двух статьях рассматривается понятие «идиостиль журналиста», анализируются идиостили М. Ростовского («МК»), В. Костикова («АиФ»), Л. Радзиховского («РГ») и Ю. Калининой («МК»), общие для них приёмы и специфика в конкретной их реализации. Отмечена специфика идиостиля Л. Радзиховского. Статья 1 заканчивается анализом идиостиля М. Ростовского. Вторая статья — в следующем номере.

Ключевые слова: *идиостиль, М. Ростовский, В. Костиков, приёмы и особенности речи.*

Мargarita Anatol'evna Kormilitsyna, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой русского языка и речевой коммуникации Института филологии, и журналистики Саратовского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., д. 83, XI корп. СГУ, комн. 310.

E-mail: margarita-kormil@mail.ru.

Ольга Борисовна Сиротинина, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., д. 83, XI корп. СГУ, комн. 310.
E-mail: skunak@mail.ru

© Кормилицына М. А., 2014

© Сиротинина О. Б., 2014

Само понятие идиостиль в лингвистике далеко не однозначно. В «Полном словаре лингвистических терминов» [Матвеева 2010] идиостиль упоминается только в самом конце статьи к слову «Идиолект» как один из возможных его синонимов, который «подчёркивает внимание к текстовой деятельности индивида: коммуникативной стратегии автора, типам смыслового развёртывания, выбора регулятивных структур, прагматическом эффекте текста. Изучается в художественном тексте (индивидуальный стиль Л. Толстого, язык А. Островского)», то есть применяется в художественной стилистике по отношению к писателям. Для других сфер использования языка Т. В. Матвеева предпочитает термин идиолект: «И. — не только особенности, но и весь состав речи языковой личности. Термин И. применяется в том случае, когда индивидуальные речевые особенности берутся в целом как совокупность единиц с их связями и отношениями. Используется в общем языкознании и диалектологии» [Матвеева 2010: 147]

В «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» под ред. М. Н. Кожинной [Стилистический словарь 2003] М. П. Котюрова в статье «Идиостиль» знакомит читателей с разными толкованиями этого понятия, но предлагает именно термин «идиостиль» и только в скобках даёт в качестве возможных синонимов индивидуальный стиль и идиолект, определяя его как совокупность языковых и стилистико-текстовых особенностей, «свойственных речи писателя, учёного, публициста, а также отдельных носителей данного языка [Стилистический словарь 2003: 9598]. В своей монографии [Котюрова 2009] автор в основном употребляет термин

индивидуальный стиль применительно к стилю учёных, рассматривая специфику представления каждым своих взглядов на какую-либо лингвистическую проблему через отбор языковых единиц и совокупность его результатов, а в соавторстве с Л. С. Тихомировой и Н. В. Соловьёвой [Котюрова 2011] — идиостиль. Вместе с тем М. П. Котюрова приводит и другие толкования идиостиля, свойственные прежде всего исследователям языка писателя, основывающим понимание идиостиля в первую очередь на взглядах писателя, его отношении к миру, его эстетических принципах. Думается, что подобное понимание характеризует использование языка именно писателями.

В своем определении идиостиля И. Я. Чернухина расширяет круг личностей, обладающих идиостилем, считая, что «вершина пирамиды языковой личности — создание собственного идиостиля. Идиостиль имеют все одаренные личности, так или иначе связанные со словесной деятельностью: художники слова, публицисты, ученые» [Чернухина 1993: 10]. Безусловно, своим идиостилем отличаются и известные журналисты.

В других сферах общения идиостиль проявляется, если вообще проявляется, в минимальной степени. Различия между учёными, между журналистами и просто носителями литературного языка связаны с типом речевой культуры каждого (степень соблюдения норм литературного языка, норм речевого поведения, уважения к адресату), что говорит не столько об идиостиле или идиолекте, сколько о степени коммуникативной компетентности. Однако в речи проявляются и индивидуально-личностные предпочтения использования тех или иных оборотов, типов предложения, прецедентных феноменов, риторических приёмов и т. д.

Меньше всего индивидуализация речи проявляется в разговорной речи (использование / неиспользование ласкательных суффиксов, грубых слов, предпочтение прямых или косвенных просьб, привычка к тому или иному заполнителю пауз и т. д.). В научной сфере она проявляется намного сильнее и многообразнее, но во многом это не столько индивидуализация личности учёного, выразившаяся в его речи, сколько формирование манеры изложения полученных в процессе исследования (или сообщения его результатов) знаний под влиянием той научной школы, в которой он сформировался (так называемое наукообразие или изложение фактов, строгая логичность или использование выразительных средств и даже предпочтение тех или иных терминов).

У журналистов свобода выбора языковых средств во многом ограничена редакционными установками (в том числе и степенью независимости издания, его провластной или оппозиционной ориентацией), а также (как и в сфере разговорного общения) временным цейтнотом, затрудняющим сознательный выбор. Обе эти причины во взаимодействии приводят к тому, что выработать свой идиостиль (всё-таки этот термин, по нашим наблюдениям, распространён шире, чем идиолект) и проявить его могут себе позволить только журналисты, завоевавшие безусловный авторитет, но даже на их речи сказывается влияние редакционной политики. Так, по нашим наблюдениям, на оппозиционной радиостанции «Эхо Москвы» Н. К. Сванидзе и Л. Радзиховский свободно употребляют нелитературную лексику (*на фиг, ни фига себе* и пр.), не разрешая себе такого на центральных каналах ТВ и в «Российской газете».

В поле нашего наблюдения были тексты журналистов разных взглядов и изданий: Л. Радзиховского, А. Минкина, М. Ростовского, В. Костикова, Ю. Калининой, Ю. Латыниной и др. Самую высокую степень коммуникативной компетентности и умение всегда целесообразно применять самые разные средства языка, при этом не выходя за рамки литературных норм, демонстрируют Л. Радзиховский [Кормилицына, Сиротинина 2012а; 2012б], А. Минкин [Шаховский 2007] и М. Ростовский, умело разнообразя свой стиль в зависимости от тематики статей и замысла. Близок к ним, хотя и не достигает их вершин, В. Костиков. Самое большое разнообразие языковых и паралингвистических средств (шрифт, прописные буквы в начале определённых слов) использует Л. Радзиховский, и в этом особенность его идиостиля. Ю. Калинина в основном создаёт языковую маску домохозяйки, резко противопоставляя свою речь названным выше и другим журналистам, самоуверенно поучающим читателя («я всё знаю, всё понимаю и Вам сейчас разъясню»). У Ю. Калининой чаще всего (но не всегда) присутствует речь рядового носителя языка, «плохо разбирающегося в событиях» и высказывающего свои наблюдения и недоумения. Отсюда обилие сигналов разговорности: *Всё. Общественная территория теперь закрыта для жителей. Мелкая месть. Хотите садик? А вот фиг вам. Будете выступать — вообще вас туда не пустим* (МК. 23.11.2013); *Всё ясно. Всё понятно. Деньги рулят. Те, кто за ними пришёл, — не отступят. Выгрызут, вырвут с мясом понравившийся кусок* (Там же).

Ю. Латынина демонстрирует верх самоуверенности («всё знаю, никогда не ошибаюсь, ни в чём не сомневаюсь»), никогда не извиняется за явно неверные «факты» (в чём её не раз уличали, хотя и безрезультатно, слушатели «Эхо Москвы»), невероятно экспрессивна и свободна в способах выражения (не только обороты с *фиг*, но и синоним *дерьмо* на букву *г*, и другие очень грубые словечки [Матяшевская 2014а]).

Остановимся на анализе текстов М. Ростовского и В. Костикова, ещё не получивших должного освещения в научной литературе. А. И. Матяшевской в идиостиле В. Костикова [Матяшевская 2014б] исследована только сниженная лексика, вернее, её отсутствие. См. также заметки об идиостиле разных журналистов в работах М. А. Кормилицыной [Кормилицына 2003] и О. Б. Сиротининой [Сиротинина 2003].

Идиостиль М. Ростовского ярко представлен в 2014 г. статьями, связанными с событиями на Украине. Возьмём для анализа десять его статей за период с июля по август 2014 г. Обычно очень трезвомыслящий, критически настроенный, но не оппозиционный, он никогда раньше не давал себе права на эмоциональные оценки происходящего, отличаясь строгой логичностью доводов, опорой на неоспоримые факты. Так, например, в статье «Страшный 2014-й: что ещё нас ждёт дальше?» (МК. 19.07.2014) в рубрике «Злоба дня», начав с сопоставления фактов (конец мирной жизни в Европе после убийства кронпринца в Сараеве 1914 г. и крушение малазийского лайнера, рассматривающиеся многими журналистами и политиками как мистически зловещие), М. Ростовский тут же утверждает: *Конечно, не приведёт к Третьей мировой войне, но оно непременно будет иметь пока непредставимые исключительно масштабные политические последствия — масштабные прежде всего для нашей страны.*

В этом предложении уже представлена характерная для идиостиля М. Ростовского политическая мудрость, трезвость суждений и рассуждения по поводу события без громких слов, с использованием тщательно отобранной лексики (*непредставимые, исключительно, дважды повторенные масштабные*), подчёркивающих всю серьёзность и значимость для нашей страны этого факта. И дальше опять фактами раскрывается причина этих будущих событий (почему это будет остро воспринято Б. Обамой): *насильственная смерть граждан стран НАТО от рук иностранцев — такого в Америке не прощают.*

Статья написана по свежим следам событий (самолёт был сбит в ночь на 18.07, а статья вышла уже 19.07), так что М. Ростовский анализирует не реакцию США, которую предвидит, а ту цепь событий, которая привела к трагедии (опять факты): *Чудовищная катастрофа, которая была запущена в тиши кабинетов вашингтонских политиков.* Приводимые факты даются с яркими эпитетами (*страшное оскорбление, страшная гибель*), возложение вины за цепь событий заканчивается утверждениями, что *очевидная вина Киева* (не закрывшего небо) несомненна. Логический вывод сопровождается замечанием: *выбираю слова предельно осторожно.* Дальше следуют цитаты из слов Обамы, американских и британских газет, обвиняющих Россию. При этом сам М. Ростовский использует негативно окрашенную оценочную лексику, не выходящую за рамки литературных норм, только при оценке самих фактов (кроме уже указанных выше, добавим только *кровавую и бессмысленную войну*, и то в призыве-вопросе): *Почему мы не объединяем усилия и не заставляем украинцев немедленно завершить свою кровавую и бессмысленную войну?* и при характеристике нашего положения: *Это тупик — полный безоговорочный и безнадежный, а также в утверждении мы не должны поддаваться на внешний шантаж.*

В итоге статьи — факты как аргументы, вопросы и советы-утверждения о том, как надо поступить. Но ни одного прямого осуждения ни в адрес Киева, ни в адрес Запада, ни в адрес российской власти.

Примерно в таком же духе строятся рассуждения М. Ростовского в статье «Конец войны нам только снится?» (МК. 31.07.2013). Всё опять строится на фактах (заявления Керри и Порошенко о готовности Украины к переговорам), но: *красивые правильные слова* остаются словами. Потом вопрос: *Значит ли это, что все миролюбивые декларации из Киева и Вашингтона — пустое сотрясение воздуха?* (вопрос и в названии статьи) и личностный ответ на него: *С моей точки зрения, нет, не следует. Звучит многообещающе. Не правда ли?* (о словах Керри с признанием интересов России). И опять вопрос: *Почему Америка начала менять свою точку зрения?* И ответ: *Я подозреваю, что в Вашингтоне наступило прозрение: ставка на чисто военные способы восстановления контроля Киева над мятежным украинским юго-востоком себя не оправдывает.* Далее следует рассуждение о том, почему очевидные истины доходят с опозданием (слишком далеко зашел конфликт), и опять перед читателем вопрос: *Что будет дальше?* Затем следует чёткий ответ на далёкую перспективу (*Рано или поздно всё равно закончится переговорами и компромиссом*) и на краткосрочную (пока весьма неясную), и снова вопросы, и снова ответы о том, каковы могут быть условия и кому придётся уступить, формулировка интересов России и интересов Америки, и в завершение снова вопросы: *Конец войны за-*

маячил впереди. Но сколько до него идти и бежать? И не исчезнет ли вновь огонёк надежды?

И снова в статье нет прямых обвинений, выхода за пределы литературных норм при опять-таки яркой негативной оценке фактов: *Политики начали говорить красивые правильные слова, но простые люди продолжают умирать страшной смертью; В начале недели мне казалось: в мировой политике окончательно отказали тормоза <...> Ближе к концу этой недели в беспредельно мрачной середине картины украинского кризиса вдруг появились пусть не про- блестя надежды, но хотя бы намёки на подобные проблески.*

Факты, рассуждения, вопросы и отсутствие прямых обвинений — вот что составляет типичные черты идиостиля этого очень компетентного и в отношении языка журналиста. Так, например, бросается в глаза огромность его активного лексикона. Если обычно в качестве усилителя журналисты используют очень (иногда весьма и крайне), то у М. Ростовского это ещё и предельно, сколь угодно дерзким шагам, чересчур общо, исключительно масштабные, совсем серьёзного конфликта, а ещё максимально льготные и максимально нейтрализованы (это только в двух статьях!).

В других статьях находим *идеально укладывается; особенно неудачный день (29.07.14), это бесконечно обидно; безмерно калорийными (11.07.14), люто ненавидела СССР; безнадежно наивно (18.08.14), возможности России безбожно преувеличиваются (18.08.14), но преобладает всё-таки очень. Не менее разнообразны определения, и всюду явно выраженная своя точка зрения, иногда прямые советы власти, иногда (чаще Западу) в желательном наклонении типа *хорошо бы.**

Чаще это не просто усилители: довольно частотно уже упомянутое *максимально, совсем не типичное для русской речи судорожно хвататься за любую надежду; оптимизм носит строго ограниченный характер; во врезке Рандеву в столице Белоруссии как безумно слабый символ надежды; убедительно провозглашать (21.08.14) и т. д. Ещё одна необычная сочетаемость при нулевом количестве собственных потерь, явно гораздо более выразительная обычного при отсутствии.*

Широко используются и общепринятые метафоры (*русский медведь — о России, оплеухи — о введённых против нас санкциях, удары по кошельку; ставит на карту свой имидж; затянуть пояса; даже судьба правительства на этом фоне — мелочь; все эти примеры — из одной статьи*).

Прецедентные феномены тоже очень разнообразны: чаще всего цитаты, причём в статьях вне рубрики «Злоба дня» больше всего из зарубежных авторитетов культуры, в рамках «Злобы дня» в основном цитируются высказывания официальных лиц, руководителей стран, а также зарубежные газеты. Вне «Злобы дня» чаще встречаются ссылки на народные афоризмы, иногда строки из популярных песен, но чаще всего пересказ чьих-то мнений (не названные *мой высокопоставленный собеседник в Кремле, очень авторитетный источник из близкого к Кремлю окружения и т. д.*).

Фактически (за редким исключением в передаче мнений народа) не используется сниженная, тем более нелитературная лексика и почти отсутствуют графические выделения. Очень редко в зачинах и концовках статей встречается полужирный шрифт (вероятно, не авторский, а редакторский),

никаких прописных букв и шрифтовых выделений отдельных слов (любимые средства Л. Радзиховского), но очень частотно закавычивание цитат — и как показатель иронии, и как показатель чужого слова.

Следует заметить, что постепенно (в соответствии со всё усиливающимся противостоянием Запада и России) тон статей М. Ростовского становится всё более эмоционально негативным по отношению к киевской власти и Западу, и, хотя по-прежнему в них не используются, как это практикуется в размещаемых на той же полосе статьях, такие ярлыковые оценки, как *хунта* или *фашисты*, ощущается всё нарастающее возмущение «безумием западного мира», достигшее своего апогея в статьях от 25.08 «Америка — России: вы накормили голодных? Это вопиющая провокация» и от 26.08 «О чём говорить с Порошенко?» Первая из них в рубрике «Злоба дня», вторая — заглавная статья первой полосы.

Статья от 25.08 начинается с воспоминания о рабстве населения Камбоджи в правление «красных кхмеров», дальше следует взрыв эмоций: *Даже в страшном сне мне не могло присниться, что «гуманные принципы» «красных кхмеров» будут взяты на вооружение в современных западных столицах. Но это случилось. Устав от бесконечных придирок, ничем не мотивированных задержек и вечных согласований («нагнетающее» перечисление) — российский гуманитарный конвой плюнул на формальности и доставил в осаждённый Луганск остро необходимый груз воды, лекарств и продовольствия (опять перечисление). Простые люди, не по своей вине вынужденные жить в чудовищных условиях войны, получили хотя бы крошечное облегчение. И столь свойственный М. Ростовскому вопрос: И как же на это отреагировал «цивилизованный мир»? Дальше следуют факты-высказывания вице-президента США, назвавшего это «вопиющей провокацией», похожие заявления европейских лидеров. И опять «нагнетающее» перечисление в своей оценке поступка России: *Сразу хочу оговориться: я считаю решение Кремля отправить гуманитарный конвой на Украину фактически на свой страх и риск логичным, понятным, но как минимум очень небесспорным, и свойственный М. Ростовскому приём хотя бы попытаться объективно оценить действия не только страны, но и противодействующей стороны. И опять взрыв эмоций: Но если действия России можно назвать бесшабашно рискованными, то позицию западных столиц можно оценить только с помощью принципиально иной лексики. Я обычно стараюсь воздерживаться от эмоционально окрашенных выражений (это, конечно, не совсем так: слова страшный, чудовищный, безумно вряд ли можно считать эмоционально не окрашенными, но они не выходят за пределы норм). Но бывают ситуации, когда без них невозможно не обойтись — совсем не обойтись. Полная и абсолютная аморальность — только так я могу оценить поведение Запада в вопросе доставки российской гуманитарной помощи на Украину <...> Накормить голодного, напоить того, кто испытывает жажду — разве это не вечные истины, имеющие приоритет над сиюминутными политическими дрызгами и межгосударственными... разборками?**

Запад показывает: жители Донецка и Луганска — это для него не люди, а всего лишь костяшки политического домино. Такая постановка вопроса не просто предельно цинична. Она ещё предельно недалёковидна. Однако в конце статьи М. Ростовский снова оговаривается. Я не считаю позицию России по Украи-

не единственно верной и правильной. К ней тоже можно и нужно предъявлять претензии, но Запад окончательно запутался в своих же словах и поступках. Своими действиями США и ЕС провоцируют рост эмоционально заряженных антизападных настроений в крупнейшей ядерной державе мира — России. В отличие от еды, питья, лекарств страдающим людям, это действительно «вопиющая провокация».

Такой взрыв эмоций и такая резкая критика Запада в статьях М. Ростовского в газете «Московский комсомолец» обнаружены нами впервые в материалах от 25.08.2014, но в целом критика реализует свойственные его идиостилю особенности: факты, логика, «нагнетающие» перечисления и открытое своё мнение.

Статья от 26.08.2014 по своей резкости в отношении П. Порошенко и применяемым приемам (вопросы, факты, «нагнетающие» перечисления и, как свойственно М. Ростовскому в статьях не в рамках рубрики «Злоба дня», ссылки на мнения не называемых уважаемых людей, которые неплохо лично знают Президента Украины). Статья начинается с врезки (*Почему встреча Путина и Президента Украины в Минске вряд ли приведёт к миру*) и состоит из уничтожающих Порошенко фактов и рассуждений, что для окончания войны нужен политик масштаба Де Голля, а Президент Порошенко, увы, совсем не Де Голль. Приводится даже не в пользу Порошенко сравнение его с Саакашвили, доказывается, что надеяться ему на США бессмысленно, и заканчивается утверждением: *Президент Украины понимает: в долгосрочном плане курс официального Киева категорически контрпродуктивен. Но в «горизонте» недель и месяцев курс на физическое уничтожение «мятежников» создаёт президенту «зону политического комфорта» — зону, которой он не готов жертвовать. Вот причины, по которым я не верю в успех переговоров Петра Порошенко и Владимира Путина. Дай Бог, чтобы я ошибался.*

Средства выразительности и воздействия разнообразны, зависят от рубрики, но везде и всегда главное отличие идиостиля М. Ростовского: главный аргумент — факты, основной тип составляющих текста — рассуждения, построенные на фактах и логических выводах из них (причина — следствие, сопоставление — противопоставление), главное средство выразительности и воздействия — необычная сочетаемость, эпитеты, метафоры, цитаты (в основном как осуждаемые факты), кавычки и чёткое выражение собственного мнения. Характерны также «нагнетающие» перечисления, создающие впечатление негодования и даже ужасающие читателя (часто в «ответах» М. Ростовского на поставленные им же, нередко в заголовках, вопросы, заставляющие читателя серьёзно задуматься). Так, во врезке к статье «Русские идут» (МК, 13.08.14) читаем: *Почему желание РФ оказать гуманитарную помощь Украине вызвала такой ужас Запада* (вопросительного знака нет, но по своей структуре это вопросительное предложение, а вся статья — ответ М. Ростовского на этот вопрос). Начинается статья (не в рубрике «Злоба дня») с цитаты Дж. Кеннеди: *«Либо человечество покончит с войной, либо война покончит с человечеством»*. И дальше следуют рассуждения М. Ростовского: *Бушующая на Украине война без конца и края, конечно, вряд ли покончит с цивилизацией в Европе* (обращаем внимание на сочетание, казалось бы, несочетаемого конечно и вряд ли — типичное для него совмещение категоричности суждений

с осторожностью в представлении вероятных последствий). Но она похоже (опять осторожность), уже начисто высосала из европейской политики всё, что в ней было человеческого: рассудок, сочувствие, сострадание, желание протянуть руку помощи своему ближнему. И дальше: В соседней стране гибнут мирные люди: женщины, дети, старики. А «родное» украинское государство оказывает им «гуманитарную помощь» только в виде ракет, снарядов и авиабомб. И далее: Я пишу эти строки вовсе не для того, чтобы показать, какой Запад «гнилой» и нехороший и какая Россия добрая, «белая и пушистая». Я пишу их, чтобы поярче высветить, как глубоко абсурд зашёл в нашу жизнь и как прочно предрассудки заменили объективную реальность. Завершается это «нагнетающее» ужас перечисление категоричной фразой: Мир действительно сошёл с ума — эта фраза настолько затёрта, что её смысл уже не достигает мозга. Но по-другому просто не скажешь. Мир действительно сошёл с ума — и не в фигуральной, а в самой натуральной форме. Мы привели (с пропусками) целый кусок статьи, потому что здесь сосредоточены очень типичные для М. Ростовского приёмы (кроме названных выше — кавычки, повторы), позволяющие чётко выразить свое мнение.

Дальше в статье используются столь же типичные для М. Ростовского вопросы с характерным началом фраз о, казалось бы, логичных с точки зрения разума действиях Запада и опровергающих разумную логику реакциях-фактах со стороны Порошенко, генерального секретаря НАТО, американских и европейских СМИ. И опять повторы, «нагнетающие» перечисления и факты, факты, факты. А в завершение статьи подводится её итог: К августу 2014 г. в Европе внезапно истощился запас здравого смысла.

(Вторая статья — в следующем номере.)

ЛИТЕРАТУРА

1. Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б. Идиостиль Л. Радзиховского: авторская позиция и средства её реализации // Лингвистика речи. Медиастилистика. Колл. моногр. М., 2012а. С. 344–376.
2. Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б. Л. Радзиховский как мастер продуктивного воздействия // Коммуникация. Мышление. Личность. Материалы междунар. конф. Саратов, 2012б. С. 246–257.
3. Кормилицына М. А. Наблюдения над разнообразием личностного начала и идеостилем авторов на страницах «Литературной газеты» // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2003. Вып. 2. С. 56–64.
4. Котюрова М. П., Тихомирова Л. С., Соловьёва Н. В. Идиостилика научной речи. Наши представления о речевой индивидуальности учёного. Пермь, 2011.
5. Котюрова М. П. Стилистика научной речи. Пермь, 2009.
6. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д., 2010.
7. Матяшевская А. И. Сниженная лексика как средство воздействия в идиостиле Ю. Латыниной. Филологические этюды. Саратов, 2014а. Вып. 17. Кн. 2. С. 216–223.
8. Матяшевская А. И. Сниженная лексика в СМИ: классификация, употребление, этнокультурные различия (на материале российских и британских газет): Дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2014б.
9. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожиной. М., 2003.

10. Сиротинина О. Б. Речь отдельных журналистов в газете «Известия» // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2003. Вып. 2. С. 51–56.
11. Чернухина И. Я. Параметры языковой личности и её развитие // Проблемы формирования языковой личности учителя-русиста. Волгоград, 1993. С. 10.
12. Шаховский В. И. Эмоциональные валентности журналиста А. Минкина. Коммуникативный стиль и тональность писем к президенту // Политический дискурс в России10: материалы X юбилейного всероссийского семинара. М., 2007. С. 287–299.

REFERENCES

1. Kormilitsyna M. A., Sirotnina O. B. Individual Style of Radzhivovsky: the author's viewpoint and means of its actualization [Idiostil' L. Radzhikovskogo: avtorskaya pozitsiya i sredstva ee realizatsii]. — Speech Linguistics. Medialinguistics. M., 2012a. P. 344–376.
2. Kormilitsyna M. A., Sirotnina O. B. L. Radzhivovsky as a Master of Productive Persuasion [L. Radzhikovskiy kak master produktivnogo vozdeystviya]. — Communication. Thought. Personality. Proceedings of International Conference. Saratov, 2012b. P. 246–257.
3. Kormilitsyna M. A. Insight into the Variety of the Personalities and their Individual Styles in “The Literaturnaya Gazeta” [Nablyudeniya nad raznoobraziem lichnostnogo nachala i idiostilem avtorov na stanitsakh «Literaturnoy gazety»]. — Aspects of Speech Communication. Saratov, 2003. Vol. 2. P. 56–64.
4. Kotyurova M. P., Tikhomirova L. S., Solovyova N. V. Individual Styles in Academic Discourse. Our Ideas on Individual Speech Characteristics of Scholars [Idiostilistika nauchnoy rechi. Nashi predstavleniya o rechevoy individual'nosti uchenogo]. Perm, 2011.
5. Kotyurova M. P. Stylistics of Academic Speech [Stilistika nauchnoy rechi]. Perm, 2009.
6. Matveyeva T. V. Unabridged Dictionary of Linguistic Terms [Polnyy slovar' lingvisticheskikh terminov]. Rostov-on-Don, 2010.
7. Matyashevskaya A. I. Substandard Lexis as a Means of Persuasion in the Individual Style of Ju. Latynina [Snizhennaya leksika kak sredstvo vozdeystviya v idiostile Yu. Latyninoy]. — Etudes in Philology. Saratov, 2014a. Vol. 17, chapt. 2. P. 206–223.
8. Matyashevskaya A. I. Substandard Lexis in Mass Media: Classification, Usage, National Diversity (based on Russian and British Newspapers) [Snizhennaya leksika v SMI: klassifikatsiya, upotreblenie, etnokul'turnye razlichiya (na materiale rossiyskikh i britanskikh gazet)]; Diss... cand. of philology. Saratov, 2014b.
9. Stylistic Encyclopedic Russian Dictionary [Stilisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' russkogo yazyka]. Ed. M. N. Kozhina. M., 2003.
10. Sirotnina O. B. Speech of Certain Journalists in “The Izvestiya” [Rech' ot del'nykh zhurnalistov v gazete «Izvestiya»]. — Aspects of Speech Communication. Saratov, 2003. Vol. 2. P. 51–56.
11. Chernukhina I. Ya. Parameters of a Speech Personality and its Development [Parametry yazykovoy lichnosti i ee razvitie]. — Aspects of Russian Teacher's Personality Formation. Volgograd, 1993. P. 10.
12. Shakhovskiy V. I. Emotional Valencies of the journalist A. Minkin. Speech Style and Tone in the Letters to the President [Emotsional'nye valentnosti zhurnalista A. Minkina. Kommunikativnyy stil' i tonal'nost' pisem k prezidentu]. — Political Discourse in Russia10: Proceedings of the 10th All-Russian Seminar. M., 2007. P. 287–299.

..... **ТИПОЛОГИЯ МЕДИАРЕЧИ**

УДК 81'33
ББК 81'1
ГРНТИ 16.31.51
КОД ВАК 10.02.19

В. И. Коньков
Санкт-Петербург, Россия

РЕЧЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЖУРНАЛА МОДЫ

В работе анализируется речевая организация журнала моды. Текст издания рассматривается как поликодовый. Особое внимание обращается на такой жанр, как текст, сопровождающий фотографию. Описывается доминирующий в журнале модус волеизъявления, рассказывается об основных способах выражения модальности императива. Большое внимание уделяется именам собственным, которые в журнале моды имеют особую значимость. Тема моды в издании социально структурирована, поэтому важную роль в формировании содержания играет социальная оценочность.

Ключевые слова: *журнал моды, поликодовый текст, визуализация информации.*

Владимир Иванович Коньков, доктор филологических наук, профессор кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26, ауд. 703.
E-mail: v_konkov@mail.ru.

© Коньков В. И., 2014

При описании речевой организации журнала моды исследователь сталкивается с разнородным речевым материалом. Часть речевого материала хорошо описывается традиционным способом в системе категорий стилистики как науки, изучающей речь в функциональном аспекте [Кожина 1977; Коньков, Неупокоева 2011; Костомаров 2005; Майданова, Дускаева 2003; Неупокоева 2007; Потсар 2007]. В то же время описание некоторой части речевого материала требует нетрадиционного подхода. Это объясняется двумя обстоятельствами.

Во-первых, мы обнаруживаем, что журнал моды содержит большое количество публикаций, речевая специфика которых никак не связана с их существованием в журнале моды. К таким материалам следует отнести публикации на темы здоровья, рецепты приготовления еды, различного рода полезные советы и т. д. Стилистическая специфика таких публикаций объясняется не столько типом издания, сколько спецификой содержания, ориентацией на определенную аудиторию и другими подобными причинами. Поэтому прежде всего необходимо определить, материалы какого типа в журнале моды несут в себе стилистическую специфику, которая определяется именно данным типом издания.

Второе обстоятельство заключается в том, что в журнале моды мы имеем дело с особой разновидностью письменной речи, которую мы называем печатной речью и которая является речью многоканальной [Коньков 2012б].

Принято считать, что многоканальность является чертой, свойственной только устной речи, а письменная речь таким свойством не обладает.

Наиболее обоснованно данная точка зрения изложена в известной работе Б. М. Гаспарова «Устная речь как семиотический объект» [Гаспаров 1978]. Однако следует учесть, что Б. М. Гаспаров имел в виду устную и письменную речь вообще — автор, по сути дела, анализирует в наиболее абстрактном, обобщенном виде устная и письменная коммуникация, а не привязанная к конкретному месту и времени реальная речь.

В нашем же случае мы имеем дело с особой разновидностью письменной речи. Это не просто письменная речь, а речь печатная, которая сформировалась в процессе речевой деятельности средств массовой информации в журнальных изданиях. И данный тип речи является речью многоканальной.

В формировании содержания материалов, созданных на основе печатной речи, участвует, помимо вербальной семиотической системы, целый ряд невербальных семиотических систем. Текст формируется не только словами, но и изобразительными компонентами — фотографиями, рисунками. Важную роль играют шрифт, цвет, расположение элементов содержания в плоскости страницы и др. Тексты данного типа принято называть поликодовыми или креолизованными.

Исторически ситуация, в которой изучались эти тексты, сложилась таким образом, что тексты данного типа оказались прежде всего в поле зрения тех исследователей, которые не являются филологами, специалистами по теории речи. Так, например, много чрезвычайно интересного материала по особенностям формирования печатной поликодовой речи содержится в книге искусствоведа, художественного критика, автора множества исследований по графике и искусству книги. Ю. Я. Герчука «История графики и искусства книги» [Герчук 2000], однако изложение материала в книге ведется вне всякой связи с системой речевых категорий. То же можно сказать и о такой важнейшей семиотической системе, как шрифты. Их изучение лежит также вне системы речевых категорий, хотя исследователями собран обширный и чрезвычайно интересный материал [Кудрявцев 2003]. Нельзя не упомянуть и такого известного типографа и дизайнера, как Ян Чихольд, и его работу «Облик книги» [Чихольд 1980], которая, несмотря на огромное количество полезного и интересного материала, также находится вне системы лингвистических категорий.

Все сказанное говорит нам о том, что текст, в котором отражаются стилистические особенности данного типа издания, является поликодовым, он весьма характерен для изданий такого типа, как журнал моды. В частности, в качестве такого типа текста может быть рассмотрена фотография из журнала моды, посвященная теме моды [Коньков 2012а], в совокупности с текстом, который эту фотографию сопровождает.

Подчеркнем, что мы рассматриваем такой журнальный материал не как совокупность двух компонентов, вербального и невербального, а как единый поликодовый текст, сформированный разными семиотическими системами.

Из той совокупности модусных значений, которые являются определяющими для публицистического стиля, в журнале моды доминирует модус волеизъявления. Мода, как известно, не советует, не просит, а именно диктует: «В сознании многих российских женщин под понятием “жакеты” подразумеваются строгие твидовые пиджаки, которые так любила Жаклин Кеннеди. Однако современная мода диктует свои условия» (жакет — незаменимый пред-

мет гардероба). Причем она может делегировать свое право на диктат тому, кто ее формирует: «Сильнейший, то есть США, стиль вовсе не диктует. Стиль диктуют модные журналы (кстати, вовсе не американские, а европейские), а создают его международные дизайнеры» [Хромченко 2006].

Данное модусное значение зафиксировано в самом значении слова: «Господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов, проявляющихся во внешних формах быта, в особенности в одежде» [Словарь русского языка 1982: 285].

Рассмотрим следующий пример:

Иду на вы

Хлопковая блузка, 8 000 руб., Boss; юбка из денима, 1 790 руб., Asos; замшевые босоножки, 25 000 руб., Vic Matie; серебряное кольцо, 6 000 руб., Noemi Klein; серебряное кольцо, около 15 000 руб., Slim Barrett (подпись под фотографией — В. К.).

Белый верх, темный низ — не парафраз школьной или офисной униформы, а сексуальный наряд для вечеринки, если добавить пару штрихов. Накрасьте губы красной помадой и наденьте босоножки на шпильках: эти проверенные средства работают (текст, сопровождающий фотографию). (Vogue. 2014. № 5).

Модальность императива, как мы видим, может выражаться наиболее очевидным способом — предложением, которое по цели высказывания является повелительным: *Накрасьте губы красной помадой и наденьте босоножки на шпильках.* Однако коммуникативная ситуация, в которой функционирует журнал моды, такова, что любое предложение прочитывается с модальностью императива. Предложение *Белый верх, темный низ — не парафраз школьной или офисной униформы, а сексуальный наряд для вечеринки, если добавить пару штрихов* прочитывается как *Вы должны к белому верху подобрать темный низ и добавить пару штрихов.* Точно так же прочитывается и подпись под фотографией: *Вы должны подобрать к хлопковой блузке юбку из денима, замшевые босоножки, серебряное кольцо и серебряное кольцо* (все из продукции указанных фирм).

Разумеется, императивная модальность основывается на информационной составляющей. Представление о том, что следует считать модным, предполагает детальное знакомство с характеристиками того предмета, который имеет статус модного. Надписи, сопровождающие фотографии, содержат поэтому большое количество книжной специальной лексики: слова, обозначающие вид одежды, названия деталей одежды, виды тканей, особенности покроя, технологии шитья и т. д. Тексты содержат большое количество цифрового материала. В частности, принято указывать стоимость изображенной на фотографии одежды, а также отдельных аксессуаров.

Особую значимость в журнале моды имеют имена собственные. Как правило, это статусные имена. Прежде всего, это имена, представляющие в журнале мир моды: известные в мире Дома моды, фирмы, являющиеся ведущими законодателями в мире моды и поставляющие на рынок эксклюзивные и коллекционные линии, элитную одежду и аксессуары, известные дизайнеры и модельеры и т. п. Данные имена собственные развивают достаточно объемную

понятийную часть значения, что не свойственно обычному имени собственному в силу его семантической природы. Армани — это не только итальянский модельер Джорджио Армани, это и фирма «Giorgio Armani S.p.A.». Кроме того, это идея сегментирования своего бренда в мире высокой моды: мужская и женская одежда, обувь, аксессуары, часы, галантерея, ювелирные изделия, парфюмерия, офтальмологические оправы и солнцезащитные очки выпускаются под торговыми марками, содержащими имя Армани: *Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Exchange, Armani USA, Jeans, Armani Junior, Armani Casa* и др.

Мир моды неизбежно соприкасается с миром тех статусных лиц, которые эту моду демонстрируют. Журнал моды наполнен именами и фотографиями известных киноактеров, бизнесменов, спортсменов, политиков. Модная дорогая одежда предполагает, что носить ее должен человек, существенно выделяющийся на общем фоне, то есть нетривиальная личность.

Высокий общественный, профессиональный и юридический статус имени заставляет издание приводить это имя на языке той страны, где профессионал моды реализовал себя: *Хлопковая блузка, 8 000 руб., Boss; юбка из денима, 1 790 руб., Asos* и т. п.

В то же время журнал вынужден для установления контакта с читателем и для удовлетворения читательского интереса вписывать сведения о предметах моды в обычный жизненный контекст. Поэтому рядом с фрагментами, содержащими технические, профессиональные данные, соседствуют фрагменты, содержащие лексику из сферы быденной, повседневной, в том числе и бытовой жизни:

Карл Лагерфельд всю свою жизнь в моде окружает себя юными красотками, бунтарками и иконами стиля. Четыре нынешние музы кайзера — перед вами.

Астрид Берже-Фрисби

Русалка из «Пиратов Карибского моря» выросла на родине отца в Испании, но в Париже, где живет последние десять лет, чувствует себя своей: все благодаря маме-француженке. «Когда я была совсем маленькой, она работала в бутике Chanel. Вся квартира была уставлена коробками с обувью, всюду были кольца с жемчугом и духи!» Сейчас на премьеры Астрид ходит в маленьких черных платьях любимой марки, но мечтает о нарядах Haute Couture. Повод найдется: вскоре выходит фильм «Я — начало», где она снялась вместе с Майклом Питтом. (Vogue. 2014. № 5).

Все указанные особенности приводят к тому, что в изданиях моды мы имеем лексический массив, который отличается ярко выраженным своеобразием. С одной стороны, хорошо заметен слой технической лексики с ограниченной сферой использования, употребленной не во вторичной функции, а в своем основном предназначении (профессионализмы). С другой стороны, присутствует обычная повседневная лексика с эмоциональным компонентом. К этим двум слоям добавляется огромное количество имен собственных, в результате чего этими тремя лексическими слоями и формируется лексическое своеобразие журнала моды.

Большое количество информации несет видеоряд. Фотографии, как правило, имеют постановочный характер. Изображение создается таким образом,

чтобы читатель получил необходимую информацию о том, как именно выглядит данная куртка, данный аксессуар, какое именно впечатление производит сочетание цветов, как сочетается один элемент одежды с другим и т. д. В таком изображении особую значимость приобретает зафиксированный фотографом жест, взгляд, поза, движение, организация элементов изображения в пространстве и пр. Не случайно существует и профессия фотомодели. Чтение видеоряда в журнале может требовать хорошего знания истории фотографии, моды, живописи, знания технических навыков работы дизайнера и стилиста.

Технические, технологические и творческие моменты создания текста образуют в журнале моды органическое единство, и представление имен лиц, участвующих в создании текста, имеет принципиальное значение. Вся подобная информация приводится в особых фрагментах текста:

СТИЛЬ: SVETLANA TANAKINA. ПРИЧЕСКА: TEIJI UTSUMI. МАКИЯЖ: MARIE DUHART/АТОМО.

МОДЕЛЬ: CAROLINE SCHURCH/SILENT PARIS. АССИСТЕНТЫ ФОТОГРАФА: CHARLIE RYAN, DAVID ADAMS.

АССИСТЕНТ СТИЛИСТА: JULIA BRENARD. ПРОДЮСЕР: ELENA SEROVA. АССИСТЕНТ ПРОДЮСЕРА: VALERIA SHKOLYAR.

РЕДАКЦИЯ VOGUE БЛАГОДАРИТ ОТЕЛЬ DAIOS COVE LUXURY RESORT & VILLAS ЗА ПОМОЩЬ В ПРОВЕДЕНИИ СЪЕМКИ. (Vogue, 2014. № 5).

Отношения с читателем в текстах, посвященных теме моды, выражены своеобразно. мода не предполагает возражений или реального диалога. Диалог здесь носит чисто условный характер. Предполагается, что мода всегда права. Журнал как субъект коммуникации выступает в роли субъекта, который «знает о моде все, и даже больше». Читатель не может помочь профессионалам своими советами. Поэтому в тексте присутствует весьма скромный традиционный набор контактоустанавливающих средств.

Тема моды, как известно, социально структурирована, поэтому социальная оценочность в изданиях моды выражена с максимальной степенью. Это легко заметить по характеру содержания приведенной выше надписи. Очевидно, что предложенные модели рассчитаны на состоятельного человека и обращены прежде всего к социальному слою с высоким социальным и финансовым статусом.

Социальная оценочность особенно отчетливо выявляется в видеоряде. Одежда, антураж, характер взгляда и позы, макияж, отчетливо видимая работа профессионального стилиста, обращение к широкому визуальному интертексту аналогичного типа — все это делает такой журнал, как, например, Vogue, журналом элитарным, несмотря на декларации об ориентации на большую и разнообразную аудиторию. Многие определяется и традициями издания: так, журнал Vogue изначально создавался как журнал фотографии моды, как журнал, намеренно сторонящийся всего массового, общепринятого, привычного, традиционного.

В заключение следует обратить внимание на то, что многие другие журналы, рассчитанные на женскую аудиторию, являются русскоязычными вариантами западных изданий, созданных и издаваемых на многих европейских языках, и прежде всего на английском языке. Русская речь в изданиях такого типа подвергается влиянию интонации другого языка, чужеродных стилевых

традиций, что находит отражение в том числе и в лексико-грамматическом облике издания. В такой ситуации трудно говорить о стилевых особенностях издания как издания русскоязычного. Речь должна идти прежде всего о взаимодействии стилевых традиций, что уже выходит за пределы данной статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гаспаров Б. М.* Устная речь как семиотический объект // Семантика номинации и семиотика устной речи: Лингвистическая семантика и семиотика I. Уч. зап. Тарт. гос. ун-та. Тарту, 1978. Вып. 442. С. 63–112.
2. *Герчук Ю. Я.* История графики и искусства книги. М., 2000.
- Жакет — незаменимый предмет гардероба // URL: <http://www.modny-prigovor.ru/sovetyi-modnogo-prigovora-video/zhaket-nezamenimyiy-predmet-garderoba>.
3. *Кожина М. Н.* Стилистика русского языка. М., 1977.
4. *Коньков В. И.* Вербальный текст и фотография в аспекте визуализации информационного потока // Вторая международная научная конференция «Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах». Пленарные доклады. М., 2012а. С. 92–98.
5. *Коньков В. И.* Типология речи СМИ в коммуникативном аспекте // Журналистика и культура речи. 2012б. № 3. С. 6–19.
6. *Коньков В. И., Неупокоева О. В.* Функциональные типы речи. М., 2011.
7. *Костомаров В. Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., 2005.
8. *Кудрявцев А. И.* Шрифт. История, теория, практика. М., 2003.
9. *Майданова Л. М., Дускаева Л. Р.* Жанры публицистического стиля // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2003. С. 79–88.
10. *Неупокоева О. В.* Речевой облик периодического издания // Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект. СПб., 2007. С. 202–224.
11. *Потсар А. Н.* Речевое воздействие в глянцевых изданиях // Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект. СПб., 2007. С. 71–78.
13. *Хромченко Э.* Я умею превращать лягушек в принцесс! // URL: http://www.fashiontime.ru/celebrities/vip_room/3023.html.
14. *Чихольд Я.* Облик книги: избранные статьи о книжном оформлении. М., 1980.

REFERENCES

1. *Chihold I.* Appearance of a book. Several articles about book design [Oblik knigi: izbrannije statji o knicznom oformlenii]. Moscow, 1980.
2. *Gasparov B. M.* Speaking as a semiotic object [Ustnaja rech kak semioticheskiy objekt]. Semantics of nomination and semiotics of public speaking: Linguistic semantics and Semiotics I. Scientists note of Tartu State University — Semantika nominacii i semiotika ustnoj rechi: Lingvisticheskaja semantika i semiotika I. Uchenye zapiski Tartusskogo gosudarstvennogo universiteta. Tartu, 1978. Vol. 442. P. 63–112.

3. *Gerchuk U. A.* History of graphics and book-art [Istoria grafiki i iskusstva knigi]. Moscow, 2000.
4. *Hromchenko E.* I can magically transform frogs into princesses [Ja umeju prevrshat ljagushek v princess!]. URL: http://www.fashiontime.ru/celebrities/vip_room/3023.html
5. Jacket is an indispensable thing of clothing [Zhaket — nezamenimij predmet garderoba]. URL: <http://www.modny-prigovor.ru/sovetyi-modnogo-prigovora-video/zhaket-nezamenimyiy-predmet-garderoba>.
6. *Konkov V. I.* Verbal text and picture in terms of visualization of information [Verbalnij tekst i fotografija v aspekte vizualizacii informacionnogo potoka]. Vtoraja mezhdunarodnaja nauchnaja konferencija “Stilistika segodnja i zavtra: mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokul'turologicheskom aspektah — Second International Scientific Conference “The style of today and tomorrow: media text in a pragmatic, rhetorical and lingvoculturological aspects”. Moscow, 2012a. P. 92–98.
7. *Konkov V. I.* Typology of speech in the media communicative aspect [Tipologija rechi v kommunikativnom aspekte]. Zhurnalistika i kul'tura rechi — Media and culture of speech. 2012b. № 3. P. 6–19.
8. *Konkov V. I., Neupokojeva O. V.* Functional types of speech [Funkcionalnije tipi rechi] Moscow, 2011.
9. *Kostomarov V. G.* Our language in action: Essays on modern Russian style [Nash jazyk v dejstvii: ocherki sovremennoj russkoj stilistiki] Moscow, 2005.
10. *Kozhina M. N.* Stylistics of the Russian language [Stilistika russkogo yazyka]. Moscow, 1977.
11. *Kudrjavcev A. I.* Font. History, Theory, Practice [Shrift. Istorija, teorija, praktika]. — Moscow, 2003.
12. *Majdanova L. M., Duskaeva L. R.* Genres of the journalistic style [Zhanri publicisticheskogo stila]. Stilisticheskij jenciklopedicheskij slovar' russkogo jazyka — Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language. Moscow, 2003. P. 79–88.
13. *Neupokojeva O. V.* Speech design of periodicals [Rechevoj oblik periodicheskogo izdanija]. Russkaja rech' v sredstvah massovoj informacii: Stilisticheskij aspekt — Russian speech in the media: stylistic aspects. Saint-Petersburg, 2007. P. 202–224.
14. *Potsar A. N.* Speech influence in fashion magazine [Rechevoje vozdejstviye v glanzevih izdanijah]. Russkaja rech' v sredstvah massovoj informacii: Stilisticheskij aspekt — Russian speech in the media: stylistic aspects. Saint-Petersburg, 2007. P. 71–78.
15. Dictionary of the Russian language [Slovar russkogo jazika]: In 4 volumes. Moscow, 1982. Vol. 2.

УДК 659.4:81'42
ББК Ш 100.3
ГРНТИ 16.21.33
КОД ВАК 10.02.19

Н. А. Корнилова
Санкт-Петербург, Россия

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ФАТИЧЕСКОЙ РЕЧИ В МАССМЕДИА

В статье, выполненной с позиций интенциональной стилистики, рассматриваются средства включения фатических смыслов в тексты современного массмедиа дискурса. Кратко дано представление о современном научном взгляде на фатику. Обосновано существование фатической речи в массмедиа. Выделены разновидности тональности, в которых получает воплощение фатическая речь, а также названы частные интенции фатической интенциональности. Теоретические положения подкреплены интенционально-стилистическим анализом журналистских текстов.

Ключевые слова: *фатическая речь, интенция, медиадискурс, языковые средства.*

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФНФ, проект №14-34-01028

Наталья Анатольевна Корнилова, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.
195269, Санкт-Петербург, ул. Учительская, 18-1-1048.
E-mail: natata_k@mail.ru.

© Корнилова Н. А., 2014

Если обратиться к научной литературе двадцатого столетия, можно заметить, что о фатической речи говорится только в применении к разговорно-бытовому общению [Винокур 1993; Чхетиани 1987; Якобсон 1975; Malinowski 1923]. Медиадискурс как разновидность публичного общения не рассматривался в качестве сферы существования фатической речи [Винокур 1993: 111, 125–126, 136, 157]. Между тем по мнению ученых, фатическая коммуникация востребована и в медиадискурсе [Андреева 2006; Дементьев 2006; Дускаева, Корнилова 2011; Ключев 1996; Федосюк 2000; Чепкина 2000]. При этом в современных исследованиях фатика понимается как нечто большее, чем просто вступление в контакт: это и проверка, и поддержание контакта в течение всей коммуникации, и размыкание контакта [Зайцева 2012; Самойленко 2010; Солдатова 2009]. При этом в медиа, как правило, размыкание контакта подразумевает установку на продолжение общения, на создание благоприятных условий для долгосрочных отношений.

Расширение пространства использования фатики в медиадискурсе определяется следующими факторами:

— повышением значимости в речи СМИ фактора адресата, поскольку от умения точно определить целевую аудиторию во многом зависит успешность отдельно взятого издания и его рентабельность;

— устремленностью текстов СМИ к персонификации, о чем говорят исследователи, отмечая повышение значимости авторского начала в журналистских текстах; в настоящее время личность журналиста выходит на первый план, что влечет за собой рост требований к умению профессионала

налаживать лично ориентированную коммуникацию, к умению быть интересным собеседником;

— заметным влиянием разговорного начала на язык СМИ; разговорность в журналистских текстах трактуется как риторическая категория, предназначение которой исследователи видят в установке на сближение с читательской аудиторией [Сиротинина 1998: 350; Корнилова 2013: 6–7].

Опираясь на исследования предшественников и собственные наблюдения над языковым процессом в массмедиа, мы предлагаем определять фатическую речь в СМИ как разновидность речи, которая характеризуется коммуникативной информативностью, тематикой, интересной читателю (зрителю, слушателю) как частному лицу, функцией вступления в общение с аудиторией и которая находит выражение в ироничности, персонализации сообщения, в имитации дружеского, зачастую фамильярного общения. В настоящее время появляются целые типы изданий, предпочитающих фатическую коммуникацию информативной [Корнилова 2013: 66–69].

Вслед за Т. Г. Винокур мы понимаем фатику как интенцию [Винокур 1993: 135], предопределяющую выбор жанровой формы и языковых средств. Однако последние исследования и наблюдения за языком СМИ позволяют утверждать, что мы имеем дело не с отдельной интенцией, а с совокупностью интенций — фатической интенциональностью. В соответствии с этим необходимо выделить частные целеустановки фатической интенциональности. Анализ 40 изданий, среди которых представлены как общероссийские, так и региональные, как специализированные по характеру аудитории, так и универсальные журналы и газеты показывает, что в медиадискурсе наиболее актуальны следующие частные интенции фатической речи:

- вступление в контакт,
- налаживание контакта,
- поддержание контакта,
- проверка контакта,
- разрушение контакта,
- размыкание контакта с установкой на его продолжение.

Такие целеустановки актуальны именно для медиадискурса в силу его специфики, хотя востребованы и в разговорной речи.

Наличие фатических смыслов не противоречит природе журналистского творчества: фатика — это типологическая характеристика речи, а личность журналиста накладывает отпечаток на создаваемый им текст, тем более что для российской действительности характерна личностная модель прессы, в противовес западной модели, которая диктует стремление к объективированной подаче материала. Сказанное ни в коей мере не отменяет основного предназначения журналистского текста — передавать информацию. Изменяется только форма представления материала.

Фатическая речь, будучи востребована в современной журналистике, в аналитическом очерке и в светской хронике получает разное воплощение: в первом — как форма подачи материала (установка на контакт, адаптация материала к особенностям восприятия адресата) и как основная цель вступления в коммуникацию во втором случае (праздноречевая коммуникация, взаимно приятное времяпрепровождение).

Фатическая интенция — это установка на сближение внутренних миров людей [Аругюнова 1981: 364], личностно ориентированное общение, поэтому тональность выражения фатической интенции ориентируется на эмоциональную вовлеченность собеседника. В свою очередь эмоциональная вовлеченность реализуется, когда автор сообщения так или иначе «задевает» адресата. Эмоциональное раздражение, порождаемое медиатекстом, должно воздействовать на отдельного человека и в то же время обладать потенциалом воздействия на большое количество людей. Такой эффект возможен в двух случаях: полном совпадении эмоционального фона адресата и адресанта — общении «в унисон» (соответствии эмоциональным ожиданиям) или же при резком несовпадении эмоционального фона, эффекте неожиданности, нарушении ожиданий адресата — общении «в диссонансе» (несоответствии эмоциональным ожиданиям).

Современные исследования фатической коммуникации показывают, что специализированных языковых средств, маркирующих фатическую речь, в языке нет. Фатическая коммуникация (по В. В. Дементьеву, разновидность не прямой коммуникации [Дементьев 2006]) требует дополнительных интерпретативных усилий, это не собственно содержание высказывания, это восприятие несказанного — ауры общения [Мурзин 1998: 11–12]. Она может осуществляться при помощи приемов языковой игры, включения в текст прецедентных феноменов, обращения к аллюзиям и реминисценциям, использования иностилевой лексики, обращений, вокативов, личных местоимений и пр. Такая разноплановость проявлений фатической коммуникации позволяет утверждать, что фатика формируется уже на стадии возникновения коммуникативного намерения и получает воплощение не в отдельных языковых средствах, а в способах организации текста, специфических в каждой сфере общения, — композиционно-стилистических формах. В зависимости от аудитории, речевого поведения издания в целом варьируются и способы включения фатики в текст.

Качественная пресса больше ориентируется на синтаксические способы выражения фатической интенции, умеренно используя лексический пласт языка; бульварные издания обращаются к наиболее очевидным способам выражения фатической интенции — лексике.

Покажем, как это воплощается в конкретных журналистских текстах.

Первый пример возьмем из общенационального еженедельного журнала «Огонек»:

Рубрика: *Неделя. Герои.*

Надзаголовок: *Орденосеи.*

Предтекст: *Михаил Швыдкой, спецпредставитель президента России.*

Заголовок: *За Родину, за Францию.*

Текст: *На прошлой неделе французский посол от имени президента вручил Михаилу Швыдкому орден Почетного легиона. Во время рутинной церемонии в посольстве вручающий, посол Жан де Глиниасте, должен был рассказать вручаемому его биографию: «Вы родились...» и дальше — до момента вручения. Больше всего времени заняла попытка описать всю деятельность Швыдкого. И действительно, создатель канала «Культура», председатель ВГТРК, министр культуры новой России, сейчас он ведет четыре телепередачи, возглав-*

ляет присуждающий ТЭФИ фонд «Академия российского телевидения», взялся за создание в Москве первого в России театра мюзикла и все это при том, что, как говорят близкие, «не вылезает из самолета», выполняя свои главные обязанности — представляя российского президента в вопросах международного культурного сотрудничества. За это, собственно, его и полюбила Франция. В Париже так понравился проведенный Москвой Год России, что уже французы стали инициаторами проведения еще одного Года, на этот раз сосредоточив обмен на литературе и языке. А острый на язык Швыдкой так растрогался, что признался французам: «Даже когда мы воевали против Наполеона, мы воевали за Францию». На этих словах подали шампанское. (Огонек, 21 ноября 2011. № 46).

Не вызывает сомнения, что в иерархии интенций в приведенном тексте доминирует информативная интенция: перед нами заметка, содержащая сообщение о значимом в культурной жизни страны событии. Тем не менее наблюдаются некоторые отступления от строго информационной подачи материала. Фатическая интенция проявляется уже в заголовке, где автор прибегает к эффекту обманутого ожидания, ставя рядом содержательно не сопоставимые высказывания предтекста и заголовка (ср.: *Михаил Швыдкой, спецпредставитель президента России и За Родину, за Францию*). Эпатируя публику, журналист побуждает читателя ознакомиться с текстом. Так реализуется частная фатическая интенция установления контакта с аудиторией.

Интенция укрепления контакта в тексте реализуется благодаря изящной языковой игре, построенной на сопоставлении двух значений слова «язык»: свободного («система звуков, слов, грамматических правил, с помощью которой люди выражают свои мысли, говорят друг с другом» [Тихонов 2005: 1227]) и фразеологически связанного («остроумен, язвитель» [Федоров 1997: 60]).

Не менее интересной представляется языковая игра со словом «вручаемому», поскольку оно употребляется не в своем традиционном значении «то, что вручают», а в значении «тот, кому вручают». Одновременно это пародия на язык официально-делового стиля речи, в котором часто употребляются причастия. Эффект языковой игры привносит ироническую интонацию в текст заметки, что и является в данном случае выражением фатической интенции.

Обратим внимание на синтаксические средства: журналистский материал не перегружен сложными предложениями. Показательным оказывается предложение, в котором перечисляются достижения Швыдкого; здесь используется прием создания незаконченного перечислительного ряда однородных членов, в этом контексте работающего на создание впечатление речи «взахлеб». Сравним краткость структур, обрамляющих это предложение: *Больше всего времени заняла попытка описать всю деятельность Швыдкого. За это, собственно, его и полюбила Франция*. Этот прием рассчитан на поддержание контакта с читателем: создание «своего» круга общения через апелляцию к фоновым знаниям.

Обращение к лексическим языковым средствам с целью создания определенной атмосферы общения весьма умеренно: сдержанно оценочное слово *рутинная*, а также вводные слова *действительно* и *собственно*, обозначающие

присутствие автора в тексте и маркированные как принадлежащие к разговорному пласту лексики.

Как видим, использование фатики в приведенном тексте имеет фрагментарный характер, фатические смыслы предлагаются ненавязчиво, в целом фатика в тексте вторична, она лишь помогает воспринимать основную информацию текста.

Второй пример возьмем из студенческой региональной газеты «Молодежь Татарстана»:

Заголовок: *РаР гороскоп от Данилы Зеленого.*

Текст: *Овны, над вами скопились все тучи,*

Грозы бушуют внутри целый день...

Все перемелется, все будет круче,

Преодолеть только нужно вам лень!

Тельцы, светят ссоры и прочие дразги,

Лучше отвлечься и перетерпеть —

Или уже прокричатся до визга,

И, успокоившись, в нору залезть.

Близнецы, кто-то опять вас неправильно понял,

Кто-то про вас распустил плохой слух,

От всех отвернитесь и уши заткните,

И тренируйте свой боевой дух...

(Молодежь Татарстана. 15 марта 2012. № 10).

Это текст-пародия, который рассчитан на создание настроения, а не сообщение информации, формирование оценок или поведенческих мотивов. Приведенный материал полностью соответствует концепции издания, в котором был опубликован. Об этом свидетельствует ироническое отношение ко всему окружающему, обращение к читателю запанибрата, освещение тем, интересных учащейся молодежи, использование молодежного сленга, ориентация на молодежную моду.

Ведущая интенция этого текста — шутка, объект ее — гороскоп как жанр, претендующий на формирование поведенческих мотивов аудитории. В зависимости от концепции конкретного издания вниманию читателей предлагают разные гороскопы и, как видим, разную их форму. Ироничный тон подчеркивается в первую очередь стихотворной формой текста. Автор не стремится создать идеальную стихотворную рифму или соблюдать размер — он сочиняет текст, который можно читать речитативом под музыкальное сопровождение, как рэп. Так автор становится «своим» для молодых читателей. Высказанные в этом тексте рекомендации (например, *отвлечься и перетерпеть — или уже прокричатся до визга и, успокоившись, в нору залезть*), по сути, тоже насмешка над жанром. Пародийное начало обнаруживается и в языковом воплощении текста: вместо обычной для гороскопов нейтральной или высокой лексики, создающей ореол тайны, мистики, в этом тексте используется лексика сниженная, характерная для повседневного общения (*светят ссоры и прочие дразги; перетерпеть; прокричатся; залезть; распустил плохой слух; уши заткните*).

В целом нужно сказать, что приведенный в качестве примера текст отличается отсутствием информативной интенции, являя собой языковую игру с

единственной целью посмеяться и создать определенное настроение у читателя. В данном случае реализуется интенция установления контакта (создание «своего» круга), укрепления контакта (в плане содержания и языкового воплощения произведения), размыкание контакта с установкой на продолжение общения в дальнейшем (в плане содержания: добрые пожелания; в плане тональности: интимизация, веселый, легкий тон беседы).

Анализ современных массмедийных текстов обнаруживает следующую закономерность: при реализации фатической интенции журналист либо прибегает к эпатажному речевому поведению (нарушению ожиданий аудитории), либо стремится к интимному, камерному общению со своей аудиторией (созданию «своего» круга общения). В связи с этим можно утверждать, что фатическая интенция реализуется тональностью двух видов — эпатажности и интимизации. Фатическая тональность в социально ответственной журналистике проявляется в интимизации, камерности как стремление к сближению со смысловой позицией адресата. В бульварной журналистике, с ее установкой на сообщение сплетен, слухов, фатическая тональность заключается в привлечении, даже завлечении гипотетически отдаленного читателя шутливой интонацией, ироничностью.

Виды тональности дифференцируются в зависимости от привлекаемых языковых средств: в одном случае преобладают книжные средства, в другом случае имитируется близкая к разговорной речь. Тональность эпатажности реализует частную целеустановку фатической интенции — вступление в контакт. Концентрация внимания адресата происходит в результате использования языковой игры, нарушающей привычную лексическую сочетаемость, состав прецедентного феномена, путем включения шокирующей аудиторию лексики.

Тональность интимизации направлена на имитацию непосредственной коммуникации, поэтому журналист всеми доступными способами стремится создать иллюзию межличностного дружеского общения. В этом ему помогают речевые способы увеличения диалогического тона текста, как то: прямые обращения к читателю, ты- и вы-обращения, солидаризация с читателем; обращение к тем пластам лексики, которые востребованы целевой аудиторией; использование прецедентных феноменов, домашних имен и пр.

Таким образом, фатическая тональность предопределяет выбор речевых жанров, в которых создаются медиатексты, в связи с чем меняется жанровая система современной медиаречи. В медиадискурсе востребованы этикетные жанры. В бытовом общении они используются для поддержания контакта в конкретном кратковременном акте общения, тогда как в массмедиа они позволяют создать благоприятное впечатление об издании, организовать такую коммуникацию, которая рассчитана на долговременную перспективу. Кроме того, этикетные жанры в медиаречи становятся своеобразным «организатором» общения, поскольку помогают обеспечить проспективную и ретроспективную направленность публикуемых текстов. Фатическая тональность, пронизывая информационные тексты, преобразует их. Она выражается в преобладании экспрессии над стандартом, включении в информационный материал оценочности (в частности ироничности), субъективного отношения

журналиста к предмету речи, адресованности обращения, идентификации с читателем. Фатическая речь привносит элемент живого человеческого общения в журналистский текст, делая его более непредсказуемым и интересным, так как во взаимодействие «журналист — читатель» проникают элементы игры и шутки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева С. В. Речевые единицы устной русской речи: система, зоны употребления, функции. М., 2006.
2. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. М., 1981. Т. 40. № 4. С. 356–367.
3. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. М., 1993.
4. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация. М., 2006.
5. Дускаева Л. Р., Корнилова Н. А. Фатика как речевая форма реализации развлекательной функции в медиатексте // ГУМАНИТАРНЫЙ ВЕКТОР. 2011. № 4. С. 67–71.
6. Зайцева Е. В. Социокультурная обусловленность письменной фатической коммуникации (на примере текстов открыток в британской языковой культуре). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2012.
7. Клюев Е. В. Фатика как предмет дискуссии // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. Памяти Татьяны Григорьевны Винокур. М., 1996. С. 212–220.
8. Корнилова Н. А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы: Дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013.
9. Мурзин Л. Н. Полевая структура языка: фатическое поле (текст лекции) // Фатическое поле языка (памяти профессора Л. Н. Мурзина): межвуз. сб. научных трудов. Пермь, 1998. С. 9–14.
10. Самойленко Л. В. Фатические средства в речи пользователей компьютерной сетью (на материале жанра чата): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2010.
11. Сиротинина О. Б. О терминах «разговорная речь», «разговорность» и «разговорный тип речевой культуры» // Лики языка. К 45-летию научной деятельности Е. А. Земской. М.: Наследие, 1998. С. 348–353.
12. Солдатова О. С. Фатические эмотивы и стиль коммуникации: сопоставление английской и русской лингвокультур: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2009.
13. Тихонов А. Н. Комплексный словарь русского языка / Под ред. А. Н. Тихонова. М., 2005.
14. Федосюк М. Ю. Публичная фатическая речь // Речеведение: научно-методические тетради. Великий Новгород, 2000. № 2. С. 19–28.
15. Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка: В 2 т. / Сост. А. И. Федоров. М., 1997. Т. 2.
17. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: Текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000.
18. Чхетиани Т. Д. Лингвистические аспекты фатической коммуникации (на материале английского языка). Автореф. ... канд. филол. наук. Киев, 1987.
19. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193–230.
20. Malinowski B. The problem of meaning in primitive languages. In C.K. Ogden & I.A. Richards (eds.) The meaning of meaning. New York, 1923. Pp. 296–336.

REFERENCES

1. *Andreeva S. V.* Speech units of the oral Russian speech: system, zone of use, functions. [Rechevye edinicy ustnoj russkoj rechi: sistema, zony upotreblenija, funkcii]. Moscow, 2006.
2. *Arutunova N. D.* Addressee's factor [Factor adresata]. News of the Academy of Sciences of the USSR. A series of literature and language — Izvestija Akademii nauk SSSR. Serija literatury i jazyka. Moscow, 1981. Vol. 40. № 4. Pp. 356–367.
3. *Vinokur T. G.* Speaker and listener: Variants of verbal behavior. [Govoraschij i slushajuschij: Varianty rechevogo povedenija]. Moscow, 1993.
4. *Dementjev V. V.* Indirect communication [Nepramaja komunikacija]. Moscow, 2006.
5. *Duskaeva L. R., Kornilova N. A.* Phatic as a speech form of realization of entertaining function of media text [Fatika kak rechevaja forma realizacii razvlekatelnoj funkcii v mediatekste]. HUMANITIES VECTOR — GUMANITARNYJ VEKTOR. 2011. № 4. Pp. 67–71.
6. *Zaitzeva E. V.* Sociocultural conditionality of written phatic communication (on the material text cards in the British language culture) [Sociokulturnaja obuslovlennost pismennoj faticheskoj komunikacii (na primere tekstov otkrytok v britanskoj jazykovoju kulture)]. Voronezh, 2012.
7. *Kluev E. V.* Phatic as an object of discussion [Fatika kak predmet diskussii]. Poetics. Stylistics. Language and culture. In memory of Tatyana Vinokur — Poetika. Stilistika. Jazyk i kultura. Pamati Tatjany Grigorjevny Vinokur. Moscow, 1996. Pp. 212–220.
8. *Kornilova N. A.* Phatic speech in mass media: compositional and stylistic forms [Faticheskaja rech v massmedia: kompozicionno-stilisticheskie formy: Dis. ... kand. filol. nauk]. Saint-Petersburg, 2013.
9. *Murzin L. N.* Field structure of the language: phatic field (text of the lecture) [Polevaja struktura jazyka: faticheskoe pole (tekst lekcii)]. Phatic language field (in memory of Professor L. N. Murzin) — Faticheskoe pole jazyka (pamati professora L. N. Murzina). Perm, 1998. Pp. 9–14.
10. *Samojlenko L. V.* Phatic means in a computer network users' speech (on the material of the chat genre) [Faticheskije sredstva v rechi polzovatelej kompjuternoju setju (na materiale zhanra chata)]. Astrahan, 2010.
11. *Sirotnina O. B.* On the terms of the “Conversation”, “colloquial” and “conversational type speech culture” [O terminah “razgovornaja rech”, “razgovornost” i “razgovornyj tip rechevoj kul'tury”]. Faces of the language. The 45th anniversary of E. A. Zemskaja's scientific activities — Liki jazyka. K 45-letiju nauchnoj dejatel'nosti E. A. Zemskoj. Moscow, 1998. Pp. 348–353.
12. *Soldatova O. S.* Phatic emotives and communicative style: comparison of English and Russian linguocultures. [Faticheskije emotivy i stil komunikacii: sopostavlenie anglijskoj i russkoj lingvokultur]. Moscow, 2009.
13. *Tikhonov A. N.* Comprehensive dictionary of the Russian language / Ed. A. N. Tikhonov [Kompleksnyj slovar russkogo jazyka / Pod red. A. N. Tikhonova]. Moscow, 2005.
14. *Fedosuk M. U.* Public phatic speech [Publichnaja faticheskaja rech]. Rechevedenie: scientific-methodical notes — Rechevedenie: nauchni-metodicheskie tetrady. Veliky Novgorod, 2000. № 2. Pp. 19–28.
15. *Fedorov A. I.* Phraseological dictionary of Russian literary language: in 2 volumes [Frazelogicheskij slovar russkogo literaturnogo jazyka: V 2 t. / Ed. A. I. Fedorov]. Moscow, 1997. Vol. 2.
16. *Chepkina E. V.* Russian journalistic discourse: Text-generating practices and codes. [Russkij zhurnalistskij diskurs: Tekstoporozhdajuschie praktiki i kody]. Ekaterinburg, 2000.
17. *Chkhetiany T. D.* Linguistic aspects of phatic communication (on the materials of English language) [Lingvisticheskie aspekty faticheskoj komunikacii (na materiale anglijskogo jazyka)]. Kyiv, 1987.

18. *Jakobson R. O.* Linguistics and poetics // Structuralism: pro and contra [Lingvistika i poetika // Strukturalizm: “za” i “protiv”]. Moscow, 1975. Pp. 193–230.

19. *Malinowski B.* The problem of meaning in primitive languages. In C.K. Ogden & I. A. Richards (eds.) The meaning of meaning. New York, 1923. Pp. 296–336.

**МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА,
КОМПОЗИЦИЯ, ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ**
.....

УДК 81'367.3
ББК 81.411.2
ГРНТИ 16.21.33
КОД ВАК 10.02.19

М. И. Конюшкевич
Гродно, Беларусь

**КОНЦОВКА ТЕКСТА.
СТАТЬЯ ВТОРАЯ. ТИПОЛОГИЯ
КОНЦОВОК АНАЛИТИЧЕСКОГО
ТЕКСТА**

В статье рассматриваются наиболее употребительные концовки по их языковой реализации в аналитическом газетном тексте. В основу классификации положена интенция автора, закрепленная в базовых структурах и маркированная коммуникативными регистрами и специализированными языковыми средствами. В соответствии с названными критериями выявлены следующие типы концовок (с видами и разновидностями): три разновидности вопросительных высказываний; две разновидности повествовательных — долженствовательных и результирующих (подытоживающие, генеритивные, оценочные, присоединительные); высказывания обусловленности; структуры с чужой речью (цитация, несобственно-прямая речь, аллюзии и др.); автосемантические высказывания (постскриптум и справка), одна разновидность побудительных.

Ключевые слова: *концовка текста, аналитический газетный текст.*

Конюшкевич Мария Иосифовна, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы.

Беларусь, 230023, Гродно, ул. Ожешко, 22, ГрГУ, к. 319.

E-mail: marikon9@mail.ru

© Конюшкевич М. И., 2014

В нашей первой статье [Конюшкевич 2014] на основании обзора ряда работ [Богуславская, Левонтина 2002; Гак 2002; Арутюнова 2002 и др.] были показаны наиболее яркие свойства концепта «конец» — полнота охвата явлений, завершение, итог, результат и следствие. Было отмечено, что, коррелируя с данным концептом по многим из этих свойств, концовка газетного текста меньше всего эксплицирует идею конца как результата. Наоборот, информируя и воздействуя, концовка в газетном тексте не подводит итог, а намечает векторы будущего и имеет, как будет показано ниже, долженствовательный и футурумный характер.

В предыдущей статье были также рассмотрены подходы к выделению концовки как важнейшей структурной единицы текста [Педагогическое речеведение 1998; Словарь русского языка 1982; Большой энциклопедический словарь; Гальперин 1981; Антонов 2001; Тарасов 1990; Каргашин 2002 и др.]. В качестве важнейших признаков концовки текста в нашем обзоре были выделены следующие: 1) заключительная позиция текста, 2) ретроспективная направленность на содержательно-фактуальную информацию, 3) концентрация содержательно-концептуальной информации, 4) открытый путь к порождению новой информации. В дополнение к названным признакам и с признанием концовки как «эмической» единицы, абстрагированной от частных свойств конкретного текста, мы отметили такие признаки концовки, как повторяемость, исчислимость, маркированность.

Настоящая статья посвящена выделению и характеристике наиболее употребительных и наименее зависимых от содержания текста типов кон-

цовок, маркированных специализированными для каждого типа языковыми средствами. Материал для наблюдений составили аналитические тексты разных авторов, опубликованные в белорусской государственной (учредитель — Администрация Президента РБ) русскоязычной газете «СБ. Беларусь Сегодня / Советская Белоруссия» («СБ»), преимущественно в рубрике «Мнения», что обеспечило 1) жанрово-стилевую однородность исследуемых текстов и 2) определенную их однотипность, подчиненную единым требованиям к публикациям со стороны учредителя (при сохранении идиостиля авторов и разнообразия тематики текстов). Объем материала — свыше 490 текстов; текстовые примеры даются сплошной нумерацией, указывается автор, название статьи и дата выхода номера газеты «СБ»; сохранена орфография и пунктуация публикации.

Мы ставили перед собой задачу показать систему языковых средств, маркирующих тот или иной тип концовки независимо от содержания конкретного текста, и тем самым доказать объяснительную и диагностическую силу концовок.

Основанием классификации является базовая структура концовки, обусловленная другими ее особенностями (авторской интенцией, коммуникативным регистром, специализированной дискурсивной и служебной лексикой), формирующими общий смысл концовки, подчеркнутый в некоторых случаях тем или иным экспрессивным средством по усмотрению автора текста.

Здесь следует сделать оговорку: довольно часто в концовке газетного текста могут быть совмещены признаки двух и более типов, что будет видно по некоторым приводимым ниже примерам. В таких случаях мы выделяли тип концовки по тому параметру, который имеет больше существенных для данного типа признаков.

Таким образом, по названному основанию и поддерживающим его дополнительным признакам мы можем извлечь «из потока вариаций относительно инвариантные сущности» (Р. Якобсон), в нашем случае — следующие типы концовок.

1. Высказывания (одно или несколько) с маркерами коммуникативной цели.

1.1. Одним из популярных средств маркирования концовки является вопросительное высказывание — в виде а) прямого / косвенного вопроса, б) риторического вопроса, в) вопросно-ответной формы.

1.1.1. Прямой вопрос выделяется по ожиданию ответа, а не по синтаксическому выражению; в этом отношении прямым вопросом может быть и вопрос, выраженный изъяснительной придаточной частью сложноподчиненного предложения, так называемая косвенная речь: *Туристы интересовались, кто автор этого памятника*. Прямые вопросы могут маркировать концовку, но они не очень популярны у журналистов в силу их конкретной адресации, с одной стороны, и более широкого масштаба и социального пространства поставленной в тексте проблемы, с другой. В газетном тексте прямой вопрос не выражает желания спрашивающего получить нужную информацию: журналист уже получил нужную ему информацию в частном порядке — в интервью, по документам, побывав участником события и т. д. Прямой вопрос задается скорее проспективно — как ожидание ответа, хотя адресат прямых вопросов в концовке медиатекста неопределен.

Поставленный вопрос «освящен» модальностью необходимости ответа и подан в волюнтивном регистре, но ответ на эти вопросы ожидается от общества, целого мира и каждого конкретного человека, включая и самого вопрошающего, причем ответы предполагаются не столько вербальные, сколько акциональные — решениями, действиями, поступками, в крайнем случае — письменной реакцией соответствующей организации на публикацию. Анализ и систематизация семантических, смысловых, прагматических функций вопросительных предложений (прямых и риторических), функционирующих в медиатекстах различной жанрово-стилевой принадлежности, еще ждут своих исследователей. Здесь же ограничимся несколькими примерами прямого вопроса-концовки.

(1) Текст о тяге китайцев к образованию. Сообщается, что в тестах PISA (Программа международной оценки учащихся) участвуют много стран, но не Беларусь. Концовка: *Уже сегодня эксперты прогнозируют, что в числе призеров вслед за Китаем (а как же?) будут Бразилия, Турция и Польша. А где же наши?* (И. Плескачевская. Самые умные. 19.05.2012).

(2) Текст о наглости водителей и наездах на пешеходов. Концовка: *Зазубренные правила дорожного движения, которые в буквальном смысле написаны кровью, нарушаются изо дня в день. Потому, наверное, хамство и отсутствие мозгов штрафами не лечится. А чем?* (М. Кучерова. Без тормозов и совести. 05.01.2012).

Прямой вопрос может служить приглашением читателей к дискуссии: *Может, вы знаете ответ?; А как вы думаете / считаете?; Только как отследить весь этот мутный поток, где густо замешано невежество, лукавство, наглость и большая жажда денег?; Вопрос только в том, кто будет платить? / во сколько это обойдется? / оценят ли это наши потомки?*

Перед текстовым фрагментом с вопросом журналист приводит свой или чужой вариант объяснения или решения проблемы. Например:

(3) Текст об отношении общества в Беларуси и в Китае к истории. Концовка: *Когда майки и сумки с портретами наших бывших вождей станут всего лишь туристическими сувенирами (и в нашем сознании тоже), мне кажется, всем станет легче дышать. Не согласны? Давайте подискутируем* (И. Плескачевская. Почему Ленин — не Мао? 03.01.2014).

(4) Текст о принимаемом во Франции законе, предполагающем штраф до трех тысяч евро тем, кто платит за секс. Концовка: *Группа известных мужчин, которые называют себя «343 ублюдка», опубликовала манифест в журнале Causeur: «Независимо от того, мы гомо- или гетеросексуальны, поли- или моногамны, верные или неверные мужья, мы — мужчины. Мы считаем, что каждый имеет право свободно продавать свое тело и любить его. И мы не хотим, чтобы законодатели принимали законы, ограничивающие наши желания и удовольствия». Вот так. А вы на чьей стороне в этом споре?* (И. Плескачевская. Клиент всегда не прав. 16.12.2013).

1.1.2. Более популярны риторические вопросы, выполненные в том же волюнтивном регистре, но не предполагающие ответа и выражающие авторское раздумье по поводу описываемого события.

(5) Текст об одиночестве стариков. Концовка: *Умереть дома в кругу семьи уже сегодня для некоторых — несбыточная мечта. Одиночество неспроста*

было названо болезнью XXI века. Найдется ли от него вакцина? (М. Кучерова. Тяжкий диагноз одиночества. 11.01.2014).

Риторические вопросы в газетном тексте выступают в качестве возражения предшествующему тезису, то есть из волюнтивной реплики превращаются в реактивную.

(6) Текст о торговле наркотиками. Концовка: *Роль сурового пограничника в каждом из нас играет заложенный природой инстинкт самосохранения. Должен играть. Только что с ним такое происходит, когда вдруг хватают деньги, чтобы бежать за дозой? Или хватают дозу, чтобы бежать за деньгами?* (М. Зубович. Торговцы смертью готовы работать круглые сутки. 21.02.2012).

(7) Текст о новых санкциях против Беларуси и списках невъездных журналов. Концовка: *Тогда при чем здесь цивилизация и хлопоты о свободе слова?* (В. Елфимов. Рулетка санкций — опасная игра. 21.02.2012).

(8) Текст о борьбе с алкоголизмом в стране. Концовка: *Со всей неотвратимостью встала проблема сражения всего общества и государства с алкоголизмом. Хочется надеяться, что специалисты знают, как это сделать. Но захотим ли мы их услышать?* (Г. Улитенок. Трезвость и норма. 07.08.2014).

1.1.3. Вопросно-ответная форма в концовке формирует полный диалог, с репликами волюнтива и реактива. Это излюбленный журналистский прием не только в концовках. Он обеспечивает адресатоцентричность концовки, активизируя мысль читателя. В то же время вопросно-ответная форма — это и экспрессивный прием тема-рематического членения концовки: вопрос — тема, ответ — рема. Это имитация разговорной речи, где диалоги строятся именно так: в повседневном общении коммуниканты в своих ответах обходятся ремами, не повторяя вопросов. В концовках газетного текста вопросно-ответная форма имеет аналогичное членение.

(9) Текст о Могилевском оркестре народных инструментов и его успехах. Концовка начинается с косвенной цитаты — отзыва российского композитора об оркестре и заканчивается вопросно-ответной формой: *...это один из лучших оркестров народных инструментов Союзного государства. Что еще добавить к этой высокой оценке? Только музыку, которая выше слов* (М. Слопов. Люди, которые живут на сцене. 22.12.2011).

Вопрос может сопровождаться прямой апелляцией к читателю или повтором для имитации разговорной фатики.

(10) Текст о развлекательных центрах в Китае, стилизованных под русскую культуру. Концовка: *А знаете, что мне в этой истории с улицами и парками больше всего нравится? Что китайцы с таким интересом тянутся к новому и неизвестному — русской культуре в данном случае* (И. Плескачевская. «Авианосец Биньхай» и другие развлечения. 09.08.2014).

(11) Текст о спорах, права ли Людмила Поргина, вывозя больного почти неподвижного мужа актера Николая Караченцова на телевидение, в шоу и др. Концовка: *А как же устроить праздник любимому артисту? Да вот так и устроить: собраться по-простому тесным кругом друзей и не выносить это на публику* (В. Жарова. А теперь не смотри. 12.11.2011).

Вопросно-ответная форма может служить и приемом сравнения.

(12) *Понимаю, что памятники ставятся не для мертвых, а для живых. Но кто тридцать лет назад мог позволить себе что-то больше и лучше, чем се-*

рая плита с мраморной крошкой и медальоном в центре? А сегодня по краям деревенских погостов, местечковых и городских кладбищ стоят гранитные и мраморные кресты и плиты, появляются помпезные скульптуры (В. Степаненко. Цена памяти. 24.10.2013).

Ответы столь же разнообразны, сколь и риторические вопросы: в качестве ответной реплики кроме прямого ответа может быть а) констатация отсутствия ответа (*А что взамен? Ответ на этот вопрос пока еще не найден...*), б) упрек тому, кто вопросом не задумывается (*Однако бастующие работники аэропортов, похоже, не особо утруждали себя поиском ответа на этот вопрос*), в) уклончивое *Поживем — увидим*.

1.2. Повествовательные предложения с долженствовательной модальностью, двусоставные или односоставные (преимущественно безличные и инфинитивные), представляют собой косвенные волюнтивы: в них содержится прямая или косвенная апелляция к тем (без конкретной адресации), от кого зависит решение проблемы. Вместо специализированной для волюнтивов императивной формы глагола в таких высказываниях используется инфинитив, сопровождающийся модальной лексикой типа *нужно, необходимо, требуется, надо, пора, должен* и др.

(13) Текст о том, что в стране много знающих, но мало умеющих. Концовка: *...страна должна держаться не только на экономистах и политологах, которых сейчас на м² больше, чем фрезеровщиков на 100 километров* (О. Волков. Комплекс забитого болта. 03.09.2011).

(14) Текст об экстремистской деятельности НДПГ в Германии. Концовка: *Разумеется, запрет НДПГ не сможет полностью искоренить неонацизм. Но оставлять все как есть — это значит ждать следующего Брейвика. Немецкие политики должны принять этот вызов* (И. Кольченко. Повивальная бабка нацизма. 05.11.2011).

(15) Текст о необходимости перенести жилищное строительство в города-спутники. Концовка: *Времени на раскачку было достаточно. Пора действовать* (Д. Крят. Минск надо разгрузить. 18.01.2014).

1.3. В побудительных предложениях волюнтивный регистр имеет грамматическое выражение самыми разными структурными разновидностями императива — глаголами в формах повелительного наклонения, сослагательного наклонения, настоящего времени изъявительного наклонения и др., а сами высказывания адресатоцентричны.

(16) Текст о неумении распоряжаться временем. Концовка: *Так что дышите глубоко, ходите спокойно, работайте от души, а не на пределе оголенных нервов. Не торопитесь, а то успеете...* (А. Мартинкевич. Не торопись, а то успеешь не туда. 17.02.2012).

Журналисты избегают прямых императивов, заменяя их другими глагольными формами и смягчая категоричность императивных форм обращением, комментарием, рисованием перспектив, модальными словами возможности, средствами легкой иронии, прибегая к формам, обозначающим совместное действие (*Давайте поговорим / поспорим / обсудим*).

(17) Текст о проблемах и реформах в работе скорой медицинской помощи. Концовка: *Наверное, облегчить жизнь работникам скорой помощи сегодня можем и мы с вами. Хотя бы лишний раз подумав, прежде чем набирать на теле-*

фоне номер 103. (А. Костюкевич. Неотложка требует внимания. 16.01.2014). Ср.: *Давайте облегчим жизнь работникам скорой помощи... Подумайте, прежде чем наберете номер...*

(18) Текст об Указе, обязывающем спортивные организации самим зарабатывать деньги, а не надеяться на государственные субсидии. Концовка: *...держитесь, хлопцы, крепитесь, крутитесь и терпите — дальше, когда система станет на рельсы, должно быть легче. А пока можно и умерить аппетиты или вовсе перейти на хлеб и воду: попоститься слегка, говорят, полезно* (С. Кашапов. Дай миллиардик. 06.08.2014).

(19) Текст о рыночных отношениях в белорусской экономике. Концовка: *Думаю, все же Правительству следует активнее вмешиваться в сегодняшний «рынок». Делать его более прозрачным. Понятным и разумным. Предлагаю, друзья, на эту тему поговорить и поспорить* (В. Волянюк. Антирыночный манифест. 14.10.2011).

1.4. Повествовательные результирующие предложения — довольно традиционная форма концовки текста. По интенции автора (подытоживание, резюмирование, подчеркивание важного и др.), по коммуникативному регистру, по маркирующим средствам и по смыслам, соответствующим этим средствам, можно выделить следующие разновидности.

1.4.1. Подытоживание сказанного выполняется в информативном регистре и обеспечивается использованием дейктических слов типа *так, такой, так что, итак, в итоге, вот такая история* и др., вмещающих и обобщающих содержание предшествующего текста.

(20) Текст о скандальной любовной связи президента Франции. *Так что вопрос о том, насколько личной является личная жизнь политиков, остается открытым* (И. Плескачевская. Президент-любовник. 13.01.2014).

(21) Текст о высоких наградах руководству СССР, особенно Брежневу. Автор «загибал пальцы», считая, кто, когда, за что получал ордена. Концовка: *Вот такая история получилась с орденами и пальцами* (С. Гордиенко. Ордена и носители. 21.02.2012).

1.4.2. Конечные повествовательные генеритивные предложения содержат «обобщение, осмысление информации, соотносящее с жизненным опытом, с универсальными законами мироустройства, с фондом знаний, проецируя ее на общечеловеческое время за темпоральные рамки данного текста» [Золотова 1998: 395]. В языковом отношении проявляется вневременной план высказывания, обобщенность, множественность, повторяемость, дистанцированность от конкретного субъекта речи.

(22) Текст о событиях на Ближнем Востоке, «арабской» весне, терактах, взрывах, убийствах. Концовка: *Это только по легенде мир родился из хаоса, в жизни всё обстоит иначе* (И. Кольченко. Хаос рождает чудовищ. 30.08.2011).

(23) Текст о компьютерных технологиях родительского контроля. Концовка: *Лишим ребенка личного пространства — он его все равно найдет и если захочет скрыть — скроет. Ведь сладко и легко вретса человеку, который тебе не доверяет. И как безумно трудно или даже невозможно солгать тому, кто тебе искренне верит* (М. Кучерова. Доверять или проверять. 23.02.2012).

Подобные концовки задают отчетливый ретроспективный вектор на содержательно-фактуальную информацию, то есть ориентируются на заинте-

ресованного читателя, ищущего самую важную информацию в конце, а не в начале [Тарасов 1990]: читатель по концовке угадывает, о чем говорится в тексте. Примеры таких «говорящих» концовок без указания темы текста: *За деньги люди работают, а живут душой; Честь мастера — она ведь почти как офицерская, и ее тоже важно не замарать; Есть спрос — будет и предложение; Шальные деньги всегда так манят желающих их получить; Культивировать и дальше социальное изживенчество — путь в никуда; Кладбище — не место забвения.* Проведенный нами небольшой эксперимент с группой студентов 4 курса подтвердил наш вывод: студенты безошибочно назвали по таким концовкам темы текстов.

1.4.3. Повествовательные оценочные предложения содержат авторскую квалификацию или характеристику описываемого события. В их структуре предикат содержит оценочные прилагательные, наречия, признаковые существительные и даже глаголы, выражающие признак предмета.

(24) Текст о биткойне — виртуальной мировой валюте. Концовка: *Удивительное изобретение, которое перестает быть фантастикой* (И. Скольжин. Монета всего света. 21.01.2014).

(25) Текст о героизме. Завершающий абзац о последних страницах романа «Молодая гвардия»: *я помнил, что тогда, раньше, при первом чтении, в книге был длинный, как прощальный реквием, список погибших. А рядом выписан список короче. Тех, кто остались вопреки судьбе в живых. Для меня же все они в бессмертии, как греческие боги и герои* (С. Есин. Жизнь и гибель богов. 05.01.2012).

(26) Текст о событиях в Киеве. Концовка: *К сожалению, украинский радикальный национализм и созданные им боевики сегодня становятся источником угроз не только для Украины* (Ю. Городненко. Ударный кулак. 24.01.2014).

(27) Текст о Бжезинском, его политических обзорах и прогнозах. Концовка: *Да, незавидна судьба государства, которое делает выбор между сильными партнерами и хаосом... в пользу хаоса. Во всяком случае, именно это следует из теорий Бжезинского об исключительности американской гегемонии. Слишком мелкий вывод для великого мыслителя* (В. Белых. Великая шахматная тоска. 14.01.2012).

1.4.4. Присоединительные конструкции, оформленные союзами (*и притом, даже, и далее, и это, причем, и вдобавок, и еще*), вводными словами (*кстати, к слову*), наречиями (*еще*) и др. Содержание присоединительной части дается словно вдогонку, но именно оно является «точкой» концовки с наибольшей воздействующей силой, будь то напоминание, косвенный упрек, призыв, рамочный возврат к началу текста, проекция на будущее, побуждение читателя к собственным выводам и т. д.

(28) Текст о блестящей игре артиста Филиппенко в Минске. Концовка: *И еще один штришок: на встрече с Александром Филиппенко не заметил ни одного нашего актера. Учиться им, видимо, у Александра Георгиевича нечему. Всё знают.* (В. Пепеляев. Как здорово, что все мы здесь. 22.02.2012).

(29) Текст представляет собой эссе-воспоминание о преимуществе советских детских игрушек-конструкторов перед современными: *Кстати, один из разработчиков космических аппаратов однажды признался, что в детстве любил возиться с конструктором, собирать из дырявых железок забавные механизмы...* (В. Степан. Детские игры, 23.01.2014).

2. Высказывания с маркерами обусловленности, включающие в себя категории причины, следствия, условия, уступки и цели. Популярность в концовках предложений с отношениями обусловленности объясняется их адекватностью интенции автора — раскрыть причину проблемы, условия ее решения, факторы, мешающие ее решению, негативные последствия, если проблема не будет решена. Предложения обусловленности представлены функционально-смысловым типом речи «рассуждение» и формируют концовку в генеритивном регистре, но в отличие от генеритивных простых предложений, автосемантических по отношению к тексту, они теснейшим образом связаны с предшествующими частями текста.

Высказывания обусловленности имеют базовую структуру моделей *А имеет место, потому что Р; Необходимо Р, чтобы имело место А; А должно быть, ведь имеет место Р; Если не будет Р, то не будет и А* (позитивный вариант: *Если будет Р, то будет и А*); *Должно быть Р, иначе случится не А, а В; Будет Р, тогда будет и А*. При этом маркировка высказываний обеспечивается соответствующими модели подчинительными и сочинительными союзами (далеко не всеми в силу диалогичности публицистического текста): причинными (*потому как*), аргументативными (*ведь, а то*), условными (*если, если бы, если... то*), альтернативными (*иначе, в противном случае*), целевыми (*чтобы, для того чтобы*), результативно-следственными (*тогда и*), уступительными (*хотя, но, вот только*). Заметно тяготение к сочинительным союзам (*но, только, вот только*), модальным словам (*правда*) при сохранении отношений обусловленности, что объясняется диалогичностью самих текстов. Приведем несколько примеров конструкций разной структуры (сложноподчиненных, сложносочиненных, бессоюзных предложений, сверхфразовых единств), но с общим значением обусловленности.

(30) Текст о браках с иностранцами, о печальных последствиях таких браков. Концовка: *В международную любовь по-прежнему верят, но к браку уже относятся не так легкомысленно, вчитываясь в брачный контракт и выставляя свои условия. Ведь создание семьи — тяжелая работа в любой стране* (М. Кучерова. Подноготная заморских женихов. 11.01.2012).

(31) Текст о рентной программе, ее плюсах и минусах. Концовка: *...если введение механизма ренты и не подвигнет дедушку или бабушку переехать в интернат, то, возможно, подстегнет каких-нибудь дальних родственников вспомнить о них и обеспечить достойную старость* (А. Полосмак. Старик и рента. 28.12.2011).

(32) Текст об участковом милиционере. Концовка: *Чтобы уровень доверия к милиции всегда был на высоте, в каждом подразделении органов внутренних дел должно быть как можно больше таких ребят* (А. Митюков. Офицер милиции на селе — уважаемый человек. 23.01.2014).

(33) Текст об ошибках в строительстве, приводящих к трагедиям. Концовка: *Может быть, за подобные «ошибочки» уже сегодня предусмотреть наказание не только в административном, но и в уголовном порядке? Тогда и трагедий будет меньше, и чувство ответственности обострится* (Е. Бегунова. На грани фола. 10.09.2014).

(34) Текст об усилении военного влияния США в Ормузском проливе и о противостоянии с Ираном. Концовка: *Выбор за американцами. Хотя он в по-*

следнее время, как видим, сильно ограничен (Н. Романова. Палубная авиация залила баки. 05.01.2012).

(35) Текст о контрафактной продукции, подделках брендов. Концовка: *Все здесь есть, вопрос в том, сколько вы готовы за это платить* (И. Плескачевская. Made in где? 12.11.2011).

(36) Текст в рубрике «Сдувая пыль с истории», которая уже по своей концепции призвана сопоставлять и противопоставлять исторические факты, высвечивая злободневные проблемы. Концовка: *Сколько ни сдувай пыль с истории мировых войн, они все равно остаются под слоем пыли. Трудновато мерить историю единым аршином. Вот и Авдотья Смирнова, дочь кинорежиссера, снявшего легендарный «Белорусский вокзал», внучка писателя, прославившего подвиг защитников Брестской крепости, месяц назад вышла замуж за одного из «могильщиков» Советского Союза по фамилии Чубайс* (С. Гордиенко. Вызываем огонь на себя. 23.02.2012).

(37) Текст о доносах. Ссылка на высказывание Ф. М. Достоевского о том, почему он не смог бы донести. Концовка: *Этому разговору более 100 лет, а что изменилось? Правда, в полицию можно не идти, теперь у каждого телефон под рукой* (В. Степаненко. Не могу смолчать. 14.08.2013).

Выше мы отмечали возможность пересечения в одной концовке нескольких ее типов. Так, в концовке может гармонично сочетаться высказывание обусловленности с риторическим вопросом, который может быть репликой возражения при уступке или содержать вариант решения с последующей аргументацией.

(38) Текст о ряде проволочек в законодательстве о правовых вопросах аренды. Концовка: *Уверен, вопрос с арендой разрешится. Но на будущее: надо ли усложнять там, где в этом нет необходимости?* (В. Васильев. Аренда ушла на базу. 12.01.2012).

(39) Текст о причинах и последствиях грехов. Концовка: *...все религии считают, что жизненные мучения, страдания и беды даются человеку в наказание за грехи. Как его собственные, так и грехи родителей, предков... Не знаю почему, но я в это не верю. Не верю, что дети страдают за родителей, дедов и прадедов. Не верю, что дети должны искупать грехи родителей. Не хочу в такое верить. Разве Христос страдал за грехи своего отца?* (В. Степан. Чужая история. 11.01.2012).

Диалогичность газетного текста, разговорность стиля, введение в текст экспрессем вперемежку с информемами требуют от текста дробной членимости, «рубленного» синтаксиса, что достигается парцелляцией предложений на более короткие коммуникативные отрезки. Парцелляция используется в любом газетном тексте, причем не только в концовках. Тем более она уместна в концовках обусловленности: парцелляция помогает вместить в текст несколько категориальных пропозиций обусловленности, например, уступки и цели (40), условия и уступки (41), причины и уступки (42).

(40) Текст о судьбе белорусского языка. Автор спорит с А. Дементьевским. Концовка: *Только не подумай, будто я считаю, что «мову» не следует преподавать в школах. Следует. Но в рамках уроков истории. Чтобы помнили. Кто мы* (Р. Рудь. Не остаться без зубров. 25.02.2012).

(41) Текст о невнимании людей к своему здоровью. Концовка: *А если всем все равно, то никакой врач не достигнет до разума пациента. Только ин-*

фаркт, инсульт или рак. Но тогда может быть уже и поздно... (В. Третьяк-евич. Свежие примеры. 11.01.2013).

(42) Текст о загруженности Минска автомобилями. Концовка: *Никто не говорит, что автомобиль — роскошь, но вот пользоваться им в городе каждый день и по любому удобному случаю нынче действительно сродни безудержному транжирству. Иначе из средства передвижения машина превратится в хронический тормоз, увязая и томясь в хронических пробках* (А. Костюкевич. Тормоза на дороге не валяются. 27.08.2014).

Высокая частота употребления в парцеллированных конструкциях маркеров обусловленности приводит к появлению у последних новых синтаксических функций: кроме функций связи, релятивности, выражения отношений и маркировки концовки как единицы текста, эти средства начинают выполнять и текстообразующие функции.

3. Структуры с чужой речью представлены несколькими разновидностями. Прежде всего это прямая цитация речи персонажа или текста, взятого из другого источника. И хотя считается, что концовки с цитацией крайне нежелательны, потому что «подобная концовка уже превратилась в клише и надоела читателям» и что «журналист практически всегда может написать концовку, отражающую идею материала гораздо лучше, чем слова персонажа, пусть даже достаточно яркие» [Колесниченко 2008: 104], завершать текст цитатой по-прежнему остается популярным приемом. Если в тексте информационного жанра цитата напрямую продолжает сообщение информации, являясь квантом информации, одновременно служа и способом указания на источник информации, то в аналитическом тексте чужая речь автосемантическая. Это маркер содержательно-концептуальной информации, нередко не имеющий ни отношения к самой информации, ни предметной привязки к предшествующему тексту.

Форма подачи чужой речи в концовках аналитического газетного текста самая разнообразная: цитирование фрагмента чужой речи, отсутствие указания источника в силу известности высказывания, использование несобственно-прямой и косвенной речи, псевдоцитация, аллюзии, реминисценции, модифицирование авторизационной части, оценка чужой речи и т. д.

(43) Текст об участниках московских митингов — безработных, пенсионерах, приезжих и др. Концовка: *После посещения «Баррикадной» создалось у меня ощущение безысходности. Никто уже ни им, ни нам не поможет, «ни Бог, ни царь и ни герой»* (А. Сигида. Ни Бог, ни царь и ни герой. 24.05.2012).

(44) Текст о войне и о перипетиях судеб гениев — гонимых и награждаемых в зависимости от истории. Концовка: *Позже история сделает еще один кувырок, когда в 1977 году к 80-летию писателя [Луи Арагона] его наградят советским орденом Дружбы народов, и нам останется только понять, что имел в виду этот незаурядный человек, когда говорил, будто функция гения заключается в том, чтобы доставлять мысли, которые через 20 лет станут достоянием кретинов* (С. Гордиенко. Функции гениев. 01.08. 2012).

(45) Текст об истории: отрывки из «СБ» разных лет о разных событиях, имеющих определенную повторяемость и похожесть. Концовка: *«Среди людей больше копий, чем оригиналов», — высказывался не хуже, чем рисовал Пабло Пикассо* (С. Гордиенко. Книга жалоб и обвинений. 25.02.2012).

(46) Текст о достопримечательностях Полоцка, родины Ефросиньи Полоцкой и Франциска Скорины. В юбилейный для города год Полоцку выделены большие средства для благоустройства. Концовка: *...именно сюда будет приезжать каждый белорус. «Каб душою ты стаў чысцей. І не страціў святое штосьці»* (В. Корбут. От Софии до Скорины. 18.05.2012).

4. Концовки с ярко выраженной отдельностью, имеющей знаковое выражение своей структурной и содержательной автономности (выше уже отмечалась относительная автосемантия генеритивных концовок и концовок с чужой речью): постскриптум и справка.

4.1. Постскриптум может состоять из одного предложения или нескольких, которые тоже в свою очередь могут быть маркированы, в том числе и уже рассмотренными выше средствами. Но его позиция в конце текста, фиксированная указанием (*Постскриптум; P. S.; Вместо постскриптума*), выделяет этот вид концовки. Постскриптум может служить специальным приемом как автора статьи, так и редакции, которая уже после подписи автора может дать свою концовку под таким грифом.

(47) Обзор событий и лиц в контексте истории, в том числе и упоминание о кончине народной артистки СССР Людмилы Касаткиной. *P. S. Горько от того, что Людмила Касаткина пережила мужа всего на 11 дней. Она скончалась вчера на 87 году жизни. Нет слов, какая трагедия...* (С. Гордиенко. Вызывали огонь на себя. 23.02.2012).

(48) Текст о женщинах, принявших чужих детей как своих. *P. S. Хотел написать, что всё в нашем мире, как и прежде, держится на женщинах. Что они и сердобольнее. И добрее, терпимее и терпеливее. Что они умеют прощать обиды, а мужчинам этого не дано... Но не бывает женщин без мужчин* (В. Степан. Чужая родня. 23.05.2012).

(49) После подписи автора: *P. S. «СБ» планирует провести по актуальной теме, затронутой в статье, «круглый стол». Приглашаем всех заинтересованных!* (В. Пономарев. Правила встречного движения. 27.12.2011).

4.2. Справка функционально похожа на присоединительную конструкцию с тем отличием, что ее маркирует заголовок (*Справка; В качестве справки; Вместо справки; Кстати; Небольшое дополнение*), а содержание имеет справочный или рекламный характер.

(50) Текст из цикла «Vilnius — Вильня» о местах в Вильнюсе, связанных с именами А. Мицкевича и выдающихся людей белорусской культуры. Концовка: *Поистине пути наших земляков в этом городе неисповедимы. И очень часто пересекаются — в пространстве и времени.* После имени и фамилии автора с абзаца дается еще одна концовка под заголовком *Кстати* от редакции: *Все выпуски цикла «Vilnius — Вильня» вы можете также найти на сайте www.sb.by, где очерки снабжены картами для быстрого поиска упоминаемых зданий, и на странице проекта (указан адрес сайта проекта).*

Реже справка может быть маркирована абзацем и знаком *P. S.*

(51) Текст о белорусском художнике Сергее Гриневице и его международных выставках. Концовка: *Уходя с выставки, оглядываешься и вдруг встречаешь автопортрет художника. Он над зрителями, смотрит сквозь пальцы, прикрыв лицо руками...*

Р. С. Выставка Сергея Гриневича продлится в музее современного изобразительного искусства до 18 января 2014 года (В. Степан. Взгляд сквозь пальцы. 10.01.2014).

(52) Текст о смерти посла Палестины в Чехии Джамаль аль-Джамала во время взрыва сейфа, когда посланник открывал его в своей новой резиденции, и о том, что представительство этой страны имеет на своей территории много оружия. Концовка: *Небольшое, но существенное дополнение: в отличие от социалистической Чехословакии нынешняя Чехия в своей политике поддерживает не Палестину, а Израиль* (И. Плескачевская. Смерть дипломата в чужой стране. 08.01.2014).

В настоящей статье были представлены только те типы концовок, базовые структуры которых имеют отчетливую языковую маркировку, что и позволяет говорить о концовке как об «эмической» единице текста. Естественно, рассмотренными типами все концовки не исчерпываются. Во-первых, очень многие тексты совмещают в себе две и более из названных разновидностей концовок. Во-вторых, классификации поддаются и другие концовки, тоже ярко маркированные, но с той разницей, что маркирующие их средства едва ли можно отнести к языковым единицам. Включение других оснований систематизации, в частности речежанрового критерия, выявит гораздо больше видов концовок, которые хотя и многочисленны, но все же поддаются исчислению и систематизации. Но это уже тема отдельной статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антонов Д. Концовки волшебных сказок: попытка прочтения. URL: <http://www.gnozis.info/?q=book/export/html/4870>.
2. Арутюнова Н. Д. В целом о целом. Время и пространство в концептуализации действительности // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 3–18.
3. Богуславская О. Ю., Левонтина И. Б. Подведение итогов в русском языке // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 36–49.
4. Большой энциклопедический словарь. URL: http://enc-dic.com/enc_big/Koncovka-28611.html.
5. Гак В. Г. Семантическое поле конца // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 50–55.
6. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
7. Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М., 1998.
8. Каргашин И. А. Начало и конец лирического текста // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 426–436.
9. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. М., 2008. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.html>
10. Конюшкевич М. И. Концовка текста. Статья первая. Язык и речь // Медиалингвистика. 2014. Вып.1. URL: <http://medialing.spbu.ru/>
11. Лебедева Л. Б. Конец — обращение к началу: завершение опыта // Логический анализ языка: Семантика начала и конца. М., 2002. С. 437–442.
12. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. М., 1998. URL: http://slovarionline.ru/pedagogicheskoe_rechevedenie/page/kontsovka_teksta.1
13. Словарь русского языка: В 4 т. М., 1981.

14. *Tarasov E. F.* Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990. С. 3–14.

REFERENCES

1. *Antonov D.* Fairy tales endings: an attempt to read [Koncovki volshebnyh skazok: popytka prochtenija]. URL: <http://www.gnozis.info/?q=book/export/html/4870>
2. *Arutyunova N. D.* On the whole of the whole. Time and space in the conceptualization of reality [V celom o celom. Vremja i prostranstvo v konceptualizacii dejstvitel'nosti]. *Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — Logical analysis of Language. The semantics of start and end.* Moscow, 2002. Pp. 3–18.
3. *Boguslavskaja O., Lewontina I. B.* Summing-up in the Russian language [Podvedenie itogov v russkom jazyke]. *Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — Logical analysis of Language. The semantics of start and end.* Moscow, 2002. Pp. 36–49.
4. Great Encyclopedic Dictionary [Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar']. URL: http://enc-dic.com/enc_big/Koncovka-28611.html.
5. *Gak V. G.* The semantic field of end [Semanticheskoe pole konca]. *Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — Logical analysis of Language. The semantics of start and end.* Moscow, 2002. Pp. 50–55.
6. *Galperin I. R.* Text as an object of linguistic research [Tekst kak objekt lingvisticheskogo issledovanija]. Moscow, 1981.
7. *Zolotova G. A., Onipenko N. K., Sidorova M. Yu.* The Communicative Russian grammar [Kommunikativnaja grammatika russkogo jazyka]. Moscow, 1998.
8. *Kargashin I. A.* The beginning and the end of the lyrical text [Nachalo i konec liricheskogo teksta]. *Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — Logical analysis of Language. The semantics of start and end.* Moscow, 2002. Pp. 426–436.
9. *Kolesnichenko A. V.* The Practical Journalism [Prakticheskaja zhurnalistika]. Moscow, 2008. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.html>
10. *Koniushkevich M. I.* The Newspaper Text ending. The first Article. Language and Speech [Koncovka teksta. Statia pervaja. Jazyk i rech] // *Medialingvistika.* 2014. №1.
11. *Lebedeva L. B.* The end — the appeal to the beginning: the completion of the experience [Konec — obrashhenie k nachalu: zavershenie opyta]. *Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — Logical analysis of Language. The semantics of start and end.* Moscow, 2002. Pp. 437–442.
12. Pedagogical Speech Studying. Reference Dictionary [Pedagogicheskoe rechevedenie. Slovar'-spravochnik]. Moscow, 1998. URL: http://slovarionline.ru/pedagogicheskoe_rechevedenie/page/kontsovka_teksta.1
13. Russian Dictionary In 4 volumes. Moscow, 1981–1984.
14. *Tarasov E. F.* Speech influence as the problem of speech communication [Rechevoe vozdejstvie kak problema rechevogo obshhenija]. Speech influence in the field of mass communication — Rechevoe vozdejstvie v sfere massovoj kommunikacii. Moscow, 1990.

УДК 811.16
ББК 81.2Р-5 76
ГРНТИ 16.21.21
КОД ВАК 10.02.01

Чжан Хуэйцин
Пекин, Китай

ОБРАЗ КИТАЯ В КОММЕНТАРИЯХ К НОВОСТЯМ О КИТАЕ (на материалах портала Рамблер)

В работе анализируется образ Китая, создаваемый российской интернет-аудиторией в комментариях новостей о Китае. Научной базой исследования является теория фантазийно-тематической критики. В центре внимания — лингвистические способы выражения отношения к стране.

Ключевые слова: *образ Китая, комментарий к новостям, фантазийно-тематическая критика, лингвистические средства.*

Работа выполнена при финансовой поддержке проекта: 本文得到促进人才培养综合改革项目 — 涉华舆情监测与受众研究, 项目代码: PXM2014_014221_000057_00140331_FCG 的支持.

Чжан Хуэйцин, доктор филологических наук, профессор, декан факультета русского языка Второго Пекинского университета иностранных языков (BISU). 100024, Пекин, район Чаоян, Динфучжуан наньли № 1, учебный корпус № 1, каб. 916. E-mail: zhanghq1992@hotmail.com

© Хуэйцин Чжан, 2014

Введение. Образ страны — это совокупность предустановок и представлений о стране, сформировавшихся в сознании людей других культур в результате тех или иных акций ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром. Образ страны имеет важное значение для укрепления ее авторитета в мире и для создания благоприятной атмосферы при решении внешних и внутренних проблем. Исследование образа страны вызывает все больший интерес в аспекте медиаэффектов.

Исследование образа Китая в прессе началось совсем недавно, около 10 лет назад. Среди исследований прежде всего следует отметить книгу Чжоу Нин (Zhou Ning) [2007], в которой автор и его исследовательский коллектив анализировали образ Китая, создаваемый в России, Японии, Индии и Юго-Восточной Азии. В 2010 году были опубликованы серии монографий в семи томах «Образ Китая в мире», в которых расширяется пространство исследования и отражается образ Китая не только в Японии и Индии, но и в арабских странах, Западной Европе, США, Африке и России.

В серии монографий Сун Фан и Чэнь Цзиньпэн [2010], основываясь на исторических документах и учитывая культурные различия, представляют образ Китая в России. Ван Цзэчжи в монографии «Эхо издалека: русские писатели и китайская культура» [2002] исследовал особенности создания образа Китая в русской литературе. В России был опубликован также ряд исследований, в которых рассматриваются исторические, географические, национальные и культурные аспекты, повлиявшие на формирование определенных стереотипов по отношению к Китаю и его гражданам, например, «Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII–XXI веках»

[Лукин 2007]. Образ Китая в современной России, некоторые проблемы китайской истории и современной политики КНР были рассмотрены в исследованиях российских и зарубежных ученых: «Китай глазами российских друзей» [2012]. Исследованию образа Китая был посвящен ряд диссертационных работ: «Образ Китая и китайцев в русской ментальности второй половины XIX–начале XX вв. (Философско-религиоведческий анализ)» [Исаченко 2005], «Имидж Китая в восприятии российского общества» [Лю Юаньюань 2010], «Образы Китая и России в межкультурной коммуникации» [Цуй Юн 2011] и др.

Вместе с тем за рамками исследований оказались комментарии к новостям о Китае в интернет-пространстве, в то время как быстро развивающиеся коммуникативные технологии оказывают сильное влияние на создание образа страны. Интернет — это не только доступ к информации, но еще и возможность высказать свое мнение, обсудить какую-либо тему и даже поспорить. Комментарии — это такая «специальная» часть интернет-сайта (блога), при помощи которой можно поддержать или оспорить точку зрения автора материала или просто высказаться по поводу опубликованной статьи, обзора или новости. Вопрос свободы комментариев граждан в интернете представляет принципиальный интерес, так как в интернете появляется возможность обсуждать события, о которых сообщают СМИ. Комментарии к новостям содержат разнообразные мнения людей разных уровней образования, разных общественных слоев и пр.

В нашей работе мы анализируем комментарии к новостям о Китае на портале Рамблер, основываясь на теории риторической критики. Забегая вперед, отметим, что исследование не претендует на полноценный обзор ситуации в интернете, потому что читатели и особенно те, кто оставляет комментарии, — это не вся российская интернет-аудитория и далеко не все потребляют новости именно на Рамблере. Кроме того, доказано, что комментарии чаще оставляют люди радикально настроенные и молодые. Поэтому наш обзор дает некий частичный слепок ситуации.

Комментарии к новостям как процесс коммуникации определенных групп людей. Метод фантазийно-тематической критики (Fantasy-Theme Criticism), предложенный Эрнестом Дж. Борманном (Ernest G. Bormann), идейно был заложен в работах Роберта Бэйлза (Robert Bales), открывшего и описавшего процесс группового «фантазирования», или драматизирования, как коммуникацию, свойственную небольшим группам людей. Э. Борманн расширил эту идею до теории, получившей название «символично-конвергенционной» (symbolic convergence theory), и на её основе разработал фантазийно-тематический метод риторической критики, который может быть применён не только к изучению процессов внутри небольших групп людей, но и к взаимодействию социальных течений, политических кампаний и т. д.

Согласно этой теории, «символы создают действительность благодаря своей способности приносить форму и закон в беспорядочное восприятие чувствами»; «те значения символов, которые различные индивидуумы приписывают им, могут пересекаться, в результате чего возникает общее для этих индивидуумов символическое пространство коммуникации»; «соответственно, в фокусе интересов фантазийно-тематической критики оказываются не отдельно взятые речи или жанры, а процессы коммуникации внутри общества» [Смолененкова 2012: 60]. Комментарии к новостям как процесс коммуникации отражают

фантазию коммуникантов и их «творческую и образную интерпретацию событий». Фантазийная тема — это интерпретирующий нарратив (тема нарратива), который отражает совместный опыт сообщества и который помогает этому обществу этот опыт осмыслить. При этом фантазии могут соответствовать, а могут и не соответствовать действительности [там же].

Материалы для анализа были взяты на портале www.rambler.ru, который является одним из самых посещаемых и популярных интернет-ресурсов. Хронологические рамки исследования охватывают 2012 год. Это показательный год для истории Китая: из множества сенсационных событий мы выбрали три самых важных: 1) запуск космического корабля с женщиной-космонавтом; 2) успешная посадка истребителей J-15 на палубу авианосца «Ляонин» и смерть главы авиастроительной корпорации во время испытаний истребителя; 3) неоправданное обвинение в применении допинга 16-летней пловчихи, которая побилла мировой рекорд в комплексном плавании на 400 метров.

Об этих событиях были опубликованы новости во многих российских СМИ. Содержание новостей связано с наукой, спортом и вооружением. К отобраным нами новостям было добавлено 1397 комментариев (см. таблицу).

Заголовки новостей и количество комментариев

Заголовок	Количество комментариев	Количество новостей	Тема
Китай запустил пилотируемый корабль с женщиной-космонавтом http://news.rambler.ru/14346393/ (16 июня 2012)	246	227	наука
16-летняя пловчиха из Китая отрицает применение допинга http://news.rambler.ru/14931677 (31 июля 2012)	409	6	спорт
Глава авиастроительной корпорации КНР умер во время испытаний истребителя http://news.rambler.ru/16514427/ http://rus.ruvr.ru/ (26 ноября 2012)	742	85	вооружение

В опубликованных новостях события отражены более объективно, но в комментариях мы наблюдаем разнообразные фантастические темы.

Положительные темы нарративов

«**Китайцы — молодцы**». В связи с экономическим развитием Китая многие российские сетевые посетители высоко оценивают достигнутые китайцами успехи и, выражая свое позитивное отношение к Китаю, называют китайцев

высоко положительно-оценочным «молодцы». Так, полет первой китайской женщины-космонавта вызывает большой интерес российских сетепользователей, которые восхищаются ею, сравнивая ее с В. Терешковой, сопровождая свое восхищение восклицаниями: «*Слава Китайской Терешковой! Удачи и благополучного возвращения. Китайцы молодцы — ничего не скажешь!*» (здесь и далее сохранены орфография комментария — Ч. Х.).

Россияне, радуясь победе китайской пловчихи на XXIX Олимпиаде, выражают свои чувства эмотивами: «*Китайцы — **молодцы**, просто можно за них порадоваться; поздравляю ее с победой; И китайские уже не первый год побеждают. Молодцы*». Что касается неоправданного обвинения в применении китайкой допинга, то во многих комментариях россияне вместе с китайцами подвергают сомнению обвинение: «*вообще-то китайцы много золота завоевывают в тех дисциплинах, где допинг не имеет большого значения; Ничего сверхъестественного в результате не вижу; так как китайцы пашут, никакие допинги не нужны*». Сомнения выражаются порою очень категорично: «*Желаю всем подойти к этому с РАЗУМОМ!*», «*стыдно нести ахинею*»; выражают и упрек: «*Это просто зависть. Ранее и мы были сильны и нас обвиняли в применении всякой ерунды. Это просто зависть, раньше СССР была на высоте, теперь Китай. Как же хочется найти слабые места у противников, уцупнуть их, назвать слабаками, а, если удастся, — вытащить какую-нибудь грязь*». Встречается высокая оценка китайской пловчихи, похвала выражается с использованием русских сакральных символов: «*Человек триедин: дух тело и разум! Так вот эта девочка сконцентрировала все воедино и направила на победу! МОЛОДЧИНА!*»

Обсуждая успешно проведенное испытание истребителя, российские сетевые пользователи выражают свое восхищение: «*Молодцы китайцы!... Медленно, но верно идут к статусу самой могущественной державы! Вот что значит грамотное научное управление страной!*». Некоторые пользователи говорят, что они уже начинают «гордиться» тем, что живут «недалеко от китайской границы» и имеют «независимого соседа». Напоминая традиционные отношения между Россией и Китаем, они указывают, что китайцы «*позаимствовали идею у нас и прекрасно развили ее*», «*Дело СССР продолжил социалистический Китай, а мы, к сожалению, пойдём чубайсовским путем. Китайцы умнее и трудолюбивее*». Отдавая дань уважения достижениям китайской экономики, с горечью говорят о несостоятельности своей: «*Судя по всему, двадцать первый век станет веком Китая. Россия же обречена на вырождение и вымирание*». Как видим, для сравнения китайских достижений с общей ситуацией в России, часто используют антитезу, поддерживаемую не только антонимами, но и противительными служебными словами.

«**Культура и компартия**». Сетевые любители связывают достижения и успехи китайцев с древней культурой и правильным руководством Компартии Китая. Сокрушаясь, русские читатели даже используют по отношению к себе уничижительные семантические деминутивы: «*Древняя культура, нам, дикарям, не понять. Они еще 5000 лет назад жили мудро, а мы прыгали по деревьям, в лучшем случае*». Суждения очень эмоциональны, хотя, конечно, шаблонны, лишены рассуждений: «*Почему Китай год за годом становится великой и великой страной, да потому что Китаем руководят КОММУНИ-*

СТИЧЕСКАЯ партия!», «У нее (пловчихи Е. Шивэнь — Ч. Х.) за спиной компартия Китая, она не может не победить».

«**Коррупция и казни**». Коррупция является неизбежной темой в разговорах о Китае, в комментариях выражается уважение к китайцам, которые очень строго наказывают коррупционеров, даже казнят их. Описывая строгость отношения к воровству, россияне смакуют, рисуя действия по отношению к вору: *Молодцы китайцы!... Коррупционеров вешают, весь мир уже окучивают...УВАЖАЮ...хоть нет этого идиотизма воровства, как у нас!; попер Китай вперед по всем направлениям, а почему? Может потому, что казнокрадов и взяточников там расстреливают; Чего в китайцах я уважаю — это когда они коррупционеров выводят на площадь, выстрел — и мозги по всей площади Тянь-аньмень.*

В последнем примере используется живописание картин строгости китайцев к воровству. Но вместе с тем встречаются комментарии, в которых утверждается связь между коррупцией и политической системой: *В Китае коррупционеров наркоторговцев даже расстреливают прилюдно, однако коррупция там все же есть. Систему надо менять. Бессмысленно давить тараканов, когда везде хлебные крошки разбросаны.*

Отрицательные нарративные темы. Отрицательное отношение к Китаю медиапользователи выражают в связи с угрозой, которая, по их мнению, исходит от Китая. Территориальные проблемы двух близких соседей всегда занимают важное место во взаимоотношениях, особенно в дальневосточном регионе. Как отметил А. В. Лукин, «советско-китайский конфликт (1960–1970-е гг. — Ч. Х.) оставил глубокий отпечаток в памяти не только правящей советской элиты, но и интеллигенции. Более того, возможно, впервые в истории российско-китайских отношений осознание опасности соседства с обширной, многонаселенной и враждебной страной на востоке дошло до самых глубин массового сознания не только в приграничных районах, но и по всей стране» [Лукин 2007: 253].

Авторы комментариев по-разному выражают свое беспокойство за «безопасность» своей страны и называют разные его причины.

«**Распространение миграции**». Ускоренное развитие Китая привело к тому, что на рубеже столетий восточный сосед впервые превзошел Россию по экономическим показателям. С одной стороны, для экономического развития Дальнего Востока, Урала и Сибири требуются людские ресурсы, с другой стороны, китайские мигранты вызывают большую тревогу у россиян этих регионов: *Все Приморье заселено китайской диаспорой; они (китайцы) скоро Дальний Восток вместе с рабочей силой купят. Местные держиморды недорого за него возьмут; скоро весь Дальний Восток вплоть до Урала будет принадлежать Китаю; Вот вооружатся китайцы и оттяпают большую часть России; они протянулись к сибирским ГЭС; а если они завтра решат, что Дальний Восток, Урал и Сибирь — это их территория??? Вот она, реально растущая угроза на наших границах. Не НАТО, а именно Китай — основной враг России.*

В то же время высказываются и другие мнения: *лучше китайская колония и развитие, чем застой и никакого развития.*

«**Вооружение Китая**». Каждая страна старается поддерживать свои вооруженные силы на таком уровне, который позволяет защищать страну от внешнего вмешательства. Вооруженные силы являются символом безопасности Китая. В связи с успешной посадкой истребителей J-15 на палубу авианосца

«Ляонин» российские пользователи сети выразили свое опасение по поводу военной угрозы для России со стороны Китая: *Китай в одночасье может поставить «под ружье» почти МИЛЛИАРД солдат!!! А в России «оборонку» разворовывают!!! а я вот не сомневаюсь, что через 5 лет кол-во их авианосцев (возможно, купленных у других) будет в разы превосходить кол-во наших.*

Фантазируя, пользователи сети рисуют гипертрофированные картины этой угрозы: *Ты в Китае был? Я был, 4 месяца, изъездил все, кроме Тибета и Манчжурии. Нам их никогда не победить. Правильно говорят либералы, внешняя угроза исходит не из США, а от Китая; Это значит, что скоро Китай наштампует ДЕСЯТКИ авианосцев и через пару-тройку лет будет диктовать свои условия России с позиции силы (или как минимум с позиции Старшего Брата). А что остается России (с этой властью)? Учить китайский, особенно подбострастные выражения...; На хрена китайцам авианосцы? Они уже расселились по всему миру. Вот это националосец! И перебить эту тенденцию даже русским обухом от топора не удастся; Скоро Китай станет сверхдержавой и захватит весь мир. Не обольщайтесь. Россия — основной поставщик оружия и военных технологий в Китай, включая ракетные технологии. Ленинский довод убедителен: «из-за своей жадности буржуазия (в нашем случае Россия) готова продать веревку, на которой ее повесят».*

Бывший СССР как старший брат оказывал всестороннюю помощь Китаю во многих сферах. С экономическим развитием Китая были достигнуты новые успехи во многих областях, в том числе и в космонавтике, и в военной технике, что дает пользователям интернета повод говорить о военной угрозе, исходящей от Китая.

Встречается и противоположное мнение: *Китаю невыгодно воевать с Россией, во-первых, потерять третий по величине рынок сбыта, к тому же китайцы зависят от России технически, хотя китайцы и копируют военную технику у нас, но многое также и закупают; Китайского ВМФ нам бояться не нужно, но вот сухопутные силы в кол-ве 2 миллионов, да при возможной мобилизации еще 200 миллионов, — это сила, которую России не одолеть никогда!*

Убеждая себя, авторы комментариев рисуют Китай могущественной силой, а Россию представляют страной — жертвой тотального воровства чиновников, жадности олигархов, правящих ею.

«Демографическая экспансия». Китай — одна из самых многонаселенных стран в мире. В России демографическая ситуация ухудшается, но людских ресурсов далеко недостаточно для обширной российской территории, особенно на Дальнем Востоке и в Сибири. Как сообщают СМИ, многие населенные пункты в этих районах опустели. В Китае наоборот: хотя и были приняты разные меры для ограничения роста населения, количество населения продолжает расти. Озабоченность китайской «демографической экспансией» время от времени выражают не только некоторые журналисты, исследователи, политики и общественные деятели, люди разных политических взглядов. Развивая эту тему, пользователи интернета гипертрофируют положительные национальные черты китайцев: *Успех Китая — это много китайцев (дешевая рабсила) и умение выжидать и заимствовать у других; Да в случае войны им вообще можно автоматы не давать, просто забросить 100–200 миллионов на территорию противника и ждать, пока они там все съедят и выпьют.*

Некоторые пользователи Интернета подчеркивают лучшие черты китайцев, усматривая пользу в китайских мигрантах — дешевой рабочей силе: *Они исполнительные, трудолюбивые, но не умные, это просто дешевая рабочая сила, к тому же из-за них во многих странах люди лишились работы, так как использовать труд непритязательных китайцев в миллионы раз дешевле, чем труд европейцев. Успех Китая — это много китайцев (дешевая рабсила).*

Авторы комментариев рисуют фантастические способы гипотетического завоевания России Китаем, такого рода комментарии даже агрессивны, поскольку наполнены оскорбительными наименованиями: *Китайцы, несмотря на нечувствительность к большим потерям, большую войну устраивать не будут. Если же, ДВ и Сибирь они завоюют медленной ползучей экономической и демографической экспансией; Китаезы уже заселили всю Россию, осталось им породниться с СНГешными узкоглазыми — и России не станет... Всех съедят... Не только Россию, весь мир!!!; Поднебесная))) а небесам принадлежит вся земля.*

Существование «демографической проблемы» в Китае порождает массу слухов. Хотя в анализируемых нами трех новостях речь шла не о демографических проблемах в Китае, но без упоминания о них не обходится ни одна публикация о стране. В Китае много лет проводилась политика «одна семья — один ребенок» (сейчас эта политика меняется), но в комментариях мы наблюдаем отражение слухов: *В некоторых провинциях Китая продолжают топить новорожденных девочек. По рассказам экспертов, женщин в Поднебесной публично унижают, если они рожают «слабый пол». Конечно, «публично унижать женщин» в Китае не позволено законом.*

Выдумки в следующем примере кажутся еще более правдоподобными, потому что комментатор рассказывает так, будто видел это своими глазами: *Во время поездок по стране в одной из провинций я видела совершенно удручающую картину: за родильным домом течет речка. И в речке топят младенцев женского пола. Мы сами видели трупы утопленных девочек... Из комментариев видно, что авторы знают некоторые китайские традиции (например, «мальчик продолжает род семьи»), но выдумки о том, что в Китае уничтожают девочек, являются нелепыми.*

«Техническое развитие и копирование». Техническое сотрудничество между Китаем и Россией быстро развивается, особенно в области космонавтики, где Россия занимает ведущее положение и оказывает Китаю большую помощь. В последние годы космическая отрасль в Китае достигла заметных результатов. Некоторые комментаторы положительно оценивают достигнутые Китаем успехи: *Китай единственная держава в мире, способная позволить себе иметь свою национальную космическую программу. А вот это уже показатель. В одном комментарии отмечается: Обидно, что мы в последнее время только космический мусор запускаем в космос. А то, что скоро нас китайцы переплюнут, даже не вопрос!* Быстро развивающаяся в последние годы китайская транспортная индустрия, особенно в области железнодорожного сообщения и создания скоростных поездов, вызывает особое внимание комментаторов: *китайские скоростные поезда движутся со скоростью 350 км/ч, маглев — 430 км/ч не на угле в отличие от поездов соседней державы. Которая поезда покупает в Германии.*

Развитие Китая тесно связано с помощью СССР как «старшего брата». И сегодня всестороннее сотрудничество Китая и России способствует развитию обеих стран во всех областях. Эта мысль часто встречается в комментариях: *Молодцы, китайцы. Вот что значит, грамотное научное управление страной! Позаимствовали идею у нас и прекрасно развили ее; ...и умение выжидать и заимствовать у других, причем чужой опыт они заимствуют умнее чем мы (просто тупо копируем, не думая как это будет работать в наших условиях).*

В связи с этим появляется еще одна фантазийная тема — копирование китайцами всего, что создается другими странами, особенно современных технологий: *Навряд ли, вся экономика Китая заключается в том, что он собрал у себя производства со всего мира, что касается научно, то китайцы практически ничего своего собственного не производят, все копируют с европейских, российских, американских моделей; Делать слабые копии Китай может, больше ничего; Все, что они производят-либо по лицензии, либо жалкие копии, далекие от оригинала ... они не способны развивать технологии, а лишь копировать, а копировать будет не у кого.*

В этих примерах встречаются выражения с уничижительной оценкой: «слабые копии» или «жалкие копии». Наблюдаются слова и выражения с грубыми оскорблениями: *Миллиард тупых желтых обезьян. ...Китайцы всегда были в хвосте у Цивилизации; Эти узкоглазые воры летают на клонах устаревшей советской техники. Они сами ничего не могут изобрести; Китай идет по пути воровства технологий и экстенсивного экономического развития... Китай должен быть уничтожен; Ага! Молодцы! Нап.з.дили технологий по всему миру и нахаляву делают своими мерзкими желтыми ручками!; Хоть и косоглазые, но сообразили, в чем морская мощь государства; Россия как сырьевой придаток, технологии воруют.*

Такие слова в комментариях, как *узкоглазые воры, воровство, мерзкие жёлтые ручки, косоглазые головы, воровская красная скверна, самые известные воры*, отличаются проявлением грубого национализма.

В некоторых комментариях авторы сами придумывают «пути появления» технических новшеств в Китае: *...и лишь воровали идеи у других. Да, корабль сделан в Николаеве более 20 лет т.н. И до сих пор китайцы не смогли сами построить нечто подобное... китайцы зависят от России технически, хотя китайцы и копируют военную технику у нас, но многое также и закупают. Все, что есть хорошее в мире, придумали русские, потом это у них украли евреи и продали китайцам.*

В этих комментариях проявляется уверенность россиян в своем научном превосходстве. Фантазийная тема «техническое развитие» Китая распространяется через концептный ряд «учиться — заимствовать — копировать — воровать». Эти слова отражают разные отношения и эмоции комментаторов к многоаспектному сотрудничеству между Китаем и Россией.

Конечно, истинные специалисты, серьезно изучавшие отношения между Китаем и Россией, представляют иное видение технических отношений между Китаем и Россией, например, М. Л. Титаренко, который, по словам А. В. Лукина, в своих многочисленных статьях «подчеркивал разумность и миролюбие китайской политики, незаинтересованность Китая в ослаблении стратегической роли России на Дальнем Востоке. Он положительно оценивал продажи россий-

ского оружия Китаю, подчеркивая, что кроме экономической выгоды они дают возможность влиять на военно-политическую стратегию Китая, поддерживать с ним отношения, близкие к союзническим» [Лукин 2007: 367].

«Китайская медицина». Новости о применении допинга китайскими спортсменами вызвали дискуссию о китайской медицине. С одной стороны, комментаторы высоко оценивают продуктивность китайской медицины, признают необычную силу китайских лекарств, с другой стороны, они связывают китайскую медицину с созданием допинга, в результате чего возникает негативное мнение о Китае: *Любому здравомыслящему человеку понятно, что китайцы нашли рецепты, позволяющие обмануть допинговый контроль; Китайцы, видать, опять изобрели какой-то условный «порох». Пока держат в тайне, но тайное становится явным, рано или поздно; Китайцы явно жульничают с медициной. Рано или поздно это раскроется. Китайцы в медицине уже ушли на десятки лет вперед, хрен ща кто у них допинг обнаружит...; Есть понятия такие, как китайская медицина: травы, иголки, гимнастика. А у нас — Русский дом с алкоголем по ночам (врачи рекомендуют накануне выступления спортсменам по 50 г коньяка)... делайте выводы; А насчет народной китайской медицины — это факт, люди веками изучали секреты природы, так что грех не воспользоваться наследием предков.*

В этой фантазийной теме действуют такие люди, как «фармакологи, биологи, ученые», которые весьма искусно занимаются производством допинга, что, конечно, не соответствует реальности, несмотря на уверенность, с которой об этом пишут комментаторы: *Невозможно прийти из ниоткуда в 16 лет и сразу крушить направо и налево все мировые рекорды. Спорт больших достижений давно стал гонкой фармакологов, увы:(; JWH первый легальный наркотик, который не определялся на тот момент существующими тестами, его придумали китайцы. Видимо, китайские биологи, инженеры не остались без работы после запрета данного вида наркотика и придумали новый, который также не выявляет себя; Китайцы являются лидерами в спорте потому, что очень много ученых работает над препаратами, повышающими спортивные результаты. Антидопинговый комитет здесь бессилён, они не знают, что именно и где искать;))) и пиво здесь ни при чем.*

Как видим, фантазиям авторов комментариев нет предела: безо всяких сомнений они приписывают китайским биологам и химикам действия, не имеющие ничего общего с реальным положением вещей. Модальность уверенности в истинности фантастических утверждений буквально пронизывает подобные высказывания.

«Китайские некачественные товары». В начале 90-х годов XX века из-за дефицита товаров широкого потребления и слабого контроля на китайско-российской границе на территорию России было завезено много товаров низкого качества. Это удовлетворяло потребности населения страны в то время. Но вместе с тем и привело к негативным оценкам китайских товаров, что встречается и в комментариях: *Китай завалил Россию своими товарами. Зайдите в любой магазин — там уже ВСЁ практически китайское, вплоть до русских матрешек; 5 лет назад купил русский велосипед. На этикетке написано «Московская область». Порадовался, как удобно переключаются скорости, как едет. Камеры и шины оказались китайские. И все части и механизмы тоже;*

Назови мне русские детали в бытовой технике, хотя бы в коме твоём; Недавно купил русский(!) велосипед. Детский. Скажу: китайский копитаст ни в какое сравнение не идет с нашей продукцией. Ощущение такое, будто скольжения и трения деталей в нем вообще нет. Сталь то, что надо. Можете минусовать, но наша продукция лучшая; Если ты купил по китайской цене, значит рабочие получают китайскую зарплату... второго не дано... просто сейчас все захлебнулись китайщиной. Проще торгашам-бизнесменам перепродать дешевый china-продукт и срубить по быстрому деньжат...; «Ранее сообщалось, что Китай сталкивается с серьезными сложностями в отработке действий палубной авиации». Ну конечно, сложно посадить пластмассовый самолет на палубу бумажного кораблика. А теперь, по ходу, догадались сделать сам авианосец тоже из пластмассы, заодно и плавать уверенней будет...

Из этих комментариев видно, что китайские товары в целом считаются товарами некачественными. Чтобы преодолеть этот стереотип, сформировавшийся много лет назад, Китаю придется приложить большие усилия.

«Чрезмерные тренировки спортсменов». Сообщения об использовании допинга китайскими спортсменами вызывает дискуссии по проблеме подготовки спортсменов в Китае. В комментариях на эту тему правительство становится тем действующим лицом, которое заставляет спортсменов проводить чрезмерные тренировки. Выдумки авторов пользователей заходят далеко: Спортсмены не виноваты, они жертва. Их заставляют; В результате спортсмены становятся инвалидами. Почему китайские спортсмены после громкого успеха исчезают — потому что выжаты как лимон и уже инвалиды...да у китайцев выбора нет, если медаль не получают, расстрел на родине обеспечен...

Некоторые считают, что спортсмены тренируются исключительно ради денег: Китайцы очень упорно тренируются, т. к. это их единственный способ заработать денег и выйти из нищеты.

Вместе с тем авторы в своих комментариях признают исключительное трудолюбие китайцев.

Фантазийные темы и формирование образа Китая и китайцев. Фантазийные темы имеют тенденцию повторяться в интерпретации различных событий или в различных интерпретациях одного и того же события, образуя определенные «фантазийные типы» (термин В. В. Смолененковой) [2012: 61].

Подводя итоги нашего исследования, можно сделать вывод о многогранности образа Китая, в котором слетаются и старые стереотипы, и новые представления о Китае и его гражданах. Это может быть и устоявшийся тип, образ какого-то конкретного события, например, «Китай запустил пилотируемый корабль с женщиной-космонавтом» и «великая страна, трудолюбивый народ».

Для создания такого образа комментаторы, какие бы конкретные события ни интерпретировались, часто используют следующие слова и словосочетания с существительными: *труд, слаженность, труженик, лидер* и положительно-оценочными прилагательными *старательный, целенаправленный, трудоспособный, трудолюбивый, умный, талантливый, скрупулезный, исполнительный, непритязательный*. В сочетании со словами страна, народ встречаются прилагательные суперлативы: *великий, могущественный* или глаголы *трудиться, пахать*. Положительная оценка при описании Китая передается в

глагольных словосочетаниях *преодолевать трудности, двигаться по восходящей, упорно тренироваться, грамотное научное управление страной, правильная экономическая система*. Эти слова постоянно повторяются в описании Китая и китайцев и, следовательно, выражают стереотипные представления россиян о китайцах.

Согласно «символико-конвергенционной теории», после того как фантазийная тема была озвучена достаточно большое количество раз, риторического эффекта можно добиться, уже не повторяя ее целиком, так как аудитория уже знает опущенные детали [Смолененкова 2012: 61]. Например, когда комментатор пишет, что *«китайские уже не первый год побеждают. Молодцы»*, не нужно описывать подробности успехов китайцев в спортивных соревнованиях: спортивный образ Китая возникает у риторического сообщества автоматически.

В интерпретации различных событий в процессе фантазий, связанных с Китаем, часто повторяются одни и те же негативные слова и выражения, в результате объединения этих фантазийных тем образуются фантазийные типы негативного образа. В этом участвуют слова и словосочетания с негативными оценками: существительные *вор, воровство, враг, гегемон, держиморды, китаезы, китайщина, копияст, препарат, ружье, торгаш*, прилагательные *воровской, косоглазый, красный, не умный, подобострастный, скверный, узкоглазый*, глаголы *воровать, жульничать, копировать, наштамповать, обмануть, оттяпать, украсть*. Весьма активны уничижительные или даже грубые определения *дешевая рабсила, жалкие копии, завалить товарами, мерзкие жёлтые ручки, миллиард тупых желтых обезьян, медленной ползучей экономической и демографической экспансией, на хрена, растущая угроза*.

Комментаторы, с одной стороны, высоко оценивают китайских руководителей, когда говорят о «грамотном научном управлении страной», называют Китай страной с правильной экономической системой, с другой стороны, именуют руководителей страны «держимордами». Характеризуя китайские товары, подчеркивают их низкое качество.

В результате объединений фантазий или фантазийных тем при создании интерпретации действительности, образуются риторические видения. Проведенный анализ показал, что повторяющиеся в риторическом сообществе посетителей портала Рамблер фантазийные темы образуют следующие фантазийные типы образа Китая:

- 1) Китай — великая и древняя страна;
- 2) Китай — многолюдная страна, близкий сосед, что создает угрозу безопасности России;
- 3) Китай — экономически быстро развивающаяся, но технически отстающая страна;
- 4) Китай — недемократическая страна:

Об образе китайцев свидетельствуют следующие темы:

- 1) Китайцы — трудолюбивые, целеустремленные люди;
- 2) Китайцы — дешевая рабсила;
- 3) Китайцы умеют только копировать, они воры;
- 4) Китайцы — враги.

Заключение. Сложившиеся фантазийные типы при интерпретации действительности о Китае вызывают доверие у определенного риторического со-

общества комментаторов. «Подобные <частотно повторяющиеся> фантазийные типы становятся своего рода стенографией, семиотическим намеком или спусковым крючком, которые активизируют в памяти аудитории всю драму без изложения всех сопутствующих обстоятельств» [Смолененкова 2012: 61].

Образ — это обобщенное представление, мнение, репутация или оценка, сложившийся на основе полученной информации. Образ страны представляет ее мощь, экономическую силу, богатство, уровень развития культуры. Он является совокупным показателем авторитета государства в глазах представителей зарубежной общественности и успешности его политики, значимости культуры с ее ценностями, традициями, нормами.

Сложившийся образ Китая у русских комментаторов интернета в определенной степени отражает соображения современных жителей России о Китае и китайцах, хотя оговоримся: последние исследования показывают, что оставлять комментарии в интернете склонна только определенная, часто агрессивна настроенная часть интернет-аудитории. При этом негативные тексты на любые темы пишутся охотнее, чем позитивные. Взвешенные, осмотрительные люди менее склонны писать в блоги и форумы.

Отметим, что полученные выводы отражают лишь первичный результат исследования. Не претендуя на полноту, мы считаем, что полученные результаты тем не менее иллюстрируют некоторые особенности восприятия Китая россиянами и отражают тенденции в освещении современной китайской проблематики одним из ведущих медиапорталов России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Борманн Е. Г. Фантазия и риторические воображения: Риторическая критика социальной реальности // Современная западная риторика: Критические Методы и парадигмы / Пер. с англ. Чан Чанфу и Гу Баотун. Пекин, 1998.
2. Ван Ц., Чэнь Ц. «Эхо издалека: русские писатели и китайская культура» исследовал особенности создания образа Китая в глазах русских литераторов. Иньчуань, 2002.
3. Исаченко В. И. Образ Китая и китайцев в русской ментальности второй половины XIX — начале XX вв. (Философско-религиоведческий анализ). Дис. ... канд. филос. наук. Благовещенск, 2005.
4. Китай глазами российских друзей / Гл. ред. М. Л. Титаренко. М., 2012.
5. Ли В., Дэн Ч. О фантазийно-тематических методах риторической критики // Литература эпохи (Академические теории). 2007. № 6.
6. Линь Ц. Возобновление Россией образа Китая и ее собственная ориентировка в Европе // Ответственные науки за рубежом. 2010. № 2. С. 117–126.
7. Лукин А. В. Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII–XX веках. М., 2007.
8. Лю Ю. Имидж Китая в восприятии российского общества. URL: http://www.dissland.com/catalog/imidzh_kitaya_v_vospriyatii_rossiyskogo_obshchestva.html. Дата обращения 04.09.2014.
9. Образ Китая в российском сознании. 2008. URL: <http://www.xreferat.ru/41/309-1-obraz-kitaya-v-rossiyskom-soznanii.html>. Дата обращения 04.09.2014.
10. Образ Китая в современной России. Некоторые проблемы китайской истории и современной политики КНР были рассмотрены в исследованиях российских и зарубежных ученых / Отв. ред. Н. Л. Мамаева. М., 2007.

11. Смолененкова В. В. Основы риторической критики. Учебное пособие для студентов гуманитарных специальностей. М., 2012.
12. Сунь Ф., Чэнь Ц. Образ Китая в России. Пекин, 2010.
13. Чжоу Н. Китай в мире — исследование образа Китая за рубежом. Нанькин, 2007.
14. Чэнь Ц. Образ Китая в российском восприятии в XIX веке. О дебатах между С. М. Георгиевским и И. Толстым // Общественные науки за рубежом. 2010. № 7 (4). С. 88–94.

REFERENCES

1. Bormann E. G. Fantasy and rhetorical vision: The rhetorical criticism of social reality [Fantazija i ritoricheskie voobrazhenija: Ritoricheskaja kritika social'noj real'nosti]. Contemporary Western Rhetoric: Critical Methods and Paradigms — Sovremennaja zapadnaja ritorika: Kriticheskie Metody i paradigmny / Chinese Translation Chang Changfu and Gu Baotong. Beijing, China, 1998.
2. Chen J. The image of China in Russian perception in the 19th century. From the debate between S. M. Georgievskiy and I. Tolstoy [Obraz Kitaja v rossijskom vospriyatii v XIX veke. O debatah mezhdru S. M. Georgievskim i I. Tolstym]. Social Sciences Abroad — Obshhestvennye nauki za rubezhom. 2010. № 7. P. 88–94.
3. Image of China in the Russian consciousness [Obraz Kitaja v rossijskom soznanii]. 2008. URL: <http://www.xreferat.ru/41/309-1-obraz-kitaya-v-rossijskom-soznanii.html>.
4. Isachenko V. I. The image of China and Chinese in Russian mentality in the second half of the XIX — early XX centuries (Philosophical-religious) [Obraz Kitaja i kitajcev v russoj mental'nosti vtoroj poloviny XIX — nachale XX vv. (Filosofsko-religiovedcheskij analiz). Dis. ... kand. filos. nauk.]. Blagoveshchensk, 2005.
5. Li W., Deng Z. On Fantasy theme analysis [O fantazijno-tematicheskikh metodah ritoricheskoy kritik]. Times literature (Academic theories) — Literatura jepohi (Akademicheskie teorii). 2007. № 6.
6. Lin J. Russian reconstruction of the image of China and Russia's position in Europe [Vozobnovlenie Rossiej obraza Kitaja i ee sobstvennaja orientirovka v Evrope]. Social Sciences Abroad — Obshhestvennye nauki za rubezhom. 2010. № 2. P. 117–126.
7. Liu Y. Image of Chian in the perception of Russian society [Imidzh Kitaja v vospriyatii rossijskogo obshhestva]. URL: http://www.dissland.com/catalog/imidzh_kitaya_v_vospriyatii_rossijskogo_obshchestva.html
8. Lukin A. V. The bear is watching the dragon. Image of China in Russia in XVII-XX centuries [Medved' nabljudat za drakonom. Obraz Kitaja v Rossii v XVII-XX vekah]. Moscow, 2007.
9. The image of China in modern Russia. Some problems of Chinese history and contemporary politics in Russian and foreign scientists' studies [Obraz Kitaja v sovremennoj Rossii. Nekotorye problemy kitajskoj istorii i sovremennoj politiki KNR byli rassmotreny v issledovanijah rossijskikh i zarubezhnyh uchenyh] / Ed. N. L. Mamaeva. Moscow, 2007.
10. Smolenenkova V. V. Fundamentals of rhetorical criticism. A coursebook for students of humanitarian specialties [Osnovy ritoricheskoy kritiki. Uchebnoe posobie dlja studentov gumanitarnyh special'nostej]. Moscow, 2012.
11. Sun F., Chen J. China's image in Russia [Obraz Kitaja v Rossii]. Beijing, 2010.
12. China in eyes of Russian friends [Kitaj glazami rossijskikh druzej] / Ed. M. L. Titarenko. Moscow, 2012.
13. Wang J., Chen J. Echo from afar: Russian writers and Chinese culture [Jeho izdaleka: russkie pisateli i kitajskaja kul'tura] issledoval osobennosti sozdaniya obraza Kitaja v glazah russkikh literatorov]. Yinchuan, 2002.
14. Zhou N. China's Image in the West [Kitaj v mire — issledovanie obraza Kitaja za rubezhom]. Nanjing, 2007.

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ
ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В МАССМЕДИА**
.....

УДК 811.161.2'38
ББК 81.2Укр
ГРНТИ 16.21.55
Код ВАК 10.02.01

М. В. Мамич
Одесса, Украина

ЛИНГВОСОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ИНТЕНЦИЯ ИМЕНИ СОБСТВЕННОГО В ЖЕНСКОМ ЖУРНАЛЕ

В статье рассматриваются культурно-национальная, культурно-историческая, социально-профессиональная интенции имен собственных, зафиксированных в публикациях украинского журнала «Жінка» в конце XX столетия. Отмечена роль антропонимов в формировании лингвосоциокультурной компетенции в общественном сознании читателей женского журнала. Определены содержательно-смысловые и образно-оценочные свойства детерминантов интенционального стиля публикаций о медиаперсоне — эпитетов, перифраз, метафорических выражений, используемых в национальной медиакультуре для создания журнальных текстов об известных личностях.

Ключевые слова: *имя собственное, лингвосоциокультурная компетенция, интенциональный стиль.*

Миромира Владимировна Мамич, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой прикладной лингвистики факультета журналистики Национального университета «Одесская юридическая академия».
65072, Украина, Одесса, ул. Генерала Петрова, 49, кв. 22.
E-mail: miroslavamiros@mail.ru.

© Мамич М. В., 2014

Типологизация лингвосоциокультурных интенций имени собственного в газетно-журнальных текстах имеет своей целью осветить их роль в обеспечении речевого жанра [Дускаева 2012] группы публикаций о медиаперсоне. В связи с этим ставятся задачи — систематизировать выделенные из текстов женского журнала антропонимы; установить их интенцию; определить детерминанты интенциональности в типичных средствах развертывания содержательно-смысловых и образно-оценочных высказываний, касающихся определенной медиаперсоны. Актуальность настоящего исследования определяется в связи с ключевой доминантой современной медиасферы — антропоориентированностью, вербализирующейся не только в именах нарицательных (в том числе и средствах описания персоны), но и в именах собственных.

Для того чтобы наиболее полно выполнить поставленные задачи, предполагается: 1) актуализировать фрагменты теории интенционального стиля; 2) обосновать статус имени собственного как знака культуры и его ценностные смыслы в журнальной публицистике; 3) представить систему номинаций медиаперсон; 4) типологизировать стилистические средства модификации лингвосоциокультурной интенции антропонимов в женском журнале.

Исходным является положение о том, что журнальная публицистика — важный источник информации, ориентированной на определенную группу читателей, дифференцированных по гендерному, возрастному, социально-профессиональному принципам. Поэтому в зависимости от типа текста выстраивается интенциональность издания [Дускаева 2012]. При условии, что по информацион-

ной традиции в СМИ «представлены запросы трех видов: в ответ на запрос о фактах возникает осведомительная интенция, оценочная — в ответ на запрос о мнениях, побудительная — в ответ на запрос о предписаниях» [Дускаева 2012: 12], каждое из изданий по-своему наполняет этот каркас, обеспечивая тем самым свою индивидуальную интенциональность. Например, с 20-х годов XX столетия и по сей день на Украине издается женский журнал «Жінка» (сначала — «Радянська жінка»). Его интенциональность создают определенная политематичность, закреплённая в рубриках, разделах, традиционные жанры, а также актуализация соответствующих лексических средств.

Именно словесные знаки (символы, лингвокультуремы, прагматонимы, языково-эстетические знаки, концепты, константы культуры, прецедентные имена и т. п.) в национальной культуре — это значимые языковые сущности, определяемые внеязыковыми обстоятельствами общественно-исторического опыта человека или социальных групп, особенностями оценки ситуаций в культуре повседневности. Такие знаки формируются под воздействием языковых и внеязыковых (политических, социальных, культурных) факторов, в контексте социально-статусных и жанрово-стилевых реализаций национального языка. Словесные знаки в таком понимании социализированы: 1) они реализуются в структуре общественного сознания — языкового, морального, национального, правового, экологического, исторического, политического, религиозного и т. п., вербализированного, в частности, в именах собственных; 2) они актуализируются в зависимости от целеориентации речевого акта или определенных текстов.

Словесные знаки с лингвосоциокультурной интенцией, т. е. слова-символы с «прикрепленными культурными смыслами» [Маслова 2001: 31], принадлежат официальной сфере употребления, рождаются в ней в определенных дискурсах и через официальные каналы коммуникации входят в сознание представителей национальной общности. В этом немаловажную роль играют журнальные публикации, ориентированные на широкие массы читателей. Именно в институциональном дискурсе и формируются словесные знаки с особой интенцией — выделить и актуализировать в общественном сознании, в частности в языковом, номинации, содержащие во внутренней форме позитивные ценностно-оценочные, морально-нормативные, составляющие в едином конгломерате символов и знаков культуры повседневности человека. В структуре массмедийных текстов они являются «мощным инструментом формирования мировоззрения личности и ценностной ориентации общества» [Ивченков 2013: 124].

Формирование журнальных изданий для «своего» читателя свидетельствует о наличии в институциональной коммуникации сегментированной ценностной картины мира, т. е. ориентации на интересы человека, на его лингвосоциокультурную компетенцию. Это в свою очередь создает возможность для очерчивания элементов социального взаимодействия, формирующих глобальный образ мира. В ценностно-языковой картине мира удерживается это психолингвальное ощущение в виде когнитивного конструкта. Напомним, что согласно теории о «ценностной картине мира», изложенной в работах В. И. Карасика, это система «моральных ценностей, этических норм и правил поведения, реконструируемая в виде взаимосвязанных оценочных суждений,

соотносимых с юридическими, религиозными, моральными кодексами, общепринятыми суждениями здравого ума, типичными фольклорными и известными сюжетами» [Карасик 1996: 3–16]. Ценностная картина мира имеет свои поддерживаемые в языке доминанты, определяющие тип культуры. В таком случае она — часть языкового, коллективного и индивидуального, сознания.

Ценностные смыслы вербализуются в лексике, фразеологии, создавая ценностно-концептуальную картину мира. В связи с этим ср. мысль В. И. Кононенко: «Синергетические, лингвокреативные потенции вербальной единицы обнаруживают себя в образном словоупотреблении при взаимодействии когнитивных и дискурсивных факторов с опосредованным осмыслением духовно-культурных ценностей (выделено нами — М. М.) — концептосферы национального сообщества» [Кононенко 2006: 250]. Ценностными становятся экзистенциальные и интеллектуальные уровни языка как сферы духовной деятельности человека [Маленко 2011: 1]. Ценности объективируются на определенном синхронном срезе в развитии языка и общества, выражая в словесных знаках символику желаемого.

Согласно шкале ценностей М. С. Бургина и В. И. Кузнецова, в первой шкале располагаются абстрактные качества (предметные ценности, ценности окружающей среды, индивидов, групп, общества, человечества, логоса), во второй — направленность ценностей (самоориентированные ценности — эргативные, биосоциальные; ориентированные извне ценности — личностно-групповые, социально-личностные, личностно-общечеловеческие, общественно-групповые), в третьей — разновидности полезности (телесные, экономические, социальные, юридические, моральные, когнитивные, эстетические, интеллектуальные, профессиональные) [Бургин, Кузнецов 1991: 118–121]. Ценностные ориентиры всех трех планов переплетены в том или ином печатном газетно-журнальном издании. Именно они определяют его структуру, рубрикацию, систему заголовков, выбор тем и текстов для чтения. В журнале «Жінка» («Женщина») основными рубриками, представляющими ценностные концептуальные ориентиры, являются рубрики, которые определяют социокультурные ценности («Гість номера», «Вісті з неурядових», «Усі ми родом із дитинства...», «Друзі нашого журналу», «Світло вічних істин», «На життєвих стежках», «Силует», «Сповідь», «Контакт», «Ти!», «Рід і родина», «Спорт»). В течение года регулярно на страницах журнала размещают статьи в честь какого-либо государственного праздника, знаковой личности в общественной, культурной, экономической и прочих сферах (День матери, День учителя, День работника сельского хозяйства и пр.). Личностно-человеческие ценностные ориентиры представляют и выбранные для печати отрывки из художественных произведений для детей и взрослых.

Определение лингвосоциокультурной интенции в словесных знаках сопряжено с методом внешнего наблюдения, предложенным В. А. Масловой. Именно он позволяет установить «культуроносность» единиц языка. Фактически материал журнальных публикаций позволяет нам определить: 1) в какой период истории литературного языка как феномена культуры повседневности актуализированы те или иные имена людей, маркирующие интенциональность, важность, ценностность для общества и человека сферы или тематики, связанной по антропоцентрической тенденции [ср.

подобное замечание: Дускаева 2013: 84] обязательно с какой-то личностью; 2) повторяемость обращения к какому-либо имени собственному. При таком подходе имя собственное становится образом времени и актуализированной тематики. В данном случае, по справедливому утверждению В. А. Масловой, «образ — это важнейшая языковая сущность, в которой содержится основная информация о связи слова с культурой» [Маслова 2001: 43]. Именно культурно-национальная, культурно-историческая, социально-профессиональная интенции словесного знака-онима, усиление в нем той или иной интенции (осведомительной, побудительной, оценочной), интерпретация денотативного или образно-мотивированного аспектов значения в категориях культуры (В. Н. Телия) и создает суть понятия «лингвосоциокультурная интенция имени собственного».

Наиболее ярко лингвосоциокультурная (культурно-национальная) интенция выражена в именах собственных, обращение к которым является традиционным. Одно из них — имя Тараса Григорьевича Шевченко. Ежегодно третий выпуск журнала — шевченковский. Повторяемая из года в год номинация приобретает признаки прагматонима, то есть знака культуры с выраженной внутренней формой. По нашему мнению, выделенные и обсуждаемые на страницах журнала темы-мотивы его творчества прагматично воздействуют через специфические контексты на общественное сознание, лингвосоциокультурную компетенцию читателей. Это ведущие мотивы: а) дома и сада, воплощенного в поэзии «Садок вишевий коло хати» (№3, 2007). Рефлексия представляет основу для развертывания сопоставлений с современными моральными ценностями; б) отношение к матери, сестрам: именно через шевченковские цитаты формируется положительный образ женщины (*найсвятіше, найкраще слово мати, матері святої, матір добрую мою*), трепетное и уважительное к ней отношение (№3, 1998); в) одиночества (№3, 1995) трагизма истории, моральной ответственности за ее события (№3, 1995); д) братания народов (№3, 1995); е) слова-оружия (№3, 1993) и др.

Журналисты в сознании читателей актуализируют известные для каждого украинца, да и не только, имена собственные, представляющие писательскую (*Григорій Сковорода* — №9, 1995; *Леся Українка* — «Жінка». № 2, 1996; *Максим Рильський* — №3, 1995; *Олесь Гончар* — №10, 1995); театральную (актриса *Татьяна Назарова* — №10, 1995); искусствоведческую и художественную (*Михаил Онацько* — №2, 1995); песенную и эстрадную (певцы *Назарий Яремчук* — №11, 1995; *Ирина Билык* — №8, 1996; *Надежда Шестак* — №7, 1996; поэт-песенник *Юрий Рыбчинский* — №9, 1995); научную (*Елена Апанович* — №11, 1995; *Тамара Стрижак* — №10, 1995); спортивную (*Катерина Серебрянская*, *Елена Витриченко*, *Ирина Дерюгина* — №10, 1995); политическую (*Слава Стецько* — №3, 1996) и др. элиту Украины разных поколений.

Именно интенциональность стиля текстов интервью, портретных зарисовок «дирижирует» системой самых простых и понятных для большинства средств образности, направленных на усиление осведомительной, оценочной интенций в конкретно-образной репрезентации носителей имен собственных. Среди последних важную роль играют номинации с аксиологической составляющей в семантической структуре слова, напр., об *Оксане Петрусенко* — *практичність, безпосередність, емоційність, загадкова* (№10, 1996); о *Елене Телиге* — *ді-*

яльна, енергійна, цілеспрямована (№5, 1995); о супружеской паре певцов *Галина и Степан Савки* — висока майстерність, спритність (№5, 1996); о докторе физико-математических наук *Тамаре Стрижак* — замріяна, працелюбна (№10, 1995). Преобладание образно-оценочных и качественных характеристик, функции которых выполняют эпитеты и абстрактные номинации с обобщающей семантикой, направлено на индивидуализацию вербальных образов персон.

Традиционно значимым средством образности в публицистике являются перифразы. Вот некоторые из примеров «переименования»: а) с содержанием-смысловыми свойствами: *Максим Рыльский* — чоловік весняний, а его творчество — цілий материк в українській культурі (№3, 1995); *Олесь Гончар* — гуманіст, романтик, патріот (№10, 1995); б) с образно-оценочными свойствами: *Тамара Стрижак* — жвава, вольова та енергійна людина (№10, 1995); *Елена Телига* — прекрасна жінка, яскрава поетеса, свідомо українка (№5, 1995); *Галина и Степан Савки* — унікальні митці (№5, 1996); *Надия Шестак, Лилия Сандулеса, Иво Бобул, Светлана и Виталий Билоножки, Иван Попович, Тарас Петриненко* — національна гордість (№ 6, 1996); *Михаил Онацько* — самобутній художник (№ 2, 1995); *Федир Кричевский, Опанас Сластион, Григорий Ксьондз* — відомі майстри пензля (№2, 1995); *Елена Апанович* — людина знана в Україні (№11, 1995). Как видим, в оценках преобладают стереотипные положительные квалификации медиаперсон с акцентом на том, что определенная элитарная личность воплощает в себе общечеловеческие поведенческие и моральные ценности, а также важные социально-профессиональные качества.

Менее активны в публикациях о медиаперсоне образные метафорические обороты, к примеру, о *Михаиле Онацько* — світ його картин овіяний теплим подихом вітру, настоящего на пахощах квітучих вишень та груш, обігрітий ласкавим сонцем, що купає свої промені в тихому плесі синього Псла (№2, 1995). Очевидно, журналисты меньше обращаются к этому средству именно потому, что эпитеты и перифразы — более «усвояемый» тип образной оценки в публикациях, предназначенных для массового читателя, позволяющий сохранить, с одной стороны, чувство меры в характеристике определенной личности, а с другой — равновесие между осведомительной и оценочной интенцией.

Часть рубрик в журнале «Жінка», как правило, представляют материалы об исторических личностях, напр.: *Богдане Хмельницьком* (№11, 1995), *княгине Ольге* (№3, 1995), *женщинах-великомученицах* (№2, 1995) и др. Эти публикации содержат конкретно-историческую интенцию. Маркерами неординарности носителя имени собственного, его элитарности являются характерные образные знаки: перифразы (*княгиня Ольга* — могутня володарка Русі, велика кївська княгиня), метафорические обороты (христианские жены-великомученицы — в образах *Софії, Катерини, Варвари, серця яких палахкотіли всеперемагаючим полум'ям любові до Ісуса Христа*).

Для большинства портретных интервью, представляющих ту или иную личность, характерны яркие оценочные заголовки, включающие номинации с аксиологической прагматикой. Они нацеливают читателя на положительное восприятие медиаперсоны: *Наші гімнастки найкращі* (№10, 1995), *3 іменем великого Сковороди* (№9, 1995), *Королева* (№12, 1995). Тем самым

заголовочные комплексы в публикациях о выдающихся личностях активизируют процесс формирования лингвосоциокультурной компетенции у читательской аудитории, мотивируя позитивное отношение к личности, играющей важную роль в жизни общества, в развитии его культуры, позитивное отношение к 'своему'. Этот позитивный стилистический регистр пронизывает и тексты собственно интервью, поскольку такие распространенные стереотипы с положительной семантикой, как *популярний, відомий, ставлення довірливе*, помогают заинтересовать читателя, обратить его внимание на субъекта речи.

В процессе ведения диалога журналисты иногда используют одновременно текстообразующие и характерологические выражения, подчеркивающие, например, положительные экстралингвальные элементы коммуникации: *щиро усміхається Наталія Петрівна* (№5, 1992).

Важную роль в создании речевого портрета играет собственное высказывание интервьюируемого. В одних случаях положительную коннотацию создают используемые в речи средства интимизации: *Змалку знала, як зветься кожна травинка і від чого лікує* (№5, 1992), в других — обобщения, относящиеся к гендерным стереотипам поведения: *Жінка — це сімейна злагода, тепла якого вистачає на всіх членів родини. Вона і домашній лікар, бо найпершу медичну допомогу, як кажуть, не дай Бог чого, сім'я одержує з рук жінки* (№5, 1992). Важную лингвосоциокультурную информацию в текст привносит оценка моральных принципов повседневного поведения. Один из них — заботливость: *Проте приємно, коли людина піклується не лише про себе чи близьких; Мабуть, найбільше батьківське щастя — благополучні діти* (№1, 1993).

Таким образом, женский журнал, как и любое другое печатное средство информации, включающее тематические группы публикаций о знаменитостях, ориентировано на формирование в общественном сознании лингвосоциокультурной компетенции и представления об институциональном социуме. Антропонимы содержат культурно-национальную, культурно-историческую и социально-профессиональную интенции, представляющие позитивные ценностно-оценочные, морально-нормативные составляющие в современной культуре повседневности.

Типичными средствами развертывания содержательно-смысловых и образно-оценочных высказываний об определенной медиаперсоне являются стереотипные эпитеты, перифразы с позитивной аксиологической прагматикой. Они создают положительную осведомительную, оценочную и побудительную (стимул к наследованию социокультурных ценностей) интенцию в публикациях об элитарной личности в национальной культуре.

Хотя исследование проведено на украинском языковом материале, можно предположить, что установленные в данной работе лингвосоциокультурные интенции имени собственного являются универсальными, присущими газетно-журнальному дискурсу в целом и тематическим публикациям о знаменитых личностях в частности. Однако реестры имен собственных в публицистических дискурсах разных стран и в изданиях, дифференцированных по функциональному и социокультурному назначению, будут различаться.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бургин М. С., Кузнецов В. И. Аксиологические аспекты научных теорий. Киев, 1991.
2. Дускаева Л. Р. Интенциональность медиаречи: онтология и структура // Медиа-текст как полиинтенциональная система. СПб., 2012. С. 10–16. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_135084...50844183_58.pdf
3. Дускаева Л. Р. Интент-анализ как вектор функционально-стилистического исследования речевых разновидностей // Медиалингвистика. СПб., 2013. Вып. 1. С. 81–91. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1398323612_5877.pdf
4. Ивченков В. И. Стилистика в отражении времени и личности // Медиалингвистика. СПб., 2013. Вып. 1. С. 121–130. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1398323612_5877.pdf
5. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград, Архангельск, 1996. С. 3–16.
6. Кононенко В. І. Сміслова структура концепту // Семантика мови і тексту. Івано-Франківськ, 2006. С. 248–250.
7. Маленко О. О. Мовно-естетична репрезентація цінностей буття в динаміці української поетичної творчості : Дис. ... докт. філол. наук. Київ, 2011.
8. Маслова В. А. Лингвокультурология. М., 2001.

REFERENCES

1. Burgin M. S., Kuznetsov V. I. Axiological aspects of scientific theories [Aksiologicheskiye aspekty nauchnyh teorij]. Kiev, 1991.
2. Duskaeva L. R. Intentionality of media speech: ontology and structure [Intentsional'nost' mediarechi: ontologija i struktura]. Mediatekst kak poliintentsional'naja sistema — Mediatexts as poliintentsional system. St. Petersburg, 2012. Pp. 10–16. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_135084...50844183_58.pdf
3. Duskaeva L. R. Intent analysis as a vector of functional and stylistic study of speech varieties [Intent-analiz kak vector funkcional'no-stilisticheskogo issledovanija rechevyh raznovidnostej]. Medialingvistika. St. Petersburg, 2013. Vol. 1. Pp. 81–91. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1398323612_5877.pdf
4. Ivchenkov V. I. Stylistics in reflection of time and personality [Stilistika v otrazhenii vremeni i lichnosti]. Medialingvistika. St. Petersburg, 2013. Vol. 1. Pp. 121–130. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1398323612_5877.pdf
5. Karasik V. I. Cultural dominants of language [Kulturnyje dominanty v jazyke]. Jazykovaja lichnost': kulturnyje kontsepty — Language identity: cultural concepts. Volgograd, Arkhangel'sk, 1996. Pp. 3–16.
6. Kononenko V. I. Semantic structure of a concept [Smyslovaja struktura kontseptu]. Semantika movy i tekstu — The semantics of language and text. Ivano-Frankiv'sk, 2006. Pp. 248–250.
7. Malenko O. O. Linguistic and aesthetic representation of the values being in the dynamics of Ukrainian poetry [Movno-estetychna representatsija tsinnostej butt'a v dynamitsi ukrajins'koji poetychnoji tvorchosti: Dis. ... doc. filol. nauk]. Kyiv, 2011.
8. Maslova V. A. Linguistic culturology [Lingvokulturologija]. Moscow, 2001.

УДК 81'42
ББК 81.2
ГРНТИ 16.21.55
КОД ВАК 10.02.19

Е. В. Стоянова
Шумен, Болгария

**ВКУСОВАЯ МЕТАФОРА,
ИЛИ СВЯЗЬ ТРАДИЦИИ
И СОВРЕМЕННОСТИ
(на материале российских
и болгарских медиатекстов)**

Статья посвящена анализу вкусовой метафоры в русском и болгарском медиадискурсах. Данная метафорическая модель располагается на пересечении таких типов метафоры, как антропоморфная и артефактная. В статье рассматривается субмодель «Общество — основные вкусы и их оттенки», выявляются вкусовые ощущения, выступающие в качестве сферы-источника формирования русских и болгарских метафор в рамках современной лингвокультурной ситуации, а также анализируется развитие вкусовой метафоры в контексте соотносительной связи «традиция — современность».

Ключевые слова: *метафора, метафорическая модель, лингвокультурная ситуация.*

Елена Викторовна Стоянова, кандидат филологических наук, профессор кафедры русистики Шуменского университета им. Епископа Константина Преславского,
9700, Болгария, Шумен, ул. Университетская, 115.
E-mail: elvikstoyanova@abv.bg.

© Стоянова Е. В, 2014

С утверждением когнитивного и лингвокультурного подходов в современных исследованиях метафоры оформляется понимание метафоры как категориально-понятийной, системно организованной языковой структуры. Она органично присуща образному строю человеческого мышления и закрепляет универсальную для процесса познания и обусловленную культурным фактором когнитивную проекцию на данный предмет (явление) характерных черт другого предмета (явления) на основе ассоциации подобия.

Метафора играет важную роль в процессе взаимодействия человека с окружающим миром, осуществляя в сознании человека хранение, структурирование и обработку информации о мире. Она выступает в качестве метафорической модели (далее — М-модель) как языкового представления когнитивного механизма и своеобразного инструмента исследования метафорического столкновения понятийных сфер. Таким образом метафора осуществляет взаимодействие язык — мышление — культура. Следовательно, в процессе метафоризации неизменно присутствует культурный компонент, который становится одним из основных ориентиров когнитивной. Поиск когнитивных структур, между которыми устанавливается подобие (иными словами, выбор М-моделей¹), определяется культурной традицией (или преданием, как называет культурное наследие нации Т. Чалыкова [Чалыкова 2013]) и лингвокультурной ситуацией [Шаклеин 1997, 2012; Стоянова 2013],

¹ Исследование базируется на понимании М-модели в работах: Баранов, Караулов 1991, 1994; Чудинов 2001; Стоянова 2012, 2013 и др.

а регулируется лингвокультурной компетенцией носителей лингвокультуры.

Глобализация современного мира, как всеобщая тенденция развития лингвокультур, ведет к универсализации медиадискурса и часто обуславливает зеркальность метафорических образов, функционирующих в различных языках. В. М. Шаклеин обращает внимание на тот факт, что «данная глобальность — не что иное, как развитие глубинных культурных основ, на которых, собственно, и держится вся история этноса» [Шаклеин 2012: 175]. Для современной метафорологии А. П. Чудинов указывает важность исследования «степени воздействия разнообразных языковых, культурологических, социальных, экономических, политических и иных факторов на национальную систему концептуальных метафор» [Чудинов 2003: 196–197].

Когнитивная деятельность человека во времени, осуществляемая с помощью органов перцепции, характеризуется явной структурированностью, традиционализмом и продуктивностью. Одним из основных механизмов жизнедеятельности человека является инстинкт питания, в соответствии с которым человек добывает, готовит и поглощает пищу, чтобы снабдить организм необходимой энергией для его функционирования и развития. Вполне естественным представляется метафорическое восприятие и концептуализация мира в терминах пищевого кода как основы существования человека. При этом разграничиваются две основные концептуальные метафоры: метафора питания как принадлежность антропоморфной метафоры и кулинарная метафора. Последний термин не является единственным для квалификации указанной метафоры. Ряд исследователей ее именуют гастрономической [Дормидонтова 2011; Бойчук 2012], метафорой кухни (кухонной метафорой) [Керимов 2005], кулинарной метафорой [Будаев, Чудинов 2007: 69–75; Люболинская 2007: 273–277; Цонева 2007, 2008, 2012], в этнолингвистических работах используется понятие пищевого кода [Березович 2007: 347]. На наш взгляд, термин кулинарная метафора более соответствует сущностной концептуализации сферы-источника, включающего не только сырье, но и процесс сознательной деятельности человека по его обработке и приготовлению пищи. Указанная метафора рассматривается в структуре артефактной метафоры и изучается на материале русского и французского языков, русского и болгарского языков, а также немецкого языка [Дормидонтова 2011; Цонева 2007, 2008, 2012; Стоянова 2012; Люболинская 2007].

Информацию о мире можно получать и посредством вкусовых ощущений. Специфика вкусовой метафоры как модели заключается в том, что она отражает процесс практического познания истины посредством накопления человеком индивидуального опыта. В определении места вкусовой метафоры преобладает мнение о ее принадлежности к гастрономической метафоре, некоторые исследователи ее считают центром в полевой структуре указанной метафоры [см., например: Бойчук 2012]. На материале болгарского языка вкусовая метафора не являлась предметом специального анализа. На наш взгляд, она располагается на пересечении двух типов метафор, антропоморфной и артефактной, и в определенной степени является принадлежностью обоих типов. Указанная метафора связана с физиологическим процессом хеморецепции как взаимодействия вкусовых рецепторов с различными агентами внутри организма и поступившими из внешней среды (как продуктами в естественном виде, так

и после кулинарной обработки в виде готовой пищи). Результатом подобного взаимодействия становятся разного рода ощущения, которые и выступают понятийными источниками формирования вкусовой метафоры.

Вкусовую метафору можно отнести к наиболее древним метафорическим типам, связанным с когнитивной деятельностью человека. Мифические представления о познании соотносятся со вкушением яблока. *Вкусить от древа познания* (высок.) — значит познать жизнь (по библейскому сказанию, вкусив запретный плод, Адам и Ева познали тайну продолжения жизни). Философское осмысление мира *De gustibus non est disputandum* (лат.) (рус. *О вкусах не спорят*; болг. *За вкусовете не трябва да се спори*) и народная мудрость *На вкус и цвет товарищей нет*; *У кого какой вкус: кто любит дыню, а кто арбуз*; *У всякого свой вкус, один другому не указчик: кто любит арбуз, в кто свиной хрящик*; болг. *(На) вкус другар няма* свидетельствуют о различии людей и народов, следующих по своему собственному, индивидуальному, пути познания. Несмотря на универсальность физиологического строения человека, у разных народов наблюдаются различия в чувственном восприятии окружающей действительности. Вкусовая рецепция складывается в процессе становления и развития лингвокультуры [см.: Костяев 2007].

Сфера источника вкусовой метафоры отличается относительным постоянством во времени, что в значительной степени выделяет эту метафору среди других, поскольку вкусовые ощущения человека характеризуются определенной стабильностью и относительной неизменностью. На наш взгляд, сравнительное исследование подобной консервативной сферы в свете соотношения национального и общечеловеческого видения мира на материале различных языков представляет несомненный научный интерес. Целью исследования и является рассмотрение вкусовой метафоры в российском и болгарском медиадискурсах в рамках современной лингвокультурной ситуации, характеризующейся значительной метафоричностью в обеих лингвокультурах.

В европейской культуре традиционно выделяются четыре основных вкуса: *солёный, горький, сладкий, кислый*. У азиатских народов их встречается значительно больше. Исследования вкусовых анализаторов до сих пор не дают точного ответа о количестве соответствующих рецепторов у человека. В современном мире все чаще ученые склоняются к признанию вкуса *умами* в качестве пятого дополнения к основному списку вкусов². Совсем недавно исследователи из Вашингтонского университета Сент-Луиса расширили количество вкусовых рецепторов человека за счет открытия рецептора жира. Таким образом появился еще один новый вкус — вкус жира (*жирный*).

Среди вкусовых ощущений человек способен различать и некоторые оттенки вкуса, различные вкусовые комбинации, а также дополнительные характеристики пищи, такие как *сочный, аппетитный, лакомый, ароматный, пресный, вкусный, безвкусный, невкусный, не по вкусу* и др., которые формируются различными перцептивными органами. Таким образом, целостный вкусо-

² Термин *умами* (в переводе с японского — *вкусный*) был предложен японским профессором Икеда Кумикаэ в 1908 г. для квалификации специфичного вкусового ощущения, производимого свободными аминокислотами (в частности, глутаминовой), которое невозможно было описать с помощью традиционных средств. Умами усиливает вкус пищи, делает его ярче.

вой образ у человека создается в процессе сложного взаимодействия разного рода рецепторов (вкусowych, тактильных, температурных, обонятельных).

В современном медиадискурсе вкусовая метафора активно эксплуатируется: она становится незаменимым стилистическим ресурсом для привлечения внимания, представления и оценки той или иной ситуации в целях латентной манипуляции сознанием, обеспечивая требуемое в этих целях упрощение и конкретизацию понятий. Для сопоставительного анализа выбраны национальные печатные издания и электронные ресурсы (росс. «Комсомольская правда», «Труд», «Независимая газета», «Московский комсомолец», «Новая газета» и др.; болг. «Дума», «24 часа», «Сега», «Стандарт», «Новинар», «Монитор» и др.).

Анализ собранного метафорического материала позволяет схематично отобразить структуру М-модели «Общество — вкусовые ощущения» (см. рис. 1).

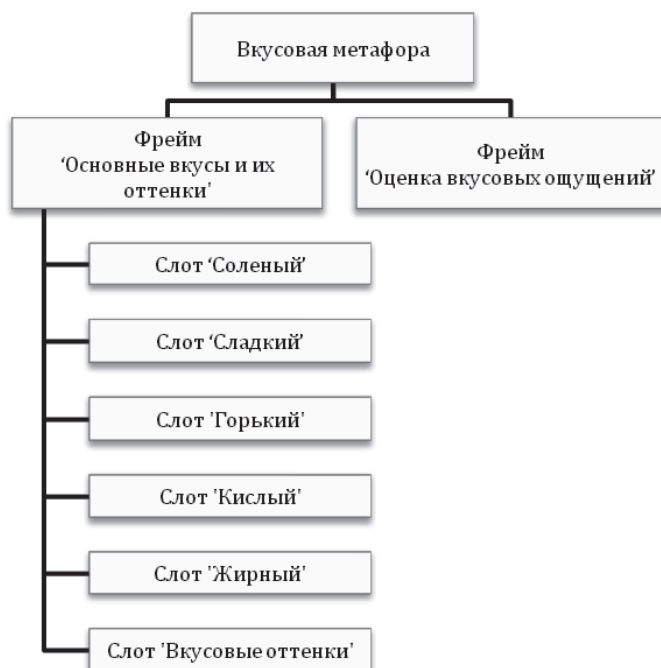


Рис. 1. Структура метафорической модели «Общество — вкусовые ощущения».

В рамках современной лингвокультурной ситуации в М-модели выделяются два основных фрейма: «Основные вкусы и их оттенки» и «Оценка вкусовых ощущений», состоящие из соответствующих слотов, в которых разграничиваются различные концептуальные векторы и сценарии. Основными задачами данной статьи представляется рассмотрение субмодели «Общество — основные вкусы и их оттенки» и выявление вкусовых ощущений в качестве сфер-источников формирования русских и болгарских метафор в медиатекстах в рамках современной лингвокультурной ситуации, а также анализ развития вкусовой метафоры в контексте соотносительной связи «традиция — современность». Языковой материал демонстрирует значительный количественный перевес

данной метафоры в российском медиадискурсе по сравнению с болгарским. Характерной особенностью данной метафоры в обоих медиадискурсах является ее представленность в текстах различной тематической направленности (политических, культурных, экономических, спортивных), а в ряде слотов отмечается значительное ее преобладание в определенной тематике медиатекстов.

Фрейм 1. «Основные вкусы и их оттенки»

Вкусовые ощущения выступают в качестве сферы-источника в процессе современной метафоризации. У разных народов выработана собственная вкусовая карта языка, которая формировалась в течение длительного периода развития лингвокультуры и обусловлена различными ее особенностями.

Слот 1. «Соленый»

Данный слот представляется наиболее значимым с точки зрения традиции. Ощущение солености пище обычно придает соль. По своему происхождению слова *соль* и *сахар* восходят к одному и тому же корню (**solidъ*), что первоначально означало *небезвкусный*, — таким образом передавались первые вкусовые ощущения наших предков. Дальнейшее семантическое движение шло по пути: соленый > вкусный > пряный > сладкий.

Соль входила в природную троицу (сера, ртуть, соль), соотносимую с сутью человека (дух, душа, тело). Она получила значение основы, ценности жизни (рус. *соль земли*; болг. *солта на земята*). На материальных свойствах соли, на ее принадлежности к чужому миру природы базируется формирование функции соли как оберега. Болгарское поверие гласит, что дом существует, пока не закончится в нем соль (*Къща без сол не бива*), ибо в ее отсутствие в дом беспрепятственно проникают враги и болезни. В Болгарии принято, накрывая на стол, первым делом ставить солонку, чтобы соль отпугнула злые силы от пищи и дома. Соль может отвести зло, когда ее бросают в лицо врагу-вредителю (рус. *Соль тебе в очи*). И наоборот, посредством соли происходит наведение порчи: болг. *Солена вода да те яде*; рус. *насолить кому-нибудь*, и соответственно, *хлебнуть соленого* — т. е. испытать много неприятностей, обид, горя. Очевидно, с порчей связаны и болгарские фразеологизмы: *Чукам сол на главата* и *Трия сол на главата (на някого)* в значении ‘мучать кого-либо своими постоянными упреками, укорами, ссорами и скандалами’.

В римской и скандинавской мифологиях таким образом именовалось солнечное божество (от лат. *sol* — *солнце*). Связь с божественным, магическим проявляется в использовании соли в многочисленных обрядовых действиях (свадебные и родильные обряды, крещение) [см.: Топорков. А встреча дорогого гостя до сих осуществляется с хлебом и солью (рус. *хлеб-соль*; болг. *с хляб и сол*).

Как свидетельствует народная мудрость, жизненные ситуации оценивались посредством соли. В них соль выступает мерилем вкуса и ценности. На вкусовых ощущениях от несоленой (а значит, невкусной и не доставляющей удовольствия) пищи строится русский фразеологизм *Не солоно хлебавши* — ‘ничего не добившись, обманувшись в своих ожиданиях’. В современных медиатекстах отмечается частое его употребление. Например: *Министр финансов Кипра улетел из России не солоно хлебавши* (dp.ru, 22.03.2013).

Своеобразным продолжением греко-римской традиции, согласно которой соль воспринималась в качестве литературного остроумия, является метафорическое употребление прилагательного *солёный* (о словах, выражениях и т. п.) в значении ‘остроумный, выразительный, но грубый и не совсем пристойный’. В российских СМИ фиксируются следующие сочетания: *солёные истории, анекдоты, афоризмы, выражения, матюги, шуточки, словцо, слова, строчки*. В болгарских медиатекстах эксцерпированы единичные примеры: *солён хумор, солёни шегички*. Например: рус. *На всю обложку солёный афоризм: «Те же яйца, только в профиль»* (Труд-7, 08.11.2007); *Эта история немного «солёная», нескромная, но поучительная для бесплодных женщин, а случилась она в далеком 1966 году* (Комсомольская правда, 27.01.2001) и болг. *Комикът Боб Сегет пише книга със солён хумор. В книгата Сегет ще разбули уникалната си личност, казва още редакторът. Според анонса той ще даде простор на лютия си хумор, като предупреждава, че някъде шегичките могат да са твърде солёни* (Лира.бг, 01.12.2012).

В российских медиатекстах при метафорическом осмыслении прилагательного *солёный* развивается сема ‘напряженный, изнурительный, тяжёлый’. Традиционно знаком напряженного, тяжелого труда воспринимается *солёный пот*. В медиатекстах спортивной тематики указанный образ соотносится со спортивными достижениями, достигнутыми упорным трудом: русск. *Миг от иступленной отработки каждого движения — до фанатизма. Солёный пот пьедестала — счастливо-усталые секунды. Секунды, когда вместо безмятежного «ЛЯ» взмокшая грудь выдает сиплое «СИ»* (Советский спорт, 23.10.2010).

Интересной реализацией подобного значения в болгарском языке представляется соотносительная связь *солёный / сладкий* в метафорическом образе *сладкий хлеб* — т. е. сладок тот хлеб, который добывается потом, праведным тяжёлым трудом: *Безработицата превзема все по-големи територии и все по-вече човешки съдби <...> Много от вас я носят като гърбица тази безработица. Хора здрави, прави, работливи, можещи, знаещи. Не скатаващи се под дебели сенки, а вопиещи да изгорят под жаркото слънце на трудовото усилие, за да го има на масата им хлябът наш насъщни и да е сладък, защото е изкаран с чест и пот* (24 часа, 07.08.2014).

Метафора соли расширяется в российских медиатекстах политической направленности, где *солёная победа* воспринимается как победа, достигнутая потом и кровью, с большим трудом и большими жертвами: русск. *Здесь же откроется выставка «У Победы солёный вкус», на которой будет рассказывается об идеологии нацизма и планах «окончательного решения еврейского вопроса»* (АиФ, 27.01.2013). Подобное семантическое наполнение перекликается с семой ‘большим трудом, с большими жертвами’ в болгарских медийных метафорах.

Беспощадной и суровой становится *солёная правда жизни*, представляющая частичное пересечение с семантикой прилагательного *горький*. Например: *В. Путин: С пивом хорошо солёную правду* (Голос России, 15.12.2012).

В болгарском медиадискурсе наблюдается развитие стертой метафоры *Излиза ми солёно* в значении ‘большой ценой, с большими жертвами’. В этом значении фиксируются две группы метафор. В первой группе примеров (со-

лена цена, глоба, такса, сума, фиш, тариф, данък, санкции, живот, раздори) актуализируется сема 'дорого'. Например: болг. *Проблемът е, че бързата наказателна процедура на Еврокомисията може да завърши със солени глоби и заедно със замразените европрограми да изправи правителството на Орешарски пред празна хазна и планини от дългове, които ще трябва спешно да се погасяват* (Стандарт, 05.06.2014); *Таксата им за обучение обаче е малко по-солена — 750 лева на година* (Стандарт, 16.06.2012); *Токът ни по-скъп от френския, а газът — най-солен в Европа* (24 часа, 03.02.2012) и др. А во второй группе примеров, менее представленной в количественном отношении, реализуется сема 'с большими «жертвами», трудно» — это *солен вот, солен глас: Гласът за НДСВ най-солен. Един глас на парламентарния вот е излязъл най-солено на НДСВ* (Монитор, 17.07.2009).

Слот 2. «Сладкий»

Формирование сладкого вкуса происходит на основе восприятия пищи как различной от несоленой и небезвкусной, что базируется на этимологической связи *солёный* и *сладкий* (рус. *солодкий*). Сладкий вкус у древних людей не имел широких ассоциаций и соотносился в основном со вкусом меда и ряда плодов. Впоследствии указанные ощущения привели к становлению новой понятийной сферы.

В данном слоте прослеживается значительная синонимическая цепочка с доминантой *сладкий* (болг. *сладък*): рус. *сладостный, сладенький, сладковозвучный, сладкоречивый, медовый, медоточивый*; болг. *сладникав, захаросан, шоколаден, сладолед*, которые обозначают различные нюансы сладкого вкуса. Например: рус. *Наши отношения с Европой не будут такими сладенькими, но нам и не нужны сладкие отношения*. (Труд-7, 12.05.2005); *Достается в леворадикальной печати и автору музыкальной редакции Павлу Овсянникову: «Новая слащавая аранжировка музыки Александрова <...> придает словам гимна плаксивый, жалостливый тон»* (Комсомольская правда, 26.01.2001); *На пресс-конференции немецкие журналисты попытались добавить ложечку дегтя в «медовые отношения» двух лидеров* (Комсомольская правда, 28.04.2006) и болг. *Това вече не е «гражданското общество», за което се сипеха сладникави суперлативи от страна на посланици, еврокомисар и президент. Защото на неговия фон призивите на Рединг и Плевнелиев звучат водевилно* (Дума, 25.07.2013); *«Левски» е върхът на сладоледата в България* (24 часа, 23.02.2014).

В российских и болгарских медиаобразах сема 'приятный, доставляющий наслаждение, вкусный' формируется посредством участия различных органов чувств. «Сладкая» метафора охватывает конкретные предметы (рус. *сладкий подарок, приз, мелодия, валюта, парочка*, болг. *сладък подарък, медал, човек*), временные периоды (рус. *сладкий день, миг, сутки*, болг. *сладък ден, момент, миг*), абстрактные понятия (рус. *сладкая правда, свобода, доля, месть*, болг. *сладък живот, понятие*).

Например: рус. *Главное опасение израильтян — это то, что Роухани не сможет или что кто-то ему не позволит начать делать уступки по ядерному вопросу. Он может попросить снять санкции, и Израиль опасается, что Запад прислушается к сладкой мелодии, исходящей из Тегерана, изменит свою политику и даст Ирану ещё какое-то время, а Иран в это время будет заниматься*

своей ядерной программой (Голоса России, 28.06.2013) и болг. Янукович обвини ЕС, че си служи с предложението като сладък бонбон, за да накара Украйна да подпише споразумение с МВФ, налагащо скок на цената на газа и отоплението и замразяване на заплатите и пенсиите в замяна на кредитна линия от 610 млн. евро (24 часа, 27.11.2013).

В русском языке на основе метафорического образа формируется терминологический эвфемизм: *сладкая болезнь* в значении 'диабет'. Например: *Сладкая болезнь активно косит ряды крымчан. Сахарный диабет, который называют также «сладкой болезнью», стал активно распространяться среди крымчан* (Gigamir.net).

Слот 3. «Горький»

Горький как ощущение своеобразного, неприятного вкуса, свойственного коре хинного дерева, полыни, горчице, в переносном смысле в русском и болгарском языках традиционно является обозначением чего-то горестного, тяжелого, выражающего огорчение, разочарование, горечь, скорбь, неприятность. Указанное значение фиксируется в современных медиатекстах различной тематики. Например: рус. *К сожалению, у многих болельщиков встреча оставила горький осадок* (Известия, 19.11.2010); *Был, правда, еще и горький аромат мирового финансового кризиса, поскольку Ницца стала для многих участников саммита, как выразились бы военные, «аэродромом подскока» на пути к другому, вашингтонскому саммиту «большой двадцатки» 15 ноября* (РИА Новости, 14.11.2008); *Критический пафос выражается уже в озвученных президентом горьких цифрах, характеризующих демографическую ситуацию* (Труд-7, 20.05.2003) и болг. *Борусия с горчива победа срещу Реал* (Стандарт, 09.04.2014); *Борисов възкликна горчиво, че държавата България нямала откъде да си набави нови, свежи пари* (Дума, 07.08.2013); *Горчив диспут възникна между френската компания Danone и най-големия китайски производител на напитки Wahaha* (econ.bg, 06.06.2007).

Интересным примером «горькой» метафоры является формирование в современных болгарских медиатекстах метафорического образа на основе наречия *Горько!* (болг. *Горчиво!*). Традиционно таким образом обозначается возглас гостей на свадьбе, призывающий молодых поцеловаться. Поцелуй в этом случае становится подсладителем горького вина (ср. рус. *пить горькую*; болг. *горчиво вино*) и символом соединения, создания нового семейного союза. Указанный образ коалиционного единения политических сил и партий становится популярным в последнее время в болгарском политическом медиадискурсе. Например: болг. *Трите партии бяха единодушни само за парите за здраве и щом ремонтът на големия бюджет мина на първо четене, червените започнаха да подвикват на ГЕРБ и ДПС «Горчиво»* (Стандарт, 01.08.2014); *«Сватбените целувки на БСП и ГЕРБ не искам да ги гледам. Радвам се на влюбените, „горчиво“ на БП и ГЕРБ. Не бъдете анонимни», заяви Дражев* (Стандарт, 24.06.2014).

Слот 4. «Кислый»

Устойчивое переносное употребление прилагательного *кислый* (болг. *кисел*) квалифицирует уныло-тоскливое, раздраженное состояние, настроение, без подъема и воодушевления. Указанное значение реализует современная

медийная метафора (рус. *выражение лица, лицо, физиономия, мина, гримаса, человек*, болг. *физиономия, човек*). Например: рус. *Баскетбол. Даже в воскресенье, отправляясь на игру, они наполняли вагоны лондонского метро с кислыми минами на лицах и горечью в сердце, но с надеждой в душе* (Чемпионат.com, 12.05.2013) и болг. *ДС и БКП — брак с кисела физиономия* (Дневник, 20.04.2008).

Кислый вкус в качестве сферы-источника метафорической концептуализации современной действительности особенно актуализируется и развивается в российском медиадискурсе. С помощью указанной метафоры квалифицируется процесс, недостаточно активный, но получивший положительный импульс. Например: *Медведев: состояние экономики РФ «кислое», но лучше, чем в Европе* (РИА Новости, 06.12.2013); *«Некислая» электронная подпись для Дмитрия Медведева. Согласно недавнему заявлению Дмитрия Медведева, процесс получения электронной подписи в России выглядит «мягко говоря, кисло»*. Более того, не только этот процесс, но и сама электронная подпись в России *«кислые»*. Программное обеспечение и средства для подписания электронных документов доисторичны, неудобны и не понятны простому человеку. Получение Электронной Цифровой Подписи (ЭЦП) стоит порядка \$30, занимает некоторое время, и требует личного визита в удостоверяющий центр (siliconrus.com, 27.08.2013); *Подарок россиянам Медведеву вышел «кислым»*. Президентский срок подходит к концу, поэтому самое время подводить предварительные итоги. Этим и занялся ВЦИОМ, который к празднику лидера страны опросил граждан о достижениях Медведева. «Подарок» получился не очень радостным. По данным опроса, 47% россиян затруднились ответить на вопрос о достижениях президента (svpressa.ru, 14.09.2011).

Незначительное недовольство, неудовольствие или неудовлетворенность, транслируемые «кислой» метафорой достигают своего апогея — приводят к оскомине: *Разговорами о том, что старые драйверы роста уже не могут, а новых еще нет, правительство и экономисты давно набили друг другу оскомину, видимо, полагая, что правильно поставленный диагноз — это уже полдела* (Интерфакс, 30.12.2013).

В болгарском языке фиксируются единичные примеры «кислого» образа с семьей 'незначительности': *Чиновникът — тази неизтребима класа. Четата му е всявала кисел ужас сред богатите, а пък бедните направо са го обожавали и често са го укривали от потери и войска, защото се е правел на Робин Худ. Властта го е преследвала, но без да си дава много зор, обаче след като прави неуспешен опит да задигне пет милиона от държавната банка в Хасково, хайдутинът съвсем озверява* (Дума, 04.06.2011).

Слот 5. «Жирный»

Жирный вкус в качестве сферы-источника метафоризации используется как в российских, так и в болгарских медиатекстах. В слоте фиксируется, наряду с устойчивыми, традиционными метафорами, и тенденции семантического развития.

На основе переносного употребления прилагательного *жирный* ('толстый'), когда идет речь о линии, чертё и т. п. (*жирный заголовок, шрифт*), и устойчивого сочетания *поставить крест, точку* в значении 'окончательно отказаться от чего-либо, прекратить' в современном российском медиадискурсе при

метафоризации происходит расширение арсенала знаков: *минус, плюс, знак вопроса, пунктуационный знак, многоточие, восклицательный знак*. При этом на первый план в новой метафоре выдвигается сема ‘значимости’. Например: *Что касается «Спартака», то здесь поставлю жирный вопрос* (Советский спорт, 17.03.2011); *Он прекрасно знал, какой жирный минус он ставит своему политическому авторитету, начиная переговоры с Басаевым* (Известия, 08.11.2010).

Подобное метафорическое значение (‘заметный, значительный’) фиксируется не только в лексико-семантической группе пунктуационных знаков, но и в других лексических группах. Например, *жирный след, жирный кризис: И хотя пресс-служба посольства это сообщение оперативно опровергла, свой жирный след оно оставило* (РИА Новости, 24.08.2007); *А в стройных рядах «Групо-2002», похоже, затесался жирный кризис* (Советский спорт, 07.04.2008). А в медиатекстах спортивной тематики жирные вкусовые ощущения выступают источником формирования метафоры со значением ‘важный’: *К тому же на кону для Маскаева стоит «жирный» бой с Кличко* (Советский спорт, 14.03.2009).

Кроме того, в медийной метафоре наблюдается активное расширение переносного значения ‘о чем-либо выгодном, заманчивом’ (рус. *жирный кусок, навар, разговор, контракт, подряд, бизнес, тема, статья, работа, подпитка, транши, кормушка, финансирование, профициты, партии, штаты, поставки, счета*) и формирование метафоры на основе временной лексики (рус. *жирные годы, времена*). При этом происходит коррекция метафорического значения — ‘заманчивой, благополучной, стабильной’: *За «жирные» годы мы при консолидированном бюджете в 104 млрд руб. накопили резервов в 20 млрд руб.* (РБК Daily, 08.10.2010).

В болгарских медиатекстах преобладающим в «жирной» метафоре является значение ‘большой, значительный’ о финансах и материальных преимуществах власти (болг. *бонус, хонорар, чек, заплата, сума, пари, премии, сметки, сделки, подкуп, борч*). Например: *Лидерът на БСП запита дали Световната банка ще ни консултира безплатно или там ще се получават тлъсти хонорари* (Стандарт, 31.08.2010).

Единичным окказиональным употреблением представляется метафора *жирная служба*, которая пересекается с описанной выше русской метафорой в семе ‘заманчивой, выгодной’: *Населението посреща гилотината над демократичните права с нескрито облекчение, а масовото мнение гласи, че те са се превърнали в котерии за обслужване на тесни интереси, уреждане с тлъсти служби и ограбване на ресурсите на държавата. Няма да е пресилено да се каже, че и днес гражданите мислят по сходен начин, и затова немалка заслуга има и 42-ият парламент* (Стандарт, 05.08.2014).

Слот 6. «Вкусовые оттенки»

В данном слоте представлены оттенки и нюансы вкусов в качестве сферы-источника современной метафоризации. Значительным разнообразием в этом плане отличаются российские медиатексты, в которых фиксируются следующие разновидности вкусовых оттенков: рус. *острый, жгучий, (не)металлический, терпкий, медовый, сладковатый, горьковатый, кисловатый, ароматный, сочный* и болг. *лют, сладникав*. Например: рус. *Село гибнет буквально на глазах. Это — жгучая общероссийская проблема. Без подъема сельского хозяйства у нас*

нет шансов добиться стабильного роста всей экономики (Труд-7, 24.10.2003); Впрочем, по мнению аналитиков, острые бюджетные споры еще не закончены (РБК Daily, 11.04.2011); Золото и жилье: цены пошли вниз. Из других инструментов сбережений и накоплений в прошлом месяце огорчили недвижимостью в Москве и обезличенные металлические счета (золото) (Комсомольская правда, 11.12.2007) и болг. Лют скандал около приватизацията. Продават всички медцентрове в Пловдив (Монитор. 12.02.2009).

В качестве источников метафоризации встречаются и комбинации основных вкусов: горько-сладкий, сладко-горький, кисло-сладкий, сладко-печальный, соленая горечь, страдальчески-горький, смазливо-кислый, фальшиво-приторный или одновременное употребление нескольких основных вкусов. Например: рус. Мы пошли с ней в мою клетушку, где-то рядом терлась и похрипывала свинья, мы тоже потерлись и похрипели, и я излил всю накопившуюся соленую горечь — как много, оказывается, ее было во мне! (Комсомольская правда, 27.01.2001); Я думаю, что у власти вкус и горький, и кислый, и терпкий (Известия, 2004.09.20); Хит-парад всего подряд. Ну вот на этой кисло-сладкой ноте мы и закончим обзор самых интересных событий года (Lenta.ru, 08.12.2011) и болг. Този празник винаги е имал меланхоличен оттенък — той бележи неофициалния край на лятото. Тази година обаче Денят на труда имаше особено сладко-горчив привкус (Дума, 23.09.2010); Сладък живот с «Лидъл» и сие, горчив — със спекулата. Когато бъдат ликвидирани мръсните игри с цените, при които от народа се ограбват милиарди, българите ще живеят по-добре дори с позорно ниските си доходи (Дума, 07.12.2010).

Итак, в русском и болгарском медиадискурсах вкусовая метафора обнаруживает связь с традиционными представлениями и утвердившимися ощущениями вкуса, что позволяет соизмерять современную специфику мира с традицией. В ряде случаев отмечается развитие вкусовой метафоры и возникновение новых семантических долей. Современная действительность оказывает влияние на формирование метафорических моделей в языке массмедиа, обуславливая появление окказиональных метафор. Подобное развитие наблюдается, например, в слоте «кислый», «жирный» на материале российских СМИ и «тлъст» — в болгарском.

Анализируемый материал демонстрирует значительную актуальность и продуктивность указанной метафоры в языке современных российских СМИ по сравнению с ее использованием в болгарских медиатекстах. Вкусовая метафора, как показывают медиатексты, становится все более предметной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю. М., 1991.
2. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.
3. Березович Е. Л. Язык и традиционная культура: Этнолингвистические исследования. М., 2007.
4. Бойчук А. С. Гастрономическая метафора: структурный, семантический, стилистический аспекты. Автореферат дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2012.
5. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в педагогическом дискурсе: современные за-

рубежные исследования // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 1 (21). С. 69–75.

6. *Дормидонтова О. А.* Гастрономическая метафора как средство концептуализации мира (на материале русского и французского языков). Автореферат дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2011.

7. *Керимов Р. Д.* Артефактная концептуальная метафора в немецком политическом дискурсе. Автореферат дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2005.

8. *Костяев А. И.* Вкусовые метафоры и образы в культуре. М., 2007.

9. *Люболинская В. Г.* Кулинарная метафора в языке политической прессы современной Германии: структура, содержание, функции // Вестник Бурятского государственного университета. Иркутск, 2007. № 7. С. 273–277.

10. *Стоянова Е.* Метафора как социокультурно обусловленный медиатекст // Медиатекст как полиинтенциональная система. СПб., 2012. С. 80–86.

11. *Стоянова Е.* К вопросу о функционировании метафоры в русских и болгарских медиатекстах // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. СПб., 2012. С. 255–258.

12. *Стоянова Е.* Метафора сквозь призму лингвокультурной ситуации. Шумен, 2013.

13. *Топорков А. Л.* Энциклопедия «Русская цивилизация». URL: http://enc-dic.com/enc_rus/Sol-1541.html.

14. *Цонева Л. М.* Баницата като метафора (Кулинарната метафора в българската публицистика) // Проглас. 2007. Кн. 1. С. 156–165.

15. *Цонева Л. М.* Българската кулинарна метафора като средство за концептуално осмисляне на света // ВІСНИК Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2008. № 13 (152). С. 209–215.

16. *Цонева Л. М.* Българската политическа метафора. В. Търново, 2012.

17. *Чалькова Т. И.* Понимание: звук, слово, текст (между Преданием и Языком). Шумен, 2013.

18. *Чудинов А. П.* Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург, 2001.

19. *Чудинов А. П.* Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 2003.

20. *Шаклеин В. М.* Лингвокультурная ситуация и исследование текста. М., 1997.

21. *Шаклеин В. М.* Лингвокультурология: традиции и инновации. М., 2012.

REFERENCES

1. *Baranov A. N., Karaulov Yu. N.* Russian political metaphor. Materials for the dictionary [Russkaya politicheskaya metafora. Materialy k slovaryu]. Moscow, 1991.

2. *Baranov A. N., Karaulov Yu. N.* Dictionary of Russian political metaphors [Slovar russkih politicheskikh metafor]. Moscow, 1994.

3. *Berezovich E. L.* Language and traditional culture: Ethnolinguistic studies [Yazyk i tradicionnaya kultura: Etnolingvisticheskiye issledovaniya]. Moscow, 2007.

4. *Boychuk A. S.* Gastronomic metaphor: the structural, semantic, stylistic aspects [Gastronomicheskaya metafora: strukturnyj, semanticheskij, stilsticheskij aspekty]. Diss. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2012.

5. *Budaev E. V., Chudinov A. P.* Metaphor in educational discourse: modern foreign studies [Metafora v pedagogicheskom diskurse: sovremennye zarubezhnye issledovaniya] // Political linguistics. Ekaterinburg, 2007. Vol. 1 (21). Pp. 69–75.

6. *Dormidontova O. A.* Gastronomic metaphor as a means of conceptualizing of the world (on the material of Russian and French languages) [Gastronomicheskaya metafora kak sred-

stvo kontsheptualizatsii mira (na materiale russkogo i frantsuzskogo yazykov)]. Dis. ... kand. filol. nauk. Tambov, 2011.

7. *Kerimov R. D.* Artifact conceptual metaphor in German political discourse [Artefaktnaya kontsheptualnaya metafora v nemetskom politicheskom diskurse]. Dis. ... kand. filol. nauk. Barnaul, 2005.

8. *Kostyaev A. I.* Gustatory metaphors and images in the culture [Vkusoviye metafory i obrazy v kulture]. Moscow, 2007.

9. *Lubolinskaya V. G.* Culinary metaphor in the language of modern political press in Germany: structure, content, functions [Kulinarnaya metafora v yazyke politicheskoy pressy sovremennoj Germanii: struktura, sodержanie, funktsii] // Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Irkutsk, 2007. Vol. 7. Pp. 273–277.

10. *Stoyanova E.* Metaphor as a social and cultural conditioned media text [Metafora kak sotsiokulturno obuslovlennyy mediatekst] // Media texts as a polyintentional system — [Mediatekst kak poliintentshionalnaya sistema]. St. Petersburg, 2012. Pp. 80–86.

11. *Stoyanova E.* On the function of metaphor in Russian and Bulgarian media texts [K voprosu o funktsionirovanii metafory v russkikh i bolgarskikh mediateksth] // The media in the modern world [Sredstva massovoy informatsii v sovremennom mire. Peterburgskie chteniya]. St. Petersburg, 2012. Pp. 255–258.

12. *Stoyanova E.* The metaphor through the prism of the linguistic and cultural situation [Metafora skvoz prizmu lingvokulturnoj situatsii]. Shumen, 2013.

13. *Toporkov A. L.* Encyclopedia of «Russian civilization» [Entsiklopediya «Russkaya tsivilizatsiya»]. URL: http://enc-dic.com/enc_rus/Sol-1541.html.

14. *Tsoneva L. M.* Pie as a metaphor (culinary metaphor in Bulgarian journalism). [Banitsata kato metafora (Kulinarnata metafora v balgarskata publitsistika)]. Proglas, 2007. Vol. 1. Pp. 156–165.

15. *Tsoneva L. M.* Bulgarian culinary metaphor as a tool for conceptual understanding of the world [Balgarskata kulinarna metafora kato sredstvo za kontsheptualno osmislyane na sveta] // Visnik Luganskogo natsionalnogo universitetu imeni Tarasa Shevchenka. 2008. № 13 (152). Pp. 209–215.

16. *Tsoneva L. M.* The Bulgarian Political Metaphor. [Balgarskata politicheska metafora]. Veliko Tarnovo, 2012.

17. *Chalakov T. I.* Understanding of sound, word, text (between Tradition and Language) [Ponimanie: zvuk, slovo, tekst (mezhdru Predaniem i Yazikom)]. Shumen, 2013.

18. *Chudinov A. P.* Russia in the metaphorical mirror: cognitive study political metaphor [Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991 — 2000)]. Ekaterinburg, 2001.

19. *Chudinov A. P.* Metaphorical mosaic in modern political communication [Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoy kommunikatsii]. Ekaterinburg, 2003.

20. *Shaklein V. M.* Linguistic and cultural situation and a study of the text [Lingvokulturnaya situatsiya i issledovanie teksta]. Moscow, 1997.

21. *Shaklein V. M.* Linguistic and cultural studies: traditions and innovations [Lingvokulturologiya: traditsii i innovatsii]. Moscow, 2012.

**НОВОСТИ НАУЧНОЙ ЖИЗНИ:
ХРОНИКА И КРИТИКА**

.....

РЕЦЕНЗИИ

УДК 811.161.1
ББК 81.2Рус-923
ГРНТИ 16.41.21
КОД ВАК 10.02.01

.....
М. Ю. Федосюк
Москва, Россия

НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Рецензия на книгу: Современный русский язык: Учебник для вузов / Под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: Питер, 2014. 352 с.

Рецензия посвящена новому учебнику русского языка для факультетов журналистики. Книга выгодно отличается от традиционных учебников по русскому языку установкой на описание русского языка как набора различных «техник вербализации» передаваемого мыслительного содержания.

Ключевые слова: *русский язык, СМИ, техники вербализации, замысел отправителя.*

.....
Михаил Юрьевич Федосюк, доктор филологических наук, профессор кафедры сопоставительного изучения языков Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова. 119192, Москва, Ломоносовский пр., 31/1, к. 234. E-mail: m.fedosyuk@yandex.ru.

© Федосюк М. Ю., 2014

Что должно быть главным в учебном курсе «Современный русский язык» для студентов факультетов журналистики? Разумеется, совсем не правила русской орфографии и пунктуации, о которых, под влиянием российской средней школы, многие наши соотечественники ошибочно думают, что именно они и являются «русским языком». И не многочисленные формальные классификации языковых единиц, по давней традиции занимающие ведущее место в вузовских учебниках по русскому языку. Главное — это, безусловно, описание русского языка как системы, располагающей богатым арсеналом средств для максимально точной передачи того содержания, которое соответствует замыслу автора. К настоящему времени лингвистика накопила достаточно знаний об устройстве этой стороны языковой системы, однако по причине вполне естественного отставания учебной литературы от «последнего слова» в науке подобные сведения пока еще не получили достаточного отражения в учебной литературе для вузов.

Авторы рецензируемого учебника сделали важный шаг по преодолению только что упомянутого отставания. В основе концепции книги лежит установка на описание русского языка как набора различных «техник вербализации» передаваемого мыслительного содержания. Эту установку учебника можно оценить, во-первых, как весьма удачную реализацию прозвучавшего почти полтора столетия назад призыва И. А. Бодуэна де Куртене перейти от «описательного, крайне эмпирического направления» в языковедении к «истинно научному», объяснительному описанию языка

[Бодуэн де Куртенэ 1963], а во-вторых, как воплощение высказанной более 80 лет назад мысли Л. В. Щербы о необходимости создания «активной» грамматики, которая отражала бы устройство языка в направлении от передаваемого содержания к форме [Щерба 1974]. Трудно сказать, опередили ли названные ученые свое время или, наоборот, актуальные требования времени не были вовремя услышаны их современниками и потомками, однако только сейчас отечественные языковеды, в том числе и авторы учебников, начали претворять идеи своих выдающихся предшественников в жизнь.

Как сказано в предисловии к учебнику, он подготовлен преподавателями русского языка факультетов журналистики ведущих российских университетов. В число авторов книги входят Т. Б. Аверина, Н. Ф. Алефиренко, Н. Г. Бойкова, В. В. Васильева, Л. Р. Дускаева, М. Ю. Казак, В. И. Коньков, Н. А. Корнилова, Т. Ю. Редькина, Н. С. Цветова и Т. В. Шмелева. Учебник состоит из следующих разделов: «Основы фонетики», «Лексикология», «Грамматика», «Орфография», «Синтаксис» и «Пунктуация». То обстоятельство, что раздел «Орфография» почему-то оказался оторванным от раздела «Пунктуация», который, как и «Орфография», посвящен не системе языка, а способам оформления письменной речи, и в то же время странным образом отделил «Грамматику» от «Синтаксиса», представляется не вполне логичным. Однако в целом по своей композиции учебник повторяет большинство вузовских учебных пособий по русскому языку, чего нельзя сказать о его содержании.

С точки зрения содержания книгу выгодно отличает от других учебников то, что каждый из ее разделов ориентирован на описание не столько формальных признаков рассматриваемых в нем единиц, сколько того вклада, который эти единицы вносят в смыслы передаваемых сообщений. Смыслообразующий потенциал единиц русского языка наглядно проиллюстрирован примерами, почерпнутыми в основном из медийных текстов, причем многие из иллюстраций подобраны при помощи Национального корпуса русского языка.

Примечательно, что помимо интересных примеров из СМИ учебник включает и краткие рекомендации, которые могут оказаться полезными будущим журналистам. Так, например, в параграфе, посвященном артикуляционной классификации звуков русской речи, сказано: «Для журналиста, как представителя общественно значимой профессии, важно выработать толерантное отношение к таким звуковым особенностям чужой речи, которые (на бессознательном уровне) могут вызвать неприятие или казаться комичными» (с. 34). А вот другой пример. Говоря о вариативности грамматических техник современного русского языка, авторы обращаются к своим читателям со следующей рекомендацией: «когда грамматика допускает варианты, надо принять решение — идти по пути анализма или держаться флективности. И важно, чтобы этот выбор был осмысленным, а не мотивировался обывательскими формулами типа «ухо режет», «некрасиво». Пример — топонимы на -о: вы побывали в Кемерово или в Кемерове? Предпочитая первый вариант, усиливаете аналитичность русского языка, предпочитая второй — поддерживаете флективность» (с. 148).

Впрочем, далеко не все параграфы книги в равной мере практически ориентированы. Представляется, что иногда, следуя традиции построения учебников русского языка, авторы сообщают будущим журналистам и такие све-

дения, которые едва ли смогут пригодиться в их будущей работе. К числу подобных сведений можно отнести, например, информацию о важнейших различиях между московской и петербургской фонологическими школами (§ 12) или описание двух разных классификаций способов словообразования (§ 70).

Практическая направленность учебника удачно сочетается с научной строгостью изложения. Почти все важные теоретические положения книги подкреплены ссылками на авторов этих положений — выдающихся лингвистов прошлого или широко известных наших современников. Впрочем, и здесь дело не всегда обстоит без недостатков. Например, на с. 11 после слов о том, что «одно и то же означающее в разных ситуациях может быть средством передачи разных означаемых, а одно и то же означаемое может быть представлено разными означающими», неожиданно следует ссылка на книгу [Кобозева 2000]. Между тем хорошо известно, что мысль об асимметричном дуализме лингвистического знака принадлежит совсем не И. М. Кобозевой, а С. О. Карцевскому, на чью знаменитую статью [Карцевский 1965] И. М. Кобозева в своем учебнике и ссылается.

На с. 325–329 учебника изложены основные положения теории чешского лингвиста Ф. Данеша о трех типах тематических основ текста, однако из этого изложения, к сожалению, выпала важная для читателей информация о том, что по-русски эта теория подробно описана в обзоре [Горшкова 1979], который, по-видимому, именно по этой причине был включен авторами учебника в список рекомендуемой литературы (с. 336).

Но особенно обидным представляется то, что вводя в предисловии к учебнику стержневое для его концепции понятие «техника вербализации», авторы не подкрепили его ссылкой на авторитет классика языкознания В. фон Гумбольдта, который, как известно, писал: «Совокупность всех средств, которыми пользуется язык для достижения своих целей, можно назвать техникой языка и, в свою очередь, подразделить ее на фонетическую и интеллектуальную» [Гумбольдт 1984: 99].

В ограниченных рамках рецензии остановимся несколько более подробно на разделе «Синтаксис», написанном Т. В. Шмелевой. Этот раздел представляется одним из самых интересных, по крайней мере, по двум причинам. Во-первых, именно на синтаксическом уровне единицы различных уровней языковой системы соединяются для передачи сообщений. Во-вторых, Т. В. Шмелевой удалось выявить целый ряд важных содержательных особенностей тех синтаксических единиц, которые раньше описывались по преимуществу формально.

В основу описания семантического аспекта синтаксиса в учебнике положено предложенное Ш. Балли разграничение диктума, то есть передаваемой предложением информации о действительности, и модуса, отражающего отношение отправителя этого предложения к различным аспектам его содержания и формы. Как показано далее, важным компонентом диктума является пропозиция, то есть обозначение элементарной ситуации. Пропозиция может быть выражена как при помощи отдельного предложения, так и посредством тех или иных несамостоятельных компонентов предложения. Выбирая определенный способ обозначения пропозиции, автор тем самым передает своим

адресатам информацию о ее коммуникативном весе, то есть о той степени значимости в сообщении, которую он придает данной пропозиции.

Опираясь на с. 271–273 учебника, проиллюстрируем шкалу коммуникативных весов на примере пропозиции *Японцы сняли фильм о Чайковском и слепом музыканте* (единицы, выражающие рассматриваемую пропозицию, выделены ниже полужирным шрифтом; чем меньше порядковый номер примера, тем выше коммуникативный вес пропозиции).

1. Самостоятельная предикативная единица — простое предложение **Японцы сняли фильм о Чайковском и слепом музыканте**.

2. Независимая предикативная единица в составе сложносочиненного предложения или главная предикативная единица в составе сложноподчиненного предложения **Японцы сняли фильм о Чайковском и слепом музыканте**, и в *России с нетерпением ждут премьеры*; **Японцы сняли фильм о Чайковском и слепом музыканте**, который посетил Россию и выступил на фестивале «Звезды белых ночей» в Петербурге, а также дал там сольный концерт.

3. Зависимая предикативная единица — придаточная часть в составе сложноподчиненного предложения *В России побывал знаменитый японский пианист Нобуюки Цудзии*, **которого японцы снимали в фильме о Чайковском**.

4. «Полупредикативная» единица — инфинитивный, причастный или деепричастный оборот *Японцы*, **снимая фильм о Чайковском и слепом музыканте**, *провели съемки в Петербурге, Клину, Москве и Воткинске* — на родине композитора; *Японцы*, **снимавшие фильм о Чайковском и слепом музыканте**, *провели съемки в Петербурге, Клину, Москве и Воткинске* — на родине композитора; **Снять фильм о Чайковском и слепом музыканте** *оказалось невозможно без съемок в Петербурге, Клину, Москве и Воткинске* — на родине композитора.

5. Свернутая пропозиция, оформленная как элемент структуры простого предложения **Съемки фильма о Чайковском и слепом музыканте привели японцев в Россию**; **Для съемок фильма о Чайковском и слепом музыканте японцы приехали в Россию**.

6. Пропозиция, выраженная служебным словом — союзом, предлогом *Музыканта привезли*, **чтобы он рассказал, что для него значит композитор**.

7. Невыраженная пропозиция, имплицитно присутствующая в высказывании **В фильме о Чайковском и слепом музыканте произведения знаменитого композитора исполняет сам Нобуюки Цудзии**.

Как видим, данный подход не только наглядно демонстрирует, зачем русскому языку нужны сложносочиненные и сложноподчиненные предложения, обособленные второстепенные члены, а также отглагольные существительные типа *съемки*, но еще и учит уместно их употреблять.

Другое важное понятие, которое рассматривается в синтаксической части учебника, — это техника детализации (с. 275–277). Как показано в книге, в зависимости от своих коммуникативных намерений автор может представить ситуацию либо нерасчлененно (например, *экзамен*), либо детализированно. В этом втором случае возможны два уровня детализации. На первом уровне в предложении указываются участники и обстоятельства ситуации (*Профессор принимает экзамен у студентов*). Вторая степень детализации предполагает

еще и обозначение характеристик этих участников и обстоятельств (*В большой аудитории пожилой профессор принимает экзамен по русскому языку у студентов факультета журналистики*).

Не менее интересный компонент раздела «Синтаксис» — часть, посвященная грамматике текста. Вместо простого перечисления формальных способов выражения межфразовых связей, обычно встречающихся в подобных разделах, учебник предлагает безусловно важные как для создания, так и для восприятия текстов понятия «тематическая основа», «рематический сюжет» и «авторское начало». «Тематическая основа текста, — читаем мы на с. 325, — представляет собой особую нить, которую составляют темы высказываний <...> Ее мы прочитываем отдельно, вы-читываем, когда нам нужно узнать, о чем незнакомый текст, и эта интуитивно выработанная техника чтения сложилась безотносительно к осведомленности о проблемах актуального членения».

«Проследить рематический сюжет, — говорится в следующем параграфе, — значит понять, как информативно развивается текст, ведь в ремах заключается новая информация. В этом развитии могут быть свои линии — тождества, противопоставления, аспектного развертывания. Такой анализ может показать и информативные сбои в тексте» (с. 329). Анализируя далее рематическую структуру одного из реальных медийных текстов, автор наглядно демонстрирует нарушение в нем логики изложения, то есть информативный сбой в построении рематического сюжета, который не был замечен ни автором, ни редактором.

Наконец, авторское начало представляет собой структуру, которую образуют модусы предложений, составляющих текст. В зависимости от установок говорящего или пишущего авторское начало может иметь разные степени проявления. «Удельный вес авторского начала, — читаем мы на с. 335, — определяется автором: помимо обязательных актуализационных показателей, он может вводить, во-первых, собственную персону и факты из своих ощущений и переживаний; во-вторых, свои оценки и квалификации; в-третьих, свои рефлексии по поводу используемых языковых средств и построения своего текста. Весь обширный репертуар авторского начала текста активно работает в медиасфере, владение им — важная часть компетенции журналиста».

Давая учебнику общую положительную оценку, хотелось бы в то же время обратить внимание на некоторые встречающиеся в нем случаи нечеткого или недостаточно убедительного изложения, которые следовало бы устранить при переиздании. У многих читателей вызовет вопросы размещенная на с. 153–154 таблица «Классификация служебных морфем», где префикс, суффикс и постфикс противопоставлены окончанию как «формообразовательные» морфемы морфемам «словоизменительным». Под формообразованием многие лингвисты понимают образование любых грамматических форм одного и того же слова. Но тогда формообразование и словоизменение оказываются обозначением одного и того же явления и остается непонятным, в чем состоит отличие окончания от других служебных морфем. Если же под словоизменением в учебнике понимается образование лишь таких форм, которые выражают отношение данного слова к другим словам, то об этом следовало бы четко сообщить читателям.

В таблице «Части речи в русской грамматике» (с. 191) наречия обозначены как входящие в класс имен, что не соответствует широко распространенной традиции и, если не является технической ошибкой, допущенной при наборе таблицы, требует убедительного обоснования.

На с. 241 сказано: «С нашей точки зрения, при освоении новых заимствований логичнее придерживаться приема транслитерации, то есть изображать слово максимально близко к варианту языка-источника, так как это избавит от возможных неточностей передачи звукового облика лексемы и позволит незнакому со словом читателю точнее определить связь с оригиналом и, соответственно, самостоятельно вывести лексическое значение языковой единицы». Это утверждение авторы иллюстрируют словом *мерчандайзер* / *мерчендайзер*, при написании которого, по их мнению, предпочтительнее первый вариант. Однако сказанное не может не вызвать у читателей многочисленных вопросов, касающиеся других лексических заимствований. Не следует ли нам на основании только что сказанного единицу хранения информации в компьютере именовать не *файл*, а *филе* (от англ. *file*), не нужно ли называть низкокалорийный прохладительный напиток не *кока-кола лайт*, а *кока-кола лигхт* (от англ. *coca-cola light*) и не переименовать ли нам автомобиль *Пежо*, в *Пеугеот* (от фр. *Peugeot*)?

Разумеется, все эти частные замечания несколько не снижают высокой оценки учебника, которой он, безусловно, заслуживает своей ориентацией на описание тех механизмов языка, которые дают возможность говорящим и пишущим максимально точно реализовать свои коммуникативные намерения. Именно такой учебник необходим студентам факультетов журналистики. Однако не только им. Безусловно, учебник будет полезен будущим учителям, переводчикам и представителям всех других специальностей, для которых язык является «орудием производства».

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодуэн де Куртенэ И. А. Некоторые общие замечания о языковедении и языке // Бодуэн де Куртенэ И. А. Труды по общему языкознанию. М., 1963. Т. 1. С. 47–77.
2. Горшкова И. М. Дискуссионные вопросы организации текста в чехословацкой лингвистике // Синтаксис текста. М., 1979. С. 341–358.
3. Гумбольдт В., фон. Избранные труды по языкознанию. М., 1984.
4. Карцевский С. Об асимметричном дуализме лингвистического знака // Звегинцев В. А. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. М., 1965. Ч. 2. С. 85–90.
5. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика. М., 2000.
6. Щерба Л. В. Новая грамматика // Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974. С. 74–77.

REFERENCES

1. Baudouin de Courtenay I. A. Some general notes about linguistics and language [Nekotorye je obshchije zamechanija o jazykovedenii i iazyke] // Baudouin de Courtenay I. A. Proceedings in general linguistics [Trudy po obshchemu jazykoznaniju]. Moscow, 1963. Vol. 1. Pp. 47–77.

2. *Gorshkova I. M.* Discussion questions of the organization of text in Czechoslovak linguistics [Diskussionnyje voprosy organizatsii teksta v chekhoslovatskoj lingvistike] // Syntax of the text [Sintaksis teksta]. Moscow, 1979. Pp. 341–358.

3. *Humboldt W., von.* Selected works on linguistics [Izbrannyje trudy po jazykoznaniju]. Moscow, 1984.

4. *Kartsevsky C.* On asymmetric dualism of the linguistic sign [Ob asimmetrichnom dualizme lingvisticheskogo znaka] // Zvegintsev V. A. The history of linguistics of XIX–XX centuries in essays and extracts [Istorija jazykoznanija XIX–XX vekov v ocherkakh i izvlechenijakh]. Moscow, 1965. Part 2. Pp. 85–90.

5. *Kobozeva I. M.* Linguistic semantics [Lingvisticheskaja semantika]. Moscow, 2000.

6. *Szczerba L. V.* New grammar [Novaja grammatika] // Szczerba L. V. Language system and speech activities [Yazykovaja sistema i rechevaja dejatel'nost']. Leningrad, 1974. Pp. 74–77.

УДК 81-119
ББК 72.4
ГРНТИ 16.01.13
КОД ВАК 10.02.01

Ю. М. Коняева
Санкт-Петербург, Россия

О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕДИАЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КОМИССИИ МЕЖДУНАРОДНОГО КОМИТЕТА СЛАВИСТОВ

В статье раскрываются основные направления работы медиалингвистической комиссии при Международном комитете славистов: создание и поддержание сайта, проведение международных научно-практических семинаров и круглых столов, издание международного научного журнала «Медиалингвистика».

Ключевые слова: *медиалингвистическая комиссия, международный комитет славистов, медиалингвистика.*

.....
Юлия Михайловна Коняева, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26.
E-mail: yulia.konyaeva@gmail.com.

© Коняева Ю. М., 2014

Медиалингвистика сегодня — стремительно развивающееся научное направление. Активному его развитию способствуют научная и дидактическая потребности в знаниях о закономерностях функционирования языка в массмедиа, поскольку именно язык массмедиа в первую очередь подвергается различным динамическим процессам, в этой сфере формируются на наших глазах новые и новые сферы, обнаруживаются новые закономерности в употреблении национальных языков. Все это заставляет исследователей держать руку на пульсе времени.

Кафедра речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета выступила инициатором создания медиалингвистической комиссии при Международном комитете славистов. Создание комиссии было поддержано не только российскими, но и зарубежными исследователями медиаречи, среди которых широко известны ученые — действительный член Российской академии образования В. Г. Костомаров, член-корреспондент РАН О. Б. Сиротинина, всемирно известный голландский лингвист, профессор Т. ван Дейк, член-корреспондент Польской АН, профессор Ст. Гайда. На XV Международном съезде славистов, проходившем в Минске 27 августа 2013 года, такая комиссия была утверждена.

В состав комиссии вошли ведущие ученые-медиалингвисты из России (И. В. Анненкова, Н. С. Болотнова, Л. Р. Дускаева, М. Ю. Казак, Е. С. Кара-Мурза, В. И. Коньков, А. В. Полонский, В. А. Салимовский, Н. С. Цветова, Т. В. Шмелева, Е. В. Ягунова), Белоруссии (В. И. Ивченков, Т. П. Карпилович, М. И. Конюшкевич), Украины

(Э. Г. Шестакова, А. Г. Шилина, Л. И. Шевченко), Болгарии (Л. Цонева, Е. Стоянова), Польши (Б. Боголебска, Б. Сковронек, Д. Бжозовска). Председателем избрана заведующая кафедрой речевой коммуникации СПбГУ, профессор Л. Р. Дулкаева.

Под эгидой медиалингвистической комиссии сотрудниками кафедры речевой коммуникации института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета проводится работа по нескольким направлениям.

Создание и поддержание сайта «Медиалингвистика — XXI век». Веб-ресурс создан по предложению участников Первого международного научного семинара медиалингвистов, проходившего 7 декабря 2011 года на факультете журналистики Санкт-Петербургского государственного университета. 30 ноября 2012 года в рамках Международной научно-практической конференции «PR и реклама в системе территориального маркетинга» состоялась презентация проекта, цель которого — способствовать изучению речевой деятельности в массмедиа, позволяя российским и зарубежным исследователям обмениваться информацией и объединять усилия для решения научных задач.

На сайте созданы и регулярно обновляются разделы «Новости» (информация о конференциях, книжных новинках и других важнейших медиалингвистических событиях), «Медиалингвистика в лицах» (содержит информацию о более чем 70 исследователях из России, Европы и Азии, занимающихся медиалингвистикой), «Библиотека» (включает несколько сотен научных работ по изучению языка массмедиа на славянских языках) и др.

Проведение международных научно-практических семинаров и круглых столов. С 2011 года кафедрой речевой коммуникации ежегодно проводится семинар «Речевая коммуникация в СМИ». Цель семинара — анализ современного состояния изучения медиатекста, привлечение внимания научного и образовательного сообщества к проблемам медиалингвистики и перспективам развития. В задачи семинара входит консолидация лингвистов различных направлений; укрепление научных и учебных связей между специалистами России и Европы; обсуждение направлений перспективных медиаисследований, проводимых на стыке различных дисциплин; обмен опытом проведения медиалингвистических исследований. Семинар ориентирован на обсуждение актуальных проблем современной медиалингвистики, ознакомление с современным состоянием лингвистической науки, ориентированной на изучение языка СМИ.

Первый семинар «Медиатекст как полиинтенциональная система» прошел 7–8 декабря 2011 года. Второй — «Речевая коммуникация в средствах массовой информации» — 17–19 апреля 2013 года. В марте 2014 года в СПбГУ состоялся третий семинар — «Речевые жанры в массмедиа». Итоги семинаров отражены в сборниках научных трудов и размещены в библиотеке сайта «Медиалингвистика — XXI век».

С 2014 года география проведения семинаров расширилась. Так, 10 марта семинар проходил в Минском государственном университете (Республика Беларусь), 19 марта — в Московском государственном университете, 2 апреля — в Белгородском государственном университете. С информацией о мероприятии

ях можно познакомиться на сайте medialing.spbu.ru. В последующие годы планируется расширить географию и провести семинары в Польше и в Болгарии.

Издание международного научного журнала «Медиалингвистика». В Санкт-Петербургском государственном университете с мая 2014 года начинается издание нового международного научного электронного журнала «Медиалингвистика». Издание уже зарегистрировано в Международном центре ISSN. Издателем и учредителем журнала является Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ. Журнал создается на базе сайта «Медиалингвистика — XXI век» и тематических сборников научных материалов и статей серии «Медиалингвистика». Рабочие языки — русский и английский.

Задача нового журнала — адекватное отражение состояния современной медиалингвистики как отрасли языкознания, максимально полное освещение наиболее интересных и значимых научных подходов к языку СМИ. Редакционная коллегия планирует размещение статей, посвященных общетеоретическим проблемам, функционированию языковых средств в массмедиа, типологии медиаречи, сопоставительному изучению и др.

Преемственность журнала «Медиалингвистика» по отношению к сайту и сборнику научных трудов редакция подчеркивает единством названия и сохранением нумерации: первый номер журнала является одновременно четвертым выпуском сборника. Редакционный портфель набран уже на три номера. Авторами статей стали ученые из России, Болгарии, Польши, Белоруссии, Украины, Китая, Германии, Финляндии.

УДК 81-11
ББК 81.2
ГРНТИ 16.01.07
КОД ВАК 10.02.01

А. Н. Сперанская
Красноярск, Россия

**ЭКОЛОГИЯ ЯЗЫКА:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
В XXI ВЕКЕ. О МЕЖДУНАРОДНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
«ЭКОЛОГИЯ ЯЗЫКА
И КОММУНИКАТИВНАЯ
ПРАКТИКА»**

В статье рассмотрена основная проблематика докладов Международной научной конференции «Экология языка и коммуникативная практика», состоявшейся 2–4 октября 2014 года в Сибирском федеральном университете. Представлен обзор выступлений, посвященных экологии языка, относительно новому направлению междисциплинарных лингвистических исследований.

Ключевые слова: *экология языка, международная конференция, сохранение языков, функционирование языка.*

Алевтина Николаевна Сперанская, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и речевой коммуникации Института филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета. 660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 82, стр. 1. E-mail: alsperanskaya@yandex.ru.

© Сперанская А. Н., 2014

Международная конференция «**Экология языка и коммуникативная практика**» прошла 2–4 октября 2014 года в Сибирском федеральном университете (г. Красноярск).

Экология языка (эколингвистика, лингвоэкология) — относительно новая междисциплинарная дисциплина с лингвистическим ядром. Если коротко сформулировать основные задачи эколингвистического раздела языкознания, то это, во-первых, предотвращение регресса и, во-вторых, развитие языка. Именно о таком биполярном понимании данной научной дисциплины говорил в своем программном докладе «К философским основаниям предметной области эколингвистики» доктор филологических наук, профессор **А. П. Сквородников** (СФУ, Красноярск). Теоретическому осмыслению понятий «экология языка», «экологическая лингвистика» и их отношению к понятию «лингвоэкология» был посвящен доклад «Два взгляда на экологию языка и экологическую лингвистику» доктора филологических наук, профессора **А. В. Кравченко** (Байкальский госуниверситет экономики и права, Иркутск).

Прозвучавшие далее пленарные доклады первого заседания по их содержательной доминанте можно обобщенно представить как направленные на сохранение языков и обращенные к их функционированию.

Первый аспект содержался в докладе «“Экология языка”, “языковое разнообразие” и др.: о плюсах и минусах биологических метафор в лингвистике» доктора филологических наук, профессора **Е. В. Головки** (Институт лингвистических исследований РАН; Европейский университет, Санкт-Петербург). Докладчик обратил внимание на то, что лингвистические тер-

мины нередко метафоричны, тем более в такой сфере, как сохранение языков, которое очень напоминает научную парадигму сохранения биологических видов. Е. В. Головкин говорил о знании и сохранении языка не как системы правил его функционирования, а как умения включаться в полноценную коммуникацию с соблюдением вербальных и невербальных средств.

Семиотике телесности и ее мультимодальности был посвящен доклад «Семиотическая концептуализация тела и проблема мультимодальности» доктора филологических наук, профессора **Г. Е. Крейдлина** (РГГУ, Москва). Ученый показал соотношение вербальных и невербальных телесных единиц, а также представил описание некоторых соматических объектов с использованием признакового подхода.

Второй эколингвистический аспект был отражен в докладах Т. В. Матвеевой, Н. Н. Болдырева, Е. С. Кара-Мурзы. В выступлении «Ведение диалога как сфера эколингвистики» доктор филологических наук, профессор **Т. В. Матвеева** (Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург) обозначила проблему системного лингвоэкологического подхода к диалогическому речевому общению. Докладчик предложила при речедетальностном анализе неформальной диалогической речи опираться на системно-ценностное осмысление речевой коммуникации. Основной единицей описания речевого взаимодействия является речевой поступок, цель лингвоэкологического описания — установление перечня стандартных речевых поступков. Коммуникативная лингвоэкология, по мнению докладчика, требует модификации лексикографического оформления полученных результатов, подготовки коммуникативно-культурных словарей широкой адресованности.

Доклад доктора филологических наук, профессора **Н. Н. Болдырева** (Тамбовский госуниверситет им. Г. Р. Державина) «Когнитивный контекст как фактор экологии языка и сознания» был посвящен современной языковой практике. Доклад содержал как теоретические положения (соотношение сознания и языка, осмысление функций эколингвистики), так и многочисленные примеры и авторские комментарии к ним, которые показывали практическую значимость работы эколингвиста и поясняли проблемы функционирования языка в социуме. В понятие когнитивного контекста включен весь опыт взаимодействия человека с миром, его знания о мире; показано, как реализуется данный опыт в письменных текстах. При анализе материала автор использовал метафорические и эмоциональные наименования, например, «концептуальная каша». Подводя итог сообщения, Н. Н. Болдырев сформулировал задачу эколингвистики как сохранение когнитивного контекста.

Проблематика лингвоконфликтологии рассматривалась в докладе кандидата филологических наук, доцента **Е. С. Кара-Мурзы** (МГУ им. М. В. Ломоносова) «Лингвоконфликтология как направление в духе экологии языка». Докладчик познакомила участников конференции с вузовским вариантом лингвоконфликтологии, который является пропедевтическим курсом к теории и практике судебной лингвистической экспертизы и должен служить профилактике информационных споров и судебных разбирательств в журналистике и в рекламе. Автор соотнесла лингвоконфликтологию с широко понимаемой проблематикой лингвоэкологии и профессиональной культурой

речи медиарботников. В лингвоконфликтологии к триаде норм (языковых, коммуникативных, этических), которые задают критерии культурно-речевой оценки, Е. С. Кара-Мурза добавила нормы профессиональной этики и права, которые, по ее мнению, служат важной надстройкой, знаменующей высший уровень регуляции речевой деятельности.

Доклады второго пленарного заседания были направлены на изучение различных языковых и речевых практик. В докладе доктора филологических наук, профессора **Р.-Ф. Ратмайр** (Экономический университет, Австрия) «У кого больше власти? Обмен ролями на собеседованиях при приеме на работу: примеры из практики» речь шла о конкретных коммуникативных действиях участников диалога, протекающего в специфическом жанре собеседования. Сообщение Р.-Ф. Ратмайр содержало практические советы и профессиональные комментарии.

В докладе «Стилистические аспекты сетевой коммуникации» доктор филологических наук, профессор **Б. Топович** (Институт славистики Грацкого университета им. Карла и Франца, Австрия) представил цельную картину функционирования языка в Интернете, автор определил предмет интернет-стилистики, её цель, задачи и категории.

Доктор филологических наук, профессор **Л. Р. Дускаева** (Санкт-Петербургский госуниверситет) в докладе «Исследования языка массмедиа в России: константы и переменные» соотносила общие эколингвистические проблемы с конкретными проблемами исследования языка массмедиа. Автор задала праксиологический вектор, то есть научную область, занимающуюся изучением реализации человеческих ценностей в реальной жизни. Л. Р. Дускаева обобщила уже сложившиеся подходы массмедийных изысканий, их возможности, а также подробно показала перспективы этого направления, частью которого, по мнению автора, является праксиология массмедиа.

Доктор филологических наук, профессор **И. Н. Борисова** (Гуманитарный университет, Екатеринбург) в докладе «Речевая практика в аспекте прагматической системности» представила детальное описание речевого поступка на основе идей (пере)кодирования.

Одному из аспектов коммуникативной диалектологии было посвящено выступление доктора филологических наук, профессора **О. В. Фельде** (СФУ, Красноярск) «Ангарский меморат как объект лингвистического анализа». Автор представил теоретическое осмысление проблемы функционирования устного диалектологического текста и практические результаты диалектологических экспедиций в Нижнее Приангарье.

В выступлении доктора филологических наук, профессора **В. И. Аннушкина** (Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, Москва) «Термины язык — речь — слово и предмет филологии в свете проблем современного образования» содержалось описание использования названных в докладе терминов в различных учебниках по риторике. Автор сформулировала задачу филологии как построение благополучия через язык и обратила внимание аудитории на то, что стиль нашей жизни формируется словом.

Секционные заседания конференции проходили по четырем темам: «**Экология языка в литературной критике и язык художественной литературы**», «**Коммуникативные практики институционального общения**», «**Эколинг-**

вистика и стилистика креатива: точки соприкосновения» и «Кросс-культурные и социальные аспекты коммуникации».

Закончилась конференция круглым столом **«Проблема дисциплинарного статуса эколингвистики»**, на котором основными докладчиками стали кандидат филологических наук, доцент А. А. Бернацкая (СФУ, Красноярск) и доктор филологических наук, доцент Г. А. Копнина (СФУ, Красноярск). **А. А. Бернацкая** выступила с сообщением «Лингвоэкология и «критика языка»», в котором объектом исследования был избран междисциплинарный сегмент, объединенный понятием критики языка / речи как особого рода метаязыковой деятельности. В докладе рассматривались три значения словосочетания «критика языка», а также феномены пуризма, феминизма и политкорректности в их отношении к лингвоэкологии. Выступление **Г. А. Копниной** «Экология языка и экология речи как разделы эколингвистики» подытоживало теоретические разработки эколингвистической области. Автор говорила о том, что многоаспектность эколингвистических исследований способствует выделению целого ряда направлений в составе эколингвистики, требующих системного осмысления. Экология языка и экология речи рассматривались Г. А. Копниной как разделы эколингвистики, имеющие свой объект, предмет, понятийно-терминологический аппарат и складывающуюся методологию исследования. Удачным признала докладчик введение в терминологический аппарат эколингвистики понятия «экологического портрета языка» (О. П. Жданова). Степень экологичности речи, по мнению автора, должна определяться с учетом цели осуществляемого речевого поведения и ее языковой реализации.

Подводя итог, можно сказать, что значение международной конференции «Экология языка и коммуникативная практика» заключается в том, что были определены позиции различных лингвистических дисциплин по их отношению к эколингвистике. На конференции были рассмотрены прикладные и теоретические аспекты, которые могут входить в единое научное пространство, объединенное идеей сохранения и развития языка.

В заключение отметим, что часть прозвучавших докладов опубликована во втором номере сетевого научного журнала «Экология языка и коммуникативная практика» за 2014 год. Остальные доклады будут напечатаны в ближайшем номере (см. <http://ecoling.sfu-kras.ru/>).

О прошедшей конференции можно прочитать также в газетных изданиях «Новая университетская жизнь» (<http://gazeta.sfu-kras.ru/node/4285>) и «Сибирский форум» (<http://sibforum.sfu-kras.ru/node/631>).

УДК 81-119
ББК 72.4
ГРНТИ 16.01.13
КОД ВАК 10.02.01

И. В. Анненкова
Москва, Россия

«МОСКОВСКАЯ СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ШКОЛА»: ПЕРВЫЙ СЕМИНАР. МГУ, 16 ОКТЯБРЯ 2014 ГОДА

Хроника посвящена первому научному семинару «Московская стилистическая школа», который органично вырос из круглого стола «Текст: классические и новые парадигмы исследования». Семинар проходил на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и собрал ведущих ученых, разрабатывающих различные проблемы в области текста, медиатекста и медиасистем.

Ключевые слова: *Московская стилистическая школа, парадигмы исследования текста, эстетика современного текста, этика современного текста, медиатекст, школа профессора В. П. Вомперского.*

Ирина Васильевна Анненкова, доктор филологических наук, профессор кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.
127009, Москва, ул. Моховая, 9.
E-mail: anneirina@yandex.ru.

© Анненкова И. В., 2014

16 октября 2014 года на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова прошел первый научный семинар «Московская стилистическая школа».

Когда мы говорим о той или иной научной школе, мы мысленно обращаемся к тем исследователям, чьи труды эту школу формировали, мы осмысливаем тот путь в науке, который они проторили. Тартуская школа — это Ю. М. Лотман, Харьковская — А. А. Потебня и Д. Н. Овсяннико-Куликовский, Казанская — И. А. Бодуэн дэ Куртенэ, Пермская — М. Н. Кожина.

Основы стилистики как самостоятельной дисциплины, заложенные когда-то В. В. Виноградовым, были продолжены в Московском университете К. И. Былинским, Д. Э. Розенталем, А. И. Калининим, В. П. Вомперским, И. В. Толстым, Н. Н. Кохтевым, В. И. Вакуровым, С. В. Светаной-Толстой, М. В. Зарвой, Ю. А. Бельчиковым, Г. Я. Солгаником и многими другими учеными. Но, как и любая другая, Московская стилистическая школа не ограничивается стенами Московского университета. Осмысление функционально-стилистических, индивидуально-авторских, композиционно-риторических, психолингвистических и иных параметров речевой деятельности человека, традиции глубокого, взвешивающего анализа текста — это то, что всегда было свойственно московским ученым. В этом смысле к Московской стилистической школе принадлежали и В. В. Одинцов, и Л. А. Новиков, и В. П. Григорьев. К этой школе, несомненно, относятся такие ученые, как В. Г. Костомаров (президент ИРЯ имени А. С. Пушкина), Л. Г. Кайда (выпускница ЛГУ, заслуженный профессор Мадридского университета Комплутенсе), Е. Н. Ремчукова (профессор РУДН), Н. В. Уфимцева

(выпускница ЛГУ, главный научный сотрудник Института языкознания РАН), В. И. Тюпа (профессор РГГУ), В. И. Аннушкин (профессор ИРЯ имени А. С. Пушкина), Н. М. Азарова (ведущий научный сотрудник Института языкознания РАН) и многие другие. Вместе с тем именно в Московском университете на факультете журналистики была создана первая в стране кафедра стилистики русского языка. Профессора и преподаватели этой кафедры в полной мере осознают, какое богатство они унаследовали и какая ответственность лежит на них в сохранении и развитии традиций выдающейся научной школы.

Конференции и симпозиумы всегда рассматриваются учеными как важная часть научной деятельности. Но они чаще всего имеют характер своеобразной «парадности» и «отчетности». Как более камерные формы, семинары предполагают непринужденное научное общение не только в кулуарах, но и непосредственно за круглым столом «научных переговоров». Именно поэтому «Московская стилистическая школа» выбрала формат семинара, и именно поэтому провела его в форме двух круглых столов.

Первое заседание стало органичным продолжением предыдущего круглого стола, который прошел в стенах факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова 4 апреля 2013 года. Собственно, и название семинара — «Текст: классические и новые парадигмы исследования» — было predeterminedено первым круглым столом. Полтора года назад курс был взят на лингвофилософское осмысление не только современного медиатекста, но и текста в самом широком смысле. Первый круглый стол задал и тематику второго — «Эстетика и этика современного текста».

На заседании круглого стола «Эстетика и этика современного текста» с докладами выступили доктор филологических наук, профессор МГУ и Мадридского университета Комплутенсе Л. Г. Кайда («Эстетический императив современного интермедийального текста. Рецензия как эхо эстетики современного театра»); доктор филологических наук, старший научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова М. Г. Шилина («Эстетика гипертекста Интернета: новейшие реалии и формирование методологии исследования»); преподаватель кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова М. М. Груздева («Эстетические особенности современной театральной рецензии»); доктор филологических наук, профессор РГГУ Е. Н. Басовская («О людях с длинными названиями. Политкорректное слово в публицистическом тексте»); доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и лингвистических коммуникаций в управлении Государственного университета управления Т. Т. Черкашина («Языковые контактоустанавливающие средства как этические маркеры диалогичности»); кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры стилистики факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова Н. Д. Бессарабова («Осторожно: бюрократизм в языковом выражении»); кандидат филологических наук, доцент Е. Ф. Овчаренко («"Конец цитаты". Цитирование в современном тексте глазами исследователя: этический аспект»). В заседании круглого стола приняли участие преподаватели факультета (Т. В. Кузнецова, Е. К. Гурова, Ю. Г. Бахирев, Л. Я. Шнейберг), аспиранты и студенты.

Второй круглый стол прошел как чтения памяти профессора Московского университета Валентина Павловича Вомперского. Ученик В. В. Виноградова, А. К. Гудзия, Е. М. Галкиной-Федорук, он сам воспитал целую плеяду учеников, которые стали учеными, преподавателями, журналистами. Современная кафедра стилистики русского языка — это во многом его детище и по идеям, и по людям, которые на ней работают. И. В. Анненкова, Н. Д. Бессарабова, Н. Н. Василькова, Е. С. Кара-Мурза, Н. И. Клушина, Т. В. Кузнецова, Н. В. Куницына, Н. С. Лопухина, В. В. Славкин, В. Н. Суздальцева, Т. И. Сурикова, В. М. Шестова — это сегодня то ядро кафедры стилистики, которое было сформировано трудами и усилиями профессора Валентина Павловича Вомперского.

На чтениях выступили не только ученики В. П. Вомперского, но и последователи его идей, его коллеги и соратники — все те, кто соприкоснулся с этой незаурядной личностью, обладавшей энциклопедическими знаниями и воплощавшей высокую культуру профессора Московского университета.

Заявлено было пять докладов: В. И. Аннушкин («В. П. Вомперский — исследователь истории русских филологических наук»), В. Н. Суздальцева («“Высокое / низкое”: ориентационные метафоры как средство выражения оценки»), В. В. Славкин («Вопросы грамматики в трудах профессора В. П. Вомперского»), Е. С. Кара-Мурза («Стилистические исследования в трудах профессора В. П. Вомперского»), Н. А. Ревенская («В. П. Вомперский — главный редактор журнала “Русская речь”»). Многие из присутствовавших не могли не поделиться своими воспоминаниями о Валентине Павловиче Вомперском как об ученом и человеке. Именно такой пафос был задан модератором круглого стола. В выступлениях Л. Г. Кайды, Е. Н. Ремчуковой, Н. И. Клушиной было выражено глубокое уважение и почтение к личности ученого и человека, которого вспоминали.

Семинар «Московская стилистическая школа» открыл новую страницу в научной жизни Московского университета и ученого сообщества Москвы. Семинар «Московская стилистическая школа» заявлен как постоянно действующий и приглашает ученых России и зарубежья к сотрудничеству.

Р. С. Полная версия докладов и дискуссий семинара «Московская стилистическая школа» будет опубликована в журнале «Журналистика и культура русской речи».

ABSTRACTS

Т. Г. Добросклонская

Москва, Россия

МЕДИАЛИНГВИСТИКА: ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКА СМИ

В статье представлены основные принципы медиалингвистики, её теория, методы, ключевые направления исследований. Предметом медиалингвистики является функционирование языка в средствах массовой информации, в качестве базовой категории выступает медиатекст, который рассматривается как неразрывное единство знаковых единиц вербального и медийного уровней, объединённых в том или ином устойчивом медиаформате. К основным типам медиатекстов относятся новости, информационная аналитика, публицистика, реклама.

Ключевые слова: медиалингвистика, медиатекст, массмедийный дискурс, типология медиатекстов, лингвокультурология.

Об авторе: Добросклонская Татьяна Георгиевна, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

119899, Москва, Ломоносовский проспект, 31, к. 402.

E-mail: tatdobro@mail.ru.

I. P. Lysakova

St. Petersburg, Russia

SOCIOLINGUISTIC ANALYSIS OF PRESS: HISTORY, TECHNOLOGY, ACTUALITY

The paper deals with the theoretical basis for sociolinguistic press analysis and historic roots of social linguistics (sociolinguistics) and suggests a technology for sociolinguistic analysis of Russian newspaper language.

Key words: social linguistics, newspaper, style, text, audience.

About the author: Irina Pavlovna Lysakova, PhD, Professor, Chair of the Crosscultural Communication Department, Herzen State Pedagogical University of Russia.

199053, St. Petersburg, V. O., 1st Line, 52, room 53.

E-mail: lip1010@yandex.ru.

I. A. Veshchikova

Moscow, Russia

TELEVISION SPEECH IN THE PHONOSTYLISTIC ASPECT

The paper deals with the results of the study of the orthoepical components of the television speech in the different pronunciation epochs. The material of the study is based on the recording of information, publicistic and cognitive programs. The analysis revealed that the direction on the uniformity adopted by professionally-oriented dictionaries does not respond to the real situation. Stylistic flexibility of the television speech characteristic for Soviet- and Postsoviet epochs is a consequence and reflection of the diversity of the television broadcast.

Key words: orthoepy, television speech, codified norms, non-codified norms, phonostylistics.

About the author: Irina Andreevna Veshchikova, PhD, Associate Professor of the Chair of the Russian Language Stylistics of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University.

117463, Moscow, Karamzina proezd, 5, room 270.

E-mail: irinavmgu@gmail.com.

M. A. Kormilitsyna, O. B. Sirotinina

Saratov, Russia

INDIVIDUAL STYLE OF A JOURNALIST. PART 1.

The article studies the notion “individual style of a journalist” and presents the analysis of individual styles of M. Rostovsky (“The Moskovsky Komsomolets”), V. Kostikov (“The Argumenty i Fakty”), L. Radzihovsky (“Rossiyskaya Gazeta”) and Yu. Kalinina (“The Moskovsky Komsomolets”), their common and peculiar features in certain contexts. The characteristic aspects of L. Radzihovsky’s individual style is specified.

Key words: individual style, M. Rostovsky, V. Kostikov, features and peculiarities of speech.

About the authors: Margarita Anatolyevna Kormilitsyna, PhD, Professor, Chair of the Department of the Russian Language and Speech Communication, Institute of Philology and Journalism, Chernyshevsky Saratov State University.

410012, Saratov, Astrakhanskaya ul., 83, University Building XI, room 310.

E-mail: margarita-kormil@mail.ru.

Olga Borisovna Sirotinina, PhD, Professor of the Department of the Russian Language and Speech Communication, Institute of Philology and Journalism, Chernyshevsky Saratov State University.

410012, Saratov, Astrakhanskaya ul., 83, University Building XI, room 310.

E-mail: skunak@mail.ru.

V. I. Konkov

St. Petersburg, Russia

SPEECH ORGANIZATION OF THE FASHION MAGAZINE

In the article the speech organization of the fashion magazine is analyzed. Text edition is considered as the signs of different semiotic genesis. Particular attention is focused on such genre as the text under the photo. In the article the dominant modus of expression and the basic ways of modality expressing imperative are described. Much attention is paid to the proper names, which are of particular importance in the fashion magazine. The fashion-theme is socially structured, so a social value plays an important role in the shaping of the content.

Key words: fashion magazine, text, visual information.

About the author: Vladimir Ivanovich Konkov, PhD, Professor of the Chair of speech communication of St. Petersburg State University.

199004, St. Petersburg, V. O., 1st Line, 26, room 703.

E-mail: v_konkov@mail.ru.

N. A. Kornilova

St. Petersburg, Russia

MEANS OF PHATIC SPEECH EXPRESSION IN MASS MEDIA DISCOURSE

Means of expression of phatic meanings in modern mass media discourse are considered in the article from the point of view of intentional stylistics. In the article modern scientific conception of phatic is briefly represented. The existence of phatic speech in mass media texts is substantiated. Varieties of tone in which phatic speech is embodied in mass media are singled out. Particular intentions of phatic intentionality in mass media are enumerated. Stylistic analysis reinforces theoretical principles.

Key words: phatic speech, intention, mass media discourse, language means.

About the author: Natalia Anatol'evna Kornilova, candidate of philology, lecturer of the Chair of Speech Communication of St. Petersburg State University.

195269, St. Petersburg, Uchitel'skaja ul., 18-1, apt. 1048.

E-mail: natata_k@mail.ru.

M. I. Konyushkevich

Grodno, Belarus

TEXT ENDING. ARTICLE 2. THE TYPOLOGY OF ANALYTICAL TEXT ENDINGS

The most used endings according to their linguistic realization in the analytical newspaper text are discussed in the article. The classification is based on the author's intention which

is consolidated in the basic structures and marked with communicative registers and specialized linguistic means. The following types of endings (with species and varieties) in accordance with the above criteria are identified: 3 types of interrogative sentences; 2 types of declarative sentences — with ought meaning and the resulting (summarizing, generating, evaluative, connecting); statements of conditionality; structures with another speech (citation, free indirect discourse, allusions and others); autosemantical statements (postscript and reference); 1 type of imperative sentences.

Key words: *text ending, analytical newspaper text.*

About the author: Maria Iosifovna Konyushkevich, PhD, Professor of the Department of Journalism, Grodno State University named after Yanka Kupala. Belarus, 230023, Grodno, Ozheshko ul., 22, GrSU, of. 319.
E-mail: marikon9@mail.ru.

Zh. Huiqin
Beijing, China

THE IMAGE OF CHINA IN THE RUSSIAN PERCEPTION BY ANALYZING RUSSIAN NETIZENS COMMENTS ON NEWS REPORTS ABOUT CHINA

Based on the theory of fantasy-theme criticism, the purpose of this study is to identify the image of China in the Russian perception by analyzing Russian netizens comments on news reports about China. The methods of linguistic analysis of expressions on attitudes toward a country is used.

Key words: *image of China, comments on news reports, fantasy-theme criticism, netizen.*

About the author: Zhang Huiqin, PhD, Professor, Head of the Russian Department, Beijing International Studies University.
100024, Beijing, Chaoyang District, Dingfuzhuang Nanli st., 1, building 1, room 916,
E-mail: zhanghq1992@hotmail.com.

M. V. Mamych
Odessa, Ukraine

LINGUISTIC AND SOCIOCULTURAL INTENTIONS OF PROPER NAMES IN WOMEN'S MAGAZINES

The article examines the cultural-national, cultural-historical, socio-professional intentions of proper names that are fixed in the publications of the Ukrainian magazine “Zhinka” issued at the end of XX century. The place of antroponyms in formation of the lingvosociocultural competence in public consciousness of readers of women’s magazine is defined. Informally-notional and figuratively-evaluative properties of determinants of

intentional style in publications about media persons (epithets, paraphrase, metaphorical expressions developed in the national media culture to deploy journal texts about famous people) are determined.

Key words: *proper name, lingvosociokultural competence, intentionality style.*

About the author: Miroslava Vladimirovna Mamysh, PhD, Head of the Applied Linguistics Department at the Faculty of Journalism, National University "Odessa Law Academy".

65072, Odessa, Generala Petrova ul., 4922.

Email: miroslavamirosov@mail.ru.

E. V. Stoyanova
Shumen, Bulgaria

**GUSTATORY METAPHOR
OR CONNECTION BETWEEN TRADITION AND MODERNITY
(ON THE MATERIAL OF RUSSIAN AND BULGARIAN MEDIA TEXTS)**

The article examines gustatory metaphor in Russian and Bulgarian media discourse. This metaphorical model belongs to anthropomorphic and artifact metaphors and is located at the intersection of these two types. The main tasks of the article are to outline the submetaphor "Society — basic tastes and its variations", to identify gustatory sensations, which are source of Russian and Bulgarian metaphors in the framework of modern linguistic-cultural situation, and also to analyze the development of gustatory metaphors in the context of "tradition — modernity correlation".

Key words: *metaphor, metaphorical model, linguistic and cultural situation.*

About the author: Elena Viktorovna Stoyanova, PhD, Professor of the Chair of Russistics, Konstantin Preslavsky University of Shumen,

9700, Shumen, Universitetska st., 115.

E-mail: elvikstoyanova@abv.bg.

M. Yu. Fedosyuk
Moscow, Russia

**NOT ONLY FOR JOURNALISTS
Book Review: Modern Russian [Sovremennyj russkij jazyk]:
Textbook for Universities / Ed. L. R. Duskaeva. St. Petersburg.: Piter, 2014. 352 p.**

In the review a new textbook on the Russian language for journalism departments is analyzed. In comparison with traditional formal descriptions of the Russian language the book differs advantageously by the description of Russian as a set of different "techniques of verbalization" used for transmission of thought content.

Key words: Russian language, media, techniques of verbalization, intentions of the sender.

About the author: Mikhail Yurievich Fedosyuk, PhD, Professor of the Department of Comparative Language Studies, Lomonosov Moscow State University.
119192, Moscow, Lomonosovskij pr., 31/1, room 234.
E-mail: m.fedosyuk@yandex.ru.

Yu. M. Konyaeva

St. Petersburg, Russia

**ABOUT THE ACTIVITIES
OF THE MEDIA LINGUISTIC COMMISSION
OF THE INTERNATIONAL SLAVISTS COMMITTEE**

The article describes the main activities of the Media Linguistic Commission of the International Slavists Committee: creating and maintaining a website, organizing international scientific and practical seminars and round tables, publication of the international scientific journal "Media Linguistics".

Key words: *the Media Linguistic Commission, the International Slavists Committee, media linguistics.*

About the author: Yulia Mikhailovna Konyaeva, PhD, Senior Lecturer of the Department of Speech Communication, St. Petersburg State University.
199004, St. Petersburg, V. O., 1st Line, 26.
E-mail: yulia.konyaeva@gmail.com.

A. N. Speranskaya

Krasnoyarsk, Russia

**ECOLOGY OF LANGUAGE:
PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN THE XXI CENTURY
(ON THE INTERNATIONAL CONFERENCE
"ECOLOGY OF LANGUAGE AND COMMUNICATIVE PRACTICE",
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY, 24 OCTOBER 2014)**

The article focuses on the reports of the International scientific conference "Ecology of language and communicative practice", held on 2-4 October 2014 at the Siberian Federal University. It is presented an overview of studies on the ecology of language, a relatively new area of interdisciplinary linguistic research.

Key words: *ecology of language, international conference, preservation of languages, the functioning of language.*

About the author: Alevtina Nikolaevna Speranskaya, PhD, Associate Professor of the Department of Russian Language, Literature and Speech Communication, Institute of Philology and Language Communication, Siberian Federal University.
660041, Krasnoyarsk, Russia, Svobodniy pr., 82/1.
E-mail: alsperanskaya@yandex.ru.

I. V. Annenkova

Moscow, Russia

**“MOSCOW SCHOOL OF STYLISTICS”: THE FIRST SEMINAR.
MOSCOW STATE UNIVERSITY, 16 OCTOBER 2014**

The article is dedicated to the first research seminar “Moscow school of stylistics” that has organically grown out of the round table “The text: classic and new paradigms of research”. The seminar took place at the Faculty of Journalism of Moscow State University and gathered the leading scientists, developing various problems in the field of the text, media text and media systems.

Key words: Moscow school of stylistics, paradigms of text research, modern text aesthetics, modern text ethics, media text, professor V. Vomperski school.

About the author: Irina Vasilievna Annenkova, PhD, professor of Department of Russian Stylistics, Faculty of Journalism, Moscow State University.
127009, Moscow, Mohovaya ul., 9.
E-mail: anneirina@yandex.ru.

Макет и оформление обложки: *С. Е. Курочкин*
Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 12.12.2014.
Формат 60x84/8. Гарнитура Noto Serif. Печ. л. 9.
Тираж 60 экз. Заказ 126.

Отдел допечатной подготовки
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26.