

# Развлекательное телевидение и социальные смыслы коммуникации

## Entertainment TV and Social Nature of Communication

DOI: 10.12737/7773

Получено: 01 ноября 2014 г. / Одобрено: 04 ноября 2014 г. / Опубликовано: 17 февраля 2015 г.



**В.М. Березин**

Д-р филол. наук, профессор,  
Российский университет дружбы народов,  
Россия, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6,  
e-mail: redaktsia-rudn@mail.ru

**V.M. Berezin**

Doctor of Philology, Professor,  
Russian People's Friendship University,  
6 Miklukho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russia,  
e-mail: redaktsia-rudn@mail.ru

### Аннотация

В статье исследуются тенденции телевизионного эфира последних десятилетий. Особое внимание уделяется последнему периоду, начиная с декабря 2013 г. Делается вывод о стремлении создателей программ привлечь телевизионную аудиторию передачами и фильмами о насилии и агрессии, а в качестве альтернативы «черным» сторонам жизни предлагаются ток-шоу и передачи о скандалах и конфликтах из жизни звезд и представителей элиты. Телевизионную коммуникацию автор исследует, отталкиваясь от основных научных взглядов как отечественных (М. Бахтин, С. Булгаков, Ю. Лотман), так и зарубежных (Н. Луман, Ю. Хабермас) ученых. Западные мыслители по-новому сформулировали мысли, высказанные философами и филологами из России, которые проповедовали идею достижения согласия в рассуждениях и спорах о духовном мире человека. Его языковая способность, языковая активность не должны развиваться по пути лишь внешней формализации, достижения внешних эффектов, а осуществляться путем приращения новых духовных смыслов бытия. Большое внимание уделяется исследованию процессов трансформации отношения к публицистике как ведущему направлению журналистики. Это делается именно в силу того, что в телевизионных медийных продуктах — и зарубежных, и отечественных — снижаются ценностные критерии отражения объективной реальности.

**Ключевые слова:** публицистика, телекоммуникация, гламур, гедонизм, агрессия, нравственные ценности, коммерциализация эфира, границы и смыслы высказывания, лингвистический анализ.

К такой постановке проблемы склонилась мысль Н. Лумана, высказанная им в книге «Реальность масс-медиа»: «Смысл развлечения состоит именно в том, чтобы не искать и не находить повода для ответа коммуникацией на коммуникацию. Вместо этого наблюдатель может сосредоточиться на мотивах и переживаниях описанных в тексте лиц» [7, с. 92]. Действительно, зачем усложнять и без того сложную, связанную со многими проблемами жизнь? Лучше уйти от нее, от проникновения во все новые и новые ее смыслы, от рефлексии и корректировки собственных решений и поступков.

Однако новые социальные реалии должны рождать и новые социальные смыслы бытия, новые социальные идеалы. Но с началом эпохи российской либерализации, характерной, в основном, совокупностью самых различных, порой диаметрально противоположных ценностей и истин, из научного оборота исследовательской мысли в области теории СМИ и МК постепенно ушли понятия «справедли-

### Abstract

The article explores the trends in TV broadcasting of recent decades. Special attention is given to the latest period starting December 2013. The conclusion is made that TV producers and authors are set to pull audience with content spilling aggression and violence while talk shows and personals serve as an alternative to the dark side of life. The author investigates the telecommunication on the basis of academic views of national (M. Bakhtin, S. Bulgakov, J. Lotman) and foreign researchers (N. Luhmann, J. Habermas). Western thinkers from a new angle articulated ideas generated by the Russian philosophers and scholars who preached consensus in considerations and debates on the human spirit. The linguistic performance of the spirit should not develop by the way of surface formalization, just for show but should go along augmentation of spiritual significance of being. Much attention is given to analyzing the shift of attitude towards social and political journalism as a tramline in journalism. This is due to the fact that the value criteria in reflecting the objective reality are being lowered in TV media products both at home and overseas.

**Keywords:** publicism, telecommunication, glamour, hedonism, aggression, moral values, commercialization of broadcast, essence and bounds of pronouncement, linguistic analysis, linguistic performance, communication competence.

вость», «общественное благо и общественный идеал», «добролюбие и эстетическая гармония» как структурообразующие принципы теории познания. Восторжествовали принципы индивидуализма и прагматизма, культ потребительства и гедонизма, приводящие к нравственной, правовой и эстетической вседозволенности, оправдываемой в целом лозунгом свободы личности.

Теоретики СМИ в этих условиях столкнулись с необходимостью или оправдывать теоретически новые ценностные ориентации журналистики, дабы те или иные газеты, журналы, телеканалы могли выжить в условиях коммерциализации, либо уйти в оппозицию к официальной журналистике, продолжать исповедовать прежние идеи и принципы, сохранив социалистическое ядро (в его общечеловеческом понимании) личностного мировоззрения.

Особенно резко сократилось количество местных и региональных изданий, ориентированных на переносимые ценности нормального, традицион-

ного человеческого бытия, лишаемых из-за проведения принципиальной гуманистической редакционной политики финансовой поддержки и коммерческих структур, и государства. Дело дошло до того, что даже, например, в олимпийском Сочи читатели не могут купить в киосках местную прессу, узнать о местных событиях, кроме как из приложений к федеральным и региональным изданиям («Московский комсомолец», «Комсомольская правда», краевые СМИ). Известно, за счет какого рода информации выжили и сохранились на рынке эти первые две газеты, сохранившие старые бренды, как бы дразня читателей нравственными ценностями прошлого.

В ряде случаев новейшие работы по теории СМИ и МК страдают эклектизмом в своих попытках примирить коммерциализацию процессов массовой коммуникации с предписанием ей средств сохранения прежних гуманистических целей и функций. При осмыслении этих процессов размываются и исчезают само понятие значимости текста, критерии этой значимости. На углубление процессов влияет и активное вторжение на экраны, страницы печати текстов и приемов *PR* и рекламы.

Значимость мы понимаем как ценность, существующую не сама по себе, а передающуюся с целью принятия ее, овладения ею внимающим и воспринимающим объектом. Он может воспринимать по каналам коммуникации, в том числе телевизионному, и другие ценности, значимые для него каждая по своему. Но публицистически значимый телевизионный текст выражает не случайные, мелкие, раздражающие и необязательные характеристики, а именно существенные характеристики коммуникации, т.е. те, которые ориентированы на «безусловное начало всякого бытия», которые, по Ю. Лотману, «спасают, а не губят» [6, с. 219] нас, зрителей, народ. Именно от таких существенных характеристик телевизионная коммуникация удаляется все далее и далее.

Многие виды коммуникации, например реклама, эксплуатируют биологические возможности воздействия оформленного в соответствующем духе информационного сообщения. Не гнушается этим и телевизионный публицистический текст, приобретая от рекламы такой стилистический прием, как «клиповость» монтажа, внедряя тем самым в наше сознание так называемое «клиповое» мышление. Именно в силу этого в программных сетках большинства каналов значатся многочисленные ток-шоу, судебные репортажи, разбирательства, криминальные хроники и расследования с «клиповым» ворохом (в буквальном смысле) агрессивных

и скандальных или, наоборот, гламурных вплоть до эротики натуралистических деталей и подробностей. Создается впечатление, что, несмотря на многообразие своих тематических направлений, публицистика держится ныне в основном на судебных и криминальных репортажах, очерках, фильмах, расследованиях, ток-шоу, на разрабатывающих «клубничное поле» сенсационных сюжетах. Но можно ли это назвать той публицистикой, которая несет в себе существенные характеристики массовой коммуникации, определенные нами ранее? Думается, нельзя. Это колокол, который гремит и звонит о беде ради самого грома и звона.

Познавательную глубину и эстетизм смысловой информации надо понимать именно как самодостаточное для высказывания, для творения мысли говорящего качество, которое тем выше в своей эмоциональной проникновенности, чем изящнее, своеобразнее, без всяких украшательских потуг формулируется эта мысль, чем больше новых смыслов и значений вызывает она в сознании воспринимающего субъекта. В мыслительном процессе, каковым и должен являться процесс организации телевизионной публицистической коммуникации, важны не орнаментальные арабески, рассыпанные по нему, а полновесные смысловые аудиовизуальные метафоры, инициирующие новые смыслы. Тем самым эта коммуникация побуждает к творчеству, высказываниям и поступкам как моральным коммуникативным действиям (в том значении, которое придавали высказыванию и поступку М. Бахтин и Ю. Хабермас [1; 11]).

Новое качество публицистической телевизионной коммуникации возникает и в том случае, если один публицистический дискурс текста внедряется, встраивается в другой, более протяженный, а вместе они – в обширный контекст или макроконтэкст большой телевизионной программы. В анализе форму следует рассматривать, как бы выхватив ее из быстротекущего процесса телевизионной коммуникации, что затруднительно по причине синкретичности телевизионного коммуникативного действия. Однако если речь идет лишь о разговорной коммуникации, где основным ее средством является вербальный язык, то остановить движение языкового высказывания вполне возможно. Это и расшифровка записи с эфира, и печатные электронные версии телевизионных публицистических программ, с которыми они все регулярнее выходят в сеть Интернет.

Именно по этой причине можно осуществить анализ различных единиц языка с целью выяснения их онтологической сути и последующих спекуля-

тивных модификаций, связанных с трансформацией «старого» под «новое», замалчивания действительно нового, духовно ценного и перспективного. Обнаруживаются закономерности, позволяющие определить, что дает право этим единицам языка, речевым высказываниям и дискурсам выступать в качестве символов кода.

Подобные анализы необходимо проводить, например, в резко увеличившемся по объему публицистическом вещании в жанре ток-шоу. Число программ этого жанра резко возросло, и это совершенно правомерно в период обострения международной обстановки после крымских и украинских событий начала 2014 г. Накал этих событий обуславливал и накал страстей, кипящих в студиях вокруг них. Но знакомы ли ведущие этих ток-шоу и на российских, и на украинских каналах с работой М. Бахтина «Проблема речевых жанров»? В ней он, в частности, писал о терминологической неопределенности и путанице в центральном узловом пункте языкового мышления – определении границ высказывания и смены речевых субъектов. При этом он неоднократно подчеркивал аспект нейтральности самого слова и экспрессивности его личностного употребления. В современной речевой практике разговорных передач, стремящихся воплотить в себе ради зрелищного эффекта приемы сценического действия, смыслы уходят из высказываний из-за размытости их границ и заменяются экспрессивными приемами насаждения тех или иных лозунгов и формулировок. Об этом писал известный ученый и телекритик А. Вартанов еще в начале эпохи либерализации [3]. Менялись времена, ведущие информационно-аналитических и разговорных передач, но нравы остались и спустя годы. Агрессия, в том числе речевая, открытый скандал и эпатаж аудитории остаются основной приманкой для аудитории, своеобразным развлечением, перформансом. Примечательно, что термин этот уже активно вошел в лексику русского языка, в искусствоведческую терминологию со значением некоего представления, эксцентричной выходки художника или творческой группы, вовлекающих зрителей в совместное действие. В «Словаре иностранных слов», вышедшем 11-м изданием в 1984 г., этого слова еще не было. А истоки употребления понятия идут к Ю. Хабермасу и американскому лингвисту Н. Хомскому. У Н. Хомского языковая способность (*Kompetenz*) и языковая активность (*Performanz*) – это вход и выход речи [9, с. 226]. Ю. Хабермас доводит понимание перформанса языковой практики до дискурсивно проведенного и взаимно принятого диалогическими структурами соглашения. Дискурс в теории коммуникативной

компетенции Ю. Хабермаса имеет то же значение, что и традиция в герменевтике, т.е. он позволяет на основе языковой способности прийти к соглашению и взаимопониманию в любом социальном действии, в любой языковой ситуации [13, с. 39]. Перформанс, таким образом, это достижение *со-гласия*, *со-общения* в коммуникации с приятием нового социального смысла, пусть и весьма необычного, в общем дискурсе.

Новизна и непредсказуемость информации, художественной и основанной на документе словесной коммуникации трудно поддаются лингвистическому анализу. Критерием новизны с точки зрения лингвистических, например, методов анализа может служить мера соответствия или несоответствия установленным нормам употребления ряда языковых единиц.

Публицистический текст, в том числе телевизионный, может обладать и чисто информационной, познавательной ценностью в случае донесения до аудитории сообщений о новых фактах, событиях или же новых смыслах, с ними связанных. Но, как указывает Е.И. Пронин, «в качестве типобразующего закона журналистского творчества следует рассматривать ориентацию на эффективное участие в духовно-практическом освоении мира людьми и, как следствие, производство специфического типа текстов, предназначенных для воздействия на актуальную общественную практику» [8, с. 41].

Приведенные факты и тенденции вращаются в новые социальные реалии отражающих их масс-медиа говорят о том, что на телевизионном экране резко снизился сегмент народно-патриотических, смысловывяющих передач и стал выстраиваться именно этот телевизионный театр с метафорическим именем «*Гла-Скала*» с его двумя божествами – *гламуром* и *скандалом*, призванными заменить высокие ценностные ориентиры. Характерно, что в том же «Словаре иностранных слов» 1984 г. издания, т.е. накануне перестройки, слова «*гламур*» еще нет, хотя оно, разумеется существовало в английском и французском языках и обозначало явления, связанные прежде всего с рекламой различных потребительских товаров, модных аксессуаров, самого образа жизни. То есть сам феномен гламура как образа жизни начал распространяться в сознании вместе с социальными изменениями, начавшимися после 1991 г. И не без помощи, разумеется, телевидения.

В.В. Зверева, пожалуй, впервые серьезно обратилась к его исследованию. Она отмечает, что в широкий обиход в российском культурном словаре понятие вошло в середине 2000-х гг. «Это связано, – пишет она, – с двумя контекстами – с миром по-

требления, шоу, моды, т.е. с с областью культурных практик, стилей жизни, а также с медиа, глянцевыми журналами, книгами, телевидением, поставляющим образы для большой аудитории. В нынешнем употреблении так или иначе используются значения этого заимствованного из французского и английского языков слова — волшебство, чары, шарм, привлекательность, но о гламуре уже говорят не только как о стиле, но и как об идеологии, т.е. образе жизни» [5, с. 15–16].

Принципы свободы мышления, выбора образа жизни и способов его и ее поддержания, пришедшие со сменой политической парадигмы, привели к актуализации философских споров и дискуссий на темы эпикуреизма, гедонизма, аскетизма. «*Carpe diem*» (лат. «лови день». — В.Б.), не упускай никаких приятных ощущений какого бы то ни было сорта, — такова имморальная мораль эпикуреизма. Эпикуреизм постепенно развивается из грубого гедонизма в эстетический: скала физиологических потребностей слишком ограничена, поэтому, чтобы извлекать при помощи их наибольшее количество наслаждений, их нужно утончать, рафинировать. И это всего вернее совершается при помощи привлечения эстетики на службу чувственности» [2, с. 344].

Прежде всего, подчеркнем старое написание слова «шкала» как «скала», употребляемое русским философом. Это подчеркивает еще одну метафорическую связь нашего образа — театр «Гла-Скала» как театр ограниченных физиологических потребностей, которые нужно развивать с помощью различных ухищрений эстетического и технологического планов. Что и делает с успехом современное телевидение, да и все масс-медиа, и чем дальше, тем изобретательнее. Но в этом процессе заложено глубокое противоречие, ибо прекрасное, по мысли С.Н. Булгакова, по своей метафизической природе неотделимо от доброго, и эстетика от этики. Но такое эпикурейское начало приводит к отрыву от «высших деятельностей духа» и подчинению «низшим» [2, с. 344].

Проиллюстрируем эти высокие мысли философа, используя модный ныне постмодернистский прием наложения смыслов высказывания один на другой в зависимости от смены контекста.

Все мы помним строки стихотворения Владимира Маяковского «Парадом развернув моих страниц войска, я прохожу по строчечному фронту» из вступления к поэме «Во весь голос». В дальнейшем контексте рисуется вся сила грозного оружия — печатного поэтического слова в период экономического и военного укрепления советской власти.

Представим, как бы звучали эти слова в нынешнюю эпоху поэтического и масс-медийного гламура.

На кулинарном фронте это звучало бы так: «Салатом искромсав стиховоши мои, вокруг иду изысканного блюда». В музыкальном контексте: «Сюитой передав моих стихов вокал, я прохожу по нотному клавиру». И, наконец, область моды: «Стих за стихом построив в дефиле, я дефилирую, и жизнь моя в ажуре».

Подобным образом приспособляются под новые, внедряющиеся буржуазным сознанием гламурные потребности и вкусы поэтическая и телевизионная публицистика, вся массовая коммуникация. К такому всеобщему соглашению ведет весь так называемый публицистический дискурс современного телеэфира.

А ведь известные немецкие исследователи, введшие в научный оборот понятие «культурная индустрия», писали еще в 1948 г.: «Чем более скудными становятся обещания культурыиндустрии, чем менее способной становится она к осмысленному объяснению жизни, тем более пустопорожней с необходимостью становится идеология, ее распространению способствующая... Оценочные суждения воспринимаются либо в качестве рекламы, либо в качестве пустой болтовни» [12, с. 184].

Можно поразмышлять, а был ли в «прошлой жизни» советский гламур, сочетался ли он с принципом народности литературы и искусства, широко обсуждавшимся нашими замечательными критиками еще до 1917 г., а после 1934 г. соединенного в одно клише «принципы народности и партийности метода социалистического реализма». Разумеется, был гламур и до 1917 г., и после. Как жизнерадостное, подчас пафосное, красивое и одухотворенное начало в жизни, оформленное в соответствующие вербальные и визуальные тексты. Вспомним поэзию Серебряного века, издававшиеся тогда журналы. Вспомним «изысканного жирафа» Николая Гумилева. Защищавший в 2010 г. диссертацию в РУДН аспирант из Чада с восторгом по-русски цитировал эти строчки поэта. А Пушкин, Лермонтов? Принцип гламурности не приводил у выдающихся наших деятелей культуры, включая и многих классиков литературы и искусства социалистического реализма, к отрыву от «высших деятельностей духа» и подчинению «низшим», если выразиться вышеприведенными словами С.Н. Булгакова.

«В *чувствующей* части от действия духа является в душе стремление и любовь к красоте, или, как обычно говорят, к изящному. Собственное дело сей части в душе воспринимать чувством благоприятные или неблагоприятные свои состояния и воздействия совне по мере удовлетворения или неудовлетворения

душевно-телесных потребностей. Но видим в кругу чувств вместе с этими корыстными, назовем так, чувствами ряд чувств бескорыстных... чувств от услаждения красотой» [4, с. 394].

О красоте как идеальной причине существования материи писал и философ В.С. Соловьев. Но он делал при этом вывод о том, что вещественное бытие может быть введено в нравственный порядок только через свое просветление, одухотворение, т.е. в форме красоты. Итак, красота нужна для исполнения добра в материальном мире, ибо только ею просветляется и упрощается недобрая тьма этого мира» [10, с. 239].

### Литература

1. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М., 1986.
2. Булгаков С.Н. Героизм и подвижничество. М., 1992. С. 344.
3. Варганов А. Актуальные проблемы телевизионного творчества. На телевизионных подмостках. М., 2003.
4. Затворник Ф. Что есть духовная жизнь и как на нее настроиться? // Человек. Мыслители прошлого и настоящего о его жизни, смерти и бессмертии / XIX век. М., 1995.
5. Зверева В.В. «Настоящая жизнь» в телевизоре. Исследования современной медиакультуры. М., 2012. С. 15–16.
6. Лотман Ю. Семиосфера. СПб., 2000.
7. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
8. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. М., 1981.
9. Слобин Д., Грин Дж. Психолингвистика. М., 1976.
10. Соловьев В.С. Общий смысл искусства: Сочинения. М.: Раритет, 1994.
11. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.
12. Хокхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М.; СПб., 1997.
13. Шульц В. Философия Ю. Хабермаса. М.: Наука, 2005.

### References

1. Bakhtin M.M. *Literaturno-kriticheskie stat'i* [Literary critiques]. Moscow, 1986.
2. Bulgakov S.N. *Geroizm i podvizhnichestvo* [Heroism and selfless devotion]. Moscow, 1992, p. 344.
3. Vartanov A. *Aktual'nye problemy televizionnogo tvorchestva. Na televizionnykh podmostkakh* [Actual problems of television creativity. On television stage]. Moscow, 2003.
4. Zatvornik F. *Chto est' dukhovnaya zhizn' i kak na nee nastroit'sya?* [What is the spiritual life and how to tune it?]. *Chelovek. Mysliteli proshlogo i nastoyashchego o ego zhizni, smerti i bessmertii. XIX vek* [Man. Thinkers of the past and present of his life, death and immortality. XIX century]. Moscow, 1995.
5. Zvereva V.V. «Nastoyashchaya zhizn'» v televizore. *Issledovaniya sovremennoy mediakul'tury* [«True Life» on TV. Studies of modern media culture]. Moscow, 2012, pp. 15–16.
6. Lotman Yu. *Semiosfera* [Semiosphere]. St. Petersburg, 2000.
7. Luman N. *Real'nost' massmedia* [Reality media]. Moscow, 2005.
8. Pronin E. I. *Tekstovye faktory effektivnosti zhurnalistikogo vozdeystviya* [Text efficiency factors journalistic influence]. Moscow, 1981.
9. Slobin D., Grin Dzh. *Psikholingvistika* [Psycholinguistics]. Moscow, 1976.
10. Solov'ev V.S. *Obshchiy smysl iskusstva: Sochineniya* [The general sense of Art: Works]. Moscow, Raritet Publ., 1994.
11. Habermas Yu. *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deystvie* [Moral consciousness and communicative action]. St. Petersburg, 2000.
12. Khokkhaymer M., Adorno T.V. *Dialektika prosveshcheniya. Filosofskie fragmenty* [Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments]. Moscow; St. Petersburg, 1997.
13. Shul'ts V. *Filosofiya Yu. Khabermasa* [Philosophy Habermas]. Moscow, Nauka Publ., 2005.

## Прагматика и синтаксис дискурса: обозначение принадлежности речи и манеры выражения в современной коммуникации

### Pragmatics and Syntax of the Discourse: Designation of the Speech Property and the Manner of Expression in the Contemporary Communication

DOI: 10.12737/7774

Получено: 04 ноября 2014 г. / Одобрено: 06 ноября 2014 г. / Опубликовано: 17 февраля 2015 г.



В.Н. Шапошников

Д-р филол. наук, профессор,  
Московский городской психолого-педагогический университет,  
e-mail: vladimirshaposhnikoff@yandex.ru

V.N. Shaposhnikov

Doctor of Philology, Professor,  
Moscow City University of Psychology  
and Pedagogy,  
e-mail: vladimirshaposhnikoff@yandex.ru

#### Аннотация

Рассматриваются строевые знаки языка, занимающие важное место в формировании и выражении мысли, — средства обозначения принадлежности речи и субъективной манеры выражения в дискурсе. Определяется специфика их содержания и его конструктивные компоненты, роль дискурсивно-модальных слов в организации высказывания, отмечается их функционально-стилевое положение в системе языка. Описываются происходящие языковые изменения в этом поле: устаревание и уход некоторых слов, появление новых слов и их структурно-коммуникационное положение, смысловые преобразования некоторых языковых единиц и системные основания этих процессов.

**Ключевые слова:** языковая прагматика, семантика знака, структура высказывания, стратификация речевых фактов, языковые изменения.

#### Abstract

Constructive signs that occupy the important state by forming and organizing of the think, the means of the speech property and subjective manner of the expression denotation in discourse are considered. The specifics of their content and constructive components and the role of the discourse-modal words in the utterance are determined. Their functional-stylistic attitude in the language system is fixed. The going linguistic changes are described; becoming obsolete and disappearing of some words, appearing of the new words and their structural-communicative state, the transformation of some language units meanings are described.

**Keywords:** publicism, telecommunication, glamour, hedonism, aggression, moral vlanguage pragmatics, semantics of sign, structure of utterance, stratification of speech facts, language changes.

Дискурсивные слова — строевые знаки языка — занимают большое место и играют важную роль в создании, формировании и выражении мысли и в организации речи. Специфика их содержания, структурное значение — информация о других знаках, когда источник информации находится в самой языковой системе. Не вполне ясны их объектные номинативные значения — обозначения явлений. Видимо, они слабо выражены, и стоит задача их выявления. В их содержание входит также показатель стилизованности как системный и знаковый параметр дискурсивного слова.

Феноменальны преобразования элементов в системе служебных частей речи, и среди них уход элементов грамматической системы — самый очевидный процесс, весьма редкий по определению. Он парадоксален, в отличие от лексической системы с ее более высокой сменяемостью материала. Еще более трудно квалифицировать внутренние смысловые изменения дискурсивного знака.

Следует рассмотреть дискурсивные слова — модальные частицы, а именно слова, обозначающие чужую принадлежность речи и субъективную манеру выражения. По содержательному определению

это самые немодальные по смыслу единицы данной выделяемой группы, в отличие от других, исключительно выражающих квалификационно-оценочные значения компонентов высказывания.

Ряд «модальных слов, обозначающих чужую речь, исторически переродился в агглютинативные частицы (*мол, де, дескать* и т.п.);» (ср. Словарь русского языка XI–XVII вв., определяющий «де» в ее изначальном историческом состоянии как частицу). «Модальные отметки типа “де”, “мол” стали простыми прицепками, дополнительно стилизующими речь и подчеркивающими ее устный, неписьменный характер» [3].

Так было в близком к современному языковому состоянию. Таким образом квалифицировались: «*Де, частица* (простореч.); *Дескать, вводное слово* (простореч.) [6] / частица (МАС 1978); *Мол, частица* (разг.) [6]. Более высокий стиливой уровень приписывался слову «мол». При этом интересно отметить, что в предшествующее время Словарь Грота — Шахматова не выделял «де» и «мол» особыми пометами, а «дескать» помечал как более низкое, простонародное. Различие свидетельствует о разнофакторном положении этих слов в системе языка и о происходящем грамматическом процессе.