

ББК 81.2Р-7

С 797

Издание осуществлено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (№ 05-04-82480г/У)

Редакция: д-р филол. наук, проф. М.П.Котюрова (отв. ред.);
д-р филол. наук, проф. Е.А.Баженова;
д-р филол. наук, проф. В.А.Салимовский;
д-р филол. наук, проф. Т.Б.Трошева;
канд. филол. наук, доц. Н.В.Данилевская;
канд. филол. наук, доц. Т.Б.Карпова.

С797 **Стереотипность и творчество в тексте:** Межвуз. сб. научн. трудов. Вып. 9 (по материалам Междунар. научн. конф.)/ Отв. ред. М.П.Котюрова; Перм. у-нт - Пермь, 2005 - 350 с.

ISBN 5-7944-0555-4

Межвузовский сборник посвящен актуальным проблемам функционального аспекта языка, представленным в статьях, подготовленных на основе докладов на Международной научной конференции «Проблемы функционирования языка в разных сферах коммуникации» (5-7 октября 2005 г., Пермь), посвященной 80-летию профессора Маргариты Николаевны Кожинной.

Сборник окажется полезным для филологов, интересующихся проблемами функциональной стилистики, коммуникативной лингвистики, лингвистики текста, культуры речи и литературоведения, а также для учителей-словесников.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Пермского государственного университета

Рецензент: кафедра общего языкознания Пермского государственного педагогического университета

ISBN 5-7944-0555-4

© Пермский государственный университет, 2005
© Коллектив авторов, 2005

ЮБИЛЕЙНОЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Девятый выпуск сборника «Стереотипность и творчество в тексте» - праздничный. Он посвящен 80-летию замечательного ученого-русиста профессора М.Н.Кожинной, основателя известной научной школы, сформировавшего в лингвистике незримый стилистический университет, объединивший исследователей в России и за ее пределами.

В сборнике представлены статьи, в основу которых положены доклады не только реальных, но и виртуальных участников праздника - научной конференции «Проблемы функционирования языка в разных сферах коммуникации» (Пермь, 5-7 октября 2005 г.). В конференции приняли участие 150 ученых, среди которых лингвисты, литературоведы, психологи, философы из России (Москвы, Санкт-Петербурга, Барнаула, Владивостока, Екатеринбург, Ижевска, Кемерово, Краснодара, Красноярска, Кургана, Магнитогорска, Нижнего Тагила, Омска, Перми, Саратова, Ставрополя, Томска, Уфы, Челябинска, Череповца), Азербайджана, Казахстана, а также Австрии, Болгарии, Китая, Польши, Сербии, Словении.

Материалы конференции представлены в данном - юбилейном - выпуске сборника «Стереотипность и творчество в тексте» и в сборнике «Проблемы функционирования языка в разных сферах речевой коммуникации». Проблемы, поднятые докладчиками на конференции, отражают состояние современной стилистической науки, которое с полным основанием можно назвать «ренессансом стилистики». Дальнейшее развитие получают многие идеи плодотворной концепции функциональных стилей, полвека назад выдвинутые заслуженным деятелем науки РФ, заслуженным профессором Пермского государственного университета, доктором филологических наук Маргаритой Николаевной Кожинной.

М.П.Котюрова

Мар. - Марков В.А., Мальчук В.И., Деянин С.Н., Сиротин Е.А., 2003, *Повышение эффективности подачи и распыливания топлива в дизелях*, Грузовик & № 6. Москва.

Некр. - Некрасов В.Г., 2001, *Трансмиссия автомобиля: механика или гидравлика?* Автомобильная промышленность. № 2. Москва.

ЛИТЕРАТУРА

Казарин Ю.В., 2002, *Поэтическое состояние языка*. Екатеринбург.

Новиков А.И., 1983, *Семантика текста и ее формализация*. Москва.

Ростова АН., 2000, *Метатекст как форма экспликации метаязыкового сознания*. Томск.

Стилистический энциклопедический словарь русского языка, 2003. Москва.

Штайн К.Э., 2004, *Культурное достояние России: Пермская научная школа функциональной стилистики*, Стереотипность и творчество в тексте. Под ред. проф. М.П.Котуровой. Вып.7. Пермь.

В.И. Коньков
Санкт-Петербург

О ДВУХ РАЗНОВИДНОСТЯХ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОЙ РЕЧИ

Мы исходим из того, что стиль в его первичной ипостаси - это **стиль речи**, то есть свойство речевой деятельности, которое состоит в том, что отбор, сочетание и употребление языковых единиц производится на основе стилеобразующей идеи, или, что то же самое, на основе концепции речевого поведения. Стиль есть там, где есть идея. Стиль предполагает осознанное отношение к характеру порождаемой речи.

Речевая система СМИ в последнее время резко увеличивается в объеме, вбирая в себя речевой опыт, накопленный во всех других сферах функционирования языка: сфере научной, официально-деловой, разговорной и художественной речи. Благодаря такому положению дел происходящая внутренняя дифференциация речевого массива СМИ во многом отражает дифференциацию речевой практики общества в целом.

Это отражение не является прямолинейным, оно многоаспектно и многопланово. Однако наиболее принципиальным является, на наш взгляд, то стилевое противопоставление в сфере СМИ, которое является отражением противопоставления в речевой практике общества кодифицированного литературного языка (КЛЯ) и разговорной речи (РР). В сфере СМИ сформировались две глобальные, масштабные речевые концепции, каждая из которых обладает, с одной стороны, своей ярко выраженной спецификой, а с другой стороны, внутренней стилевой дифференциацией, многообразием.

Первая разновидность - это **газетно-журнальная речь, ориентированная на идеологию речевого поведения, сложившаяся в сфере**

кодифицированной книжной письменной литературной речи. Эта идеология речевого поведения сформировалась в сфере публичного официального общения. Она использует речевой опыт, накопленный в таких традиционно выделяемых книжных стилях, как официально-деловой, научный, литературно-художественный, публицистический. На эту систему речевого поведения в наиболее полном виде ориентируется тот тип изданий, какими являются классические массовые общественно-политические газеты и журналы, например, газеты «Известия», «Коммерсант», «Парламентская газета», «Ведомости», журналы «Итоги», «Огонек» и т.п. Эта система речевого поведения доминирует и в специализированных изданиях, ориентированных на сферу экономики, таких как Санкт-Петербургская газета «Деловой Петербург».

Укажем на основные особенности этой концепции речевого поведения.

Одно из основных положений - официальные отношения с читателем. Личная, интимная сфера собеседников закрыта для участников общения.

Речевое воплощение подобного рода отношений многообразно. Они закреплены, в частности, в особом характере названия лица. Лицо представляется читателю чаще всего по должности, профессии, социальной роли и т.п., то есть лицо представлено как функция. Наиболее распространенным является именование лица по должности, имени и фамилии: *президент Региональной ассоциации таможенных брокеров Северо-Запада Владимир Иенатьев; старший госинспектор отдела ГИБДД Василеостровского района Сергей Пермяков*. Наряду с этим возможно именование по фамилии (особенно как вторичная номинация): сначала *следователь по особо важным делам отдела Генпрокуратуры по Дальневосточному федеральному округу Сергей Аксаментов*, а далее просто *следователь Аксаментов*. Некоторые издания имеют свои способы номинации. Например, в «Коммерсанте» читаем: *господин Надеждин сообщил, что; господин Завальный утверждал, что*.

При формировании содержания текста автор ориентируется только на официальные, преимущественно письменные, книжные тексты-источники, представляющие собой в большинстве случаев только тексты традиционного типа (в понимании И.Р.Гальперина). Не случайно существует мнение о том, что текст СМИ принципиально вторичен (Ю.В.Рождественский).

Именно поэтому в данной разновидности газетно-журнальной речи хорошо прослеживается ориентация на синтаксические конструкции, сложившиеся в сфере книжной речи. Здесь естественная ниша существования сложных в структурном и в семантическом отношении конст-

рукций, что выражается в том числе и в большом количестве разного рода осложнений.

С точки зрения характера содержания здесь преобладают тексты идеологические, с ярко выраженной тенденциозностью. Каждое издание обслуживает ту или иную идеологическую систему. Крайне важное значение для текстов такого типа имеет политическая лексика. Работа с ключевыми словами идеологической системы - основа речевого поведения в сфере лексики, в которой доминирует семантика факта, событийная семантика, и совсем в незначительной степени представлена предметная семантика, то есть семантика чувственно воспринимаемого мира.

Данная разновидность газетно-журнальной речи ориентирована, с одной стороны, на информацию, с другой - на воздействие. Влияние единства двух этих функций на строй речи показано В.Г.Костомаровым и сформулировано им в виде принципа чередования экспрессии и стандарта. Здесь, таким образом, актуализирован фактор содержания и фактор адресата.

Если говорить о специфике экспрессивных средств, то в данной разновидности речи наиболее распространены типовые, общеупотребительные средства выражения экспрессии. Предпочтение отдается синтаксическим средствам: это сложноподчиненные предложения с придаточными изъяснительными, вводные слова, модальные частицы, а также разговорные конструкции, которые на фоне книжных воспринимаются как средства выражения экспрессии. Это средства выразительности, сформировавшиеся в сфере книжной письменной речи.

Содержание представлено в типовых речевых структурах, сложившиеся в данной сфере книжной письменной газетно-журнальной речи, то есть жанрах заметки, репортажа, статьи, корреспонденции, очерка и др.

Газетно-журнальная речь анализируемого типа может вбирать в себя большое количество цифровой информации, подчас не интерпретированной.

Доминирующие речевые действия - констатация факта, информационное сообщение, рассуждение, директива. В значительно меньшем количестве - повествование и описание.

Наконец, отметим, что данный тип газетно-журнальной речи преимущественно одноканален: в нем преобладает вербальная информация и видеоряд не развит.

Вторая разновидность газетно-журнальной речи **ориентирована на идеологию речевого поведения, сложившуюся в сфере разговорной речи**. Это идеология речевого поведения повседневной бытовой жизни, где господствует межличностная неофициальная коммуникация.

Данную стилевую манеру воплощают в себе различного рода бульварные издания («Экспресс-газета», «Мегаполис-Экспресс»), издания, рассчитанные на молодежь (журналы «Yes!», «Птюч»), гламурные журналы («GLAMOUR»), журналы моды, женские и мужские журналы и др.

Самое главное в этих изданиях - другие, особые, отношения с читателем. Читатель и автор «ближе» друг к другу. Как известно, пространство вокруг говорящих образует своего рода знаковую систему. Неофициальное бытовое общение подразумевает в том числе и то, что между говорящими допустимы более близкие, в прямом и переносном значении этого слова, отношения. Говорящий допускает слушающего в свое личное, интимное, коммуникативное пространство. Подобного рода «близкие» отношения коренным образом изменяют и концепцию речевого поведения, по сравнению с описанной выше концепцией речевого поведения в сфере официального общения.

Так же, как и в первом случае, характер отношений находит выражение в способах называния лица. Лицо, которое допускается в личную сферу субъекта речи, получает свои имена, свои способы именования: имя-отчество; имя; отчество; домашние имена; прозвища и клички. Показательно в этом отношении такое характерное явление, как наличие в русских деревнях у многих семей второй, неофициальной фамилии. Так, семья, носящая по паспорту фамилию Смирновых, может среди односельчан, в силу каких-то часто никому уже не известных причин, числиться в быту под фамилией, например, Майковых.

В бульварном издании первый раз лицо может быть представлено по имени и фамилии с кратким неофициальным названием должности, социального положения и др., но затем уже в тексте лицо может называться бытовым именем: сначала *24-летняя Ольга Черновская*, далее *Оля* и *Оленька*. Сначала *инженер из Борисоглебска Семен Беляев*, затем *Семен*.

Отметим, что та степень близости к собеседнику, которая является нормативной в бытовой речи, оказывается неприемлемой в официальном общении и квалифицируется как фамильярность, излишняя неприужденность, бесцеремонность.

С точки зрения характера содержания здесь преобладают тексты бытовой направленности. В значительно большем объеме представлена экспрессивная и предметная семантика.

Речевая ткань текстов второй разновидности формируется в значительной степени под влиянием устной и письменной бытовой речи, взятой во всей ее полноте и разнообразии. Существенная часть бытового речевого массива функционирует только в устном виде и нигде никем и никогда не фиксируется. Такой устный речевой массив носит неофициальный характер, и подобного рода устные тексты не стали еще объек-

том лингвистического изучения. Это прежде всего всевозможные слухи, представляющие собой неофициальный информационный поток. Анализ неофициальной информации часто размещается на газетной полосе под рубриками типа «В лаборатории слуха». Сюда следует отнести такую разновидность слуха, как сплетня, подающуюся в форме опровержения; кроме того, разного рода толки, разговоры, пересуды и т.п.

Публикации в бульварной, например, газете полны ссылок на то, что *кто-то кому-то что-то сказал*; что *говорят, что..*; что *существует легенда, что..*; что *кто-то кем-то слышит*; что *такой-то имеет такую-то репутацию*; что *о таком-то идет такая-то молва*; что *в кулуарах говорят о том, что..*; что *идут разговоры, что...* Например: *Судачат, что Гарри ушел из спорта ради политики. Мол, нашлись люди, которые готовы его спонсировать.* Печатаются в большом количестве байки, анекдоты, первичной речевой средой существования которых является устная разговорная речь.

Небольшая, но интересная часть бытового речевого массива существует в письменном виде. Это различного рода надписи в подъездах, на заборах, в туалетах, на столах; надписи, оставляемые в памятных местах; надписи на асфальте. Сюда же относится так называемая низовая реклама - самодельные надписи рекламного характера, изготавливаемые непосредственно теми, кто предлагает ту или иную услугу; например, надпись перед входом в магазин, где продают корм для животных, сделана от руки на листе бумаги: *Звери сыты - люди целы.* Подобного рода речевой материал считался словесным мусором и практически не привлекал внимание исследователей. Однако систематизация этого речевого материала и его анализ позволяют сделать выводы о существовании целого слоя речевой бытовой культуры, своего рода речевого андеграунда, о чем свидетельствуют, например, хотя бы надписи, сделанные в подъезде того дома, где жил Раскольников. О существовании особой речевой субкультуры свидетельствуют надписи на мостовых и стенах Арбата в Москве. Бульварная пресса активно использует эти речевые пласты. Так, во многих изданиях были публикации, посвященные надписям, сделанным в доме Раскольникова.

Естественно, что ориентация на разговорную речь приводит к тому, что данная разновидность письменной газетно-журнальной речи строится так, чтобы по интонации максимально приблизиться к устной разговорной речи. Это неизбежно ведет к избытку конструкций нераспространенных и малораспространенных, неполных, односоставных и неосложненных.

Общий уровень экспрессивности в текстах данной группы существенно выше. Такое положение вполне естественно, так как сам характер бытовых коммуникативных отношений ориентирован прежде всего не

на информационный обмен, а на выражение своего отношения к участникам коммуникации. Эта установка на экспрессивность приводит к тому, что авторы текстов получают возможность использовать как экспрессивные средства, сформировавшиеся в сфере письменной речи (например, весь набор тропов и фигур), так и экспрессивные средства разговорной речи (разговорную и просторечную лексику, разговорный синтаксис, языковую игру). Подобного рода речевая специфика требует высокой квалификации журналиста, и текст бульварного издания - это вовсе не примитивный текст.

Тексты второй разновидности гораздо более разнообразно и глубоко исследуются в аспекте категории диалогичности. При этом большую роль играет фактор адресата; целые издания ориентированы на фатический тип общения. Тексты насыщены речевыми действиями, характерными для бытового диалога.

В таких изданиях много интервью, речевая фактура которых по лексико-грамматическим свойствам и по стратегиям и тактикам речевого поведения близка к речевому поведению в неофициальной бытовой сфере. Среди этих речевых стратегий и тактик встречаются в том числе и такие, которые отличаются долей агрессивности, балансируют на грани этической нормы.

Жанровая система также имеет свои специфические черты. Происходит формирование жанров, совершенно нехарактерных для текстов первой разновидности: подпись, сопровождающая фотографию, в журнале моды; жанр мистификации в бульварном издании; свои отличительные особенности имеет интервью. Большое место занимают различные формы проявления комического.

Письменная речь изданий второго типа развивает такое свойство, как многоканальность. Здесь большую роль играет видеоряд: много фотографий, графики, большую роль играет цветовое оформление издания.

В пределах каждой из двух очерченных разновидностей газетно-журнальной речи и на их основе формируются стилевые концепции отдельных изданий.