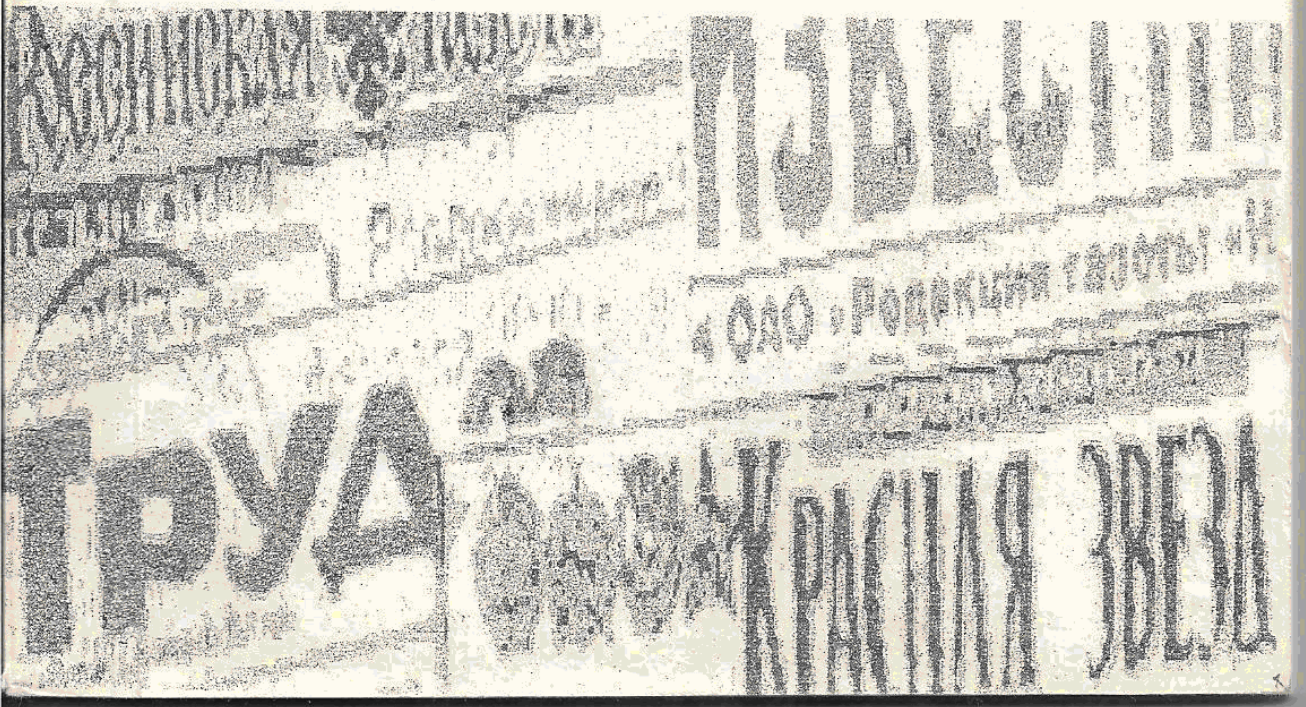




Т.В. Чернышова

# СОВРЕМЕННЫЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

(коммуникативно-стилистический аспект)





**Ч497 Чернышова Т.В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект): Учебное пособие. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 178 с.**  
ISBN 5-7904-2480-0

Современный публицистический дискурс рассматривается как область взаимодействия языковых и неязыковых факторов, определяющих языково-стилевую отбор и функционирование языковых элементов в данной сфере коммуникации. Особое внимание уделяется фактору адресата как активному интерпретирующему началу в газетной публицистике, а также понятию «конфликтный текст», трактуемому в аспекте негативной реализации узואльно-стилевого комплекса.

Пособие предназначено для студентов, обучающихся по специальности «филология», «связи с общественностью», а также для слушателей магистратуры, аспирантов и специалистов разных областей гуманитарного знания.

ISBN 5-7904-2480-0

© Чернышова Т.В., 2003

© Издательство Алтайского  
госуниверситета. оформление. 2003



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	<b>5</b>
<b>Часть 1. Стилеобразующие признаки современной газетной публицистики</b> .....	<b>6</b>
1.1. Понятие стилистического узуса .....	6
1.2. Узואально-стилевой комплекс как механизм языкового отбора .....	8
1.3. Факторы, определяющие языково-стилевой отбор в сфере современной газетной публицистики .....	11
1.4. Стилистический узус языка современной газетной публицистики .....	13
<b>Часть 2. Особенности коммуникативно-речевого взаимодействия автора и адресата в сфере современной газетной публицистики</b> .....	<b>23</b>
2.1. Публицистический текст как результат коммуникативно-речевого взаимодействия автора и адресата .....	23
2.1.1. Общее представление о коммуникации .....	23
2.1.2. Схема коммуникативно-речевого взаимодействия в сфере газетной публицистики .....	24
2.1.3. Коммуникативная ситуация в сфере газетной коммуникации .....	25
2.2. Коммуникативные портреты автора и адресата в сфере газетной коммуникации .....	28
2.3. Автор и читатель: аспекты взаимодействия .....	40
2.3.1. Стереотип как область пересечения концептуальных систем автора и адресата в сфере газетной коммуникации .....	40
2.3.2. Тезаурус как область пересечения языковых личностей автора и адресата в сфере газетной коммуникации .....	51
2.4. Формирование нового типа общности аудитории в сфере газетной публицистики на основе фатической коммуникации .....	65
<b>Часть 3. Культурно-нормативные аспекты взаимодействия автора и адресата в сфере современной газетной коммуникации</b> .....	<b>70</b>
3.1. О речевой культуре и текстовых аномалиях .....	71



3.2. Текстовая аномалия. Общая характеристика. Типология текстовых аномалий .....	81
<b>Часть 4. Автор и адресат как интерпретирующие начала в сфере газетной публицистики .....</b>	<b>89</b>
4.1. Узуально-стилевой комплекс как механизм порождения инвективного высказывания в сфере газетной публицистики .....	89
4.1.1. «Конфликтные» тексты как результат взаимодействия языкового и неязыкового в сфере газетной публицистики .....	90
4.1.2. Языково-стилевой отбор и причины конфликтности газетно-публицистического текста .....	100
4.2. Стилистический анализ как основа лингвистической экспертизы конфликтного текста .....	102
4.3. Интерпретация публицистического текста как результат коммуникативного взаимодействия автора и адресата и комплексный лингвистический анализ .....	107
4.4. Анализ газетно-публицистических текстов с неявной коммуникативной функцией высказывания .....	126

#### **ПРИЛОЖЕНИЕ**

<i>Щерба Л.В.</i> О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании. Памяти учителя <i>И.А. Болуэна де Куртене</i> .....	139
<i>Апресян Ю.Д.</i> Языковые аномалии: типы и функции .....	150
<i>Арутюнова Н.Д.</i> Аномалии и язык .....	158

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Существенные изменения, произошедшие в русском языке в последнее десятилетие XX в. под воздействием таких социальных факторов, как политическая свобода в обществе, свобода слова, политический плюрализм, открытость общества, поляризация общества, техническое перевооружение быта, экономическая нестабильность и т.п., привели к существенным изменениям в современном русском дискурсе и в частности в дискурсе публицистическом, который, по утверждению некоторых исследователей, представляет собой практически новый тип дискурса.

В современном языкознании под дискурсом (от франц. слова *discours* – речь) понимается связанный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и другими) факторами; текст в событийном аспекте; речь как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей в механизмах их сознания. Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь»<sup>1</sup>. При этом некоторые исследователи рассматривают понятие дискурса как более широкое, чем коммуникация, хотя по многим параметрам они демонстрируют дружественное взаимопроникновение. Дискурс стремится включить в свое содержание ситуацию, окружающую человека в момент совершения акта общения, и, что особенно важно, настаивает на такой важной ее характеристике как динамическая целостность. Коммуникация также стремится не упускать из виду данные особенности, но вместе с тем уделяет более пристальное внимание анализу общения: коду, участникам, целям и т.п.

В данном пособии, представляющем собой теоретико-практическое обобщение многолетних наблюдений автора за развитием и функционированием языка региональной и российской прессы, дается узואльно-стилевая характеристика языка современной газеты, описываются особенности коммуникативного взаимодействия автора и адресата с позиций публицистического дискурса, анализируются причины порождения конфликтного высказывания в сфере массовой коммуникации, описываются методы и приемы анализа текстов СМИ.

---

<sup>1</sup> Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Под ред В.Н. Ярцева. М., 2000. С. 136-137.

# ЧАСТЬ 1. СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

## 1.1 Понятие стилистического узуса

Основной интерес современной стилистики сосредоточен на языковом употреблении. Исследователи отмечают, что стилевые особенности языкового употребления обуславливаются коллективными навыками использования выразительных средств языка, и, следовательно, мы имеем дело с **узуальными**, то есть общеупотребительными и регулярными категориями. Под **узусом** в языкознании понимается общепринятое употребление языковой единицы, фразеологизма и т.д. (от латинского слова *usus* – пользование, употребление, обычай) в отличие от его окказионального (временного и индивидуального) употребления. Понятие узуса тесно связано с понятиями языковой нормы и языковой системы. Узуальные (т.е. общепринятые) употребления языковых единиц обычно фиксируются в толковых, орфоэпических, орфографических и других словарях. Таким образом, по отношению к явлениям разных уровней языка **узус** – это *нормативность и распространенность*.

В то же время категория **стилистического узуса** отличается от других лингвистических категорий, поскольку представляет собой закономерности, из которых складывается сам процесс употребления языка<sup>2</sup>. По замечанию Т.Г. Винокур, стилистический узус – это наиболее чувствительная к языковым факторам сторона употребления языка во всяком высоко развитом обществе, обусловленная как *социальными факторами* (в частности, характером взаимодействия участников коммуникации), так и *частными* (темой, целью, формой и ситуацией речи)<sup>3</sup>.

Разницу между узусом в языке и стилистическим узусом можно представить следующим образом:

**Схема 1.**

<b>Факторы, определяющие узуальность:</b>	
<b>а) в языке в целом</b>	<b>б) в речи (стилистический узус)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• распространенность языковых элементов</li><li>• продуктивность соответствующей модели</li><li>• осуществленная или осуществляемая нормативность</li><li>• наличие или отсутствие экспрессии у языковых элементов</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• существование закономерностей употребления фактов языка, отмеченных стилистически, их эмоциональная и функциональная оправданность</li><li>• критерии нормативности и употребительности стилистически отмеченных элементов языка</li><li>• условия языкового общения</li></ul>

<sup>2</sup> Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987. С. 16-31.

<sup>3</sup> Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993. С.50.

Любое языковое явление в узуальном и узуально-стилевом отношении будет выглядеть по-разному. Иллюстрацией может служить глагол *звездануть*<sup>4</sup>. В системе языка это слово не является узуальным, так как относится к грубо просторечным, но **употребление его** (и прочих подобных слов) **в целях экспрессивно значимого общения узуально**.

Специфика стилистического узуса складывается из двух составляющих:

- 1) из механизма языкового употребления, связанного со стилистически значимым выбором средств выражения;
- 2) из конкретных стилевых категорий, являющихся узуальными для данного языка данной эпохи.

Таким образом, категория стилистического узуса позволяет изучить как способы использования экспрессивных потенций языка, так и сам процесс употребления языка. Составной частью этого процесса является механизм языкового употребления, связанный со стилистически значимым отбором средств выражения, приводящий в действие так называемый узуально-стилевой комплекс.

## 1.2 Узуально-стилевой комплекс как механизм языкового отбора

Речевая деятельность людей может быть описана с позиций стилистики при помощи методов сопоставления внутренних и внешних по отношению к языку факторов языково-стилистического отбора. При этом единицей исследования выступает **высказывание** – ценная в коммуникативном отношении самодостаточная коммуникативно-информативная единица, отражающая процесс речевой деятельности и его результат.

В пределах каждого высказывания прослеживается подготовка и осуществление стилистического отбора как конечной стадии языкового отбора. Чем же определяется конечная стадия стилистического отбора?

Для ответа на этот вопрос сравним несколько близких по смыслу фраз:

- 1) *Где ты так долго ходил?*
- 2) *Где ты шлялся до этого времени?*
- 3) *Где тебя так долго носило?*

Очевидно, что данные фразы будут иметь разную стилистическую окраску и различный стилистический эффект в силу использования во 2 и 3 предложениях стилистически окрашенных языковых элементов *шлялся*, *носило*.

Однако очевидно также и то, что причины использования стилистически окрашенных элементов в двух последних фразах носят внеязыковой характер и обусловлены **ситуацией общения** (например, позднее возвращение домой одного из участников речевой ситуации), физическим и психологическим **состоянием участников** речевой ситуации (переживаниями

---

<sup>4</sup> Пример взят из коллективной монографии «Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста» (М., 1987. С.).

одного из них по поводу задержки и позднего возвращения другого), **вне-речевыми** (внеконтекстными) **отношениями говорящих** (например, родителей с детьми), **истинными намерениями** говорящего (не просто получить информацию, как в 1 фразе, а продемонстрировать крайнюю степень раздражения, недовольства, вызванные долгим ожиданием) и т.д.

Таким образом, каждый акт языкового употребления имеет экстралингвистическое обоснование. Отбирая и сопоставляя языковые единицы применительно к речевой ситуации, стилистический отбор приспособливает их к условиям и целям общения.

Исследователи отмечают, что стилистический результат речевой деятельности определяется следующими типологическими **признаками**:

- равенство или неравенство постоянных и переменных социально-речевых позиций его участников: их расстановка (контактная или дистантная), форма (письменная или устная), официальность или неофициальность их взаимоотношений в момент осуществления речи;

- соответствие формального количества участников общения необходимости полной или частичной опоры на общественный языковой опыт, зависящий от типа словесного отбора – спонтанного или подготовленного.

Будучи отобранными, языковые средства получают **стилистическое значение**, т.е. становятся **стилистическими средствами**, обладающими коннотативным смыслом – добавочной информацией к лексическому и грамматическому значению элемента языка.

При этом под **стилистическим значением** понимаются дополнительные к собственно лексическому, предметному или грамматическому значению признаки, которые имеют постоянный характер в определенных условиях и входят в семантическую структуру языковой единицы. Стилистическое значение вытекает из совокупности следующих факторов:

- 1) эмоционально-экспрессивная окраска языковой единицы;
- 2) функционально-стилевая окраска языковой единицы;
- 3) характеристика сочетающихся с ней единиц;
- 4) соотношенность обеих сторон окраски с ситуацией общения и коммуникативной установкой говорящего<sup>5</sup>.

Комбинация стилистических средств образует **стилистический прием**, призванный создать в тексте определенную стилистическую тональность, стилистический фон, помогающий автору реализовать коммуникативную роль высказывания – **экспрессивное задание**.

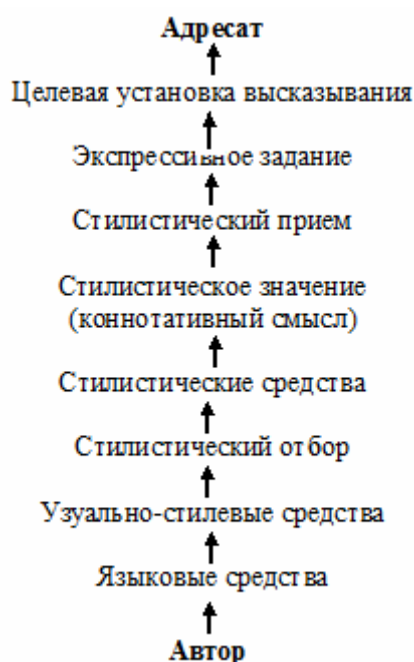
Иерархия единиц стилистического отбора представлена в схеме 2.

---

<sup>5</sup> Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982. С.82.



## Схема 2.



Стилистический отбор приводится в действие **узуально-стилевым комплексом**.

Категория узуально-стилевого комплекса позволяет описать систему стилистически значимых употреблений текстов разных стилей «в реальном языке реальной эпохи», так как коллективные навыки стилистически значимого употребления чувствительны к историческому развитию языка и активно меняются во времени.

Узуально-стилевой комплекс, как следует из предшествующих рассуждений, включает в себя несколько иерархически взаимосвязанных составляющих: **стилистическое средство, стилистическое значение, стилистический прием, стилистическое задание/эффект**, которые в перечисленной последовательности демонстрируют **механизм употребления языка в речи**.

Исследователи отмечают, что категория стилистического узуса неоднородна по своему составу: **стилистические средства и приемы**, обладающие **стилистическим значением**, отражают внутренние закономерности стилистически отмеченного употребления языка, а **стилистическое задание и стилистический эффект** представляют собой «социально-психологический комментарий» к речевой коммуникации.

Таким образом, узуально-стилевой комплекс строится на противопоставлении внутриязыкового и внеязыкового, соотносящихся между собой как **план содержания** и **план выражения**, как стилистическое значение и стилистическое (экспрессивное) задание.

## Схема 3.

**Узуально-стилевой комплекс как механизм употребления языка в речи**

Стилистическое средство →	стилистическое значение →	стилистический прием →	стилистическое задание/ эффект
Компоненты стилистически отмеченного употребления языка			Компоненты социально-психологического комментария к речевой коммуникации
внутриязыковое			внеязыковое
план выражения			план содержания
Языково-стилевой состав высказывания как коммуникативно-речевой единицы		Взаимодействие участников коммуникации	

### 1.3 Факторы, определяющие языково-стилевой отбор в сфере современной газетной публицистики

Противопоставленность антитетических начал узואльно-стилевого комплекса, их взаимодействие, взаимообусловленность и взаимозависимость определяют отбор стилистически значимых элементов в современных газетно-публицистических текстах, которые в современных условиях ориентированы не столько на выполнение информативной функции, сколько на борьбу за умы и сердца читателей и слушателей, то есть **на воздействие**. Очевидно, что особенности узואльно-стилевого комплекса (иначе – механизма языкового отбора) современных газетно-публицистических текстов таковы, что в его природе заложены все негативные и позитивные тенденции формирования стилистического узуса и то особое представление о стилистической норме в современном русском языке, о которых говорилось ранее.

Одним из факторов языково-стилевого отбора является **сфера функционирования** языка современной газетной публицистики, которая представляет собой область политико-идеологических общественных отношений. Взаимодействие адресата и адресанта в этой сфере отличается от всех прочих и обусловлено направленностью на воздействие и убеждение. Исследователи отмечают императивный характер газетно-публицистической речи: она призвана не только сообщить о чем-то, не только выразить отношение к сообщаемому, но и внушить это отношение адресату<sup>6</sup>.

Таким образом, газетно-публицистическая речь обладает типичным экспрессивным заданием с установкой на воздействие, то есть стремится «заразить» адресата сопереживанием, равнодушием к конечному результату (совпадение стилистического задания и эффекта). Чем созна-

<sup>6</sup> Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Указ. соч. С. 63-64.



тельнее установка на воздействие со стороны адресата в современных газетно-публицистических текстах, тем глубже противоречие между нормативностью и распространенностью языкового явления, с одной стороны, и его стилистической уместностью с позиций экспрессивно значимого общения, с другой.

Второй немаловажный момент состоит в том, что газетно-публицистическая речь представляет собой наиболее типические примеры **массовой коммуникации**. Для нее характерны неравные, дистантные, официальные отношения между участниками речевого акта с преобладанием подготовленного отбора средств выражения и письменной формы осуществления, с личной ответственностью автора за способ выражения и его одновременной опорой на коллективные навыки языкового сознания в целом.

В то же время в газетных текстах реализуется особое отношение сторон речевого общения, когда отправителем информации выступает «коллективный автор», адресатом же является массовый читатель. В этой связи одно из важнейших требований к знаковой системе языка, к знаку как действительному средству общения, а именно – указание только на самое общее, по определению Б.А. Серебренникова, на «всеобщие значимости»<sup>7</sup>, в публицистических текстах становится особенно актуальным. В ситуации невозможности учета дифференциальных эффектов восприятия данная особенность газетной публицистики обуславливает возникновение обширного круга стереотипных функционально прикрепленных стилистических средств, осуществляющих наиболее характерные для публицистических текстов экспрессивные задания. Ориентированные на воздействие и убеждение публицистические тексты открывают простор для проявления индивидуальной речевой манеры, что позволяет современной стилистике, вслед за В.Г. Костомаровым, говорить о единстве экспрессии и стандарта, неповторимости и шаблоне как основном стилеобразующем признаке газетной публицистики<sup>8</sup>. Экспрессивность же во многом реализуется за счет ресурсов разговорно-просторечного стиля.

Коллективные навыки значимого употребления языка в публицистических текстах, по замечанию многих исследователей, допускают регулярное взаимодействие литературных и нелитературных пластов с целью достижения выразительности. В связи с этим представление о норме применительно к стилистическому узусу отличается от общей культурно-речевой нормы. Одно из главных отличий состоит в том, что использование просторечно-жаргонной речевой стихии носителями литературного языка является объективно существующим фактом этой нормы.

#### 1.4 Стилистический узус языка современной газетной

---

<sup>7</sup> Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление. М., 1988. С. 133-134.

<sup>8</sup> Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.

## публицистики

Остановимся подробнее на некоторых особенностях стилистического узуса языка современной газетной публицистики.

Характеризуя язык газет конца 80-х годов, М.В.Панов писал: «Если вы внимательно прочтете несколько газет десятилетней давности, вам сразу бросится в глаза непривычный стиль этих газет: все серьезно, сдержанно, строго, с чувством ответственности, точно, ясно – но чего-то будет не хватать. Вы почувствуете, что это не сегодняшняя газета. Будет не хватать стилистических красок. ... Читая газеты десятилетней давности, мы будем все время чувствовать, что находимся на стилистической диете»<sup>9</sup>.

Почти такими же словами можно охарактеризовать стилистические различия современных газетно-публицистических текстов по отношению к текстам 80-х годов. В то же время можно говорить о некоторых тенденциях в развитии языка газет.

### 1. Стилиевое расслоение газетно-публицистических изданий

Общую стилистическую направленность газетно-публицистических изданий конца 80-х годов XX века М.В.Панов оценил как разностилевою. Одни из них тяготели к «строгости», характеризующемуся точностью, скупостью, строгим отбором стилистических красок, полной определенностью формулировок (например, газеты «Правда», «Красная Звезда»). Другие культивировали стиль «языковой раскованности», многокрасочности, эмоциональной остроты (газеты «Известия», «Советская Россия», «Московский комсомолец»). Третьи были «оплотом» стилистической сухости и однолинейности («Учительская газета»). Прошедшие годы отмечены дальнейшей поляризацией стилистической направленности газетных изданий: от сугубо «строгой» до крайне «раскованной». Намечился ряд изданий, стилистически умеренных, занимающих промежуточное положение между крайними точками.

Причины стилового расслоения газет прошлого десятилетия М.В.Панов видит в различной их функции, что находит отражение и на языковом уровне. Очевидно, что в современной газетной публицистике эта тенденция развивается в сторону все большей специализации изданий. Язык газет варьируется в зависимости от целого ряда неязыковых факторов, обусловленных преобладанием в языке современной публицистики воздействующей функции над функцией информативной. Воздействующая функция на передний план коммуникации выдвигает фигуру адресата: его возрастные и половые особенности, социальные, экономические и политические приоритеты и пристрастия, которые издания, ориентированные на определенный круг читателя, стараются учесть и на языковом уровне. Га-

---

<sup>9</sup> Панов М.В. Указ. соч. С. 4.



зеты, как бы «говоря» языком потенциального получателя информации, становятся для него «своими», то есть понятными и достойными доверия.

Например, для газетных изданий, оппозиционных властям («Советская Россия», «Правда», «Голос труда» и др.), характерен всплеск инвективной (оскорбительной) лексики и откровенной брани; молодежные газеты легко «опознать» по соответствующему сленгу и обилию просторечно-разговорных конструкций (например, «Молодежь Алтая») и так далее.

## **2. Увеличение доли стилистически окрашенных языковых средств в газетно-публицистическом дискурсе**

Для газетной публицистики конца 80-х годов был свойствен нейтральный стиль, слегка окрашенный разговорностью. В языке современной газетной публицистики, особенно тех изданий, которые отличаются «языковой раскованностью» («Комсомольская правда», «Московский комсомолец» и др.), наряду с нейтральной лексикой соседствуют разговорные, просторечные, грубо-просторечные, а нередко и обценные (непристойные) языковые единицы. Последние выполняют не только инвективную функцию (оскорбить, унижить, опорочить адресата речи). Они могут также сигнализировать о принадлежности говорящего к «своим», показывают, «каким свободным, раскованным, «крутым» является говорящий»; делают речь более эмоциональной; разряжают психологическое напряжение<sup>10</sup>.

Распространение разговорно-просторечных языковых элементов в сфере массовой коммуникации является объективной реальностью, обусловленной рядом причин. Во-первых, нормативность стилистического узуса, как указывалось выше, отличается от общей культурно-речевой нормы и допускает регулярное взаимодействие литературных и нелитературных пластов для достижения выразительности (оказания планируемого автором воздействия на адресата). Следовательно, использование в газетно-публицистических текстах просторечно-жаргонной речевой стихии можно рассматривать как одно из проявлений этой нормы.

Вторую причину стилистического «газетного» сдвига от нейтральной речи к разговорной некоторые исследователи (например, М.В. Панов) видят в новом отношении современного общества к понятию «языковая норма». Если в 30-60-х годах к норме относились как к запрету, то с середины 70-х годов норма расценивается как выбор какого-либо языкового варианта в зависимости от целей и условий общения. Изменение нормативных приоритетов в обществе позволило, например, Ю.Д. Апресяну в основу классификации языковых аномалий положить способ их возникновения в речи (см. приложение). Его типология, иллюстрируемая газетно-журнальными материалами конца 80-х годов, представляет собой «многokrатно пересекающиеся классы в виде строго упорядоченного иерархиче-

---

<sup>10</sup> О функциях обценной лексики (от лат. *obscenus* – «непристойный») см.: Понятия чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. М., 1997.

ского древа»<sup>11</sup>, в основании которого лежат намеренные и ненамеренные аномалии. Первые возникают по воле автора и выполняют какие-то полезные функции, а вторые появляются независимо от его желания и делятся исследователем на деструктивные (невольные или нерегулярные языковые ошибки) и конструктивные (типичные), которые Ю.Д. Апресян расценивает как принципиально перспективные факты, способные выступать точками роста новых явлений, источником обновления и развития языка.

### **3. Увеличение доли эмоционально окрашенных языковых средств в газетно-публицистическом дискурсе**

Согласно категории узуально-стилевого комплекса, цели и условия общения определяют характер взаимодействия участников газетной коммуникации. Они, в свою очередь, производят отбор стилистических средств и приемов, соответствующих стилистическому заданию и планируемому стилистическому эффекту. Постоянная установка на выразительность, экспрессивное воздействие, а также (в силу частого употребления) тенденция к штампообразованию вынуждают авторов газетно-публицистических текстов использовать все большее количество стилистически и эмоционально окрашенных языковых средств. Эти языковые средства в силу неязыковых причин (уровень культуры общения участников коммуникации, социальные и экономические условия жизни, политическая ориентация и др.) подчас носят абсолютно ненормативный характер и отличаются ярко выраженной пейоративной (сниженной оценочностью) окраской, нередко представленной инвективной и обценной лексикой и фразеологией.

Таким образом, единство антитетических начал узуально-стилевого комплекса в газетной публицистике часто провоцирует конфликт между планом содержания (стилистическим значением) и планом выражения (экспрессией) и может привести к саморазрушению газетно-публицистического стиля, к поглощению его, например, разговорно-бранно-просторечным. Гипотетически такая возможность существует, хотя практически она маловероятна, поскольку функциональный стиль – это разновидность единого литературного языка, а язык развивается по своим законам.

---

<sup>11</sup> Апресян Ю.Д. Языковые аномалии: типы и функции // RES PHILOLOGICA. Филологические исследования. М.-Л., 1990.



#### 4. Экспрессивность газетно-публицистического текста как отражение авторского начала

Установка на выразительность обуславливает особое внимание участников газетной коммуникации к эмоционально-экспрессивным средствам создания выразительности. Эмоционально-экспрессивная окраска современных газетно-публицистических текстов характеризуется взаимодействием контрастных элементов (например, возвышенных и фамильярных, оценочных и нейтральных и т.п.). Она позволяет передать разнообразные оттенки авторского отношения к описываемому – от слегка намеченных полутонов, призванных лишь оттенить авторскую мысль, до «многокрасочных» полотен, выполненных как в пейоративной, так и в мелиоративной «стилистической манере», реализующей все виды языкового воздействия вплоть до манипулятивного.

Наблюдения за стилистической окраской современных публицистических текстов позволяют сделать вывод о том, что средства массовой информации (в частности, газеты) становятся своеобразным зеркалом души пишущего. Таким образом, из двух функций газетно-публицистического стиля – информационной и воздействующей – на первое место выходит воздействующая. Язык газетных текстов отражает внутреннее состояние автора, его эмоции, настроения, заменяя тем самым информацию о факте и его интерпретацию. Все это, с одной стороны, открывает простор для проявления индивидуальной речевой манеры, сближающей язык газет с художественной речью, с другой, – включает механизм продуцирования штампов, столь характерный для языка газетной публицистики.

Штамп – это такое языковое средство, которое первоначально было свежим, выразительным, но в силу широкой употребительности потеряло свою оригинальность, стало употребляться недифференцированно. С позиций высказывания, штамп представляет собой языковую единицу, отличающуюся нечеткостью семантики и затрудненностью интерпретации. Появление в тексте штампа сопровождается негативной реакцией адресата, поскольку свидетельствует о стилистической дефектности, символизирующей культурно-речевую узость пишущего. Это явление характеризуется «микроисторичностью», частой сменяемостью. Иллюстрацией этого могут служить следующие языковые единицы, представленные в статье «Публицистический стиль» энциклопедии «Русский язык» как эмоционально-экспрессивные: *новатор, передовик, правофланговый, труженик, доблестный, вдохновляющий, уверенной поступью, плечом к плечу, рекордный рубеж, белое золото (хлопок), мягкое золото (пушнина), зеленый друг (лес)* и тому подобные<sup>12</sup>. Очевидно, что с позиций современного газетно-публицистического дискурса они являются идеологическими газетными штампами. Следует добавить сюда еще целый ряд аналогичных языковых

---

<sup>12</sup> Русский язык. Энциклопедия. М., 1979.

единиц, извлеченных из газет конца 50-х годов (в частности, из «Литературной газеты» за 1959 год): *грандиозные задачи, подавляющее большинство, значительный вклад в развитие, трудовые подвиги, бурные аплодисменты, гром аплодисментов, торжество человеческой мысли, цветы надежды, матери мира, огонь души, мобилизовать творческие силы, триумфальное шествие, миролюбивая политика, с чувством глубокого удовлетворения, плоды воспитания, горькие воспоминания, светлое будущее.*

Современные газетно-публицистические штампы более разнообразны и «тематичны», теснее связаны с объектом описания (искусством, экономикой, политикой, идеологией, спортом и т.п.): *трудно описать словами, музыка льется с полотен, врачует и исцеляя души, глубина работ, мир художника, большой и радостный праздник, юные грации, на пороге социального взрыва, положение спас, блокада прорвана, скудное финансирование, львиная доля бюджета, максимально использовать редкие возможности, торжественное празднование, внести посильный вклад в святое дело, небывалое зрелище, способствовать бурному росту, максимально использовать, наглядно продемонстрировать, остаться безучастным, вызвать заинтересованную дискуссию* и так далее.

Таким образом, выдвигание на первый план в современных газетных текстах воздействующей функции и усиление авторского начала несколько изменило соотношение эмоционально-экспрессивных языковых единиц и штампов в сторону уменьшения последних, прежде всего, за счет полного или частичного (в зависимости от издания) исчезновения идеологических штампов. Они выполняют в современной публицистике строго определенную функцию: либо используются для создания иронии, либо представляют особые типы изданий, чаще всего оппозиционных нынешней государственной и правительственной власти.

## **5. Единство экспрессии и стандарта как стилеобразующий признак современной газетной публицистики**

Как было отмечено ранее, стилеобразующим признаком газетно-публицистического стиля является единство экспрессии и стандарта. Стандарт же (или стереотипные конструкции, клише) представляет собой необходимый элемент речи, обеспечивающий точность, однозначность, экономность и традиционную повторяемость некоторых языковых элементов. По своей эмоционально-экспрессивной окраске эти языковые единицы, как правило, нейтральны и являются характерной узуально-стилевой приметой современных газетно-публицистических текстов.

Стереотипные газетные конструкции, в отличие от штампов, характеризуются медленной изменяемостью во времени, устойчивостью и традиционностью. Именно поэтому они представляют собой своеобразную «визитную карточку» языка газет. В противоположность штампам, возникающим из стремления авторов к экспрессивности (воздействующая функция), в стандарте реализуется функция информативная. По замечанию ис-



следователей, это устойчивое в своем составе и воспроизводимое в готовом виде языковое средство, которое не вызывает негативного отношения, так как обладает четкой семантикой и экономно выражает мысль, способствуя скорости передачи информации.

Перечислим некоторые стереотипные конструкции, характерные для газетных текстов современной публицистики: *открытие выставки состоялось, победителя ожидает приз, обмен мнениями, в результате аварии, в работе семинара принимали участие, присутствовали представители, очередная встреча с журналистами, состоялась презентация в числе номинантов, заявки на участие в конкурсе, в рамках выставки планируется провести, призовой фонд составил, продолжается показ, состоятся концерты, исполком принял решение, зарубежные гости, оглашены результаты, издано общим тиражом, на выставке экспонируются, на выставке представлены* и так далее.

В данном перечне представлены стереотипные конструкции, извлеченные из современных газетно-публицистических текстов (2000-2002 гг.) и нескольких номеров «Литературной газеты» за 1959 год. Очевидно, что дифференцировать их по времени очень сложно (за исключением нескольких единиц, отразивших новые реалии жизни), поскольку сорокалетний промежуток между ними не ощущается современными носителями языка, что вполне соответствует природе данного языкового явления.

## **6. Увеличение доли текстовых аномалий в современном газетно-публицистическом дискурсе**

Установка на выразительность в современных средствах массовой информации порождает еще одну характерную примету публицистических текстов конца XX – начала XXI в.в. – тенденцию к продуцированию разнообразных текстовых аномалий (см. об этом часть 3).

Аномалия – это отклонение от нормы. Выразительность же, по замечанию В.В. Одинцова, всегда, на всех уровнях связана с отклонением от нормы. Стремление автора к выразительности побуждает его разрушать, трансформировать нейтрально-линейное изложение. Оно подвергается усложнению, воздействию ряда выразительных приемов и средств усиления»<sup>13</sup>.

На языковом уровне это достигается не только за счет использования стилистически окрашенной лексики, синтаксиса и ряда специальных выразительно-изобразительных средств, но и через нарушение правила употребления какой-либо языковой или текстовой единицы. Подобное отклонение от нормы Ю.Д. Апресян и называет «языковой аномалией».

---

<sup>13</sup> Одинцов В.В. Стилистика текста. М., 1980. С. 140.

На композиционном уровне выразительный эффект достигается через трансформацию линейной последовательности изложения («нулевого» уровня композиции).

## **7. Конфликтность современного публицистического дискурса как результат концептуальной, оценочной и языковой свободы**

И.А. Стернин, давая определение современному русскому публицистическому дискурсу, отмечает, что основными факторами, обусловившими изменения в русском публицистическом дискурсе последнего десятилетия, являются концептуальная, оценочная и языковая свобода. Особенного внимания заслуживают собственно языковые изменения публицистического дискурса, к которым можно отнести увеличение доли оценочной, сниженной, разговорной, просторечной, сленговой и жаргонной, а также вульгарной и даже нецензурной лексики и фразеологии; «иронизация» публицистического дискурса; эмоциональность и образность как характерная примета публицистики; стилистический динамизм, проявляющийся через сочетание резко контрастных стилистических элементов.

Говоря о свободе слова как проявлении политической свободы в обществе, И.А. Стернин отмечает, что подавленная ранее тоталитарным государством активность большинства членов общества в период реформирования страны нашла взрывной выход, что привело не только к активности (деловой и политической), но и к выбросу у части общества агрессивности и грубости, вызывающего, неконтролируемого поведения».

Агрессивность и грубость определенной части общества нашли свое отражение в языке современной публицистики через так называемый конфликтный (агрессивный, эпатажный) текст, что привело к значительному увеличению числа исковых заявлений по защите достоинства и деловой репутации лиц, ставших субъектом описания газетно-публицистических текстов. Это привело к возникновению новой научной отрасли – юрлингвистики, успешно развиваемой учеными филологического факультета Алтайского государственного университета под руководством доктора филологических наук, профессора Н.Д. Голева. Эта наука призвана не только изучить специфику подобных текстов, но и выработать рекомендации журналистам по их смысловой и языковой защите.

\*\*\*

Итак, мы отметили некоторые особенности языка современной газетной публицистики, показав роль узуально-стилевого комплекса как механизма языкового отбора в сфере «политико-идеологических общественных отношений», обслуживаемой газетно-публицистическим стилем.

Среди перечисленных тенденций развития современного публицистического дискурса особенно важны те, которые определяют изменения, характерные для развития современного русского языка в целом: про-

блема **снижения культуры устной и письменной публицистической речи**, которая в сфере публицистики связана с проблемой текстовых аномалий, и **проблема «орализации» публицистического дискурса**, обусловленная неограниченным использованием в публицистической сфере нелитературных пластов лексики и фразеологии и «нелитературных» способов и приемов построения публицистического текста с целью создания выразительности.

#### ЛИТЕРАТУРА К ПЕРВОЙ ЧАСТИ

1. Апресян Ю.Д. Языковые аномалии: типы и функции // RES PHILOLOGICA. Филологические исследования. М.-Л., 1990. С. 50 – 71.
2. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
3. Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982.
4. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
5. Одинцов В.В. Стилистика текста. М., 1980.
6. Панов М.В. Из наблюдений над стилем современной периодики // Язык современной публицистики. Учебное пособие. М., 1989. С.4 – 27.
7. Понятия чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. М., 1997.
8. Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996.
9. Русский язык. Энциклопедия. М., 1979.
10. Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление. М., 1988.
11. Сковородников А.П. Языковое насилие в современной российской прессе // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. Красноярск-Ачинск, 1997?
12. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Воронеж – Пермь, 1998.
13. Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987.
14. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977.



## ЧАСТЬ 2. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АВТОРА И АДРЕСАТА В СФЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

### 2.1 Публицистический текст как результат коммуникативно-речевого взаимодействия автора и адресата

#### 2.1.1 Общее представление о коммуникации

Термин «коммуникация» имеет широкое хождение в таких науках как философия, психология, социология, информатика, лингвистика. Определения коммуникации многочисленны и противоречивы. В учебном пособии В.Я. Мыркина «Язык – речь – контекст – смысл» (Архангельск, 1994) на основе анализа ряда источников приводится несколько определений понятия «коммуникация»:

- 1) как средство передачи информации (опыта) от одного индивида к другому по различным каналам связи;
- 2) как взаимное и совместное понимание;
- 3) как общение, как коммуникативная деятельность по обмену сведениями, цель которых – изменение поведения собеседника;
- 4) как способ внутренней организации и внутренней эволюции общества как целого;
- 5) как одна из форм всеобщей связи между явлениями.

Все эти определения дополняют друг друга и могут быть обобщены следующим образом:

- [1] передача информации (сообщения) отправителем →
- [2] прием (понимание) информации (сообщения) получателем →
- [3] ответная реакция (действие) получателя →
- [4] координация деятельности общества в целом →
- [5] организация функционирования и эволюции во всем биологическом мире.

В итоге мы имеем три уровня понимания коммуникации: *первый* – с [1] по [3] – модель процесса коммуникации между индивидами; *второй* – [4] – роль коммуникации в обществе в целом как способ его организации; *третий* – [5] – роль коммуникации во всем живом мире<sup>14</sup>.

При этом первый уровень коммуникации оказывается наиболее актуальным с позиций языково-стилевого отбора, поскольку речь (высказывание, текст) является основным средством речевой коммуникации, а коммуникативная функция – одной из основных функций языка как средства человеческого общения.

---

<sup>14</sup> Мыркин В.Я. Указ. соч. С. 25.

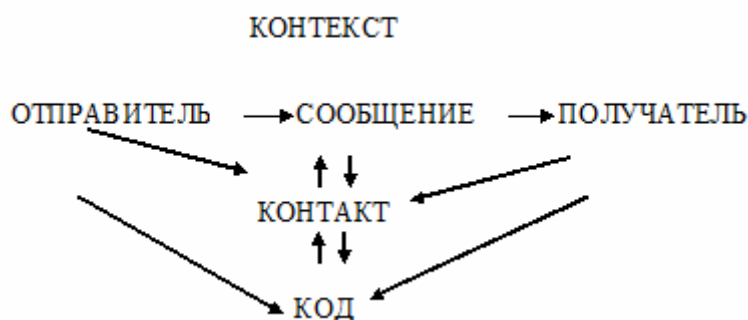
## 2.1.2 Схема коммуникативно-речевого взаимодействия в сфере газетной публицистики

Речь возникает в условиях, называемых *коммуникативной ситуацией*. Речь, являющаяся продуктом коммуникации, состоит из единиц языка. Язык приспособлен для целей коммуникации, но осуществляется коммуникация тогда, когда приводится в действие механизм для создания конкретных высказываний.

Основной целостной единицей коммуникации является *речевой коммуникативный акт* – законченная часть языкового взаимодействия, имеющая естественные границы. Коммуникативный акт включается в акт совместной деятельности индивидов, объединяющий физическую, интеллектуальную, эмоциональную, бессознательную и прочие виды человеческой деятельности.

Условия осуществления коммуникативного речевого акта привлекали к себе внимание многих исследователей. Известно, например, «кольцо Соссюра», моделирующее коммуникативный акт<sup>15</sup>. Однако наибольшей популярностью пользуется «функциональная модель Р. Якобсона»<sup>16</sup>, схема которой приводится ниже.

### Схема 4.



Всякое языковое выражение прежде всего предназначено для другого человека, следовательно, необходимыми компонентами коммуникативно-речевого акта являются *отправитель* информации (*автор, говорящий, пишущий*) и *получатель* информации (*адресат, слушающий, читающий*). Для того, чтобы коммуникативный акт состоялся, необходимо также *коммуникативное задание*, вытекающее из практических и коммуникативных целей участников коммуникации. Практические цели основываются на той практической деятельности, в которую включен коммуникативно-речевой акт. Коммуникативные цели – это сознательные намерения, с которыми один из коммуникантов обращается к другому.

Автор должен выразить свою мысль в языковой форме так, чтобы она была понятна адресату, следовательно, они должны иметь *общий языковой код* и *контакт*, основой которого служат процессы вербализации

<sup>15</sup> Соссюр Ф. Де. Труды по языкознанию. М., 1977. С.50.

<sup>16</sup> Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193-230.

(кодирования), то есть оформления мыслей автором при помощи единиц языка, и понимания (декодирования) слов автора адресатом. Контакт осуществляется во многом за счет общего языкового кода.

Результатом коммуникативно-речевого взаимодействия автора и адресата является *сообщение* (порожденное высказывание).

Немаловажную роль играют условия, в которых протекает коммуникация (сфера общения).

### 2.1.3 Коммуникативная ситуация в сфере газетной коммуникации

Как известно, сфера функционирования газетно-публицистического стиля, разновидностью которого является язык газет, представляет собой сферу политико-идеологических общественных отношений. Это означает, что отношения автора и адресата в этой области применения русского языка носят *публичный* характер. Квинтэссенцию этого понятия можно извлечь из словарного толкования лексемы *публичный*: «<лат. publicus> общественный – совершающийся в присутствии публики, открытый, гласный; общественный, не частный»<sup>17</sup>. В свою очередь, слово *публицистика* данный словарь также возводит к латинскому слову publicus (общественный), трактуя его как «вид литературы, посвященный актуальным общественно-политическим вопросам и текущей жизни общества», то есть интересным для широкого круга членов этого общества – читателей, если говорить о газетной публицистике. Генетическая близость этих понятий, на наш взгляд, определяет то обстоятельство, что, по замечанию Ю.В. Рождественского, «оратор /и публицист! – Т.Ч./ всегда отвечает за последствия своей речи, так как то, что он говорит, касается не воображаемых обстоятельств, а реальности, и он сам – действующее лицо среди других лиц в его аудитории»<sup>18</sup>.

Речь – это вид межчеловеческой коммуникации. Данное определение как нельзя лучше подходит и к публичной, и к публицистической речи, ибо ни в одной другой сфере в коммуникацию не вовлекается такое практически неограниченное число участников. Однако говорить публично – «это большой и благородный риск», так как использование речи, особенно, по нашему мнению, в сфере газетной публицистической коммуникации, «так или иначе сопряжено с риском: знак может быть неверно истолкован; знак может служить средством обмана. Говорящий может ошибаться; он может оказаться не в состоянии членораздельно передать то, что он имеет в виду»<sup>19</sup>. Таким образом, риск, обусловленный употреблением речи в газетно-публицистической сфере, прежде всего связан а) с особенностями восприятия печатного текста (когда автор и адресат разделены в пространстве) и

<sup>17</sup> Современный словарь иностранных слов, 1992, с.502.

<sup>18</sup> Рождественский Ю.В. Теория риторики. М., 1977. С.178.

<sup>19</sup> Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М., 1994. С.50.



возможностью неединственной его интерпретации; б) с глобальной коммуникативной функцией высказывания, избранной автором для передачи информации и воздействия.

Кроме того, сфера употребления определяет и такую черту газетной речи как *официальность*. Каждое газетное издание обязательно имеет не только подзаголовок, определяющий ее локальные и адресные характеристики (например, газета «Вечерний Барнаул» – это городская массовая газета; «Алтайская правда» – краевая массовая газета; «Алтайские ведомости» – краевая массовая общественно-политическая газета; «Честное слово» – общероссийская газета; «Аргументы и факты» – «ваша газета»; «Московский комсомолец» – российский региональный еженедельник и т.д.), но также и учредителей. В частности, учредителями «Алтайской правды» является Краевой Совет народных депутатов, администрация Алтайского края и коллектив газеты; учредитель «Вечернего Барнаула – ООО «Алтайская неделя Плюс» и т.д.

Наконец, отношения между автором и адресатом в сфере газетной коммуникации реализуются через письменную речь, которая имеет существенные отличия от речи устной<sup>20</sup>.

Письменная речь ориентирована на восприятие органами зрения, поэтому к ней можно неоднократно обращаться, а следовательно, длительно осмысливать то, что хотел сказать автор: понимать, интерпретировать. Кроме того, языково-стилевой отбор в области письменной речи воплощает типические особенности, свойственные той или иной функциональной разновидности литературного языка, функционирующей в определенных типичных обстоятельствах, следовательно, эта речь более подвержена стандарту, отличается закрепленностью и кодифицированностью по сравнению с устной речью.

Данное обстоятельство определяет тот факт, что отбор слов, выражений, синтаксических конструкций, расположение слов в структуре предложения – все это подчинено тем законам, которые действуют в пределах определенного типа речи, присущего письменной форме реализации литературного языка (см. 1 часть). Наконец, письменная форма речи, в частности, газетно-публицистической, отличается опосредованным, подготовленным характером связи с адресатом, что предъявляет к автору требования учета разнообразного возможного воздействия этой речи на потенциального читателя.

При этом следует заметить, что любой текст СМИ, содержащий те или иные утверждения о каком-то лице или организации, может в принципе быть оспорен в судебном порядке, даже если автор текста (например, журналист) будет соблюдать все меры предосторожности и избегать «зоны риска».

Причина этого – в особенностях речевого (языкового) общения как одной из форм социального взаимодействия, носящего нередко конфликт-

---

<sup>20</sup> Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Указ. соч. С.19-21.

ный характер<sup>21</sup>. Поэтому в сфере газетной коммуникации автор должен соблюдать необходимые, обусловленные сферой употребления нормы речевого общения: языково-стилевые, морально-этические и правовые, нарушение которых может привести к коммуникативной неудаче в сфере газетной коммуникации (см. об этом часть 4).

Все перечисленные особенности определяют *общий языковой код*, присущий газетным текстам; большое внимание уделяется *контакту*, который в сфере газетной коммуникации начинается уже на стадии первичного знакомства читателя с заголовками газетного текста (контактоустанавливающая функция коммуникативного взаимодействия), по которому читатель определяет, читать ему дальше этот текст или обратиться к другому.

Особые отношения в сфере газетной публицистики существуют между автором и адресатом. Присущая публицистическим текстам направленность на воздействие и убеждение устанавливает особые отношения между сторонами общения. Это не констатирующая, а императивная речь; она призвана не только сообщить о чем-то, не только выразить отношение к сообщаемому, но и внушить это отношение адресату, то есть, в конечном счете, эта речь призвана воздействовать на убеждения и поведение читателей, на его оценку тех или иных фактов действительности<sup>22</sup>.

Именно воздействующая функция публицистической речи реализуется в газетной публицистике как авторская интенция (намерение, цель) через выполнение коммуникативного (экспрессивного) задания, т.е. через отбор стилистически окрашенных средств в процессе создания текста (узусально-стилевой комплекс). Следовательно, газетно-публицистический текст отражает особые отношения между автором и адресатом.

## **2.2 Коммуникативные портреты автора и адресата в сфере газетной коммуникации**

Одним из первых в отечественном языкознании к образу автора (ритора) обратился М.В. Ломоносов в «Кратком руководстве к красноречию»<sup>23</sup>. По его мнению, ритор должен быть: 1) «добросердечным и советным человеком, а не легкомысленным ласкателем и лукавцем»; 2) он должен быть любим народом за заслуги; 3) он должен иметь ту же страсть, которую в слушателях возбудить хочет, тогда он «не токмо словом, но и видом и движением действовать будет»; 4) он должен быть знатным породой и чином; 5) он должен пребывать в зрелом возрасте.

---

<sup>21</sup> См. об этом: Голев Н.Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении // Юрислингвистика I. Проблемы и перспективы. Барнаул, 1999.

<sup>22</sup> Шмелев Д.Н. Указ. соч. С.63-64.

<sup>23</sup> Ломоносов М.В. Об ораторском искусстве /Краткое руководство к красноречию// Об ораторском искусстве. М., 1963. С.59-60.

Далее М.В. Ломоносов обращается и к образу слушателя. По его мнению, воздействовать на чувства слушателей автор будет успешно в том случае, если будет учитывать «главные слушателей свойства»:

1) возраст, «ибо малые дети на приятные и нежные вещи обращаются и склоннее к радости, милосердию, боязни и стыду, взрослые способны привести быть могут на радость и на гнев, старые перед прочими страстями склоннее к ненависти, к любочестию и к зависти, страсть в них возбудить и утолить труднее, нежели в молодых»;

2) пол, «ибо мужской пол к страстям удобнее склоняется и скорее оные оставляет, но женский пол, хотя на оные еще и скорее побуждается, однако весьма долго в них остается и с трудом оставляет»;

3) воспитание, «ибо кто к чему привык, от того отвратить трудно»;

4) наука, «ибо у людей обученных в политике и многим знаниям и искусством важных, надлежит возбуждать страсти с умеренною живностию и с благочинною бодростию, предложениями важного учения исполненными; напротив того, у простаков и грубых людей должно употреблять всю силу стремительных и огорчительных страстей, для того что нежные и плачевные столько у них действительны, сколько лютна у медведей».

Таким образом, для осуществления авторского воздействия нужно обязательно знать физиологические и социальные свойства адресата<sup>24</sup>. Для чего? По мнению М.В. Ломоносова, разумный ритор при возбуждении страстей должен поступать как искусный боец: «умечать в то место, где не прикрыто, а особливо того наблюдать, чтобы тем приводить в страсти, кому что больше нужно, пристойно и полезно». Таким образом, уже в середине XVIII века исследователь призывал ораторов ориентироваться на слушателя (читателя), которому адресована речь.

Современным дополнением к советам М.В. Ломоносова может служить исследование И.П. Тарасовой<sup>25</sup>, которая в личности человека, формирующейся под влиянием общественно-исторических условий, в которых он живет, вычленяет несколько Я коммуниканта, соотносимых с факторами речевого общения и с личностью адресанта: Я телесное (физическое, физиологическое); Я социальное; Я интеллектуальное; Я психологическое; Я речемыслительное. Порождение высказывания затрагивает различные стороны личности адресанта (автора) – его социальное, интеллектуальное, психологическое Я, а также и собственно физическое Я, которое произносит все, что требуется. Формируется коммуникативная единица

---

<sup>24</sup> Включение в лингвистические модели все большего количества прагматических факторов – пола, возраста, условий коммуникации, по мнению В.П. Беянина, приводит к размыванию предмета лингвистики. «Отметим, правда, что это характерно прежде всего для отечественной лингвистики и в меньшей степени для американской, для которой по-прежнему характерен «прагматизм» и «позитивизм». См. об этом: Беянин В.П. Языковая личность автора в объявлении о знакомстве // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. / Под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. Волгоград, 2000. С.185-191.

<sup>25</sup> Тарасова И.П. Структура смысла и структура личности коммуниканта // Вопросы языкознания. №4. 1992. С.103-109.

речемыслительной составляющей сознания говорящего. Любое воспринимаемое адресатом высказывание затрагивает прежде всего его физическое и речемыслительное Я, которые принимают коммуникативную единицу. Речемыслительное Я интерпретирует принятое сообщение, привлекая к этому процессу также социальное, интеллектуальное и психологическое Я.

Таким образом, И.П. Тарасова не только характеризует структуру личности коммуниканта (автора и адресата), но также показывает характер взаимодействия Я того и другого, отмечая, что всякая речь имеет адресный характер и нацелена говорящим на различные стороны Я адресатов. Вывод, к которому приходит исследователь, следующий: анализ смысла коммуникативной единицы может и должен учитывать множественный характер личности коммуникантов.

Данный вывод особенно актуален для сферы массовой коммуникации, где, по замечанию Д.Н. Шмелева, реализуется особое отношение «сторон» речевого общения – отправителем здесь является коллективный автор, адресатом – массовый читатель<sup>26</sup>.

Результаты изучения коммуникативных портретов автора и адресата и характеристика способов и видов их возможного взаимодействия представлены в работе О.Л. Каменской «Текст и коммуникация» (М., 1990).

Исходя из текста как результата коммуникативного взаимодействия автора и адресата, О.Л. Каменская предлагает следующий «коммуникативный портрет» автора. В сознании адресанта прежде всего должны быть:

- 1) цель и замысел будущего текста;
- 2) прогнозируемый облик будущего читателя (реципиента), в том числе его предполагаемый «коммуникативный портрет» (квази-портрет), включающий представления автора о личности реципиента; о системе мнений и знаний о действительности, которыми он располагает (концептуальная система – КС); о тезаурусе личности реципиента (ТЛ). При этом тезаурус понимается как логико-системным образом упорядоченный словарный запас личности;
- 3) прогнозируемая модель будущего общения, в рамках которой автор рефлексировывает модель будущего общения и свое, а также реципиента, место в этой ситуации, т.е. конкретную экстралингвистическую ситуацию предстоящего коммуникативного акта<sup>27</sup>.

Таким образом, в современных исследованиях в области коммуникации акцент делается на мыслительном и языковом взаимодействии участников коммуникации, что обусловлено интересом к языковому сознанию и языковым личностям коммуникантов, т.к. как именно речемыслительное взаимодействие автора и адресата порождает высказывание (текст) как основную единицу и результат коммуникации.

<sup>26</sup> Шмелев Д.Н. Указ. соч. С.66-67.

<sup>27</sup> Каменская О.Л. Указ. соч. С.116-120.



«Коммуникативный портрет» адресата (реципиента) рассматривается О.Л. Каменской как «упорядоченная и взаимосвязанная совокупность необходимых автору сведений о тех сторонах личности адресата, которые обуславливают его свойства как приемника текста».

Автор всегда имеет установку на возможно более полное доведение до адресата авторского замысла, установку на то, чтобы реципиент его понял, поэтому:

1) говорящий должен считаться с уровнем знаний реципиента, т.е. использовать такое содержание и структуру прогнозируемого текста, а также такие средства языка для их выражения, которые в совокупности были бы доступны пониманию реципиента, которому адресован текст;

2) реципиент должен обладать достаточным объемом знаний в той области, в рамках которой будет протекать коммуникативный акт;

3) реципиент должен иметь достаточный объем тезауруса;

4) обладать лабильным (изменчивым) мыслительным аппаратом;

5) наличие концептуальной системы у реципиента, определяющей объем и содержание знаний реципиента, которыми он располагает о действительности. КС реципиента (точно так же как и автора) образует базис, с которым он будет в явной или неявной форме соотносить новую информацию из текста. При отсутствии достаточного «пересечения» новая информация будет отторгнута. Если же вся информация, которую несет текст, уже содержится в КС реципиента, то такой текст для него, по мнению О.Л. Каменской, не интересен и не стимулирует его речемыслительную деятельность.

В сфере газетной коммуникации последнее положение приобретает некоторые отличительные особенности.

Прежде всего, для успешного взаимодействия автора и адресата в газетно-публицистической сфере недостаточно только «пересечения» КС реципиента и текста, необходимо также **«пересечение» концептуальных систем автора и адресата через текст**, а также **пересечение тезаурусов** автора и адресата. Интересно в этом отношении замечание В.В. Виноградова, сделанное им в опыте «Риторического анализа»: «К образу ратора, помимо собственной его языковой личности, примешивается еще исполнительский момент, который несет в себе отраженный образ слушателя (адресата речи)»<sup>28</sup>.

Таким образом, ориентация автора на определенную категорию читателей для более успешного решения стоящих перед ним коммуникативных задач побуждает последнего к созданию коммуникативного портрета потенциального реципиента.

---

<sup>28</sup> Цит. по указ. соч. Караулова Ю.Н. С.32.

### 2.2.1 Коммуникативный портрет потенциального реципиента

Как правило, автор не располагает нужным объемом необходимой информации о реципиенте и вынужден довольствоваться неким *коммуникативным квази-портретом*<sup>29</sup>. Коммуникативный квази-портрет – это субъективное представление автора, полученное на основе всей имеющейся у него информации, о тех сторонах личности потенциального реципиента, которые необходимы ему как «приемнику текста».

Основу такого коммуникативного квази-портрета могут составить:

- 1) длительные и разнообразные контакты с реципиентом в прошлом, на основе которых можно создать достаточно достоверную модель сознания личности реципиента);
- 2) опосредованные контакты с личностью реципиента (достоверность информации снижена);
- 3) априорные, фрагментарные, слабо систематизированные экстралингвистические данные о реципиенте (личность реципиента, социальная принадлежность, род профессиональных занятий и т.п.).

Данные знания о реципиенте в сфере газетной коммуникации реализуются через его специальную и узкоспециальную направленность: политическую или идеологическую (газета определенной партии), профессиональную (медицинская, учительская, коммерческая, экономическая); гендерную (для мужчин, для женщин); социальную (средний класс, массовая газета) и т.п.

- 4) Предварительное знание автором каких-либо устных или письменных высказываний реципиента.

Особенно сложно выявить коммуникативный портрет группового или коллективного (массового) реципиента. В этом случае, помимо перечисленных способов получения информации о потенциальном реципиенте (читателе), могут быть использованы 1) опросы общественного мнения (анкетирование); 2) специальные социологические исследования; 3) читательские письма в редакцию газетных изданий; 4) тексты СМИ, ориентированные на разного читателя.

#### 1. Анкетирование как источник изучения коммуникативного портрета массового адресата

Для сбора информации о потенциальном реципиенте и о его «газетно-публицистических» пристрастиях можно использовать анкетирование. Примерный список вопросов может быть следующим:

---

<sup>29</sup> Каменская О.Л. Указ. соч. С.122-123.

## АНКЕТА

**1. Какие газетно-публицистические издания Вы предпочитаете? (нужное подчеркнуть)**

а) местные:

«Алтайская правда», «Молодежь Алтая», «Свободный курс», «Вечерний Барнаул», «Голос труда», «Купи-продай», другие (указать, какие).....

б) региональные:

«Коммерсант Сибирь», «Честное слово», другие .....

в) центральные:

«Известия», «Комсомольская правда», «Независимая газета», «Московский комсомолец», «Аргументы и факты», «Советская Россия», «Правда», другие (указать, какие) .....

**2. Почему Вы предпочитаете эти издания?**

а) быстро откликаются на события.....

б) правдиво отображают события.....

в) соответствуют моим взглядам на мир.....

г) соответствуют моему эмоциональному состоянию.....

д) отличаются особым языком, стилем.....

е) отличаются оформлением .....

ж) другое (указать, что) .....

**3. Есть ли у Вас любимые журналисты?**

– да (указать фамилию или имя).....

– нет .....

**4. Какие публикации, прочитанные в последнее время, показались Вам самыми интересными и почему?**

Возраст.....

Образование.....

Профессия .....

Пол .....

Полученные в ходе анкетирования результаты могут быть обобщены в следующей таблице<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> В сборе материала, представленного в данной таблице, принимали участие студенты 885 группы отделения связей с общественностью филологического факультета Алтайского государственного университета (2002 г.).

**Таблица 1.**

Реципиент	Предпочитаемое издание	Причина	Возраст	Образование	Профессия	Пол
1.	Российская газета КП на Алтае	объективность, достоверность	52	-	предприниматель	муж.
2.	Учительская газета Литературная газета Телесемь	проф. направленность	42	высшее	учитель русского языка	жен.
3.	Алтайская правда Голос труда	объективность, соответствие взглядам	62	-	пенсионер	муж.
4.	Маркер Экспресс Алтайская правда Свободный курс	интересная тематика	19	н/высш.	студ.	жен.
5.	Маркер Экспресс МК на Алтае Монитор	объективность, тематика	26	высшее	менеджер	муж.
6.	Телесемь Телепарк Спид Инфо	оформление, тематика	18	н/высш.	-	муж.
7.	Маркер Экспресс Алтайская правда Телепарк	широта тематики	21	н/высш.	зооинженер	муж.
8.	Маркер Экспресс Вечерний Барнаул Комсомольская правда	объективность, тематика	31	ср./ спец.	педагог	жен.
9.	Свободный курс Аргументы и факты	объективность, соответствие взглядам, язык и стиль	25	ср./спец.	водитель	муж.
10.	Алтайская правда Свободный курс	объективность, соответствие взглядам	48	высш. технич.	видеооператор	муж.
11.	Телесемь	соответствуют	55	высш.	препод.	жен.



	Алтайская правда	эмоц. со- стоянию			техникума	
12.	КП на Алтае Российская газета	объек- тивность, язык и стиль	52	высш.	предпри- ниматель	муж.
13.	Телесемь Свободный курс	язык и стиль	42	высш.	учитель	жен.
14.	Алтайская правда Вечерний Барнаул Голос труда	объек- тивность, соответ- ствие взглядам	62	ср. спец.	пенсионер	муж.
15.	Вечерний Барнаул	мобиль- ность	21	высшее	-	муж.
16.	-	-	29	н/высш.	дизайнер	муж.
17.	КП на Алтае Алтайская правда Поиск	мобиль- ность, соответ- ствие взглядам	44	высшее	препод.	жен.
18.	Аргументы и факты Спид Инфо	эмоцио- наль- ность, оформле- ние, те- матика	23	н/высш.	-	муж.
19.	Купи-продай	все	31	высшее	маркетолог	муж.
20.	Аргументы и факты Свободный курс Маркер Экспресс Комсомольская правда	тематика, стиль	35	высш.	менеджер	муж.
21.	Аргументы и факты Свободный курс Маркер Экспресс Телепарк	объек- тивность, мобиль- ность, тематика	51	высш.	пенсионер	муж.
22.	Аргументы и факты Свободный курс Комсомольская правда	соответ- ствует взглядам, эмоцио- наль- ность, тематика	51	ср. спец.	вневед. охрана	жен.

23.	Ваше дело Свободный курс Честное слово Независимая газета Коммерсант	мобиль- ность, эмоцио- наль- ность	22	высш.	специа- лист по связям с обществ.	жен.
24.	Маркер Экспресс	мобиль- ность	20	н/высш.	студ.	муж.
25.	Вечерний Барнаул Экономика и жизнь Аргументы и факты	мобиль- ность, проф. ин- терес	42	ср. спец.	бухгалтер	жен.

На основе данной таблицы можно составить представление о популярности того или иного издания в г. Барнауле на данный период, о возрасте читателей (таблица 2), о причинах, по которым они предпочитают эти издания (таблица 3) и т.п.

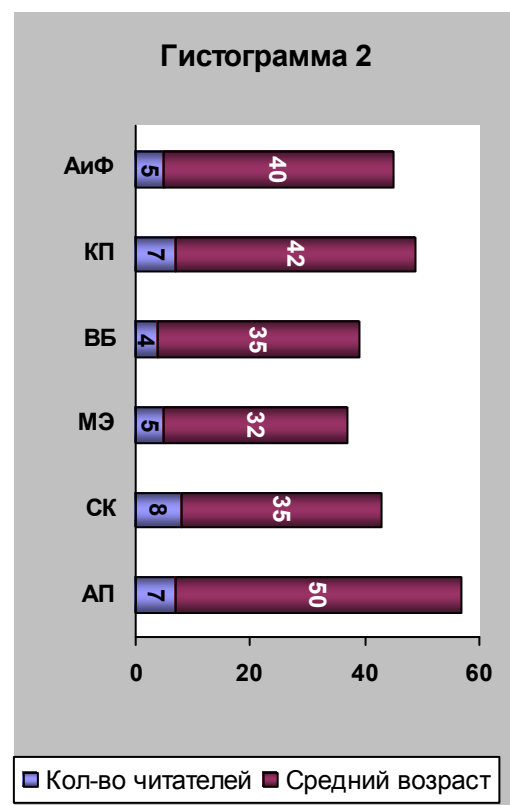
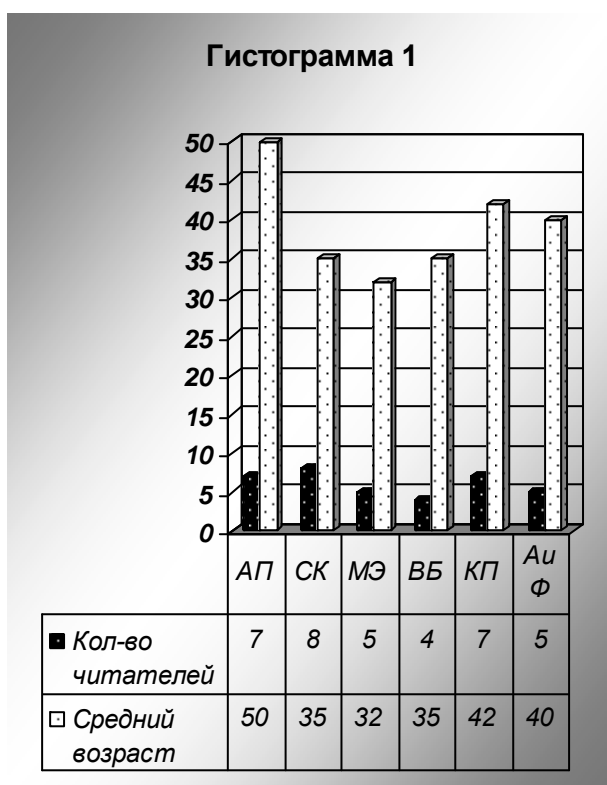
Таблица 2.

Издание	кол-во читателей	возраст
Алтайская правда	7	40-60
Свободный курс	8	20-50
Маркер Экспресс	5	20-35
Вечерний Барнаул	4	20-50
Комсомольская правда	7	35-50
Аргументы и факты	5	30-50

Таблица 3.

Издание	Причины предпочтения
Алтайская правда	объективность, соответствие взглядам читателя, интересная тематика, эмоциональность
Маркер Экспресс	широта тематики, стиль, объективность, <b>интересная</b> тематика
Вечерний Барнаул	объективность, тематика, мобильность, соответствие взглядам читателя
Комсомольская правда	тематика, стиль, мобильность, соответствие взглядам читателя
Аргументы и факты	эмоциональность, <b>оформление</b> , интересная тематика, стиль

Использование в исследовании разного рода диаграмм позволяет сделать параметры, характеризующие разные СМИ, более наглядными.



Таким образом, анкетирование позволяет создать достаточно обобщенный облик читателя, ориентированного на то или иное газетно-публицистическое издание.

## 2. Тексты СМИ как источник изучения коммуникативного портрета массового адресата

Достаточно полным источником изучения коммуникативного портрета группы или коллективного реципиента могут служить тексты СМИ, ориентированные на разного читателя.

Это возможно потому, что, по определению Ю.М. Лотмана, «текст как бы включает в себя образ «своей» идеальной аудитории, аудитория – «своего» текста»...Владея некоторым набором языковых и культурных кодов, мы можем на основании анализа данного текста выяснить, на какой тип аудитории он ориентирован. Последнее будет определяться характером памяти, необходимой для его понимания.

Реконструируя тип «общей памяти» для текста и его получателей, мы обнаружим скрытый в тексте «образ аудитории»<sup>31</sup>. По мнению, Ю.М. Лотмана, это означает, что текст содержит в себе свернутую систему всех звеньев коммуникативной цепи, и, подобно тому, как мы извлекаем из него позиции автора, мы можем реконструировать на его основании и иде-

<sup>31</sup> Лотман Ю.М. Текст как смыслопорождающее устройство // Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1999. С. 87-113.

ального читателя этого текста. При этом образ идеального читателя воздействует на реальную аудиторию и перестраивает ее по своему подобию.

Таким образом, личность читателя (по Ю.М. Лотману) вариативна и способна настраиваться по тексту. С другой стороны, и образ аудитории, поскольку он не эксплицирован, а лишь содержится в тексте как «некоторая мерцающая позиция, поддается варьированию. В результате между текстом и аудиторией происходит сложная игра позициями»<sup>32</sup>.

В аспекте адресата важно также замечание Ю.М. Лотмана о том, что текст и читатель как бы ищут взаимопонимания. Они прилаживаются друг к другу. Текст подобен собеседнику в диалоге: он перестраивается по образу аудитории, ожидая и от адресата подобной же гибкости, приближающей его к миру текста.

Очевидно, что в сфере газетной коммуникации диалог между читателем и текстом (т.е. стоящим за ним автором) возможен лишь в том случае, если исходные представления о мире и окружающей социальной действительности (психосоциальные стереотипы сознания) у них пересекаются.

## 2.3 Автор и читатель: аспекты взаимодействия

### 2.3.1 Стереотип как область пересечения концептуальных систем автора и адресата в сфере газетной коммуникации

Фактор адресата, таким образом, становится определяющим при изучении речемыслительного взаимодействия коммуникантов в сфере газетной коммуникации, т.к. содержание текста, резко контрастирующее с системой ценностей реципиента, может вызвать у последнего позицию «контрастной установки», т.е. неприятия навязываемой ему в СМИ жизненной позиции, модели мира или ценностной ориентации»<sup>33</sup>.

Как указывалось ранее, для успешного взаимодействия автора и адресата в газетно-публицистической сфере недостаточно только «пересечения» концептуальных систем реципиента и текста, необходимо также **«пересечение» концептуальных систем автора и адресата через текст.**

Представляется, что такое пересечение можно осуществить через общность системы стереотипов.

При этом стереотип, вслед за В.В. Красных, мы будем понимать как некоторое «представление» фрагмента окружающей действительности, фиксированную ментальную «картинку», являющуюся результатом отражения в сознании личности «типового» фрагмента реального мира, некоего инварианта определенного участка картины мира<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> Лотман Ю.М. Указ. соч. С.88.

<sup>33</sup> Петренко В.Ф. Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект // Проблемы медиапсихологии. М-лы междунар. науч.-практ. конференции. М., 2002. С.20.

<sup>34</sup> Красных В.В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст). Диссертация д.ф.н. М., 1999. С.368-374.



Мы также рассматриваем стереотип с лингвистических позиций, предполагающих связь с коммуникативным, вербальным поведением коммуникантов в газетно-публицистической сфере.

В.В. Красных рассматривает далее стереотип как *«некоторую структуру ментально-лингвального комплекса, формируемую инвариантной совокупностью валентных связей, приписываемых данной единице и репрезентирующих «концепт» (образ, представление) феномена, стоящего за данной единицей, в его [«концепта», образа, представления] национально-культурной маркированности (выделено нами – Т.Ч.) при определенной предсказуемости направленных ассоциативных связей (векторов ассоциаций)»*<sup>35</sup>.

Анализируя современные газетно-публицистические тексты, мы сознательно отвлекаемся от национально-ментальной маркированности, поскольку предполагаем, что она будет тождественной для всех носителей того или иного языка (хотя и понимаем, что эта тождественность относительна). Для нас более важной является **психосоциальная маркированность** образов и представлений, стоящих за единицами текстов, так или иначе ориентированных на учет фактора адресата в сфере газетной коммуникации.

Если исходить из разделяемой многими авторами идеи о том, что стереотипы сознания — это прежде всего определенное представление о действительности или ее элементе с позиции «наивного», обыденного сознания, то окажется, что за любой единицей языка стоит стереотип, стереотипный образ, а вся ассоциативно-вербальная сеть представляет собой не что иное, как «стереотипное поле», репрезентирующее систему представлений о действительности того или иного национально-лингво-культурного сообщества.

Очевидно, что эти стереотипы определенным образом представлены и в речи, где они под воздействием ряда факторов (в частности фактора адресата) «обрастают» неким набором потенциально возможных «векторов» ассоциаций. Выбор определенных векторов, причины их выбора зависят не только от национально-культурной специфики того или иного национально-лингво-культурного сообщества, но, применительно к газетным текстам, **от ориентации на определенные психосоциальные стереотипы сознания того или иного социально-культурного сообщества.**

Таким образом, объективная реальность, существующая независимо от каждого человека, отражается в текстах. Текст состоит из отдельных суждений (высказываний). Каждое суждение, описывающее фрагмент реальной действительности, может быть как истинным, так и ложным. Убедиться в истинности или ложности суждения можно, лишь соотнеся содержание суждения с действительностью (произведя верификацию). Только после этого истинное суждение превращается в факт. «Значит, факт не существует в самой действительности: это результат нашего осмысления

---

<sup>35</sup> Красных В.В. Указ. соч. С.369.

или переработки информации о действительности»<sup>36</sup>. Таким образом, осмысление информации (факта) может быть разным в разных СМИ, ориентированных на определенные психосоциальные стереотипы сознания того или иного социально-культурного сообщества

Итак, реальное событие, описываемое в публицистическом тексте, будучи интерпретируемым автором с учетом фактора адресата, становится языковым фактом. Языковой факт, с одной стороны, будучи текстом, является **социально-речевым фактом**, с другой, будучи результатом мыслительной деятельности автора, отражает определенные социальные стереотипы (идеологемы) и является **социальным фактом**. Социальный факт, пропущенный через авторские и читательские установки, становится **мифологемой**.

Таким образом, коммуникация в сфере газетной публицистики может быть представлена следующим образом:

### Схема 5.

АВТОР —> идеологема —> ТЕКСТ —> мифологемы —> АДРЕСАТ

Под термином *идеологема*, вслед за Ю.Н. Карауловым, будем понимать «семантико-тематического обозначения духовных ценностей действующих лиц»<sup>37</sup>.

Под *мифологемой* будем понимать устойчивые стереотипы языкового сознания читателей. *Мифологема*, по мнению М.Ю. Лотмана, помимо своего референциального значения и вне зависимости от того, обладает ли оно сигнификативным значением или нет, в памяти говорящего/слушающего включена в некоторый круг привычных ассоциаций, понятных только носителю данной культуры. Подобного рода ассоциации могут материализоваться в виде постоянных эпитетов или других слов-спутников, сопровождающих, как правило, появление данной мифологемы в тексте.

Логично предположить, что «свои» мифологемы (устойчивые стереотипы сознания), включенные в круг привычных ассоциаций, характерны для текстов разной идеологической направленности, ориентированных на разного получателя информации. Представляется также, что мифологемы того или иного газетно-публицистического издания будут постоянны независимо от характера интерпретируемого факта-события.

Данный тезис находит подтверждение при сопоставительном анализе текстов одной тематики в средствах массовой информации, ориентированных на разных получателей информации.

Эта ориентированность проявляется как на содержательном уровне текста – **через интерпретацию события** (набор идеологических стереоти-

<sup>36</sup> Понятие чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации. М., 1997. С.45.

<sup>37</sup> Караулов Ю.Н. Указ. соч. С.82.

пов – идеологем), так и на языковом уровне – **через отбор языковых средств**: через языковые приемы выразительности, через стилистическую окраску языковых единиц и стилистическую тональность публикации в целом, позволяющие авторам публикаций оставаться в привычной для своего читателя языковой и смысловой парадигме, независимо от тематики и особенностей отображаемого факта-события.

Иллюстрацией может служить отображение разными газетно-публицистическими изданиями трагических событий 11 сентября 2001 г.

Даже относительно случайная выборка статей, посвященных этой теме, из нескольких газет («Коммерсант», «Советская Россия», «Правда», «Алтайская правда», «Свободный курс», «Молодежь Алтая», «Голос труда») оказывается весьма показательной.

Различия в оценке события наблюдаются уже на уровне наименований рубрик и заголовков и могут быть представлены несколькими мотивами.

Так, основную оценку произошедшего как **«всемирной катастрофы»**, **«угрозы цивилизации»** содержат такие известные своей либерально-экономической направленностью и ориентированностью на ту часть населения России, которая лояльно относится к проводимым в обществе реформам издания, как **«Коммерсант»** («Третья мировая», «Всемирная катастрофа», «*Armageddon Now*», «Похороны мира», «Воздушный терроризм долетел до США», «Похороны мира (вторичный таран)», «Манхэттен военного времени», «Эвакуация из такого здания – полный кошмар»); **«Свободный курс»** («Атака на цивилизацию», «Взрыв на Манхэттене», «Звонки из-под завалов», «Вечер первого дня», «Трагедия»); **«Алтайская правда»** («Вызов всему человечеству», «Американская трагедия», «Граждане США потрясены», «Отчаяние и растерянность», «Черный день цивилизации», «ЭТО – ТЕРРОР») и др.

Представление о произошедшем как о «всемирной катастрофе» поддерживается и на содержательном уровне в публикациях через отбор стилистически окрашенных языковых единиц, среди которых преобладают эмоционально-экспрессивные средства, передающие трагический смысл происходящего: «Самой мощной мировой державе была, по сути, объявлена война со стороны международного терроризма. Война тут же стала мировой»; «потряс мощнейший взрыв, взметнулся огромный шар огня, новый удар, от которого содрогнулась земля»; «В одно мгновение жизнь многомиллионного мегаполиса была превращена в кошмар»; «Удар оказался столь сокрушительным и столь масштабным, что после него мир уже не может не быть иным»; «Мир охватил страх, граничащий с ужасом» (Рубрика «Всемирная катастрофа», Третья мировая, Коммерсант, 12.09.01).

Не столь единодушны в оценке произошедшего газетные издания, отражающие интересы оппозиционно настроенной части населения России.

Так, газета **«Правда»**, отдавая дань трагичности произошедшего («Международный терроризм – вызов человечеству», «Чума XXI века»,

«Хроника трагедии»), тем не менее акцентирует внимание на виновности самой Америки в произошедшем («Атака на Америку», «Боинг шел на Белый дом», «Трагедия Америки», «Вторая Перл Харбор для США», «Трагедия и позор Америки»).

Таким образом, выявляется новая интерпретация, ограничивающая последствия произошедшего рамками одной страны: **«террористический акт – трагедия Америки»** (этот же смысл можно извлечь из заголовков газеты «Алтайская правда»: «Американская трагедия», «Граждане США потрясены»), а также интерпретация **«террористический акт – позор Америки»**.

При этом журналисты не смогли удержаться от морализаторства, являющегося обязательным компонентом оппозиционной прессы: «Теперь американцы, может быть, поймут, что такое международный терроризм и какую угрозу он несет миру, о чем постоянно говорит Россия», «Стремление Вашингтона к мировому господству очень дорого обходится простым американцам» (Чума XXI века, Правда, 13.09.01), «При Советском Союзе Америка могла чувствовать себя спокойной. Две сверхдержавы держали все-таки мир под контролем», «Мир еще нахлебается ковбойских наскоков, а остановить их некому... Россия ослаблена, Россия не в счет. Вот каков жестокий урок развала и уничтожения Советского Союза» (Атака на Америку, 13.09.01). Полагаем, что данный пассаж полностью отвечает потребностям читателя газеты «Правда», поскольку является отражением одного из устойчивых стереотипов сознания (мифологем) «левоориентированной» части общества – «Советский Союз – сверхдержава».

Некоторые высказывания по поводу действий террористов, кроме всего прочего, можно оценивать как эмоционально-оценочные, причем эта оценочность носит далеко не отрицательный характер: «Атака с воздуха была организована и проведена **в высшей степени на необъяснимо высоком уровне. Фантастическом уровне!** Почти одновременно захватить четыре самолета..., направить лайнеры на небоскребы, точно вырулить на Пентагон, да еще подготовить несколько взрывов на улицах городов – **ну знаете ли!**» (Атака на Америку, Правда, 13.09.01); «Террористы сумели подготовить крупномасштабный заговор, синхронно и **бесстрашно** нанесли серию ударов» (Трагедия силы, Советская Россия, 13.09.01) и довольно откровенно характеризует истинные чувства пишущего – изумление, удивление на грани восторга.

В этом отношении интересна небольшая публикация о трагедии, напечатанная в газете «Голос труда» (14.09.01). Подчеркнутая информативность и нейтральность заголовка «Террористы атакуют Америку» дополняется «штампованностью» изложения, призванного завуалировать какие бы то ни было эмоции по поводу произошедшего: трагическое известие, воздушной атаке подверглись, протаранили небоскребы, погребены десятки тысяч служащих и т.д. Истинное отношение автора, тем не менее, проявляется через название рубрики, в которой помещено сообщение: Сенса-

ция. Согласно словарю русского языка, «сенсация – 1. Сильное, ошеломляющее впечатление от какого-либо события, известия; 2. Событие, сообщение, производящее такое впечатление»<sup>38</sup>. При этом в современном русском языке слово сенсация связано с событиями, которые вызывают очень большой интерес нестандартностью, необычностью происходящего. Исходя из подобной трактовки события, можно говорить еще об одной интерпретации, также характерной для оппозиционной прессы: **«террористический акт – крушение мифа о несокрушимости Америки»**.

Данный смысл присутствует в публикациях газеты **«Советская Россия»** и представлен в таких высказываниях, как *«Две развеянные в пыль башни нью-йоркского Всемирного торгового центра – две глиняные ноги современного Колосса – «нового мирового порядка под эгидой США»»; «вместе с башнями рухнул миф о единственном и неповторимом «лидере свободного мира», о всемогущей, недостижимой и неуязвимой Америке»* (Хиросима в Нью-Йорке, «Советская Россия», 13.09.01) и др.

Смысловой и стилистический анализ публикаций оппозиционных изданий позволяет говорить еще об одной интерпретации, наиболее ярко представленной в оппозиционной прессе («Советская Россия», «Правда»): **«террористический акт – мечь Америке», «террор – возмездие»**.

Данный мотив проявляется уже в центральной заголовке газеты: *«Хиросима в Нью-Йорке»*, отсылающем читателя к событиям многолетней давности. Хотя авторы этих изданий осуждают терроризм (*«трагедия чудовищна, нам одинаково ненавистны подобные действия, где бы они не происходили»*) (Заявление Президиума ЦК КПРФ, Правда, 13.09.01); *«никакого прощения или снисхождения к организаторам этого страшного злодеяния нет и быть не может»* (Хиросима в Нью-Йорке, Советская Россия, 13.09.01), однако закономерность, символичность произошедшего у авторов сомнения не вызывает, поскольку США рассматривается авторами и читателями оппозиционной прессы как мировое зло, а зло должно быть наказано: *«Теперь американцы на собственном опыте узнали, что такое «точечные удары», ковровые и ядерные бомбардировки, вместе взятые»; «кажется, даже за высадкой американских астронавтов на Луну... мир следил с менее жгучим интересом...»* (Хиросима в Нью-Йорке, Советская Россия, 13.09.01); *«Великая держава оказалась бессильной перед силой возмездия», «США стали жертвой своей самоуверенности, высокомерного отношения к другим народам», «Балканы стали жертвой агрессии НАТО и США. А затем насильники присвоили себе роль судей над жертвами», «Богатый мир, «золотой миллиард», не желает считаться с нуждами обездоленных стран»; «Терпение униженных не бесконечно»; «Вызревала ответная реакция – возмездие, на силу – силой, на притеснение – мечь»; «Взрывы в США, воздушные атаки террористов – это бессмысленные шаги отчаявшихся на пожертвования фанатичных камикадзе»;*

---

<sup>38</sup> Словарь русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой. В 4-х тт. М, 1984.



*«Мировой жандарм породил своего врага», террористы – «порождение империализма»* и др. (Трагедия силы, Советская Россия, 13.09.01).

На фоне «мести» появляется мысль о незаслуженном преувеличении произошедшего, поскольку «ничего принципиально нового американцы не пережили»: *«Первые комментарии явно злоупотребляли словами о «беспрецедентном» событии. Комментаторы все как один вдруг «забыли» о таких прецедентах, как стертые с лица земли со всем мирным населением Дрезден, Хиросима и Нагасаки, как бомбежки Вьетнама и Нагасаки»* (Хиросима в Нью-Йорке, Советская Россия, 13.09.01). Таким образом, смысловой и стилистический анализ свидетельствует о скрытом смысле **«террористический акт – справедливое возмездие»**.

Следует также отметить, что необходимость ориентироваться на определенные читательские запросы заставляет издательства обращаться к разного рода стереотипам сознания, специфика которых обусловлена особенностями и интересами читательской аудитории, на которую ориентируется издание.

Прежде всего, как было показано ранее, это *идеологическая* направленность, которая обязательно учитывается как на содержательном, так и на языковом уровне.

Немаловажной является и *экономическая* направленность, ориентация на которую приводит авторов еженедельника **«Коммерсант»** сразу же после сообщения о трагических событиях 11 сентября 2001 г. остановится на экономической ситуации в мире. Свидетельством тому являются следующие заголовки: *«Небоскребы похоронили под собой рынки», «Тяжелый страховой случай», «Никто не хотел торговать», «Россияне не знают, что делать с долларом, и могут за это заплатить», «Центробанк остановил взрывную волну деньгами»*.

Интересно также, что неординарность произошедшего события в какой-то мере заставила авторов слегка «отклониться» от принятого стиля общения с читателем, что прежде всего проявилось через отбор стилистических речевых средств. Однако буквально через несколько дней привычная читателю тональность изложения была восстановлена.

Так, относительно сдержанная стилистическая окраска речи оппозиционных изданий при описании первых сообщений о событии резко меняется при переходе к устойчивым идеологическим стереотипам (см. высказывания журналистов «Советской России»), а также при изменении политической ситуации: *«Вашингтон оцетинился», «Трагедия и позор Америки», «Куда теперь вырывают США?»* (Правда, 18-19.09.01).

Ироничность стиля и прецедентность высказываний (заголовков) «Коммерсанта», исключенные из номера от 12 сентября, содержащего описание трагедии, вновь появляются на страницах газеты уже 14 сентября: *«Бей арабов – спасай Америку. Американцы ищут живых, мертвых и лиц арабской национальности»; «Редкий пассажир долетит до Америки»; «Пентагон приступил к работе. Ее у него будет много»*.

Верной своему читателю остается газета «**Молодежь Алтая**», лишь 19 сентября поместившая краткую информацию о трагедии под рубрикой «**Подробности**» с заголовками «*В США гремит – на Алтае крестятся*» и «*Соболезнования американцам*», как бы подтверждая тезис о безразличии молодых к любым проблемам, кроме своих собственных.

Таким образом, общее представление о трагических событиях 11 сентября 2001 г. представлено разноориентированными средствами массовой информации по-разному, что находит отражение в следующей схеме (см. схему 6).

Очевидно, что интерпретация произошедшего как – всемирной катастрофы не случайно занимает в оппозиционных средствах незначительное место (всего 14%). Этому способствует целый комплекс идеологических и мифологических стереотипов сознания аудитории, на которую ориентируются оппозиционные издания: «Америка – мировое зло», «Зло должно быть наказано», «Мсть – справедливая реакция на зло» и т.д. Полагаем, что лишь неординарность произошедшего позволяет «оппозиционным» изданиям ненадолго отвлечься от устоявшихся стереотипов, поэтому тексты СМИ, эксплуатирующие антитетические психосоциальные стереотипы сознания потенциального адресата, по всей видимости, не имеют возможности для смыслового и речевого «пересечения». Особое положение занимают так называемые «умеренные» издания, по своей функциональной направленности предназначенные для гетерогенной читательской аудитории (краевая массовая газета). Именно они, по-видимому, демонстрируют смысловое сближение между двумя крайними интерпретациями факта-события.

Схема 6. «Стереотипное поле», отражающее события 11 января в газетных текстах разной социально-психологической направленности



Доктор психологических наук В.Ф. Петренко в одном из своих исследований отметил, что «тексты в нашем сознании существуют как гипертексты, включающие мириады ассоциативных связей, вязь перекрестных ссылок, чувственную ткань сознания...Понимание предусматривает...совпадение смысловых установок, культурного кода – базовых знаний о мире коммуникатора и реципиента»<sup>39</sup>. Исследование языкового материала газетных изданий, ориентированных на «своего» читателя, подтверждает справедливость данного высказывания.

Таким образом, успешность газетной коммуникации во многом определяется тем, в какой мере автор учитывает «коммуникативные свойства» языковой личности адресата.

При этом немаловажную (если не определяющую!) роль играет ориентация автора на **определенную** категорию читателя как «заказчика» и потребителя авторской продукции. В этом плане представляется интересным замечание В. Шалака о том, что изучение текстов средств массовой информации дает представление не о журналистах, создающих эти тексты, а о характере аудитории, для которой они предназначены: «Конкретное издание существует и является рентабельным лишь до тех пор, пока у него существует своя аудитория, и эта аудитория достаточно велика»<sup>40</sup>.

В данном аспекте требует переосмысления применительно к публицистическим текстам высказывание О.Л. Каменской по поводу «неинтересности» текста для адресата, если текст не несет новой информации. Ориентируясь на определенного читателя, авторы, пишущие в СМИ, часто прибегают к излюбленным способам и приемам описания действительности, к типичным образам, отражающим, независимо от описываемого факта-события, психосоциальные стереотипы сознания реципиента.

Важно также, что при описании разных событий способы подачи материала оказываются достаточно типичными для конкретного издания, а читатель стремится найти в публикации не столько новую информацию, сколько родственную ему систему ценностей – концептуальную систему (систему идеологических, социальных, мифологических и прочих стереотипов).

### 2.3.2 Тезаурус как область пересечения языковых личностей автора и адресата в сфере газетной коммуникации

Для успешного взаимодействия автора и адресата в газетно-публицистической сфере необходимо также «пересечение» **тезаурусов** языковых личностей автора и адресата.

---

<sup>39</sup> Петренко В.Ф. Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект // Проблемы медиапсихологии. М., 2002. С.20.

<sup>40</sup> Шалак В. Мониторинг содержания и аудитории СМИ как средство диагностики состояния общества и необходимая предпосылка эффективного управления общественными процессами // Современные психотехнологии в образовании, бизнесе, политике. Мат-лы международной научно-практической конференции. М., 2001. С. 248-256.

## 1. Ю.Н. Караулов о структуре языковой личности

По определению Ю.Н. Караулова, «языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств»<sup>41</sup>.

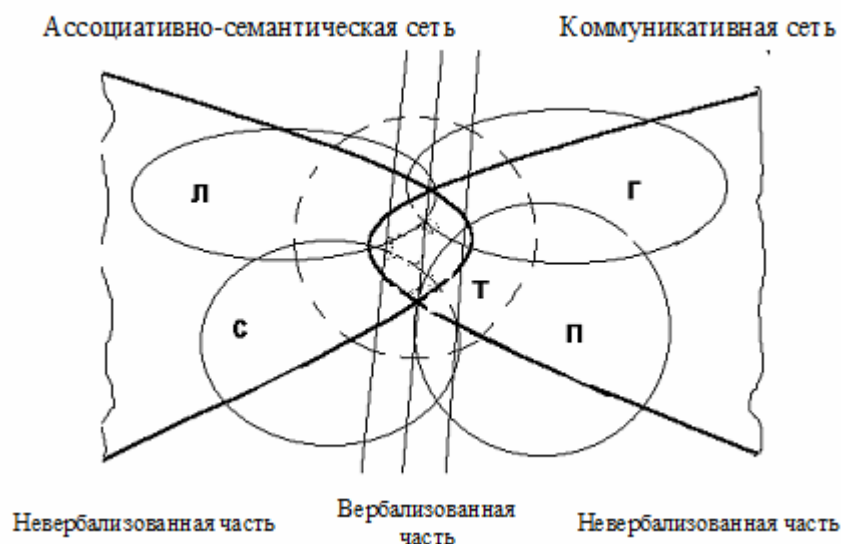
Ю.Н. Караулов в структуре языковой личности выделяет три уровня организации:

1) ассоциативно-семантический, или *лексикон*, включающий фонд лексических и грамматических средств, использованных личностью, т.е. в дискурсе языковой личности;

2) когнитивный, характеризующий свойственную личности картину мира и воплощенный в ее *тезаурусе*;

3) мотивационный (*прагматикон*), охватывающий коммуникативно-деятельностные потребности личности, движущие его мотивы, установки и цели, и резюмирующийся в наборе или сетке связанных с конкретными речевыми актами интенциональностей: надежд, желаний, страхов и т.д.

### Схема 7. Структура языковой личности (по Ю.Н. Караулову)



Л – лексикон, С – семантикон, Г – грамматикон, П – прагматикон, Т – тезаурус.

*Ассоциативно-семантическая сеть* строится из единиц лексикона, включает в свою сферу лексикон и семантикон, с ним неразрывно связанный.

*Коммуникативная сеть*, узлами которой являются единицы прагматикона, охватывает и грамматикон, коммуникативно ориентированный по своей природе.

Структура языковой личности включает как вербализованную, так и невербализованную часть. *Невербализованная часть* языковой личности включает в себя ряд мотивов, установок, целей, интенциональностей, а

<sup>41</sup> Караулов Ю.Н. Указ. соч. С.38-128.

также значительное число грамматических законов, правил и структур, не осознанных индивидуумом и не проходящих через сферу его языкового сознания. *Вербализованная часть* относится к сфере языкового сознания. Поэтому, изучая вербальные манифестации языкового сознания (например, тексты), можно получить представление о его масштабах, способах проявления и его распределении по разным сферам и уровням.

Тезаурус языковой личности представляет центр ее вербализованной части. «Тезаурус и прагматикон – это то, что в конечном счете интересует читателя...Тезаурус выявляется ...в процессах восприятия и понимания языковой личностью текстов других персонажей, а прагматикон – в процессах говорения, т.е. в ее дискурсе»<sup>42</sup>. При этом на тезаурусном (лингво-когнитивном) уровне в качестве единиц следует рассматривать обобщенные понятия, крупные концепты, идеи, отношения между которыми носят подчинительно-координативный характер и выстраиваются в упорядоченную, достаточно строгую иерархическую систему, которая не прямо, но отражает структуру мира, отдаленным аналогом которого может служить обыкновенный тезаурус.

В качестве стереотипов на этом уровне выступают устойчивые стандартные связи между дескрипторами, находящие выражение в генерализованных высказываниях, из всего богатства и многообразия которых каждая языковая личность выбирает именно те, что соответствуют устойчивым связям между понятиями в ее тезаурусе и выражают тем самым «вечные» для нее истины, в значительной степени отражающие и определяющие ее жизненное кредо, ее жизненную доминанту.

Ю.Н. Караулов, анализируя в своей работе тексты художественной литературы, отмечает, что вербализованную часть прагматикона составляют стереотипы текстовых преобразований, или способы представления и оперирования прецедентными текстами данной культуры.

Опираясь на данное высказывание, можно предположить, что **вербализованную часть прагматикона газетно-публицистических текстов также составляют стереотипы текстовых преобразований как способы представления устойчивых стереотипов массового языкового сознания – мифологем**, которые будут разными в зависимости от того, на какую аудиторию ориентирован газетно-публицистический текст.

При этом вербализованная часть прагматикона составляет глубинный слой в организации языковой личности, в то время как поверхностный слой принадлежит лексикону.

Таким образом, 1) лексикон играет вспомогательную роль в процессе воссоздания особенностей какой-либо языковой личности; 2) лексикон в значительной степени пересекается с тезаурусом.

## 2. Реконструкции тезауруса личности по индивидуальному лексикону

---

<sup>42</sup> Караулов Ю.Н. Указ. соч. С. 96.

По замечанию Ю.Н. Караулова, лексикон можно строить двумя способами: либо на основе прямого ассоциативного эксперимента, либо по итогам анализа некоторой совокупности произведенных личностью текстов<sup>43</sup> (то есть на основе ее дискурса).

Предпочтение второго способа дает возможность исследователю с большей степенью точности восстановить состав лексикона, получить минимум сведений о его устройстве, его конкретной структуре. Далее этот анализ дополняется приемами построения ассоциативно-семантической сети непосредственно из текста.

Основу лексикона любого текста составляют **ключевые слова** – центры семантического притяжения, своеобразные узлы ассоциативно-семантической сети, вокруг которых группируются другие единицы текста.

О.Л. Каменская предлагает такие ключевые (или доминирующие) слова называть **номинантами** («тематическими центрами» по А. Молю), а ассоциируемые с ними языковые единицы – **ассоциатами**.

Ассоциаты, сгруппированные вокруг «тематического центра» – **номинанта**, представляют собой **файл**, т.е. некую вербальную «ассоциативную систему», которая, в свою очередь, является фрагментом тезауруса языковой личности.

На основе предложенного ранее анализа статей одной тематики из разных публицистических изданий, по-разному интерпретирующих один и тот же факт (террористический акт в Америке 11 сентября 2001 г.), логично предположить, что и фрагменты тезауруса статей разных изданий будут различаться как количественно, так и качественно, в соответствии с ориентированностью издания на определенную категорию читателя.

1. Анализ языковых единиц (слов, словосочетаний и предложений) газетно-публицистических изданий, условно названных нами «демократическими», позволяет на основе выявленной ранее интерпретации факта-события как «всемирной катастрофы», «угрозы цивилизации» выделить следующие «тематические центры» (**номинанты**): **война, мир, Америка, американцы, терроризм, Россия**, а также группирующиеся вокруг них **ассоциаты**:

---

<sup>43</sup> Караулов Ю.Н. Указ. соч. С. 102.



### **1) война:**

*«Третья мировая», «Armageddon Now», «Манхэттен военного времени», «потряс мощнейший взрыв, взметнулся огромный шар огня, новый удар, от которого содрогнулась земля», «Война тут же стала мировой»*

### **2) мир:**

*«Похороны мира», «Всемирная катастрофа», «Черный день цивилизации» «Вызов всему человечеству», «Отчаяние и растерянность», «Удар оказался столь сокрушительным и столь масштабным, что после него мир уже не может не быть иным», «Мир охватил страх, граничащий с ужасом. Если уж единственная сверхдержава оказалась не в состоянии предотвратить столь циничный теракт, то остальные государства и вообще являются беззащитными»; «трагедия только разворачивается, начав новый этап в истории мира», «Мир изменился», «Что теперь будет»;*

### **3) Америка:**

*«Американская трагедия», «Граждане США потрясены», «буквально на наших глазах символ прогресса и развития человечества рассыпался в прах», «Самой мощной мировой державе была, по сути, объявлена война со стороны международного терроризма., «В одно мгновение жизнь многомиллионного мегаполиса была превращена в кошмар», «страну охватила паника», «объявлено чрезвычайное положение», «назвав случившееся национальной трагедией», «случившееся застало американские спецслужбы врасплох», «единственная сверхдержава оказалась не в состоянии предотвратить столь циничный теракт», «Чем провинились США?», «США олицетворяют «вселенское зло»», «массированная воздушная атака показала беспомощность США в пресечении террористических актов»;*

### **4) американцы:**

*«горе сближает, мы вдруг увидели совсем других американцев. Им было очень и очень больно. И еще страшно»;*

### **5) терроризм:**

*«Воздушный терроризм долетел до США», «...война со стороны международного терроризма», «террористическая атака», «Однозначно, это исламисты», «чудовищные террористические акты», «циничный теракт».*

### **6) Россия:**

*«Россия готовится к участи Америки», «Владимир Путин собрал в Кремле экстренное совещание с силовыми министрами», «руководство отреагировало поистине молниеносно», «силам ПВО был дан приказ усилить контроль за воздушным пространством России», «усилена охрана государственных объектов».*

2. Иной набор «тематических центров» (номинантов) и тяготеющих к ним ассоциатов выявляется на основе анализа публикаций из так называемых «оппозиционных» изданий:

**номинанты: ассоциаты:**

### **1) терроризм:**

*«Международный терроризм – вызов человечеству», «Чума XXI века», «никакого прощения или снисхождения к организаторам этого страшного злодеяния нет и быть не может»; «чудовищный по своим масштабам террористический акт», «А кто вообще доказал, что здесь действовал международный терроризм?»*

### **2) террористы:**

*«Атака с воздуха была организована и проведена в высшей степени на необъяснимо высоком уровне. Фантастическом уровне! Почти одновременно захватить четыре самолета..., направить лайнеры на небоскребы, точно вырулить на Пентагон, да еще подготовить несколько взрывов на улицах городов – ну знаете ли!», «Террористы сумели подготовить крупномасштабный заговор, синхронно и бесстрашно нанесли серию ударов»;*

*«Терпение униженных не бесконечно», «Вызревала ответная реакция – возмездие, на силу – силой, на притеснение – месть», «Взрывы в США, воздушные атаки террористов – это бессмысленные шаги отчаявшихся на пожертвования фанатичных камикадзе», «террористы – «порожденные империализма»;*

### **3) Америка:**

*«Атака на Америку», «Боинг шел на Белый дом», «Трагедия Америки», «Вторая Перл Харбор для США», «Америка в шоке», «Трагедия и позор Америки», «Две развеянные в пыль башни нью-йоркского Всемирного торгового центра – две глиняные ноги современного Колосса – «нового мирового порядка под эгидой США»», «вместе с башнями рухнул миф о единственном и неповторимом «лидере свободного мира», о всемогущей, недостижимой и неуязвимой Америке», «Великая держава оказалась бессильной перед силой возмездия», «США стали жертвой своей самоуверенности, высокомерного отношения к другим народам», «Балканы стали жертвой агрессии НАТО и США. А затем насильники присвоили себе роль судей над жертвами», «Богатый мир, «золотой миллиард», «не желает считаться с нуждами обездоленных стран»; «Белый дом сделал себя заложником собственной политики», «стремились поймать ядерного журавля в космосе, а на грешной земле, у себя под носом – в значительной мере по собственной вине – не смогли отвести топор терроризма», «Мировой жандарм породил своего врага»;*

### **4) американцы:**

*«Стремление Вашингтона к мировому господству очень дорого обходится простым американцам», «Теперь американцы на собственном опыте узнали, что такое «точечные удары», ковровые и ядерные бомбардировки, вместе взятые»; «Бесконечно жаль простых американцев»;*

### **5) мир:**

*«кажется, даже за высадкой американских астронавтов на Луну... мир следил с менее жгучим интересом...», «в череде хлестких сравнений и*

*метафор, рожденных при виде нью-йоркского апокалипсиса возбужденным воображением европейских телерепортеров»*

**6) Россия:**

*«Теперь американцы, может быть, поймут, что такое международный терроризм и какую угрозу он несет миру, о чем постоянно говорит Россия», Россия ослаблена, Россия не в счет»;*

**7) Советский Союз:**

*«При Советском Союзе Америка могла чувствовать себя спокойной. Две сверхдержавы держали все-таки мир под контролем», «Мир еще нахлебается ковбойских наскоков, а остановить их некому... Россия ослаблена, Россия не в счет. Вот каков жестокий урок развала и уничтожения Советского Союза».*

Очевидно, что представленные выше на основе номинантов и ассоциатов фрагменты тезаурусов «демократической» и «оппозиционной» прессы имеют существенные различия, которые представлены в таблице 1.

**Таблица 1.**

номинанты (узлы ассоциативно-семантической сети)	ассоциаты	
	«демократические» издания	«оппозиционные» издания
<b>война</b>	<i>Третья мировая, Манхэттен военного времени, потряс мощнейший взрыв, взметнулся огромный шар огня, новый удар, содрогнулась земля», война стала мировой</i>	—
<b>мир</b>	<i>Похороны мира, всемирная катастрофа, черный день цивилизации, вызов человечеству, отчаяние и растерянность, мир уже не может не быть иным, мир охватил страх, граничащий с ужасом, остальные государства являются беззащитными, новый этап в истории мира, мир изменился</i>	<i>даже за высадкой американских астронавтов на Луну мир следил с менее жгучим интересом, череда хлестких сравнений и метафор, рожденных при виде нью-йоркского апокалипсиса возбужденным воображением европейских телерепортеров</i>

<p><b>Америка</b></p>	<p><i>Американская трагедия, граждане США потрясены, символ прогресса и развития человечества, самой мощной мировой державе была объявлена война со стороны международного терроризма, жизнь многомиллионного мегаполиса превращена в кошмар, паника, чрезвычайное положение, назвав случившееся национальной трагедией, случившееся застало американские спецслужбы врасплох, <b>единственная сверхдержава</b> не в состоянии предотвратить столь циничный теракт, чем провинились США?, <b>США олицетворяют «вселенское зло»</b>, беспомощность США в пресечении террористических актов</i></p>	<p><i>Атака на Америку, на Белый дом, трагедия Америки, для США, Америка в шоке, <b>трагедия и позор Америки</b>, две развеянные в пыль – две глиняные ноги современного Колосса – «нового мирового порядка под эгидой США», <b>рухнул миф о единственном и неповторимом «лидере свободного мира»</b>, о всемогущей, <b>недосягаемой и неуязвимой Америке</b>, великая держава оказалась бессильной перед силой возмездия, <b>жертва своей самоуверенности, высокомерного отношения к другим народам, богатый мир, «золотой миллиард»</b>, не желает считаться с нуждами обездоленных стран, Белый дом - заложник собственной политики, <b>по собственной вине, мировой жандарм породил своего врага</b>, стремление Вашингтона к мировому господству</i></p>
<p><b>американцы</b></p>	<p><i>горе сближает, увидели <b>со всем других американцев</b>, им очень и очень больно, страшно</i></p>	<p><i>стремление Вашингтона к мировому господству очень дорого обходится <b>простым американцам</b>, американцы на собственном опыте узнали, что такое бомбардировки, бесконечно жаль простых американцев</i></p>
<p><b>терроризм</b></p>	<p><i>воздушный международно-го терроризма, террористическая атака; <b>однозначно, это исламисты, чудовищные террористи-</b></i></p>	<p><i>Международный терроризм – вызов человечеству, чума XXI века, никакого прощения или снисхождения к организаторам этого</i></p>

	<i>ческие акты, циничный теракт</i>	<i>страшного, чудовищный по своим масштабам террористический акт, а кто вообще доказал, что действовал международный терроризм?</i>
<b>террористы</b>	—	<i>атака с воздуха организована и проведена в высшей степени на необъяснимо высоком уровне. Фантастическом уровне! ну знаете ли!, террористы сумели подготовить крупномасштабный заговор, синхронно и бесстрашно нанесли серию ударов, терпение униженных не бесконечно, ответная реакция – возмездие, на силу – силой, на притеснение – месть», воздушные атаки террористов – это бессмысленные шаги отчаявшихся фанатичных камикадзе, террористы – «порождение империализма»</i>
<b>Россия</b>	<i>готовится к участи Америки, экстренное совещание с силовыми министрами, руководство отреагировало поистине молниеносно, дан приказ усилить контроль, усилена охрана государственных объектов</i>	<i>теперь американцы, может быть, поймут, что такое международный терроризм и какую угрозу он несет миру, о чем постоянно говорит Россия, Россия ослаблена, Россия не в счет»;</i>
<b>Советский Союз</b>	—	<i>при Советском Союзе Америка могла чувствовать себя спокойной. Две сверхдержавы держали все-таки мир под контролем, мир еще нахлебается ковбойских наскоков, а остановить их некому...</i>

		<i>Россия ослаблена, Россия не в счет, жестокий урок развала и уничтожения Советского Союза</i>
--	--	---

Различия в ассоциативно-семантической сети двух групп газетно-публицистических изданий проявляются как на уровне ключевых слов, или номинантов (узлов ассоциативно-семантической сети), так и на уровне ассоциатов.

Так, ключевые слова **террористы** и **Советский Союз**, активно функционирующие в «оппозиционном» публицистическом дискурсе, отсутствуют в анализируемом фрагменте тезауруса «демократической» прессы; в то же время ключевое слово **война** («Третья мировая», «война сразу же стала мировой» и др.), с которым ассоциируется в первую очередь представление о теракте в Америке в «демократической» прессе, отсутствует в тезаурусе «оппозиционной» прессы.

Те же номинанты, которые формально выражены одними и теми же лексемами, в контексте реализуют разные значения, подчас прямо противоположные.

Так, если в «демократической» прессе лексема **мир** реализуется в таких значениях, как: 1) «Земной шар. Земля со всем существующем на ней»; 2) «Человеческое общество, объединенное определенным общественным строем, культурными и социально-историческими признаками»<sup>44</sup>, и ассоциируется с лексемами *цивилизация, человечество, государства*, то в «оппозиционной» прессе лексема **мир** употребляется в более узком значении («те, кто наблюдал за событиями в Америке») и ассоциируется с лексемами *телерепортеры* и *телезрители*.

Ключевое слово **Америка** в «демократической» прессе ассоциируется со словосочетаниями *символ прогресса и развития человечества, самая мощная мировая держава, единственная сверхдержава*, в то время как в «оппозиционной» прессе с этим ключевым словом устойчиво ассоциируются словосочетания *жертва своей самоуверенности, высокомерного отношения к другим народам, богатый мир, «золотой миллиард», мировой жандарм* и т.д.

Разными ассоциациями в «демократической» и «оппозиционной» прессе «обрастает» ключевое слово **терроризм**.

Если в первом случае оно ассоциируется с лексемами *воздушный международный, атака; однозначно, исламисты, чудовищный циничный*; то во втором случае ключевое слово сочетается как со словами *международный, вызов человечеству, чума XXI века, страшный* (дань необычности произошедшего, обобщенное отношение к факту терроризма), так и с лексемами, в какой-то мере снимающими эту необычность: *чудовищный по*

<sup>44</sup> МАС. С.274.



*своим масштабам*, а не просто *чудовищный*, как в первом случае. Кстати, одно из значений лексемы *чудовищный* - «выходящий за пределы обычного по своим размерам, величине, силе», т.е. оговорка *по своим масштабам*, по сути, является тавтологичной и совсем не случайной.

Разные ассоциативные связи выстраиваются относительно ключевого слова **американцы**. Если в «демократической» печати оно ассоциируется с понятием «свой», «близкий» (*горе сближает, увидели совсем других американцев*), то в «оппозиционной» прессе это слово связано с лексемой **простые** (в противоположность официальной Америке): *стремление Вашингтона к мировому господству очень дорого обходится простыми американцам, американцы на собственном опыте узнали, что такое бомбардировки, бесконечно жаль простых американцев*.

Иногда в тезаурус того или иного вида прессы попадают, на первый взгляд, «чужие» выражения и обороты. Делается это с целью создания в тексте иронии, сарказма и т.п. В этих случаях «инородное» словосочетание обязательно помещается в кавычки.

Так, в газете «Советская Россия» находим следующее утверждение; *«Две развезенные в пыль башни нью-йоркского Всемирного торгового центра – две глиняные ноги современного Колосса – «нового мирового порядка под эгидой США»»; «вместе с башнями рухнул миф о единственном и неповторимом «лидере свободного мира», о всемогущей, недостижимой и неуязвимой Америке»* (Хиросима в Нью-Йорке, «Советская Россия», 13.09.01).

Аналогичный способ выражения авторского отношения к описываемому находим в газете «Коммерсант»: в публикации под заголовком «Чем провинилась Америка» читаем: *«США олицетворяют «вселенское зло»* («Коммерсант», 12.09.01). При этом совершенно очевидно, что сам автор этого мнения не придерживается, для чего и использует кавычки.

В результате анализа можно на основе выявленных различий можно сделать вывод о принципиально разной организации фрагментов тезаурусов газетных СМИ, ориентированных на разную психосоциальную аудиторию.

Так, если в «демократической прессе», посвященной событиям 11 сентября 2001 г., ключевыми понятиями, организующими фрагмент тезауруса, являются слова **теракт – мир – Америка**, то в «оппозиционной» прессе эта последовательность иная: **теракт – террористы - Америка**.

Полагаем, что выявленные различия в представленных фрагментах тезаурусов разноориентированных газетно-публицистических изданий чрезвычайно важны с позиций фактора адресата. Именно различия в ассоциативно-семантической сети фрагментов тезаурусов разнонаправленных изданий, по всей видимости, и представляют собой области пересечения языковой личности автора и языковой личности «своего» читателя.

### 3. О характеристике типичных особенностей «опозиционной» и «демократической» прессы

Как указывалось в 1 главе, существенные изменения в языке СМИ произошли лишь в конце прошлого века. Поэтому типологическая характеристика существенных языково-стилевых особенностей разных газетно-публицистических текстов еще не создана.

Тем не менее уже сейчас можно говорить о некоторых наиболее ярких особенностях стилистического узуса современных газетно-публицистических текстов.

Так, Е.В. Какорина в работе «Стилистический облик оппозиционной прессы»<sup>45</sup> на примере анализа таких изданий как «День», «Русский Собор», «Советская Россия» и др., объединенных активным неприятием и критикой современного пути развития России, приводит следующие характерные черты текста оппозиционных газет:

1) избыточная экспликация ключевых терминов (*так называемая демократия, дикий капитализм, хищная буржуазия, оккупация, перевертыши* и др.), описывающих референтную ситуацию: ориентацию общества на капиталистический тип государственного устройства и западную культуру;

2) обязательное сопровождение ключевых терминов отрицательными оценочными определениями, причем оценка как отрицательная коннотация присутствует и в самих словах-терминах. Такой способ представления информации создает очень высокий уровень избыточности сообщения при одновременном сведении на нет области нейтральных речевых средств;

3) фиксированный, заранее заданный характер оценок и другой концептуальной информации, **не обладающей свойствами новизны** (выделено нами – Т.Ч.), манифестация через эти средства узнаваемых оценок;

4) редукция фактологической, конкретной информации;

5) преобладание интерпретации над фактами (функции речевого воздействия над информированием) и т.д.

Некоторые особенности «умеренной и так называемой демократической периодики» на примере таких изданий, как «Аргументы и факты»; «Известия»; «Литературная газета»; «Московские новости»; «Новая газета»; «Независимая газета»; «Общая газета»; «Megaopolis Ekspres» и др. характеризует И. Коженевска-Берчинска<sup>46</sup>.

Это, прежде всего, множество эмоциональных интерпретаций понятия «советская коммунистическая система», например: *гениальная невменяемость; внедрение нового религиозного ритуала по поддержанию новой веры; двойственность сознания; большевистский Вифлеем* – об Ульяновске.

<sup>45</sup> Русский язык конца XX столетия (1985-1995). С.409-427.

<sup>46</sup> Коженевска-Берчинска И. Размышления об азартном баловстве с концептом «коммунизм» и о сути новой «охоты на ведьм» (на основе современных публицистических текстов) // Язык и социум. Материалы международной научной конференции. В двух частях. Минск, 2001. С. 16-23.

Широко применяются «иронические кавычки», перифразы, например: *призрак коммунизма (как и все призраки) исчез на рассвете; антикоммунизм с большевистским лицом вольготно разгуливает по улицам.*

Появление новых фразеологических оборотов связывается с существенными социополитическими изменениями: *яростное стремление воплотить в жизнь сказочно-соблазнительную утопию, склонность к насилию и готовность к любым, самым крайним средствам при достижении цели, ложь и фальсификация при кровавых расправах над людьми и (...) поступки тысячи людей, ослепленных грезами о скором светлом будущем.*

Обращает на себя внимание «метафорические фразеологизмы», например: *рептильная идеология; идеология грубого коммунизма (отрицание личности, жажда нивелирования); мир абсурда; коммунистическая пустыня; свирепый антикоммунизм; гротескная антиутопия (породившая из единомыслия двоемыслие, из единодушия двоедушие и цинизм ни во что не верящих); большевистская уравниловка, современная инквизиция (отрицающая право личности на свободу выбора); коммунистический автогеноцид; руины коммунизма (из них возникает новое общество) и др.*

#### **2.4 Формирование нового типа общности аудитории в сфере газетной публицистики на основе фатической коммуникации**

Таким образом, в содержательном (интерпретационном) и языковом плане издания, ориентированные на конкретного читателя, подчас не несут никакой новой информации, однако через привычный облик текста автор получает возможность влиять на сознание читателя (манипулировать им) через болевую точку – **с учетом той концептуальной системы**, которая есть «в голове» реципиента<sup>47</sup> (ср. приводимое ранее высказывание М.В. Ломоносова о разумном риторе как об искусном бойце – часть 2).

Подобный взгляд на коммуникацию представляется новым по сравнению с традиционным: автор не просто манипулирует сознанием адресата, а как бы с его согласия.

Такая журналистская практика, по мнению Э.В. Чепкиной<sup>48</sup>, ориентирована не столько на сообщение (передачу новой социально значимой, полезной) информации, сколько на общение (создание семиотической общности) с аудиторией на индивидуально-эмоциональной основе, в тональности, свойственной непринужденному общению, когда реализуется прежде всего фатическая, или контактоустанавливающая, функция речи.

Такую публичную речь называют еще *фатической*. Считается, что фатическое общение характерно, в основном, для негосударственных радиостанций и музыкальных телевизионных каналов и отличается неин-

<sup>47</sup> По мнению Е.В. Какориной, в качестве ключевых слов оппозиционных изданий «могут выступать коннотированные частотные единицы текста (слово, словосочетание, предложение), несущие концептуальную информацию. Обычно эти элементы высказывания или текста концентрируют в себе соответствующие понятийные стереотипы». Указ. соч. С. 418.

<sup>48</sup> Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс. Текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000. С. 71-73.

формативностью, т.е. банальностью. Однако на фоне стандартов отбора и подачи информации такое общение выглядит не банально, а интересно для адресата. Радиослушатели нуждаются в таком общении, и такие программы ориентированы в основном не на передачу информации, а на общение ведущих и слушателей.

Исследователи отмечают, что важнейшая функция журналистских практик, ориентированных на фатическое общение – **формирование нового типа общности аудитории**, основанного на использовании в качестве коммуникативно-семиотической ценности самой речи. Установление контакта с адресатом выходит в таких текстопорождающих практиках на первый план.

Именно о поисках общего кода говорит в работе «Говорящий – слушающий: варианты речевого поведения» Т.Г. Винокур: «Найти общий язык – значит преуспеть в совершении такого языкового отбора для высказывания, который свидетельствует о способности говорящего **актуализировать навыки, равные (или сходные) с навыками слушающего**, в соответствии с ожиданиями последнего»<sup>49</sup> (выделено нами – Т.Ч.).

Данная мысль перекликается с высказыванием Э. Лассан, утверждающей, что «общей особенностью текстов большинства жанров, отмечаемой рядом исследователей, является их повышенная авторизация, или субъективация, мы назовем ее усилением эгоцентрического начала текста. Это начало проявилось в языковой игре в жанрах, ранее этого не предполагавших (например, в жанрах газетного информирования), в выдвижении Я говорящего на передний план, в распространении специфических маркеров присутствия субъекта в речи, в высказывании..., в определенной аграмматичности текста, его синтаксической неупорядоченности, приближающей печатный текст нехудожественного жанра к выражению «потока сознания» говорящего»<sup>50</sup>.

Интересное объяснение усилившейся тяги к фатической коммуникации приводит в своей статье «Коллизии современной коммуникации и их влияние на функциональный уклад языков» Н.Б. Мечковская<sup>51</sup>. По ее мнению, в языковом существовании современного человека нарастает диспропорция между объемами потребляемой рациональной и эмоциональной информации. Рациональное теснит эмоциональное. Испытывая сенсорный и эмоциональный голод в часы чисто интеллектуальной работы, люди неосознанно усиливают эмоциональную подпитку своих будней. В сфере языка это сказывается во всеобщей тяге к языковой экспрессии, к языковой игре, а также в растущей популярности арго и арготизмов в повседневной

---

<sup>49</sup> Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993. С.60-63.

1.1.1.1.1.1.1 <sup>50</sup> Лассан Э. Когнитивные и текстовые тенденции 90-Х // Язык и социум. Материалы международной научной конференции. В двух частях. Минск, 2001.. С.24-32.

<sup>51</sup> Мечковская Н.Б. Коллизии современной коммуникации и их влияние на функциональный уклад языков // Язык и социум. Материалы международной научной конференции. В двух частях. Минск, 2001. С.33-35.

речи людей, вполне владеющих литературным языком, в том числе людей среднего и старшего возраста.

В свою очередь, растущая диспропорция между объемами рациональной и эмоциональной информации приводит к изменению удельного веса двух языковых функций – фатической и метаязыковой. Логично предположить, что фатическое общение, сокращаясь в обыденной жизни людей, укрепляет свои позиции в сфере публичного общения, в том числе, и газетно-публицистического.

По нашим наблюдениям, такой новый тип общности аудитории выходит далеко за пределы устной публичной (радио- и теле-) коммуникации. Он характерен и для современных газетно-публицистических текстов, которые ориентированы на «своего» читателя.

В то же время «фатическая» коммуникация в сфере устной и письменной публицистической (публичной) речи различаются по ряду составляющих.

Так, если устная фатическая коммуникация опирается на создание семиотической общности с аудиторией на **индивидуально-эмоциональной основе**, то газетная (письменная) «фатическая» коммуникация, очевидно, строится на **коллективно-эмоциональной основе**, то есть с опорой на общность психосоциальной речевой стихии той части общества, на которую ориентировано то или иное издание.

В частности, Т.Г. Винокур указывает, что обращение к массе обязывает пишущего в СМИ учитывать особенности языкового сознания общества, зависящие от основных параметров его социальной структуры. Найти общий код с массовым адресатом – значит «проявить готовность к использованию стандарта, выработанного для достижения целей, объединяющих ту или иную из разновидностей общественно значимых речевых сфер». В сфере массовой коммуникации – это опора на коммуникативную роль массового адресата, представление о котором включает элемент собирательности, нерасчлененности, непредсказуемости его реакции на сообщение.

Как было указано ранее (часть 1), специализация современных газетных изданий, выразившаяся в ориентации их на определенную категорию читателя, по всей видимости, заставляет пишущих не только ориентироваться на стандарт, но также преуспевать в совершении такого языково-стилевого отбора, который свидетельствует о способности говорящего актуализировать навыки, равные (или сходные) с навыками слушающего (Т.Г. Винокур).

Кроме того, семиотическая общность с аудиторией в сфере газетной коммуникации возникает не только благодаря отбору языково-стилевых средств, определенным образом упорядоченных (тезаурус), но и через единство (близость, пересечение) концептуальных систем автора и адресата, т.е. в процессе коммуникации через отбор выразительных средств между коммуникантами осуществляется не только эмоциональный, но и интеллектуальный обмен.

## Литература ко второй части

1. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
2. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. М., 1990.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
4. Коженевска-Берчинска И. Размышления об азартном баловстве с концептом «коммунизм» и о сути новой «охоты на ведьм» (на основе современных публицистических текстов) // Язык и социум. Материалы международной научной конференции. В двух частях. Минск, 2001. С. 16-23.
5. Лассан Э. Когнитивные и текстовые тенденции 90-Х // Язык и социум. Материалы международной научной конференции. В двух частях. Минск, 2001. С. 24-32.
6. Ломоносов М.В. Об ораторском искусстве /Краткое руководство к красноречию// Об ораторском искусстве. М., 1963. С.59-60.
7. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1999.
8. Мечковская Н.Б. Коллизии современной коммуникации и их влияние на функциональный уклад языков // Язык и социум. Материалы международной научной конференции. В двух частях. Минск, 2001. С. 33-35.
9. Петренко В.Ф. Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект // Проблемы медиапсихологии. М., 2002. Тарасова И.П. Структура смысла и структура личности коммуниканта // Вопросы языкознания. №4. 1992. С.103-109.
10. Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс. Текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000.
11. Шалак В. Мониторинг содержания и аудитории СМИ как средство диагностики состояния общества и необходимая предпосылка эффективного управления общественными процессами // Современные психотехнологии в образовании, бизнесе, политике. Мат-лы международной научно-практической конференции. М., 2001. С. 248-256.
12. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193-230.



### **ЧАСТЬ 3. КУЛЬТУРНО-НОРМАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АВТОРА И АДРЕСАТА В СФЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В современных исследованиях в области коммуникации акцент делается на мыслительном и языковом взаимодействии участников коммуникации, что обусловлено интересом к языковому сознанию и языковым личностям коммуникантов, т.к. как именно речемыслеобразное взаимодействие автора и адресата порождает высказывание (текст) как основную единицу и результат коммуникации.

Успешность коммуникации в сфере газетной публицистики определяется не только особенностями взаимодействия автора и читателя, как было показано ранее.

Немаловажно также и то, что реализация коммуникативного задания во многом зависит от языковой культуры автора, от его умения адекватно передавать свои мысли при помощи слов, от его языковой компетенции.

Как указывалось ранее (см. часть 1), установка на выразительность в современных средствах массовой информации порождает еще одну характерную примету публицистических текстов конца XX – начала XXI в.в. – тенденцию к продуцированию разнообразных текстовых аномалий.

Опираясь на свой многолетний опыт работы с газетными текстами, а также на мнение авторов книги «Не говори шершавым языком» (М., 2000)<sup>52</sup>, в течение нескольких лет собиравших и анализировавших нарушения действующих норм русского литературного языка в центральных российских СМИ на материале высказываний журналистов, политиков, бизнесменов, мы можем утверждать, что подавляющее число ошибок, извлеченных из этих текстов, представляют собой грубые нарушения правил грамматического и фонетического строя, лексической семантики, стилистических норм русского языка, что заставляет еще и еще раз обратить внимание наших «языковых авторитетов» на недопустимость в публичной речи безграмотных, неточных и неряшливых выражений.

#### **3.1. О речевой культуре и текстовых аномалиях**

В лингвистической литературе конца XX века термины «культура речи» и «речевая культура» часто использовались как синонимы. Современное развитие лингвистики позволяет дифференцировать эти понятия. Предмет нашего описания – содержательная характеристика понятий культура речи и речевая культура в их проекции на язык современных газетно-публицистических текстов.

Культура речи как прикладная филологическая дисциплина сформировалась в России как научный предмет к середине 60-х годов прошлого

---

<sup>52</sup> Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М. Не говори шершавым языком. О нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ. М., 2000.

века. В трудах отечественных исследователей В.И. Чернышова, Л.В. Щербы, Г.О. Винокура, Б.В. Томашевского, В.В. Виноградова, С.И. Ожегова, А.Н. Гвоздева, А.И. Ефимова и их многочисленных учеников все полнее осмысливался особый научно-практический комплекс знаний, служащий для нормализации языковых форм, распространения норм языка и норм стиля и унификации средств языкового выражения на литературном письменном языке.

По определению Ю.В. Рождественского, в основе культуры речи как прикладной дисциплины лежит не познавательный образ, а этические принципы: нельзя употреблять язык неправильно при создании и понимании текста.

Для выяснения роли культуры речи в речевой культуре современного человека необходим краткий экскурс в историю русского литературного языка. В.В. Виноградов указывает, что до конца XVIII вв. существовало два типа русского литературного языка: книжно-славянский и народно-литературный. Причем, с конца XVII до 20-30 гг. XVIII вв. происходил процесс разграничения трех стилей русского языка: высокого, низкого, среднего, с единым структурным ядром – народной великорусской речевой основой. С конца XVIII до 20-30 годов XIX вв. начинают формироваться единые нормы русского национального литературного языка, закрепленные в творчестве А.С. Пушкина<sup>53</sup>.

Начало XX в. по мнению таких исследователей как В.П. Нерознак и М.В. Горбаневский<sup>54</sup> в языке и обществе в целом характеризуется социально-культурным обрывом, которому способствовали процессы истощения культурного слоя в обществе, что привело к упрочению антинормативных языковых явлений во многих сферах употребления языка. Антинорма как инструмент разрушения общенародного языка стала причиной целого ряда явлений, последствия которых можно наблюдать и сейчас: «пролетаризация» языка – широкий поток разговорных, просторечных элементов, подчас неудобных с позиций этики и эстетики языка; формирование «советского политического языка» – «новояза», мастерски высмеянного М. Зощенко в рассказе «Обезьяний язык» (М. Зощенко. Суета сует. М., 1988); а также нарушение норм речевого поведения и речевого этикета.

Интересно отметить, что в это время наблюдается всплеск интереса исследователей к языку художественной литературы, к языку отдельных писателей, поэтов – языку, сохранившему культурно-речевое богатство русского народа, который можно рассматривать как своеобразный уход от реальности, от реального разговорного языка XX века к языку художественной литературы – письменной разновидности литературного языка.

Наконец, к исходу XX в. в центре внимания исследователей оказался человек говорящий и, как следствие, «реальный язык реальной эпохи». По замечанию Е.Н. Ширяева, современное состояние русского языка опреде-

<sup>53</sup> Виноградов В.В. История русских лингвистических учений. М., 1978. С.209-211.

<sup>54</sup> Нерознак В.П., Горбаневский М.В. Советский «новояз» на географической карте. М., 1991.

ляется двумя взаимосвязанными характеристиками: позитивной, вытекающей из процесса демократизации языка, преодоления новояза, проявляющейся в усилении личностного начала, диалогичности, стилистическом динамизме, и негативной, обусловленной вседозволенностью<sup>55</sup>.

Разнообразные социо- и психолингвистические факторы оказывают значительное влияние на особенности языка современной эпохи, на речевое поведение нашего современника. Раскованность, раскрепощенность говорящего действует на все механизмы языка; к публичной речи приобщаются все новые социальные слои, не владеющие в полной мере нормами литературного языка.

Изменяется и понятие «культура речи».

Культура речи в современном понимании – это не только совокупность и система ее коммуникативных качеств, не только учение об этой совокупности и системе, но такой набор и такая организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач<sup>56</sup>. Таким образом, как верно отмечает Т.В. Матвеева, современная теория культуры речи дополнилась коммуникативными и этическими компонентами, реализовавшимися в двух родовых денотатах: коммуникативной ситуации и нравственно-этическом кодексе общества<sup>57</sup>.

В свете сказанного в центре внимания исследователей оказывается языковая личность, обладающая языковой способностью и коммуникативной (речевой) компетенцией.

Полагаем, что понятие речевой культуры является компонентом коммуникативной компетенции как системы языковых и речевых знаний, умений и навыков личности, позволяющих оценить степень владения языком, и соотносится с первым, собственно лингвистическим, уровнем коммуникативной (речевой) компетентности: умением выражать различными способами и средствами заданный смысл, затем извлекать смысл из сказанного и отличать правильное в языковом отношении высказывание от неправильного<sup>58</sup>.

В то же время необходимо отметить, что современное общество по-новому относится к понятию «языковая норма». Если, по замечанию В. Панова, в 30-60-х годах к норме относились как к запрету, то с середины 70-х годов норма расценивается как выбор какого-либо языкового варианта в зависимости от целей и условий общения<sup>59</sup>.

---

<sup>55</sup> Ширяев Е.Н. Типы норм и вопрос о культурно-речевых оценках // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000. С.13-14.

<sup>56</sup> Культура русской речи и эффективность общения. М., 1996. С. 13.

<sup>57</sup> Матвеева Т.В. Об ортологии текста // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000. С.21.

<sup>58</sup> Крысин Л.П. Владение языком: лингвистический и социокультурный аспекты // Язык – культура – этнос. М., 1994. С.70.

<sup>59</sup> Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. Учебное пособие. М., 1989. С. 27.

Опираясь на суждения М.В. Панова, авторы коллективной монографии «Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995)» (М., 1996) отмечают, что «события второй половины 80-х – начала 90-х годов по своему воздействию на общество и язык подобны революции», так как резко расширяется состав участников массовой и коллективной коммуникации; с устранением цензуры и автоцензуры люди начинают говорить и писать свободно, в том числе в газетах и журналах; возрастает личностное начало в речи; возрастает диалогичность разных форм общения; расширяется сфера спонтанного общения, в том числе и устного публичного; меняются ситуации и жанры общения в разных сферах коммуникации; появляются новые средства выражения; раскованность, раскрепощенность говорящих действует на все механизмы языка и т.п.<sup>60</sup>

Изменение нормативных приоритетов в обществе позволило, например, Ю.Д. Апресяну в основу классификации языковых аномалий положить способ их возникновения в речи. Его типология, иллюстрируемая газетно-журнальными материалами конца 80-х годов, представляет собой «многократно пересекающиеся классы в виде строго упорядоченного иерархического древа», в основании которого лежат намеренные и ненамеренные аномалии. Первые возникают по воле автора и выполняют какие-то полезные функции, а вторые появляются независимо от его желания и делятся исследователем на деструктивные (невольные или нерегулярные языковые ошибки) и конструктивные (типичные), которые Ю.Д. Апресян расценивает как «принципиально перспективные факты», способные выступать точками роста «новых явлений, источником обновления и развития языка»<sup>61</sup>.

О намеренных и ненамеренных «аномалиях» в реальной речевой деятельности пишут также Т.В. Булыгина и А.Д. Шмелев, отмечающие, что аномальными называются явления, которые нарушают какие-либо сформулированные правила или интуитивно ощущаемые закономерности. При этом указывается, что если **намеренные** аномалии (т.е. сознательные нарушения языковых правил) можно адекватно классифицировать и интерпретировать только исходя из интенции говорящего, то **ненамеренные** аномалии можно, прежде всего, рассматривать как «погрешность, ляпсус, речевую небрежность», т.е. как речевые ошибки<sup>62</sup>.

Степень владения языком характеризуется саратовскими лингвистами как тип речевой культуры автора: «низкий» или «высокий» (элитарный и среднелитературный)<sup>63</sup>. По замечанию О.Б. Сиротининой, нельзя непосредственно связывать качества хорошей речи с каким-либо типом речевой культуры: любой тип речевой культуры создает предпосылки для проду-

<sup>60</sup> Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996. С.12-14.

<sup>61</sup> Апресян Ю.Д. Языковые аномалии: типы и функции // RES PHILOLOGICA. Филологические исследования. М.-Л., 1990. Указ. соч. С.51-64.

<sup>62</sup> Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М., 1997. С.438-442.

<sup>63</sup> Сиротинина О.Б., Беляев А.Ю., Нагорнова Е.В., Соколова О.И., Аблаева Е.В. Зависимость текста от его автора // Вопросы стилистики. Межвуз. Сб. Вып. 27. Человек и текст. Саратов, 1998. С.

цирования речи разного качества, ибо оно (качество) зависит от очень многих факторов.

Хорошая речь – это обязательно такая речь, в которой соблюдаются современные языковые нормы и этика общения и которая может способствовать достижению наибольшего эффекта: «...не может быть хорошей речь неправильная. Прежде всего это связано с тем, что неправильная (в любом отношении) речь затрудняет понимание»<sup>64</sup>. Что же касается речи электронных и печатных СМИ, то требование языковой правильности, т.е. соблюдения языковых норм, является основополагающим для признания этой речи хорошей, поскольку «читатель и слушатель считает эту речь примером для себя»<sup>65</sup>.

Совершенно очевидно, что региональные средства массовой информации, возможно, даже в большей мере, чем центральные, иллюстрируют негативные последствия языковой вседозволенности, явившейся результатом воздействия социальных факторов как современной, так и отдаленной от нас по времени действительности. Так, нам очень близка точка зрения О.Л. Дмитриевой, отмечающей, что «на состоянии русского языка не могли не сказаться такие социальные факторы, как высланная или расстрелянная интеллигенция, деклассированные рабочие и раскрестьяненные крестьяне, уничтоженные аристократия и духовенство»<sup>66</sup>.

Говоря о правильности как необходимом критерии хорошей речи, исследователи, в зависимости от типа речи, условий общения, коммуникативных установок и целей общения, называют несколько разновидностей грамотности: орфографическую, пунктуационную, функционально-стилевую.

Поскольку орфографическая и пунктуационная грамотность в сфере современной газетной публицистики, благодаря использованию компьютерного набора и соответствующих программ, подчас достигается автоматически<sup>67</sup>, то особое внимание необходимо уделить **функционально-стилевой** грамотности, которая проявляется «в умении говорящих и пишущих в соответствии с целями и задачами общения правильно отбирать и функционально эффективно и целесообразно использовать в речи различ-

---

<sup>64</sup> Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь. Саратов, 2001. С.16-29.

<sup>65</sup> Ягубова М.А. Речь в средствах массовой информации // Хорошая речь. Саратов, 2001. С.84-103.

<sup>66</sup> Дмитриева О.Л. Массовая коммуникация, массовое сознание, массовые «болезни» языка // Не говори шершавым языком. О нарушениях нормлитературной речи в электронных и печатных СМИ. М., 2000. С.202-209.

<sup>67</sup> Необходимо заметить, что возможности компьютерных программ проверки орфографии и пунктуации довольно ограничены, а отсутствие необходимых знаний из области русского правописания довольно часто ставит набирающих в тупик. Так, на одном из занятий по компьютерному редактированию студентам было предложено найти и исправить ошибку в следующей фразе: «Ставьте, где надо, твердый знак или хотя бы апостроф: обем статьи все равно не съэкономишь». При этом, если первое слово исправлялось без труда (объем), то при исправлении второго слова (при отключенной программе проверки правописания) было получено несколько вариантов слова: «сыкономишь», «сикономишь», «сьэкономишь», «сэкономишь». Некоторые проверяющие вообще не обнаружили ошибки во втором слове.

ные языковые средства»<sup>68</sup>. Поскольку функционально-стилевая грамотность связана с умением свободно владеть всеми средствами языка, то ее, по всей видимости, можно соотнести с понятием коммуникативной (речевой) компетенции как системы языковых и речевых знаний, умений и навыков личности, позволяющих оценить степень ее владения языком и проявляющихся в умении выражать различными способами и средствами заданный смысл, затем извлекать смысл из сказанного и отличать правильное в языковом отношении высказывание от неправильного<sup>69</sup>.

Анализ «аномальных» высказываний, извлеченных из печатных СМИ Алтайского края, свидетельствует о довольно низком уровне коммуникативно-речевой компетенции некоторых авторов, пишущих в краевых СМИ.

В наших материалах есть примеры нарушения лексической, грамматической, стилистической сочетаемости; фактической, синтаксической правильности и т.п. Причем, совершенно очевидно, что подобные аномалии не только создают впечатление о неумелом, непрофессиональном, беспомощном использовании автором языковых и речевых единиц, но и мешают восприятию авторской мысли. Именно смысловые аномалии, т.е. такие, при интерпретации которых первоначальное восприятие затруднено (см. об этом ниже), составляют львиную долю всех деструктивных отклонений от норм в языке газет.

Приведем несколько примеров.

1. К искажениям авторского смысла часто приводит неверное структурирование текста в связи с нарушением порядка слов, предложений, иных синтаксических конструкций, а также пропуском или неверной постановкой знака препинания. Все это в совокупности приводит к появлению параллельных смысловых связей, и читателю приходится разбираться, какие из этих связей истинные, а какие – ложные.

а) *Приятно и то, что в ряду городов, которые познакомились с творчеством уникального мастера-умельца Анатолия Коненко наравне с Парижем, Токио, Брюсселем и Берлином, появился теперь и Барнаул.* (Алтайская правда, № 24, январь 2002 г.) – «познакомились наравне с Парижем, Токио, Брюсселем и Берлином» или «появился наравне с Парижем, Токио, Брюсселем и Берлином»?

б) *Шестой год в СПК «Паклинский» работает мельница. И, нужно сказать, мука с этой мельницы пользуется спросом у хозяек как первого, так и второго сортов.* (Голос хлебороба, 27.10.01 г.) – «мука первого и второго сорта» или «хозяйки»?

в) *23 ноября на рынке с. Михайловское будет продаваться обувь для всей семьи Новосибирской фабрики* («Сельская правда» Михайловского р-на, 2001 г.) – «обувь Новосибирской фабрики» или «обувь для семьи Новосибирской фабрики»?

<sup>68</sup> Кузнецова Н.И. Правильность речи // Хорошая речь. Саратов, 2001. С.29-31.

<sup>69</sup> Крысин Л.П. Владение языком: лингвистический и социокультурный аспекты // Язык – культура – этнос. М., 1994. С.70.



г) *Все участники конкурса получили ценные призы и подарки. Самый главный победитель уехал домой с денежным призом в размере 30 минимальных окладов от краевого комитета образования* («Свободный курс», 2000 г.) – «с денежным призом от краевого комитета образования» или «30 минимальных окладов от краевого комитета образования»?

Конечно, в большинстве случаев читающий в конце концов устанавливает правильный смысл, однако, как отмечает Б.С. Мучник, данный факт «не может служить основанием для того, чтобы признать предложение стилистически правильным»<sup>70</sup>.

2. Довольно часто смысловые аномалии возникают в результате пропуска слова, или целого смыслового звена, что также приводит к образованию неверных смысловых связей.

а) *«Конечно, что ни говори, дома лучше – нет строгого режима, сладостей, развлечений, на то она и армия, говорят, воспитывать мужественных, смелых, стойких защитников Родины.* («Вечерний Новоалтайск», 1998 г.).

Пропуск слова «нет строгого режима, <обилие> сладостей, развлечений» делает фразу в целом бессмысленной: «дома лучше – нет строгого режима, <нет>сладостей, <нет>развлечений».

б) *Им нельзя в этом плане отставать от ряда других магазинов. И всегда держат верх над конкурентами.* («Вечерний Новоалтайск», 1998 г.) – «нельзя отставать, нельзя...держат верх»). Пропуск антонимичного слова, например, «необходимо», «нужно», мешает верному пониманию авторского смысла, меняя его на противоположный.

в) *Приятно слушать звуки музыки, сидя в зале. Но, чтобы добиться этого, нужно много труда и упорства, что выдержит не каждый.* («Вечерний Новоалтайск», 1999 г.).

В данном случае пропущено целое смысловое звено, маркерами которого в тексте являются местоимения *этого* и *что*. В результате фраза приобретает комический смысл, вряд ли планируемый автором: «Чтобы слушать музыку, сидя в зале, требуется много труда и упорства, что выдержит не каждый» или «Не каждый способен слушать музыку, сидя в зале: для этого требуется много труда и упорства». В действительности же смысл данного высказывания может быть сформулирован следующим образом: «Приятно слушать музыку, сидя в зале. Однако для того, чтобы мы получали удовольствие, музыканту необходимо много трудиться, а это не всем под силу». Очевидно, что для интерпретации подобного высказывания требуется затратить уже довольно много усилий.

3. Смысловая неясность фразы может быть обусловлена нарушениями разного рода сочетаемости слов в предложении: лексической, грамматической, стилистической.

---

<sup>70</sup> Мучник Б.С. Основы стилистики и редактирования. Ростов-на-Дону, 1997. С. 7.

а) *Спортивные балльные танцы в последнее время поднялись очень высоко на культурном уровне.* («Вечерний Новоалтайск», 2000 г.).

Выделенные в предложении слова не сочетаются друг с другом, поэтому исправление подобного предложения возможно только путем полного перефразирования. Автор, по всей видимости, хотел сказать, что «культура спортивных танцев в последнее время значительно выросла».

б) *Четвертый конкурс – для капитанов команд. Им надлежало за небольшой промежуток времени придумать и по возможности показать сюрприз на долгую память.* («Вечерний Новоалтайск», 1998 г.).

Очевидно, что существительное *сюрприз* («неожиданный подарок», «неожиданное событие, обстоятельство») плохо сочетается со словами *на долгую память* (ср.: «На память – дать, подарить, взять, получить и т.п. – для того, чтобы помнить, не забывать о ком-, чем-л.»). Учитывая явную разговорную интонацию данной фразы, целесообразнее было бы взять ее в кавычки. Таким образом автору удалось бы не только передать ситуацию, о которой он пишет, но и дистанцироваться от этой аномалии, поскольку она в данном тексте представляет, по всей видимости, фрагмент речи ведущего.

Неоправданным с точки зрения языковой правильности представляется также употребление глагола *надлежало* («должно, нужно, следовало») имеющего книжную окраску и более уместного в официально-деловой речи.

в) *В случае, если реформа приводит к ухудшению положения уязвимых категорий граждан, они не могут быть одобрены без наличия компенсационной социальной компоненты», - отмечается в докладе.* (Коммунистический призыв, №12, 12.01, г. Рубцовск).

В тексте используется терминологическая лексика, требующая дополнительного разъяснения, что делает речь в целом непонятной для читающего. Неудачным представляется новообразование «уязвимые категории граждан» вместо более распространенного «социально не защищенные». Не удастся автору избежать и двусмысленности из-за неверного порядка слов в предложении: «реформы не могут быть одобрены» или «уязвимые категории граждан»?

4. Смысловая неясность может возникать в связи с нарушениями в тексте логики изложения или логики рассуждения.

а) *Казалось бы, зачем мамонтовцам изучать творчество великого художника и философа, когда своих проблем невпроворот!* («Свободный курс», 1998 г.).

Нарушение логики изложения (причинно-следственных связей) приводит к установлению неверных смысловых связей в предложении. Получается, что «творчество великого философа и художника» – это тоже большая проблема! В действительности же автор хотел сказать, что, несмотря на обилие житейских проблем, мамонтовцам не чуждо и стремление к прекрасному. Таким образом, небрежность в оформлении мысли привела к возникновению смысла, который не планировался автором.

б) *В любом обществе есть грамотные в правовом отношении люди, а есть и те, кто нарушает закон.* (Голос хлебороба, 17.11.01 г.).

Данный пример иллюстрирует нарушение автором логики рассуждения (нарушено правило деления понятия), которое приводит к неверному умозаключению: все, кто нарушает закон, неграмотны в правовом отношении.

в) Из интервью с администратором Центра красоты (г. Барнаул):

– *А кто чаще всего становится вашими пациентами?*

– *Разумеется, чаще к нам обращаются женщины. А что касается возраста, то это обычно молодые – особенно юноши, страдающие угревой сыпью.* («Свободный курс», 1993 г.).

Нарушение закона тождества (немотивированная смена предмета речи) в данном высказывании приводит к созданию комического эффекта, вряд ли планируемого автором.

5. В газетных текстах довольно часто встречаются ошибки, не препятствующие пониманию смысла текста, например:

а) *В зале ожидания находилось много командировочных.* («Контраст», 2000 г.); *Продается стол письменный, односпальный* («Из рук в руки», август 2001 г.) – неверный выбор слов (командированных, однотумбовый);

б) *Надо сказать, что всякие напитки лились в этот вечер рекой. Уже упоминавшееся пиво лилось даже по губам* («Молодежь Алтая», 1997 г.) – ничем не оправданная тавтология;

в) *Самозванец с рацией* (заголовок в газете «Московский комсомолец на Алтае», 2001 г.) – неблагозвучие;

г) *Святее папы, или оксюАрон* (Заголовок в газете «Московский комсомолец на Алтае», 2001 г.) – орфографическая ошибка и т.д.

Такая речь, по замечанию О.Б. Сиротининой, также не может быть признана хорошей, поскольку вызывает со стороны адресата незапланированное говорящим впечатление от его речи, как речи не очень культурного человека. Поэтому трудно не согласиться с мнением авторов упоминаемой ранее книги «Не говори шершавым языком», утверждающих: нормы литературного языка надо знать, необходимо овладевать ими специально. Особенно важно это для политиков, деятелей культуры и науки, журналистов и телеведущих, формирующих массовое языковое сознание сегодня.

### 3.2. Текстовая аномалия. Общая характеристика. Типология текстовых аномалий

Коммуникативный речевой акт – явление сложное и многоплановое. Исследователи разных эпох отмечали роль отправителя информации в процессе коммуникации – роль адресанта, автора, который через высказывание демонстрирует свои чувства, дает свою оценку сообщаемому. Так, М. Ломоносов, отмечая свойства риторы, позволяющие ему воздействовать на чувства слушателей, особо указывал на необходимость увлеченности

автора речи «в возбуждении и утолении страстей». Процесс воздействия на слушателей будет успешен в том случае, если сам говорящий «...ту же страсть имеет, которую в слушателях возбудить хочет, а не притворно их страстными учинить намерен, ибо он тогда не токмо словом, но и видом и движением действовать будет»<sup>71</sup>.

М. Ломоносову вторит философ - диалогист О. Розеншток - Хюсси, утверждающий, что в процессе восприятия речи слушающий старается затратить энергии не больше и не меньше, чем затратил говорящий, а «грамматические формы, которые мы используем в своей повседневной речи, выдают наши самые сокровенные убеждения»<sup>72</sup>.

Активную роль участников коммуникации подчеркивал А.Ф. Лосев, отмечавший, что «языковое обозначение исходит не просто из отображения действительности в человеческом сознании или мышлении, но из чего-то гораздо более сложного и важного, чем отражение, а именно из активного вмешательства в действительность, из активного выбора из нее того, что нужно человеку для общения с другим человеком, то есть, иначе говоря, из коммуникативного использования действительности, из того или иного ее переделывания и преподнесения»<sup>73</sup>. Б. Гаспаров характеризует всякий акт употребления языка как частицу «непрерывно движущегося человеческого опыта. В этом своем качестве он вбирает в себя и отражает в себе уникальное стечение обстоятельств, при которых он был создан...»<sup>74</sup>.

Однако несмотря на сложность процесса коммуникации, способствующие ему функции языка и речи в большинстве случаев все-таки реализуются, поскольку, по замечанию Л.В. Щербы, «говорящие вынуждены заботиться о том, чтобы у слушающих не было недоразумений, происходящих от смешения знаков речи»<sup>75</sup>. Данное обстоятельство приводит исследователей к выводу о существовании в речи механизмов, способствующих или препятствующих реализации в ней языка и языковых способностей. Представляется, что одним из таких механизмов может быть узуально-стилевой комплекс, приводящий в действие процесс стилистически значимого отбора, с помощью которого осуществляется речевое общение (см. об этом часть 1).

Как указывалось ранее, узуально-стилевой комплекс демонстрирует механизм употребления языка в речи, при котором происходит образование «стилистического значения, далеко не всегда являющегося фактом системы языка»<sup>76</sup> (выделено нами – Т.Ч.).

Таким образом, механизм употребления языка в речи узаконивает существование разного рода языковых и смысловых аномалий в тексте (далее – текстовых аномалий), выполняющих как конструктивную функ-

<sup>71</sup> Ломоносов М.В. Указ. соч. С. 59.

<sup>72</sup> Розеншток – Хюсси О. Речь и действительность. М., 1994. С. 64.

<sup>73</sup> Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. Труды по языкознанию. М., 1982. С. 13.

<sup>74</sup> Гаспаров Б. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996. С. 10.

<sup>75</sup> Щерба Л.В. О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974. С. 29.

<sup>76</sup> Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987. С.20.

цию (если они предусмотрены автором в качестве средства выразительности), так и функцию деструктивную (если их появление в тексте случайно, хотя и обусловлено экстралингвистически). Почему это происходит?

Как также было отмечено ранее, элементы узуально-стилевого комплекса неоднородны по содержанию. Они представляют собой антитестические начала: стилистические средства, стилистическое значение и стилистические приемы являются фактами языка, а экспрессивное задание и стилистический эффект характеризуются как неязыковые явления.

Представляется, что гармоничное сочетание элементов узуально-стилевого комплекса ведет к «эталонной» коммуникации, что, видимо, является недостижимым идеалом, так как, по замечанию Л.В. Щербы, «интересы понимания и говорения прямо противоположны, и историю языка можно представить как постоянное возникновение этих противоречий и их преодоление»<sup>77</sup>. В то же время конфликт языкового и неязыкового в процессе употребления языка в речи порождает разного рода текстовые аномалии.

Для изучения языковых изменений в процессе говорения (речевой деятельности) Л.В. Щерба первым предложил ввести в языкознании принцип эксперимента, основываясь на результатах которого, можно получить не только положительный, но и, что особенно поучительно, отрицательный результат. По мнению Л.В. Щербы, отрицательный результат может указывать «или на неверность постулированного правила, или на необходимость каких-то его ограничений, или на то, что правила больше нет, а есть только факты словаря, и т.д.»<sup>78</sup>. Продолжая мысль Л. В. Щербы, добавим, что отрицательный результат в ходе эксперимента может свидетельствовать и **о наличии в тексте какой-либо аномалии**, мешающей его адекватной интерпретации и восприятию.

Развивая идеи Л.В. Щербы, свою методику работы с речевыми контекстами предложил Б.С. Мучник. Он указал на принципиальную важность **первоначального восприятия** (первочтения) в процессе интерпретации текста, поскольку «первоначальное восприятие текста протекает обычно произвольно, так что слова объединяются в сознании читающего как бы сами собой, помимо его намерения»<sup>79</sup>.

Постулат Б.С. Мучника о необходимости в процессе интерпретации текста опираться на эффект первоначального восприятия мы положили в основу типологии текстовых аномалий (см. схему 1).

По замечанию М.П. Брандес, интерпретация «направлена на истолкование слов, знаков, жестов... Понимание же – это представление смысла, т.е. той информации, с помощью которой выделяются денотаты. Чтобы понять текст, необходимо соответствующим образом интерпретировать его»<sup>80</sup>.

---

<sup>77</sup> Щерба Л.В. Указ. соч. С.30.

<sup>78</sup> Мучник Б.С. Указ. соч. С.32.

<sup>79</sup> Мучник Б.С. Указ. соч. С. 6.

<sup>80</sup> Брандес М.П. Стил и перевод. М., 1988. С. 24.

В ходе составления типологии текстовых аномалий мы опирались на интерпретацию фактов, извлеченных из текста при первоначальном его восприятии.

Осмысление этих фактов (то есть их понимание) позволило выявить две разновидности текстовых аномалий: **смысловые**, при интерпретации которых первоначальное восприятие затруднено, и **не смысловые** (иначе – **языковые**), которые не вызывают затруднений при первоначальном восприятии, но могут содержать в себе нарушения языковых норм (в основном нарушения разного рода сочетаемости – фонетической, лексической, грамматической и т.п.).

Возникновение языковых аномалий мы связываем с нарушениями механизма речеобразования, существенную часть которого составляет мышление. Смысловые аномалии возникают в связи с нарушениями механизма мышлеобразования. Данное противопоставление носит относительный характер, поскольку, по замечанию С.Д. Кацнельсона, «процессы мышления и речеобразования неотторжимы один от другого и представляют собой единый речемыслительный процесс»<sup>81</sup>.

Смысловые аномалии неоднородны по своему составу. Причина этого – в особенностях внутренней речемыслительной деятельности человека. Потребности формирования мыслей для последующей коммуникации определяют характер языковых элементов, последовательно включаемых в речемыслительный процесс на разных фазах его протекания. С.Д. Кацнельсон говорит о двух основных фазах этого процесса, предшествующих фонации: первичную фазу (формирование мысли) и вторичную фазу (дальнейшее преобразование мысли в целях коммуникации). В процессе развития первой фазы речемыслительного процесса поток активизированных элементов сознания членится на отдельные кадры, каждый из которых отражает отдельные события или стороны.

По нашим наблюдениям, ошибки, допущенные в ходе отражения действительности, приводят к неверному формированию понятий, ей соответствующих, и к появлению в тексте **фактических** аномалий. Например, фраза «Тигр от ярости вспотел» будет оценена воспринимающим как ошибочная, если, конечно, ему знаком объект действительности и его свойства (тигры не имеют потовых желез). Также знание реалии позволит воспринимающему обнаружить фактическую ошибку в названии источника на каталожной карточке: «Овидий. Письма с фронта».

Вторичная фаза речемыслительного процесса представляет собой дальнейшее преобразование мысли в ходе коммуникации. При этом неверное сочетание отобранных понятий может привести к нарушению между ними логических связей и стать причиной логических аномалий, или **алогизмов**.

---

<sup>81</sup> Кацнельсон С.Д. Речемыслительные процессы // Вопросы языкознания. 1984. № 4. С. 4.





благодаря общему смыслу предложения, ошибка преодолевается. Причиной текстовой аномалии здесь является неверное последовательное взаимодействие в высказывании двух смыслов, которые в ходе чтения мыслятся как единое целое, ибо расположены один за другим: «*доставка лиц и грузов*» и «*лиц и грузов, крупногабаритных, тяжеловесных*».

Таким образом, логика изложения в тексте обусловлена не только логикой рассуждения, но и механизмом языкового отбора в ходе коммуникации, а логические аномалии могут быть результатом рассогласования элементов этого механизма.

#### Литература к третьей части

1. Апресян Ю.Д. Языковые аномалии: типы и функции // *RES PHILOLOGICA*. Филологические исследования. М.-Л., 1990.
2. Брандес М.П. Стилъ и перевод. М., 1988.
3. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М., 1997.
4. Виноградов В.В. История русских лингвистических учений. М., 1978.
5. Гаспаров Б. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996.
6. Головин Б.Н. Основы культуры речи. М., 1988.
7. Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М. Не говори шершавым языком. О нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ. М., 2000.
8. Дмитриева О.Л. Массовая коммуникация, массовое сознание, массовые «болезни» языка // Не говори шершавым языком. О нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ. М., 2000. С.202-209.
9. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
10. Кацнельсон С.Д. Речемыслительные процессы // Вопросы языкознания. 1984. № 4. С. 3-10.
11. Крысин Л.П. Владение языком: лингвистический и социокультурный аспекты // Язык – культура – этнос. М., 1994.
12. Кузнецова Н.И. Правильность речи // Хорошая речь. Саратов, 2001. С.29-31.
13. Культура русской речи и эффективность общения. М., 1996.
14. Ломоносов В.В. Красноречие как наука // Об ораторском искусстве. М., 1963.
15. Матвеева Т.В. Об ортологии текста // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000.
16. Мучник Б.С. Основы стилистики и редактирования. Ростов-на-Дону, 1997.
17. Нерознак В.П., Горбаневский М.В. Советский «новояз» на географической карте. М., 1991.

18. Осина А.В. Хорошая речь и среднелитературная речевая культура // Хорошая речь. Саратов, 2001.
19. Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. Учебное пособие. М., 1989. С.4 – 27.
20. Рождественский Ю.В. Культура речи как прикладная дисциплина // Язык: система и функционирование. М., 1988.
21. Розеншток – Хюсси О. Речь и действительность. М., 1994.
22. Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996.
23. Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь. Саратов, 2001. С.16-29.
24. Сиротинина О.Б. Разговорные типы речевой культуры и хорошая речь // Хорошая речь. Саратов, 2001.
25. Сиротинина О.Б., Беляев А.Ю., Нагорнова Е.В., Соколова О.И., Аблаева Е.В. Зависимость текста от его автора // Вопросы стилистики. Межвуз. Сб. Вып. 27. Человек и текст. Саратов, 1998.
26. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Воронеж – Пермь, 1998.
27. Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987.
28. Томашевский Б.В. Стилистика. Л., 1983.
29. Ширяев Е.Н. Культура русской речи и эффективность общения. М., 1996.
30. Ширяев Е.Н. Типы норм и вопрос о культурно-речевых оценках // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000.
31. Щерба Л.В. О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974.
32. Ягубова М.А. Речь в средствах массовой информации // Хорошая речь. Саратов, 2001. С.84-103.

## **ЧАСТЬ 4. АВТОР И АДРЕСАТ КАК ИНТЕРПРЕТИРУЮЩИЕ НАЧАЛА В СФЕРЕ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ**

### **4.1. Узуально-стилевой комплекс как механизм порождения инвективного высказывания в сфере газетной публицистики**

В конце 70-х годов К.С. Горбачевич, опираясь на свидетельства выдающихся предшественников и современников (Л.В.Щербы, Г.О.Винокура, Л.Блумфильда, Ф.П.Филина и др.), констатирует, что «разговорная речь...перестает служить «кузницей» языковых изменений», так как социальные преобразования последних десятилетий укрепили примат письменной основы норм литературного языка над устной<sup>84</sup> Однако новое десятилетие ознаменовалось усилением разностилевых тенденций в некоторых языковых стилях. В частности, в языке газетной публицистики 80-х годов, по замечанию М.В.Панова, «и книжный стиль, и разговорный живут рядом», «книжный, разговорный и другие окрашенные стили цветут в современной газете»<sup>85</sup>.

По нашим наблюдениям, в современной газетной публицистике, особенно в тех изданиях, которые отличаются «языковой раскованностью, многокрасочностью и эмоциональной остротой», наряду с нейтральной лексикой соседствуют разговорные, просторечные, грубо-просторечные, просторечно-бренные языковые единицы. Исследователи также отмечают, что в последние годы «в сферу книжной речи мощным потоком вливается значительная масса речевых явлений (в том числе, конечно, и инвективного характера), традиционно...функционировавших на периферии речевой коммуникации, исключительно в ее устной форме»<sup>86</sup>. Распространение подобных языковых элементов в сфере массовой коммуникации является объективной реальностью, обусловленной рядом факторов, о которых мы говорили в части 1.

Изучение стилистического узуса современной газетной публикации через категорию узуально-стилевого комплекса позволяет выявить языковые и неязыковые причины порождения инвективных (конфликтогенных) текстов.

#### **4.1.1 «Конфликтные» тексты как результат взаимодействия языкового и неязыкового в сфере газетной публицистики**

Воздействующая функция на передний план коммуникации выдвигает фигуру адресата: его возрастные и половые особенности, социаль-

---

<sup>84</sup> Горбачевич К.С. Вариантность слов а и языковая норма: На материале современного русского языка. Л., 1978. С. 39.

<sup>85</sup> Панов. Указ. соч. С.11-15.

<sup>86</sup> Понятия чести и достоинства, оскорбления и ненормативности...С. 67.

ные, экономические и политические приоритеты и пристрастия, которые издания, ориентированные на определенный круг читателя, стараются учесть и на языковом уровне.

В части 1 мы уже ссылались на исследование И.А. Стернина, который, определяя современный русский публицистический дискурс, отмечает, что основными факторами, обусловившими изменения в русском публицистическом дискурсе последнего десятилетия, являются концептуальная, оценочная и языковая свобода. В результате можно отметить несколько тенденций в развитии языка современных средств массовой информации, среди которых особенного внимания заслуживают собственно языковые изменения публицистического дискурса. К ним можно отнести увеличение доли оценочной, сниженной, разговорной, просторечной, сленговой и жаргонной, а также вульгарной и даже нецензурной лексики и фразеологии; «иронизацию» публицистического дискурса; эмоциональность и образность как характерную примету публицистики; стилистический динамизм, проявляющийся через сочетание резко контрастных стилистических элементов.

Говоря о свободе слова как проявлении политической свободы в обществе, И.А. Стернин отмечает, что подавленная ранее тоталитарным государством активность большинства членов общества «в период реформирования страны нашла взрывной выход, что привело не только к активности (деловой и политической), но и к выбросу у части общества агрессивности и грубости, ...вызывающего, неконтролируемого поведения»<sup>87</sup>.

Агрессивность и грубость определенной части общества нашли свое отражение в языке современной публицистики, поскольку средства массовой информации в силу своей популярности и мобильности, наиболее отчетливо и быстро отражающие изменения, происходящие в наше время во всех сферах языка, оказывают влияние на повседневную речь и отражают ее особенности.

Как уже неоднократно отмечалось, газетно-публицистические тексты в современных условиях ориентированы не столько на выполнение информативной функции, сколько на борьбу за умы и сердца читателей, то есть на воздействие. В природе узуально-стилевого комплекса, определяющего стилистическое своеобразие современных публицистических текстов, содержатся все негативные и позитивные тенденции формирования их стилистического узуса, которые, в зависимости от условий и целей общения, при создании текста развертываются в том или ином направлении.

Очевидно, с позиций стилистики, тексты с преобладанием оценочной, сниженной, разговорной, просторечной, сленговой и жаргонной, а также вульгарной и нецензурной (обсценной) лексики и фразеологии

---

<sup>87</sup> Стернин И.А. Указ. соч. С. 5-18.

представляют собой реализацию негативной тенденции формирования стилистического узуса газетного текста, которая в итоге ломает привычные рамки газетной речи и переходит в речь бранно-разговорную. Носители языка, в свою очередь, тонко чувствуют грань общественно допустимого высказывания, поэтому выход за его пределы фиксируется воспринимающей стороной и служит поводом для возбуждения судебного иска.

Таким образом, тенденция к злоупотреблению пейоративно окрашенной лексикой и фразеологией с целью реализации коммуникативного (экспрессивного) задания формирует в современной публицистике особую разновидность текстов – тексты, содержащие агрессию, провоцирующие конфликт.

### 1. Агрессивные тексты.

Тексты, негативно воздействующие на читателя, плодотворно изучаются учеными кафедры психолингвистики Московского государственного лингвистического университета под руководством доктора филологических наук профессора В.П. Белянина<sup>88</sup>. В частности, Е.А. Репина пишет о существовании *агрессивного* типа текста, создаваемого за счет неосознанного употребления говорящим или пишущим «агрессивно окрашенной лексики»: «Если человек склонен к агрессивному типу поведения, это не может не отразиться в его языке»<sup>89</sup>.

К агрессивному типу текста, например, можно отнести статью «Энгельс хотел провалиться сквозь землю», опубликованную в одном из районных изданий и ставшую предметом судебного разбирательства в 1998 г. Приведем фрагмент, послуживший поводом для возбуждения иска:

*«Сомневаюсь, что Ольга Щ., лаборант пивзавода, криком прерывающая выступавших, старавшаяся превратить собрание в базарную склоку, жила когда-либо в лучшем колхозе. Беда сейчас везде – и она общая. Странно было слушать обвинения в адрес руководителя колхоза из уст сытой лаборантки теплого местечка, упакованной в кожу. Хотелось услышать мнение доярок, механизаторов, зоотехника. Честное мнение, а не фальшивый, провокационный и откровенно безграмотный фарс истеричной особы, пытавшейся заострить внимание собрания только на проблемах конкретного пивзавода». Кстати, подтверждением неискренности рьяной оппонентки стало выступление главного экономиста колхоза Ф., который дал негативную оценку работе пивзавода, вскрыв факты вывоза с территории предприятия неучтенных емкостей с пивом. Ответом Щ. стала вылазка на сцену. Снять ее с ораторского подиума удалось только с легкой руки представителя управления сельского хозяйства района... Грамотно и тактично осадив даму, он перевел собрание в рабочее русло...».*

<sup>88</sup> Политика и PR // Психолингвистика. 2001. / www. psycho. ru.

<sup>89</sup> Репина Е.А. Агрессивный текст как тип текста // Психолингвистика. 2001. / www. psycho. ru.

Выделенные языковые единицы были расценены субъектом речи как оскорбительные. Причина этого, на наш взгляд, не только в том, что они эмоционально окрашены, то есть передают душевное переживание, волнение пишущего, но и в том, что отражают в речи эмоциональное отношение, вызванное сложившимся мнением о предмете высказывания, иначе – **эмоциональную оценку** человека. В данном случае эмоциональная оценка имеет ярко выраженную пренебрежительно-сниженную окраску, так как создается на основе стилистически окрашенных языковых элементов.

С одной стороны, это **пейоративная** (с отрицательной оценочностью) **лексика**: *сколка, фальшивый, провокационный и откровенно безграмотный фарс, неискренность, рьяной, теплое местечко* (доходная служба), *вылазка*; с другой, – **разговорно-просторечная**: *базарная, сытая* (живущая в достатке), *снять* (убрать), *осадить* (одернуть), *оппонентка* (оппонент) и др.

Данные элементы текста можно расценить как прямую коммуникацию, поскольку их экспрессивность достаточно ярко свидетельствует о негативном отношении автора к описываемому. Возможно, прямая коммуникация в публицистических текстах реализует тип речевой культуры автора – «низкий» или «высокий» (элитарный и среднелитературный). По мнению саратовских лингвистов, степень владения языком, т.е. уровень речевой культуры автора в тексте ярко проявляется, о чем в частности свидетельствуют примеры грубых ошибок (аномалий) в текстах районных газет.

В анализируемом тексте это, прежде всего, аномалии, обусловленные нарушением семантического критерия:

– нарушение **лексической сочетаемости** (т.е. использования словосочетаний, языковые единицы которых не сочетаются по своему значению) – *ораторский подиум, многострадальный скот, тормозящий аппендикс, безграмотный фарс, ораторский подиум, грамотно и тактично осадив даму* и другие;

– нарушение **грамматической и синтаксической сочетаемости** – *лаборантка теплое местечка, к беде прибавился срыв опороса, комментировал ситуацию по хозяйству, снять с ораторского подиума, снять с легкой руки*;

Нарушение **функционального критерия** представлено случаями немотивированного сочетания книжных слов, в том числе канцелярских оборотов, и разговорных элементов языка: *из уст* (устар.) *сытой* (перен.) *лаборантки, о проданных неизвестно кому полях и пойменных лугах средней полосы России* (терм.), *шедевры* (книжное) *управленческой* (разговорное) *безалаберности* (разговорное), *безответственности, расхитительства* (нет в словаре) и другие.

Нарушение **эстетического критерия** проявляется через употребление штампов, делающих речь банальной, бессодержательной: *сказать есть о чем, прямое следствие недобросовестной работы, работать нужно всем на совесть, увеличение надоев, валового привеса*.

Сюда же относится и неоправданное многословие, приводящее к затруднению восприятия и созданию у читателей отрицательного эффекта монотонности: *подтверждением неискренности рьяной оппонентки стало выступление главного экономиста колхоза Ф., который дал негативную оценку работе пивзавода, вскрыв факты вывоза с территории предприятия неучтенных емкостей с пивом; Грамотно и тактично осадив даму, он перевел собрание в рабочее русло; дав обстоятельный сравнительный анализ состояния дел в крае, районе и конкретно в колхозе.*

Общая тональность всей публикации – минорная. Она создается в основном за счет эмоционально-оценочной лексики с пейоративной окрашенностью, позволяющей передать общее настроение безысходности и бессилия, царившее на собрании: *озлобленные нищетой колхозники, тоскливая растерянность председателей, слабый недобросовестный уход, бескормица, от голода подойдет скот, горькие факты, лентяи и воры, зарвавшиеся наглецы, буркнули злобно* и другие. Нередко для создания выразительности автор использует разговорные и просторечные языковые элементы, сфера употребления которых функционально ограничена<sup>2</sup>, например: *аукнулась, тащи все, что можно, что за беда, буркнули*. Эмоционально сниженную окраску имеет около 40 процентов анализируемого текста, что объясняется как авторской манерой изложения, так и особенностями описываемого факта-события.

Рассмотрение конфликтных элементов текста в рамках общего стилистического анализа всего текста показывает, что автор при описании субъекта речи и всей сложившейся ситуации использует **подобные** по стилистической окраске языковые единицы: экспрессивно сниженные и разговорно-просторечные. Таким образом, указанные языковые элементы могут рассматриваться как особенности авторской манеры письма, создающие в тексте особый стилистический фон, а не как свидетельства личной неприязни автора к субъекту речи.

Лингвист, производящий экспертизу конфликтного публицистического текста обязательно учитывает особенности стилистической манеры пишущего, которые во многом определяют характер оценочности текста.

Стилистическая манера автора складывается из нескольких элементов, среди которых ведущее место занимают языковое чутье автора как критерий правильности речи и уровень его языковой компетенции. В анализируемом тексте можно отметить в качестве стилеобразующего начала речевой манеры автора низкий уровень языковой компетенции и слабое языковое чутье, проявившиеся через ряд языковых (в том числе и стилистических) аномалий, представленных ранее.

В сфере газетной публицистики именно особенности авторской манеры изложения, авторского стиля часто приводят к возникновению конфликта между автором и субъектом, о котором он пишет.

---

<sup>2</sup> Здесь и далее ссылки и пометы даны по Словарю русского языка: в 4-х т. /Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1981-1984, а также на Словарь русского языка С.И. Ожегова (М., 1986).



Примером может служить текст «Мы делили апельсин...», опубликованный в газете «Вечерний Барнаул» в октябре 2001. Эксперту-лингвисту предлагалось определить, являются ли употребленные в статье фразы «Униженные и оскорбленные» *прикрываются конституционными правами, такими как право на жилище... и право на частную собственность...»; «жаждущие мести»; «жильцы схватились чуть ли не зубами»* сведениями, порочащими честь, достоинство и доброе имя жильцов общежития?

Стилистическая манера письма журналиста, перу которого принадлежит эта статья, отличается жесткостью и прямолинейностью. Экспрессивно окрашенные языковые единицы используются автором не только при описании жильцов общежития, но и по отношению к противоположной стороне конфликта (*у дома оказалось два хозяина, ведущих между собой жестокую и непримиримую войну, бесконечным потоком льются жалобы родителей*); и по отношению внешнего вида помещений (*ободранные классы*); и по отношению ко всей ситуации в целом (*сейчас уже все запутались в собственных жалобах, исках, ходатайствах, война идет и с каждым днем становится все непримиримее*). Автор владеет литературным языком, пользуется для передачи смысла в основном нейтральными языковыми единицами; стилистически окрашенные и эмоционально сниженные языковые единицы употребляет крайне редко – в основном с целью создания выразительности и передачи авторского отношения к описываемому.

Поэтому изложенные ранее фразы, послужившие поводом для возбуждения иска, можно считать средствами эмоциональной окраски текста (языковыми средствами выразительности), позволяющими автору статьи передать читателю свое отношение как к описываемой ситуации, так и к ее участникам. В научной литературе, посвященной особенностям языка газетной публицистики, отмечается: «...оценка, выражаемая публицистом, должна быть эмоционально окрашенной, изложение должно быть рассчитано на эмоциональное воздействие»<sup>90</sup>.

Так, глагол *прикрываются* в предложении *Униженные и оскорбленные» прикрываются конституционными правами, такими как право на жилище... и право на частную собственность...* нельзя признать «порочащим» и «свидетельствующим о безнравственном поведении», так как в современном русском языке этот глагол может употребляться в следующих значениях: 1)...защитить, предохранить себя от чего-либо; 2) (переносное) скрыть, замаскировать свои действия, намерения. Поскольку далее в статье не дается оценочной характеристики данного действия истцов, то, очевидно, что в данном предложении глагол «прикрываются» употреблен автором в первом значении: «защитить, предохранить себя от чего-либо», в частности, от выселения из общежития. Никаких смысловых связей со сло-

---

<sup>90</sup> Майданова Л.М. Очерки по практической стилистике. Свердловск, 1987. С.96.

восочетанием **безнравственное поведение** (т.е. нарушающее требование нравственности, морали, противоречащее им) данный глагол не имеет.

Также не может быть признано «свидетельствующим о таких отрицательных чертах характера, как «мнительность», «злопамятность», словосочетание *жаждущие мести* в предложении *жаждущие мести на этом не остановились*. Данное словосочетание является выразительной описательной конструкцией с оттенком возвышенности, который вносит в нее слово *жаждущий*: «сильно, страстно желающий чего-либо». Существительное *месть* в современном русском языке имеет значение «намеренное причинение зла с целью отплатить за оскорбления, обиды // Желание отомстить». В данном предложении значение существительного *месть* смягчается возвышенным словом *жаждущий*. В целом все словосочетание достаточно точно передает естественные чувства и эмоции жильцов общежития, которых обидели и оскорбили требованием выселения. В связи с этим данное словосочетание не может быть признано оскорбительным, так как является средством создания выразительности и точно характеризует эмоциональное состояние выселяемых жильцов.

В качестве выразительного средства следует также рассматривать и фразеологический оборот *жильцы схватились чуть ли не зубами*, характеризующий интенсивность действий жильцов в предложении *Здесь всплыла еще одна деталь, которых в этом деле немало и за которую жильцы схватились чуть ли не зубами*. Данный оборот является просторечием, синонимичным фразеологизму **ухватиться обеими руками**. Он употреблен в значении «с большой охотой, желанием, радостью, удовольствием и т.п. воспользоваться чем-либо» и отражает авторское отношение к описываемой ситуации.

В Федеральном законе от 20 февраля 1995 г. «Об информации, информатизации и защите информации» в статье 46 «Права журналиста» указывается, что журналист имеет право «излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью»<sup>91</sup>, однако в том же законе (статья 49) говорится, что «при осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций».

Поэтому слово *хамы*, используемое автором в предложении *Бросая в лицо хамам цитатами из Достоевского* уже нельзя расценивать как выразительное средство, поскольку оно не только является стилистически маркированным: ср. словарное значение и словарные пометы этого слова: «Грубый, наглый человек. Презрительное, бранное», но также относится к числу «ненормативной лексики» (бранной, разговорной, инвективной), один из разрядов которой составляют слова, обозначающие действия или качества, свойства кого-либо или чего-либо. Среди таких слов есть слова с

---

<sup>91</sup> Основы права. Учебное пособие. М., 1999. С.126-127

констатирующей семантики (украсть, убить, мучить, издеваться...) и слова оценочные, с яркой экспрессивной окраской оценочной семантикой (хапнуть, лицемерить, вранье...) <sup>92</sup>. Одно дело, если мы говорим, что некто «хамит» (с этим можно не соглашаться, но здесь нет оснований для правового вмешательства), и совсем другое дело, если утверждается, что некто «хам» (т.е. хамство – его постоянный признак). Использование инвективных (оскорбительных) языковых единиц в публицистических текстах, как правило, предопределяет конфликтную ситуацию.

## **2. Эпатажные тексты.**

Исследователи называют еще одну разновидность конфликтных текстов – так называемые *эпатажные* (или *адресные*), отражающие «противостояние, конфликт автора с внешним миром, цель которых – не столько показать себя, сколько вызвать некоторую реакцию у тех, кто это читает». К этому типу текстов можно отнести некоторые публикации в еженедельнике «Московский комсомолец на Алтае», например, статью «На хрена попу гармонь?», опубликованную в 2001 г. и послужившую поводом для предъявления иска по факту унижения деловой репутации лица, ставшего объектом негативного описания в ней. По мнению эксперта, «высказывание *на хрена* является эвфемизмом известного матерщинного выражения, включается в разряд грубопросторечных высказываний и, следовательно, должно быть причислено к разряду оскорбительных слов» <sup>93</sup>.

## **3. Инвективные тексты.**

Свою типологию инвективных (т.е. оскорбительных) текстов предлагает С.В. Сыпченко <sup>94</sup>.

Это, во-первых, тексты (высказывания), инвективные независимо или независимо от интенций говорящего. Их инвективная семантическая направленность может реализовываться в связи с употреблением соответствующей лексики с целью оскорбления, что позволяет выявить прагматический анализ текста. К этому типу относятся тексты, в которых инвективный смысл выражен изначально нейтральными языковыми средствами, однако употребление их в отрицательно-оценочных суждениях о личности в различных ее проявлениях делает высказывание (текст) оскорбительным. В том и другом случае, независимо от намерений говорящего, имеет место **инвективный результат**.

Во-вторых, это тексты (высказывания) двусмысленные (многосмысленные). Их особенность в непрямом (косвенном) выражении инвективного смысла. Не содержащие прямых оскорблений, отрицательно-оценочных суждений и т.п., они могут нести заряд инвективности в силу применения разного рода коммуникативных стратегий дискредитации, умаления достоинства. Инвективный смысл таких текстов (высказываний) доказуем хо-

---

<sup>92</sup> Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. 2-е издание. М., 2002. С.151.

<sup>93</sup> Цена слова... С.181.

<sup>94</sup> Сыпченко С.В. О типах инвективных текстов как объекте лингвистической экспертизы // Юрлингвистика II. Русский язык в его естественном и юридическом бытии. Барнаул, 2000. С.244-252.

тя бы в одном из интерпретационных вариантов. Неоднозначность таких текстов может быть изначальной (по замыслу автора), а также независимой от него.

К третьей группе относятся тексты, инвективность которых лингвистически недоказуема. Это, видимо, экспрессивные, стилистически ненейтральные тексты, не содержащие прямых или косвенных отрицательно-оценочных характеристик личности истца. Такой оценочный компонент содержания предположителен и опосредован экстралингвистическими факторами.

#### **4. Признаки «конфликтного» текста.**

Учитывая словарное значение слова конфликт: «Столкновение противоположных сторон, мнений, сил; серьезные разногласия, острый спор», считаем возможным, с позиций коммуникации, называть подобные тексты *конфликтными (конфликттогенными)*. Несмотря на очевидные различия в типах текстов, объединенных этим понятием, можно, тем не менее, указать основные признаки, характеризующие конфликттогенные тексты в целом.

Это, во-первых, скрытая или явная установка автора на создание конфликтной ситуации, реализующаяся через выбор коммуникативной стратегии (цели) и тактики (способа достижения цели) речи. По утверждению О.С. Иссерс, «речевая коммуникация – это стратегический процесс, базисом для него является выбор оптимальных языковых ресурсов. Передача сообщений в процессе коммуникации может быть рассмотрена как серия решений говорящего. Большинство из них принимается неосознанно, автоматически, однако ряд ситуаций требует осознанного поиска»<sup>95</sup>.

Последнее, по всей видимости, можно отнести к сфере газетной публицистики, для которой характерен подготовленный (т.е. осознанный) отбор стилистических средств для реализации коммуникативного (экспрессивного) задания, хотя, по нашим наблюдениям, для этой сферы характерны разные виды коммуникации: прямая, непрямая, латентная.

Во-вторых, для конфликттогенных текстов характерна определяющая роль автора в отборе стилистически окрашенных средств. Известно, что выразительность текста с позиций адресата рассматривается как получение дополнительной информации об авторе: его социальном статусе; политических, идеологических и прочих пристрастиях; его психофизиологических особенностях, уровне его языковой и общей культуры; эмоциональном состоянии и т.п. Способность любого текста (в том числе и публицистического) отражать особенности личности автора может использоваться им для передачи читателю не только такой информации, которая отражает предмет речи, но и некой скрытой информации, которая в публицистическом тексте, ориентированном на массовое восприятие, может быть предназначена разным категориям читателей.

---

<sup>95</sup> Иссерс О.с. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Монография. Омск, 1999. С. 10.

Следовательно, в-третьих, в порождении конфликтогенного текста немаловажную (если не определяющую!) роль играет ориентация автора на определенную категорию читателя как заказчика и потребителя авторской продукции (см. об этом часть 2).

#### **4.1.2 Языково-стилевой отбор и причины конфликтности газетно-публицистического текста**

Как же «работает» механизм узуально-стилевой комплекса в современных газетно-публицистических текстах и какая «деталь» этого механизма при определенных условиях предопределяет появление в тексте инвективных языковых элементов, выводящих его за пределы официально принятых в обществе морально-этических отношений?

При описании механизма языково-стилевого отбора (см. часть 1) указывалось, что в узуально-стилевом комплексе заложено противопоставление внутриязыкового и внеязыкового, соотносящихся между собой как стилистическое значение и стилистическое (экспрессивное) задание. Противопоставленность антитетических начал УСК, их взаимодействие, взаимообусловленность и взаимозависимость являются той «деталью» узуально-стилевого комплекса, которая в газетно-публицистических текстах определяет отбор стилистически значимых языковых средств и, следовательно, «отвечает» за появление инвективных высказываний.

Предполагаем, что, с позиций стилистики, конфликтогенные тексты представляют собой реализацию негативной тенденции формирования стилистического узуса газетного текста, которая в итоге ломает привычные рамки газетной речи и переходит в речь бранно-разговорную. Носители языка, в свою очередь, тонко чувствуют грань общественно допустимого высказывания, поэтому выход за его пределы фиксируется воспринимающей стороной и служит поводом для возбуждения судебного иска. В то же время в рамках газетно-публицистического текста границы общественно допустимого высказывания несколько шире и менее четко нормированы, чем в языке в целом. Одна из причин этого (как об этом было сказано ранее) – в языково-стилевых особенностях современной газетно-публицистической речи.

Газетно-публицистическая речь обладает экспрессивным заданием с установкой на воздействие, то есть стремится заразить адресата сопереживанием. Чем сознательнее установка на воздействие со стороны адресата, тем глубже противоречие между нормативностью и распространенностью языкового явления и его стилистической уместностью с позиций экспрессивно значимого общения. Постоянная установка на выразительность, экспрессивное воздействие в сфере массовой коммуникации, а также (в силу неоднократного употребления наиболее удачных конструкций) тенденция к штампообразованию вынуждают авторов использовать все большее количество стилистически и эмоционально окрашенных языковых средств. Последние же, ввиду неязыковых причин (общий культурный уровень,

культура общения участников коммуникации, условия жизни, политическая ориентация и т.п.), подчас носят абсолютно ненормативный характер (см. часть 3).

Таким образом, противопоставленность антитетических основ узально-стилевого комплекса в сфере газетной публицистики приводит к конфликту между планом выражения (экспрессией) и планом содержания (стилистическим значением), что в свою очередь может привести к разрушению газетно-публицистического стиля и поглощению его разговорно-просторечным. Видимо, в сфере газетной публицистики этот межстилевой разрыв и воспринимается получателем информации как нарушение границ общественно допустимого высказывания, требующее общественного осуждения.

Назовем несколько факторов, в той или иной мере провоцирующих стилевой разрыв в ткани текста. Первая группа связана с **личностью пишущего**. Отбор экспрессивных средств обусловлен эмоциональным состоянием автора (автор – участник события, заинтересованное лицо); индивидуальным мироощущением (негативное – позитивное восприятие действительности); языковыми и неязыковыми интенциями пишущего (намерение, цель); индивидуальным авторским стилем; уровнем общей культуры и т.п.

Вторую группу составляют факторы, обусловленные личностью **субъекта речи**: его психофизиологическими характеристиками; поведением; уровнем культуры; социальным, национальным, политическим статусом и т.п. Третья группа факторов характеризует **тип издания**: языковые и неязыковые интенции и установки, определяющие общий стилистический фон газеты; ее социальный статус, политико-идеологическую ориентацию и т.п. Все эти моменты необходимо учитывать при анализе газетного текста, послужившего поводом для возбуждения иска о защите чести и достоинства.

#### **4.2 Стилистический анализ как основа лингвистической экспертизы конфликтного текста**

Таким образом, определяя степень инвективности (оскорбительности) публичной речи, целесообразно опереться на несколько факторов, в той или иной мере провоцирующих стилевой разрыв в ткани текста и выводящих ее за пределы допустимых, с точки зрения общества, публичных высказываний. Наряду с учетом особенностей личности пишущего (автора), особенностей субъекта речи, типа издания необходимо уделить внимание изучению стилистических характеристик текста, в рамках которого и взаимодействуют автор, субъект (лицо, против которого направлен текст) и адресат речи (читатель). Следовательно, важное место в ходе лингвистической экспертизы текста должно отводиться **стилистическому анализу**.

В.В. Одинцов в своей монографии «Стилистика текста» (М., 1980) отмечает ряд характерных черт стилистического анализа.

Прежде всего, стилистический анализ текста должен вести к полному и глубокому пониманию основной мысли текста, главной идеи речевого произведения. Он должен выявить характер «оформленности содержания», то есть выявить структуру текста. Последнее в свою очередь предопределяет и методику стилистического анализа: он должен направляться не только и не столько на языковые факты, сколько на способы их организации, их связи и соотношенности. Исследователю необходимо также учитывать разнофункциональность применения стилистического анализа: в аспекте стилистики языка он должен ответить на вопрос - из чего сделан текст, в аспекте стилистики речи – как сделан текст. Таким образом, в предлагаемых аспектах неизбежно встает вопрос о функциях и функционировании языковых средств текста с учетом выражаемого содержания и целевой установки. Наконец, полное понимание текста предполагает понимание того, «почему в данном случае употреблено именно такое слово, именно такой оборот или синтаксическая конструкция, а не другая; почему для выражения данной мысли в данных условиях необходимы именно эти языковые средства, именно такая их организация»<sup>96</sup>.

Итак, первое положение, на которое должен опираться стилистический анализ в рамках лингвистической экспертизы, – это рассмотрение так называемого «оскорбительного» высказывания в контексте – в соотношении с другими языковыми единицами, с их стилистической окраской.

Данное положение поддерживается общей теорией текста как объекта смыслового восприятия. По замечанию Т.М. Дридзе, текст нельзя считать набором механически связанных элементов: это «система элементов разной степени сложности и комплексности, функционально объединенных в структуру общей концепцией; текстовая комбинаторика качественно меняет ту информационную нагрузку, которую сам по себе (вне данного текста) нес бы каждый из его элементов»<sup>97</sup>.

Для иллюстрации первого положения приведем фрагменты стилистического анализа уже известной статьи «Энгельс хотел провалиться сквозь землю» (см. п. 4.1.1 «Конфликтные тексты»).

По своим жанровым характеристикам анализируемая публикация тяготеет к репортажу, написанному по следам события, то есть сразу же после отчетного собрания в колхозе. Она представляет собой информацию о событии, действительно имевшем место. В ней отсутствует какой-либо глубокий авторский анализ сложившейся ситуации, не выявляются

---

<sup>96</sup> Одинцов В.В. Указ. соч. С. 35-37.

<sup>97</sup> Дридзе Т.М. Интерпретационные характеристики и интерпретация текстов (с учетом специфики интерпретационных сдвигов) // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М., 1976. С.34-45.



глубинные причинно-следственные связи. Автор доступными ему средствами передает свои впечатления от увиденного и услышанного.

Как было указано, эмоционально сниженную окраску имеет около 40 процентов анализируемого текста, что объясняется как авторской манерой изложения, так и особенностями описываемого факта-события.

Те же выразительные средства (эмоционально сниженная и разговорно-просторечная лексика) используются при описании эпизода, послужившего поводом для предъявления иска.

Известно, что стилистической окраской языковой единицы «являются те дополнительные к основному значению слова экспрессивные или функциональные свойства, которые ограничивают возможности употребления этой единицы определенными сферами и условиями общения и тем самым несут стилистическую информацию»<sup>98</sup>. В анализируемом тексте такой информацией является общая сниженная тональность текста, обусловленная тяжелым состоянием дел в колхозе, эмоциональным состоянием автора, передавшего с помощью эмоционально сниженных и функционально ограниченных элементов собственное мнение о происходящем на собрании, а также накал страстей, кипевший в зале. Рассмотрение конфликтных элементов текста в рамках общего стилистического анализа всего текста показывает, что автор при описании субъекта речи и всей сложившейся ситуации использует **подобные** по стилистической окраске языковые единицы: экспрессивно сниженные и разговорно-просторечные. Таким образом, указанные языковые элементы могут рассматриваться как особенности авторской манеры письма, создающие в тексте особый стилистический фон, а не как свидетельства личной неприязни автора к субъекту речи.

Второе положение, на которое может опереться стилистический анализ в рамках лингвистической экспертизы, непосредственно вытекает из первого: учет особенностей личности пишущего, влияющих на своеобразие стилистической манеры автора, которая в свою очередь определяет характер оценочности текста.

Структура личности пишущего чрезвычайно интересна. Она объединяет свойства личности, черты характера, определенным образом организованные способности, на которые влияют темперамент и установки. Опираясь на исследования психологов о взаимосвязи речевой деятельности и личности, С.А.Сухих отмечает, что «лексико-грамматический уровень речи включает не только языковые структуры, но наряду с ними отражает общие свойства личности»<sup>99</sup>.

Особенно большой интерес личность пишущего вызывает с позиций стилистического анализа, дающего представление об эмоциональном состоянии автора, его мироощущении и уровне общей и языковой куль-

---

<sup>98</sup> Кожин А.Н. Крылова О.А. Одинцов В.В. Указ. соч. С. 81.

<sup>99</sup> Сухих С.А. Структура коммуникантов в общении // Языковое общение: процессы и единицы. Калинин, 1988. С.22-29.

туры, языковых и неязыковых интенциях. Стилистическая манера автора складывается из нескольких элементов, среди которых, как уже указывалось ранее, ведущее место занимают языковое чутье автора как критерий правильности речи и уровень его языковой компетенции (см. указанный параграф).

Результаты проведенного стилистического анализа позволяют сделать некоторые предположения относительно психологического типа личности автора (пишущего), во многом определяющего отбор языковых средств текста. Исследователь В.Г. Норакидзе на основе соотношения между структурой установки и структурой характера выделил три основных психологических типа коммуниканта: «1) психологический портрет человека гармонического с пластично-динамической установкой и грубо-динамической установкой; 2) человека конфликтного с грубо-статической установкой; 3) человека импульсивного с вариабельно-стабильной и вариабельно-лабильной установкой»<sup>100</sup>.

Автор анализируемой публикации, по всей видимости, тяготеет к конфликтному типу личности с грубой статической установкой, определяющей появление в тексте «малых речевых стратегий», «эгоцентричных высказываний», «доминирование модальных маркеров неуверенности, пессимистичности, а в диалоговой модальности к иронии, сарказму, к конфликтному столкновению интенций, к нагнетанию негативно окрашенных экспрессивных интенций».

Третье положение, на которое может опереться стилистический анализ конфликтного текста, вытекает из двух предыдущих и позволяет после ответа на вопрос «почему в данном случае употреблено именно такое слово, именно такой оборот или синтаксическая конструкция?» сделать вывод о том, какое из этих слов и оборотов является **лишним** для выражения данной мысли **в данных условиях** (то есть в условиях публичной речи) и, следовательно, негативно воспринимается не только субъектом речи, но и адресатом. По всей видимости, «лишними» элементами текста следует считать такие языковые единицы, которые демонстрируют личную, ничем не мотивированную агрессивность автора по отношению к субъекту речи.

Таким образом, результаты стилистического анализа вплотную подводят нас к понятию вербальной (словесной, речевой) агрессии. По замечанию А.К. Михальской, вербальная агрессия в современном мире «оценивается общественным сознанием как менее опасная и разрушительная, чем агрессия физическая»<sup>101</sup>, поскольку она не вполне реальна и не несет конкретной угрозы миру. В то же время исследователь отмечает, что речевая агрессия – это «первый шаг на пути агрессии физической. Она создает у членов общества «агрессивный подход к действительности» и агрессивную социальную среду, что кажется неприемлемым с позиций гуманизации общества и жизни. Тот факт, что в современном обществе в целом и в средст-

<sup>100</sup> Цит. по: Сухих. Указ. соч. С. 26-27.

<sup>101</sup> Михальская А.К. Русский Сократ. М., 1996. С. 159-160.

вах массовой информации в частности речевая агрессия сдерживается крайне слабо, во многом определяет проникновение в сферы публичной и публицистической речи разговорно-просторечной, просторечно-бранной, а часто и инвективной лексики и фразеологии.

Некоторые исследователи говорят о языковой агрессии как о превышении пределов огрубления и вульгаризации литературного языка, проявляющемся в перенасыщенности текста ненормативной лексикой (бранной, с установкой на грубое оскорбление), негативной оценкой личности через использование ярлыков, чрезмерной экспансией иноязычных слов и нарушением языковых норм, ситуативно и стилистически не оправданных<sup>102</sup>. Анализируемый текст, как было показано выше, отличается низким уровнем авторской компетенции, слабым языковым чутьем, наличием большого количества языковых аномалий, перенасыщенностью разговорно-просторечной и эмоционально-оценочной лексикой, что, видимо, в совокупности создает стилевой разрыв в ткани текста и воспринимается субъектом речи как превышение пределов огрубления и вульгаризации газетно-публицистической речи. В итоге перечисленные свойства текста хотя и не могут быть квалифицированы как оскорбительные по отношению к субъекту речи, создают особую ситуацию конфликтности, которая и реализуется в иске о защите чести и достоинства субъекта речи.

Существенно в данном случае и то, что так называемая непереходная в начале анализируемой статьи агрессия автора, недовольного происходящим и ругающего жизнь вообще, превращается в переходную, когда она «как бы «переадресуется» конкретным окружающим людям, никак лично не повинным в состоянии агрессора»<sup>103</sup>.

Как показал анализ, непереходно-переходная агрессия, проявившаяся как результат ухудшения эмоционального состояния автора через использование разговорно-просторечных и эмоционально-оценочных языковых элементов не только при описании ситуации собрания, но и при характеристике субъекта речи, в конечном итоге спровоцировала реализацию конфликтных возможностей данного текста.

#### **4.3 Интерпретация публицистического текста как результат коммуникативного взаимодействия автора и адресата и комплексный лингвистический анализ**

В ходе практической работы над определенной категорией газетно-публицистических текстов, рассматриваемых нами как «конфликтные» или «конфликтогенные» в силу того, что они содержат агрессию, провоцируют конфликт, был выявлен круг вопросов, нуждающихся в теоретическом осмыслении.

---

<sup>102</sup> Иванова З.М. Языковая агрессия в произведениях Э. Лимонова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. Вып.4. Красноярск-Ачинск, 1997. С.34-35.

<sup>103</sup> Михальская А.В. Указ. соч. С. 167-168.

Одним из таких вопросов является правомерность привлечения интерпретационного анализа для выявления истинных авторских намерений, связанных с оскорблением в сфере газетной публицистики, а также об интерпретационных возможностях газетно-публицистических текстов, ставших объектом юрислингвистической экспертизы.

В ходе лингвистической экспертизы газетно-публицистических текстов эксперту-лингвисту часто приходится давать ответ на вопрос о степени оскорбительности того или иного высказывания или речевого оборота, отделять оскорбление от оценки, справедливую критику от оскорбления; решать вопросы о наличии в тексте скрытой рекламы, не соответствующих действительности фактов, порочащих честь и достоинство граждан и т.п., толковать спорные положения договоров, соглашений, меморандумов для определения того, какие варианты понимания этих положений возможны с точки зрения обычного носителя языка и какие из возможных вариантов наиболее вероятны и т.д.

В частности, автору данного пособия приходилось в ходе лингвистических экспертиз отвечать на следующие вопросы: *«Установить, есть ли зависимость между выводами автора статьи ... и журналистским обзором публикаций еженедельника. Установить характер этой зависимости»*; *«Можно ли утверждать, что выводы автора статьи содержательно-логически вытекают из анализа публикаций еженедельника?»*; *«Определить, какую информацию, смысловую нагрузку несет за собой фраза...»*; *«Как воспринимаются фразы автора... – вне зависимости от предыдущего текста передачи или в едином контексте с ним?»*; *«Определить, существует ли между данными двумя предложениями вышеизложенной фразы смысловая взаимосвязь и какая именно?»* и т.д.

Очевидно, что ответ на эти и многие подобные вопросы невозможен без глубокого осмысления содержания анализируемого текста, без обращения к смысловому анализу, составляющему основу комплексного лингвистического анализа конфликтного текста. Очевидно также и то, что эксперт не может ответить на подобные вопросы, опираясь лишь на одно, выхваченное из текста высказывание автора – «он должен анализировать весь текст, определяя значимость и значение того или иного слова, фразы во всем контексте»<sup>104</sup>.

Особую актуальность приобретает необходимость выявления речевого смысла высказывания в том случае, если авторский замысел воспринимается субъектом речи или адресатом как речевая агрессия или скрытая реклама. В этом случае требуется комплексный лингвистический анализ, направленный на характеристику плана содержания и плана выражения всего текста с целью выявления особенностей их взаимодействия, т.е. комплексный анализ речевого смысла высказывания в контексте.

В свою очередь, понимание текста невозможно без его интерпретации. Интерпретация в филологии, по замечанию В.З. Демьянкова, затраги-

---

<sup>104</sup> Цена слова /Под ред. М.В. Горбаневского. М, 2002. С.200.

вает две стороны: понять самому и объяснить или обосновать это понимание другим<sup>105</sup>.

Использование интерпретационных методов в комплексном лингвистическом анализе позволяет эксперту не только понять текст (т.е. глубоко вникнуть в его смысл), но также убедительно обосновать это понимание другим в тексте своей экспертизы.

Интерпретация – необходимый и закономерный этап комплексного лингвистического анализа, используемого в ходе юрислингвистической экспертизы конфликтного текста. Ее использование наиболее эффективно в тех случаях, когда эксперту необходимо выявить имплицитные компоненты плана содержания анализируемого текста. По замечанию В.З. Демьянкова, случаи, когда в тексте обнаруживается недосказанность или избыточность, являются «пиком полезности интерпретирующего подхода, звездным часом интерпретациониста».

Интерпретация понимается нами как операция, направленная на истолкование слов, знаков, жестов. Интерпретация неразрывно связана с пониманием. «Понимание же – это представление смысла, т.е. той информации, с помощью которой выделяются денотаты. Чтобы понять текст, необходимо соответствующим образом его интерпретировать<sup>106</sup>. Таким образом, интерпретация – это необходимый этап представления речевого смысла высказывания (текста).

Для лингвистической экспертизы особенно важен тот факт, что интерпретационный компонент языкового значения обусловлен контекстом и обнаруживается при исследовании интенционального содержания высказывания. В структуру интенциональности, наряду с другими компонентами, входят направление сознания на предмет; осознанность; включенность в замысел деятельности. «Интенциональность выступает своего рода звеном, связывающим данные нам в единстве восприятия и разделяемые только с целью анализа план выражения и план содержания с авторским замыслом»<sup>107</sup>. Таким образом, интерпретационный анализ позволяет достаточно точно судить о намерениях автора текста, уровне их осознанности (например, об оскорбительной направленности высказывания, скрытой рекламе) и т.п.

Газетно-публицистические тексты в свете интерпретационного анализа предоставляют исследователю очень интересный материал.

С одной стороны, информация в этой сфере общественной деятельности адресуется не узкому кругу специалистов, а широким массам, всем носителям языка; публицист убеждает путем эмоционального воздействия на читателя и поэтому в явной форме выражает свое отношение к сооб-

---

<sup>105</sup> Демьянков В.З. Лингвистическая интерпретация текста: универсальные и национальные (идиоэтнические) стратегии // Язык и культура: Факты и ценности. М., 2001. С. 309-311.

<sup>106</sup> Брандес М.П. Указ. соч. С. 24.

<sup>107</sup> Дунаев А.И. Интерпретационный компонент в структуре интенционального содержания высказывания // Проблемы интерпретационной лингвистики: автор – текст – адресат. Новосибирск, 2001. С. 96-97.

щаемому. С другой стороны, автор публицистического текста всегда выражает мнение определенной группы, на стороне которой он выступает и разнообразные интересы которой он представляет. Следовательно, интерпретация интересующего эксперта отрывка текста может осуществляться как с позиций автора текста, так и с позиций адресата. Учет факторов адресата и адресанта как интерпретирующих начал позволяет в ходе юрислингвистической экспертизы более глубоко проникнуть не только в смысловое содержание текста, но и в авторский замысел в целом, то есть позволяет более обоснованно судить о явных и скрытых намерениях автора.

Интерпретационные преобразования анализируемого текста эксперт осуществляет еще на стадии смыслового анализа текста.

Процедура выделения смысла из текста может осуществляться различными способами: например, методика выделения «логико-фактологической» цепочки из текста представлена в работе Т.М. Дридзе<sup>108</sup>; доминанта как основное смысловое содержание текста может быть выделена из текста при помощи методики дифференциального алгоритма чтения<sup>109</sup> и т.д.

Свертывание текста на основе перефразирования с целью глубокого его понимания представляется нам наиболее эффективной методикой в аспекте лингвистического анализа конфликтного текста, поскольку получаемое при этом смысловое ядро текста сохраняет не только денотативные (предметные), но и коннотативные (экспрессивные, эмоциональные, образные) элементы, то есть позволяет рассматривать аффективные компоненты смысла в контексте смысла всего текста в целом и, следовательно, достаточно достоверно определять наличие или отсутствие в авторском замысле элементов имплицитного смысла (речевая агрессия, скрытая реклама и т.п.).

Под имплицитными элементами плана содержания текста, вслед за А.В. Бондарко, мы понимаем семантические элементы, не выраженные прямо, а вытекающие из эксплицитно выраженных семантических элементов, из их соотношения и взаимодействия<sup>110</sup>.

Свернутый таким образом текст представляет собой смысловое ядро, которое далее можно интерпретировать в соответствии с вопросами, поставленными перед экспертом.

Понимание авторского текста неразрывно связано с его интерпретацией. В ходе интерпретации текст преобразуется читателем, т.е. переводится на «свой» язык. Уровень понимания текста (авторского смысла) во многом определяется особенностями языковой личности интерпретатора, которые безусловно оказывают влияние на процесс декодирования и перекодирования получаемой им информации.

---

<sup>108</sup> Дридзе Т.М. Указ. соч. С. 48-55.

<sup>109</sup> Андреев О.А., Хромов Л.П. Техника быстрого чтения. М., 1991.

<sup>110</sup> Бондарко А.В. Грамматическое значение и смысл. Л., 1978. С. 105.

При этом определяющим можно считать представление о способах выявления авторского замысла, содержащееся в исследовании В.З. Демьянкова «Понимание как интерпретирующая деятельность»: «Интерпретируя выражение, мы обращаемся к нашим языковым знаниям, получаем «модельный мир», включенный в рамки нашего внутреннего мира, с одной стороны, и в рамки (реконструируемого) внутреннего мира автора речи, с другой»<sup>111</sup>. Модельный мир строится как в контексте психики, так и в рамках «идеологической системы». «Понимание обогащено интерпретацией контекста и знаниями интерпретатора, взятыми в рамках социума», а «комбинирование и наложение различных контекстных условий – результат деятельности субъекта понимания, а не простое взаимодействие обстоятельств самих по себе»<sup>112</sup>.

В ходе интерпретации воспринимаемого текста дискурс автора переплетается с дискурсом интерпретатора как языковой личности, которая, согласно Ю.Н. Караулову, на каждом уровне своей организации имеет вневременные и временные, изменчивые, развивающиеся образования. К вневременным образованиям с позиций лингвистики относится общенациональный (общерусский) языковой тип и стандартная, устойчивая часть вербально-семантических ассоциаций, инвариантная часть картины мира и т.п. Временные, изменчивые феномены градуируются по степени общности в зависимости от того, распространяются ли они, кроме личности, на все социальное сообщество или на более узкий речевой коллектив, определяются ли конкретными ролями личности и т.п.<sup>113</sup>.

Адресат, извлекая смысл из авторского произведения, вольно или невольно, под воздействием целого ряда разнообразных факторов формирует свое представление не только о заложенной в тексте информации, но и о самом авторе, его намерениях, его личностных характеристиках и т.п. При этом «все поступающие извне языковые впечатления могут быть по-разному интерпретируемы в зависимости от структуры личности интерпретирующего субъекта.

Интересно также и то, что интерпретационный анализ позволяет извлечь из одного и того же высказывания вариации смысла, обусловленные как интенциями говорящего (осознанными и неосознанными), так и личностными характеристиками и установками интерпретатора.

### **Пример 1.**

Интерпретация текста позволяет установить, какой смысл, заложенный в анализируемый отрывок автором текста, мог быть извлечен из него субъектом речи в процессе интерпретации.

Объект интерпретационного анализа – все тот же фрагмент из отрывков из статьи журналиста А. «Энгельс хотел провалиться сквозь землю».

---

<sup>111</sup> Демьянков В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность / Вопросы языкознания. № 6. 1983. С.65.

<sup>112</sup> Демьянков В.З. Ук. Соч. С.60.

<sup>113</sup> Караулов Ю.Н. Указ. соч. С.39.

Интерпретационному анализу был подвергнут следующий фрагмент статьи:

*«...Сомневаюсь, что Ольга Щ., лаборант пивзавода, криком прерывающая выступавших, старавшаяся превратить собрание в базарную склоку, жила когда-либо в лучшем колхозе. Беда сейчас везде – и она общая. Странно было слушать обвинения в адрес руководителя колхоза из уст сытой лаборантки теплого местечка, упакованной в кожу. Хотелось услышать мнение доярок, механизаторов, зоотехника. Честное мнение, а не фальшивый, провокационный и откровенно безграмотный фарс истеричной особы, пытавшейся заострить внимание собрания только на проблемах конкретного пивзавода...».*

Предлагаем первый вариант интерпретации с позиций автора (адресанта): «Трудности, с которыми сталкивается колхоз, есть у всех. Однако понять это может лишь «труженик», «свой», а именно тот, кто живет здесь давно и занимается тяжелым физическим трудом. «Чужой», под которым мыслится человек умственного труда «с чистыми руками», возможно, недавно сюда переехавший, не только не сможет правильно оценить ситуацию, но и не имеет права обвинять руководство, поскольку «хорошо пристроился» (*сытая лаборантка теплого местечка, упакованная в кожу*).

Следовательно, выступление «чужого» – это каприз, фарс, спектакль – незаконное и противоправное действие, которое «своими» осуждается. Таким образом, первая интерпретация с позиций адресанта позволяет выявить замысел автора: он состоит в противопоставлении автора и тех, от лица кого он говорит, субъекту речи по принципу «свой – чужой», который, очевидно, вытекает из устойчивого стереотипа сознания о разнице между умственным и физическим трудом и т.п.

Вторая интерпретация с позиций адресанта вытекает из первой и строится на желании автора, который тоже занимается умственным трудом, отождествить себя с «труженниками»: я с вами, я понимаю ваши проблемы, я осуждаю «чужого», чтобы вы считали меня «своим».

Третья возможная интерпретация: я «свой», я понимаю ситуацию правильно (*«Беда сейчас везде – и она общая»*), я на стороне руководства колхоза, я не позволю «чужим» критиковать его работу, но и «свои» могут лишь высказать «честное мнение», не больше и т.д. Предполагаем, что вторая и третья интерпретации, извлекаемые адресатом из текста, отражают наиболее скрытые (латентные) авторские интенции, подчас самим автором не осознаваемые.

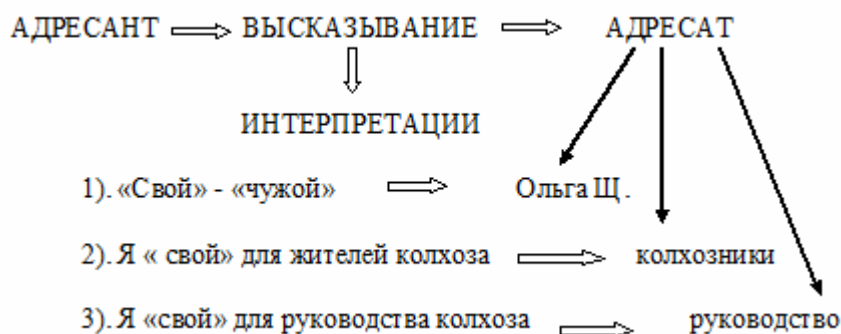
Таким образом, интерпретационный анализ с позиций адресанта позволяет выявить следующие интерпретационные ряды:

- 1) Я (адресант) «свой» → он (тот, о ком пишет автор – Ольга Щ.) – «чужой»;
- 2) Я «свой» → Я на стороне труженников → Я осуждаю «чужого»;
- 3) Я «свой» → Я на стороне руководства колхоза → Я не позволю критиковать его ни «чужим», ни «своим».



Обобщение этих интерпретационных рядов позволяет сделать вывод о том, что интерпретируемый отрывок, будучи в целом адресован всем жителям колхоза, что вполне соответствует особенностям массовой коммуникации, имеет одновременно и определенную адресную направленность (см. схему 1).

### Схема №.1.



Следовательно, можно предположить, что, несмотря на «массовый» характер передаваемой информации, каждый из адресатов может найти в ней то, что адресовано именно ему.

### Пример 2.

Комплексная методика лингвистического анализа была использована автором пособия в ходе анализа материалов публицистической телевизионной передачи «Мир женщины» (далее – ТВ-текст), вышедшей в эфир краевого телевидения в июне 2001 года. Авторы этой передачи были обвинены в скрытой рекламе туристической фирмы, директором которой является героиня передачи – «деловая женщина» Е.Р. Использование интерпретационных методик на основе комплексного лингвистического анализа позволило выявить истинный речевой смысл прозвучавшего в передаче текста.

### Текст телепередачи

*Для начала мы поговорим о деле, но не о том, как оно делается, хотя немножко и об этом.*

*Быть сегодня просто деловой женщиной, наверно, этим никого не удивишь. Хотя все мы знаем, что бизнес - вещь коварная и быть в нем человеком удачливым, а женщине особенно, это далеко не просто.*

*Евгения Романовна Сутягина - а именно о ней пойдет речь в нашей первой страничке – как нам кажется, относится именно к этой категории **удачливых деловых** женщин. Бизнес у нее, кстати, семейный, а в хорошей семье дела идут на лад.*

*Да и вообще при хороших отношениях любое дело спорится.*

*А знаете, вот говорят, прежде чем запустить корабль, формируют экипаж, то есть всех его членов проверяют на совместимость. Вот есть эта совместимость, - будет дело, а нет...На нет, как говорится, и суда нет.*

*Кстати, психологи говорят, что формирование, подбор коллектива – это очень важно. А вот какой руководитель всерьез задумывался над этим?*

*Думаю, что таких найдется очень и очень мало.*

Вот нам и стало интересно – поговорить, посмотреть и послушать. И вам предлагаем: послушать, посмотреть, подумать. И, может быть, тогда удача и к вам повернется лицом.

**Журналист:** - По-Вашему, деловая женщина – это вот призвание или Вы себя такой сделали? Что для этого нужно, чтобы стать деловой женщиной?

**Е.Р.:** - Я думаю, что это все-таки призвание. Призвание и жизнь, которая заставила, в общем, делать любимое дело свое независимо от тех структур, которые были вот в постсоветское время.

Я отработала в туризме практически всю свою сознательную жизнь, прошла все вехи от инструктора до директора бюро транспортных путешествий, и вот уже 7 лет у нас своя фирма, и вчера у нас было 7 лет – 7 июня нам исполнилось 7 лет. Это срок немалый для туристской фирмы, потому что в наше, такое беспокойное время выжить на рынке туристских услуг очень непросто. Во-первых, очень жесткая конкуренция. Во-вторых, не всегда добросовестные партнеры, и мы в этом плане определились сразу.

Во-первых, у нас седьмой год один и тот же партнер по нашему основному направлению. Наше основное направление – Испания, и Испания определила нашу всю дальнейшую работу. Это было 7 лет назад в Новосибирске, когда мы встретились с представителем «Тропикал Турз» испанским и московской фирмой «Векойл трэвэл». В этот же год мы полетели с коллегами из Барнаула в рекламный тур, и Испания запала в душу. Испания запала в душу. Она стала неотъемлемой частью, и как-то каждый отель, каждого туриста мы пропускаем через себя, потому что его отдых – это частица нашей души.

Это вот родство испанской и русской души. Во-первых, широта натуры. Русские очень гостеприимный народ, и испанцы тоже народ гостеприимный, радушный, приятный, и всегда они рады нашим гостям. И, Вы знаете, можно отметить, что вот именно в Испании наши русские туристы не чувствуют себя изгоями, не отдается предпочтение какой-то нации. Русские - приезжие, гости из-за рубежа, и к ним относятся одинаково ровно, как к любой другой нации, будь то бельгийцы, будь то поляки, будь то немцы.

К русским детям особенно внимательны испанцы. Я убедилась в этом, посещая Испанию неоднократно. И когда вот внучка в прошлом году отдыхала в Испании с родителями, вы знаете, она ... перефотографировались с нею все менеджеры в гостинице. Девочка, ну, она уже у нас говорит по-английски, английским языком, владеет, ну, в меру детства и в меру разговорной речи этой бытовой, она уже говорит свободно, тем более что испанцы детей просто обожают.

**Журналист:** – Ну, хорошо, это, как говорится, одна сторона дела.

Кстати, приближается время летних отпусков, и у кого есть такая возможность, почему бы не воспользоваться советами Евгении Романовны. Тем более что компания «Роза ветров» - генеральный представитель московской фирмы «Векойл Тревэл» - туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон.

Ну а как делать дело и с полной отдачей, если мы говорим о том, что его надо делать по-настоящему? Секрета особого у Евгении Романовны нет.

**Е.Р.:** - Ну а дело, дело, - дело будет тогда, когда ты его любишь, если не будешь любить дело, будь то /формаця/, будь производство любое, будь ты фермер, будь ты журналист, если ты дело не любишь, то оно не будет спориться. Поэтому, прежде всего, нужно вкладывать душу.

**Журналист:** – Евгения Романовна, значит, знания у Вас были, любовь к делу, душу Вы вкладываете, а вот что еще? Потому что вот 7 лет. Я понимаю, что за 7 лет у Вас очень большие результаты, очень хорошие. Но не всегда же они, наверное, были. С самого начала были, наверно, сложности и трудности?

**Е.Р.:** - Безусловно, потому что сразу, сразу, когда начинаешь работать. Во-первых, страноведение. Это вот называется развитие производства. Страноведение – это когда съездил, посмотрел, узнал, пощупал. Сколько бы ты ни читал, сколько бы ты ни смотрел «Непутевые заметки» Дмитрия Крылова, ни в коем случае это не даст столько знаний, как посещение страны, которую продаешь.

**Журналист:** – Вот это дело надо как бы пощупать самому.

**Е.Р.:** - Обязательно! Почувствовать его. Вот Вы знаете Шарпан Шейке – это Синайский полуостров, это Египет, великолепное Красное море, великолепные отели пятизвездочные. Но туристам мы обязаны сказать, что это замкнутое пространство, что люди, они в общем-то отграничены. Там нет больших городов, которые как Барселона завораживают, и Париж, которые предлагают великолепную экскурсионную программу. Здесь море, подводное плавание, поэтому специфика, и знать специфику каждой страны – это, прежде всего, страноведение. Это, прежде всего, страноведение.

**Журналист:** - В вашем бизнесе, в вашем деле трудно сказать, вот ,чье оно – чисто женское или, к примеру, мужское, потому что, наверное, самые разные качества нужны. Вот женщина, она, может быть, более наблюдательна, более чувствительна, может быть, на какие-то мелочи обращает внимание. Мужчина там, допустим, что-то другое. Как тут?

**Е.Р.:** - Я думаю, что прежде всего каждый, кто продает тур, должен прочитать Карнеги – как вести себя с клиентом, как и чувствовать клиента. Если ты не будешь знать психологии человека, будь ты мужчина или женщина – не продашь, не продашь тур, не продашь тур. Умение выслушать клиента, умение выслушать его, умение прислушаться к его пожеланиям – это основа основ. Это, прежде всего, будь ты мужчина или женщина. Как-то у женщин интуитивное – это больше дано от природы, ну и мы как-то стараемся распределять все – мужчин за компьютер, и женщин тоже за компьютер. И другие вопросы, которые связаны, ну, чисто, больше с мужским уклоном.

А что касается продаж, что касается там аккуратности оформления документов, то, конечно, мы тут проверяем, все делаем сами.

**Журналист:** - А вот что касается руководства, ведь, в общем-то, дело-то очень ответственное, какие-то, наверное, качества должны быть. Вы в себе какие выделяете?

**Е.Р.:** - Знаете, когда научишься организовывать троих человек, будешь управлять любым коллективом.

**Журналист:** - Как научиться организовывать троих человек?

**Е.Р.:** - Это, знаете, пришло еще из «Алтайтуриста». В «Алтайтуристе», в «Алтайтуристе», вы знаете, было время, когда профсоюзы оплачивали путевки, и мы за пятницу-субботу отправляли по 24-25 групп, авиационных. Это собрания, это нужно было убедить людей, как поехать, что они там увидят все. Поэтому это еще пришло оттуда.

А вообще – вообще, наверное, это дано человеку от природы. Это дано человеку от природы. Наверное, по принципу: рожденный ползать – летать не может. А если его научат даже ползать, то летать он все равно не будет.

**Журналист:** - Дается больше женщине?

**Е.Р.:** - Да, конечно.

- Вот у нас семейная фирма, но у нас матриархат. Матриархат в плане – руководства, не потому, что вот именно я женщина, а потому, что мудрость женская, и мудрость вообще женщине дана больше, чем мужчине. Именно она, в ней заложены все гены и интуиция тоже, интуиция тоже. Поэтому я считаю, что женщине интуиция дана от природы, если она дана.

**Журналист:** - А вот идея создать семейную именно фирму, потому что в вашей фирме работают дети.

**Е.Р.:** - Да, дети. У меня два сына, два сына. Ну, мы говорим, что у нас четверо детей. У нас мальчишки, мальчишки. Вот они росли, хлопот они не доставляли в школе, росли послушными, хорошими ребятами. Оба с высшим образованием. Один работает в коммерческой структуре, другой работает в одной из деловых структур. Он уже относится к офицерам высшего звена. Прошли они оба у меня горячие точки – и Афганистан у меня за плечами, и Чечня за плечами. Поэтому я вместе служила с ними, вместе проходила эти точки, и, в общем-то, дорожить семьей вот даже вот эти вот штрихи в биографии всегда помогают.

Семейная фирма у нас/ у нас/ мы работаем семьей. Я считаю, это правильно: все просчеты наши, все недостатки наши, все победы наши, все успехи наши.

**Журналист:** - Ну и потом, когда свой человек – ты его очень хорошо знаешь, он не подведет.

**Е.Р.:** - Нет, в плане доверия, в плане, Вы знаете, они чувствуют ответственность, они знают, что это их дело, что они его должны продолжать, что это не на один день, что они ..., им не нужно увольняться и говорить, что завтра вдруг что-то пришло, что-то не понравилось руководителю фирмы, надо будет уйти. Они знают, что в любое время они могут, даже что не знают, не стесняясь, спросить. Что, с чем не соглашаются, они могут сказать. Мы здесь и советуемся, и работаем.

Вот Ирина у нас занимается рекламой, рекламой. Она работала раньше в средствах массовой информации на телевидении АТН /и у нее/ это, конечно, помогает. И, в общем-то, то, что у нас сейчас выходит рубрика «Путешествие из надежных рук» вот по Испании – это, в общем-то, я могу отнести с большой долей ответственности в ее адрес, сказать не потому, что там вот она своя, а просто как сотруднику, что она делает доброе, хорошее дело.

- Лена занимается у нас бронированием туров, занимается оформлением визовых документов. И я не могу к ней предъявить претензии. В общем-то. Она делает все ответственно, безошибочно, и переживает, если там вдруг что-то не туда запяную поставила, там в бронировании что-то там... Дома будут слезы, хотя она знает, что это бывает, никто ее журишь за это не будет. Исправим, исправим, сделаем и все. Ну и самое главное - директор же подрастает у нас.

**Журналист:** - Ой, только хотела спросить – смену-то себе готовите, да?

**Е.Р.:** - Нет, безусловно. Вот, знаете, она в 7 лет знала, что такое виза, она знала, что такое прайс, что такое цены, что такое консульский сбор, что такое трансферт, что такое полупансион, полный пансион, что такое шведский стол, что такое континентальный завтрак. Это для нее не представляло никаких сложностей. И ехала когда она в Испанию, она знала – она ехала ну совершенно подготовленным менеджером любой туристской фирмы такого среднего звена.

Она у нас все знает, все знает. Как-то зашла, взяла книгу Лоры Парк – она на английском языке, она говорит – почитаю. Лена тут же: «Что ты понимаешь?» - «Конечно, понимаю. Неужели не понимаю, все понимаю». Так что ребенок у нас такой развитый, ну, и самое главное, добрый.

Я вот могу сказать, Вы знаете, вот в семье у нас два качества, которые ставились во главу угла – это порядочность и доброта. Дети вот выросли и порядочными, и добрыми. Я вполне могу сказать самые добрые слова в их адрес, что они, в общем-то, Вы знаете, никого не подведут и не обманут, не подведут, добрые. Нет жестокости в их характере. И я хочу сказать вот, когда Андрюша выпускался и директор школы, вручая ему аттестат зрелости, сказала: «Это самый добрый мальчик из всех выпусков, которые были у нас в школе». Вот и Алеся у нас такая же добрая. Муж на пенсии, но очень порядочный, добрый человек, к которому коллеги приходят по сей день за советом. У нас единая семья.

**Журналист:** - Тыл у деловой женщины Е. Р. надежный.

*Е.Р.:* - Обеспеченный, надежный, без этого нельзя. Нельзя. Без тыла мы никак не можем. Тыл есть тыл. А семья – семья. Она была, есть и будет основа основ...

*Журналист:* - Вот такая она, деловая женщина Е. Р. Ее дело известно стабильными, надежными результатами. А это, согласитесь, в наше время очень даже важно.

### Комплексный анализ

Прежде всего, на основе приема свертывания из текста было выделено его смысловое ядро (речевой смысл), состоящее из 3-х смысловых частей.

Первая часть – «Е.Р. – удачливая деловая женщина, руководящая семейным бизнесом».

II часть – «Секреты удачливой деловой женщины Е.Р.». Данная смысловая часть задается следующим вопросом журналиста: «Ну а как делать дело и с полной отдачей, если мы говорим о том, что его надо делать по-настоящему? Секрета особого у Е. Р. нет».

III часть – «Основа удачного бизнеса Е. Р. – семья». Данная смысловая часть начинается следующей фразой журналиста: «А вот идея создать семейную именно фирму, потому что в вашей фирме работают дети».

Фраза «...Тем более что компания «Роза ветров» - генеральный представитель московской фирмы УСО – трэвел, - туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон», послужившая поводом для обвинения авторов передачи в скрытой рекламе, содержится в I смысловой части текста: «Е. Р. – **удачливая деловая женщина, руководящая семейным бизнесом**» (выделенные слова являются ключевыми, т.е. отражают основной смысл фразы). Эта часть в смысловом отношении делится в свою очередь на две составляющие:

а) Е.Р. – **удачливая деловая женщина** («бизнес - вещь коварная и быть в нем человеком удачливым, а женщине особенно, это далеко не просто. Е.Р. ... как нам кажется, относится именно к этой категории удачливых деловых женщин»);

б) Е.Р.С. **организовала семейную фирму** («Бизнес у нее, кстати, семейный, а в хорошей семье дела идут на лад»). Качества Е.Р. помогают ей в организации бизнеса: хорошее отношение к делу, совместимость коллектива, постоянные партнеры, выдержали конкуренцию, закрепились на рынке, добились устойчивого положения в бизнесе.

Вывод, вытекающий из смыслового анализа первой смысловой части ТВ-текста, следующий: **благодаря удаче, профессионализму и опыту Е.Р. фирма заняла устойчивое положение на рынке.** В свете данного вывода фразу, композиционно завершающую первую смысловую часть анализируемого текста: «...Тем более что компания «Роза ветров» - генеральный представитель московской фирмы УСО – трэвел, - туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон», можно рассматривать в 2-х планах: 1) как закономерный итог рассуждений автора передачи о результатах деятельности удачливой деловой женщины Е.Р., создавшей солидную фирму, которая себя хорошо

зарекомендовала; 2) как переход ко второй смысловой части анализируемого ТВ-текста.

Подтверждением этого служит тот факт, что следом за фразой «...Тем более что компания «Роза ветров» - генеральный представитель московской фирмы УСО – трэвел, - туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон» журналист формулирует следующий вопрос: «Ну а как делать дело и с полной отдачей, если мы говорим о том, что его надо делать по-настоящему?» (т.е. чтобы заработать солидную репутацию).

Ответ на этот вопрос вытекает из анализа ключевых слов 2 части текста – «Секреты удачливой деловой женщины Е.Р.»: **дело ладится, т.к. Е.Р. его любит, вкладывает в него душу; преодолевает трудности через собственный опыт, умение руководить – распределять обязанности и организовать работу в семейной фирме.** Последнее ключевое словосочетание служит смысловым переходом к 3 смысловой части «Основа удачного бизнеса Е.Р. – семья».

Содержание третьей смысловой части организуется следующими ключевыми словами: *два сына, четверо детей (две невестки), внучка, свой человек не подведет, послушные, с высшим образованием, прошли горячие точки, крепкая семья, вместе в удачах и неудачах, основополагающие качества членов семьи – порядочность и доброта, семья - основа всего, в т.ч. и бизнеса, семья – основа основ, надежный тыл.*

Речевой смысл, вытекающий из смыслового анализа ТВ-текста, может быть сформулирован следующим образом: **благодаря удаче, профессионализму, умелому руководству и опыту деловой женщины Е.Р. ее семейная фирма заняла устойчивое положение на рынке туристических услуг.** Данный вывод не противоречит смысловому содержанию ТВ-передачи, так как она называется «Мир женщины» и рассказывает о деловой женщине, т.е. **директоре, матери, бабушке и жене.**

В ходе смыслового анализа были использованы прием выделения ключевых слов, прием формулирования главной мысли (доминанты) каждой смысловой части и текста в целом.

Для выявления имплицитных компонентов плана содержания также использовался прием интерпретации, позволивший утверждать, что в анализируемом тексте нет скрытых смыслов, свидетельствующих о наличии в нем скрытой рекламы).

В частности, прием интерпретации использовался при определении того, существует ли между двумя предложениями фразы «*Кстати, приближается время летних отпусков и у кого есть такая возможность, почему бы не воспользоваться советами Е.Р.? Тем более что компания «Роза ветров» - генеральный представитель московской фирмы УСО – трэвел, - туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон...*» смысловая взаимосвязь и какая именно?

Было установлено, что между двумя предложениями указанной фразы существует слабая контекстуальная смысловая связь, которая может быть представлена несколькими интерпретационными рядами.

1. Приближается время летних отпусков и, если есть возможность, почему бы не воспользоваться *советами* (какими советами?) Е.Р., **помогающими выбрать туристическую фирму на рынке услуг** (здесь и далее жирным шрифтом выделена интерпретация автора статьи, стоящего на позиции адресата).

Слабость выявленной смысловой связи обусловлена употреблением журналистом слова **советы**, поскольку в тексте нет никаких наставлений и указаний (т.е. советов) туристам, как поступить при выборе той или иной туристической фирмы.

2. Приближается время летних отпусков и, если есть возможность, почему бы не воспользоваться **советами** (опять же, какими советами?) Е.Р., **так как она как руководитель преуспевающей фирмы** (*«туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон...»*) **хорошо знает туристический бизнес и к ее суждениям можно прислушаться.**

Хотя в ТВ-тексте и не сформулированы **конкретные** советы туристам, однако высказывания Е.Р., предшествующие данной фразе, очевидно, можно рассматривать в виде **опосредованных** рекомендаций зрителям, как ориентироваться на рынке туристических услуг **в целом** (выбирать «стабильную» фирму, в которой работает сплоченный коллектив, и т.п.). Таким образом, данная интерпретация хотя и опосредованно, но все-таки опирается на анализируемый ТВ-текст.

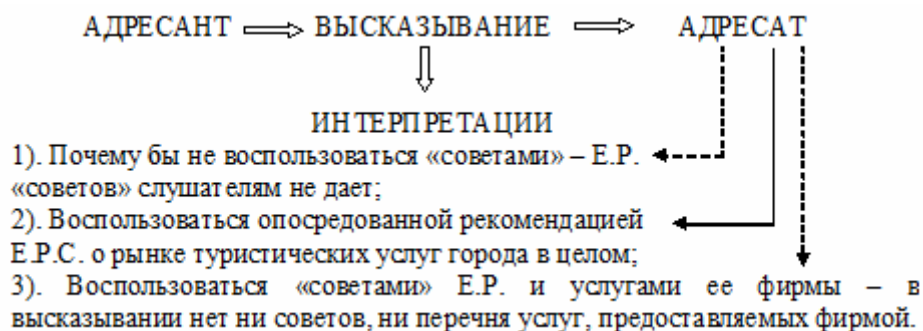
3. Приближается время летних отпусков и, если есть возможность, почему бы не воспользоваться **советами Е.Р. и услугами ее фирмы?**

Данная интерпретация наиболее слабая из всех возможных, поскольку опирается не только на слово **советы**, которое, как указывалось ранее, содержательно не соотносится с первой смысловой частью ТВ-текста, но и на слово **услуги**, о которых также ничего не говорится (ср.: в словаре С.И. Ожегова «мн. услуги – бытовые удобства, предоставляемые кому-нибудь»). Очевидно, что ни о каких бытовых или иных удобствах, предоставляемых фирмой «Роза ветров», в анализируемом тексте не сообщается.

Итак, на основе интерпретационного анализа с позиций адресата были выявлены следующие интерпретационные ряды: 1) Е.Р. дает **«советы»**, которыми можно воспользоваться и выбрать туристическую фирму на рынке услуг; 2) **«советами» Е.Р. можно воспользоваться**, так как она как руководитель преуспевающей фирмы **хорошо знает туристический бизнес**; 3) воспользоваться **советами Е.Р. и услугами ее фирмы.**

Обобщение предложенных интерпретаций дано в схеме 2.

## Схема № 2.



На основании представленных интерпретаций можно сделать вывод о том, что между двумя предложениями вышеизложенной фразы существует **слабая смысловая связь**, которой наиболее соответствует **вторая** из предложенных интерпретаций: приближается время летних отпусков, и, если есть возможность, почему бы не воспользоваться «советами» (т.е. общими рассуждениями) Е.Р., так как она как руководитель преуспевающей фирмы (*«туристический центр с солидной репутацией, зарекомендовавший себя с самых лучших сторон...»*) хорошо знает туристический бизнес, и к ее высказываниям можно прислушаться.

Предполагаем, что адресат при восприятии высказывания извлекает из него тот смысл, который опирается на окружающий контекст (в данном случае – на весь текст в целом).

Извлеченные таким образом из текста гипотетические интерпретации нуждаются, по замечанию В.З. Демьянкова, в верификации. «Ход понимания как процесс порождения ожиданий (гипотез) относительно дальнейшего течения интерпретируемых событий включает и понимание и процедуру подтверждения и отклонения гипотез...поэтому, во-первых, адекватное понимание связано с распознаванием истинных иерархий в высказывании, во-вторых, по ходу общения возможно переосмысление ранее понятого (отказ от той или иной гипотезы)...; в-третьих, одни интерпретации высказывания в конкретном тексте более правдоподобны, чем другие, что свидетельствует об определенной иерархии гипотез по шкале правдоподобия и о том, что по ходу дальнейшего понимания одни из гипотез будут легче отвергнуты, чем другие»<sup>114</sup>.

В ходе анализа вариантов интерпретации было сделано предположение, требующее дальнейшего практического подтверждения: **чем меньше интерпретационных шагов между фразой и вытекающим из нее смыслом, тем больше извлеченный адресатом в ходе смыслового анализа смысл соответствует авторскому, тем сильнее он поддерживается контекстом. И наоборот, чем больше интерпретационных шагов между фразой и смыслом, тем дальше понимаемый смысл от авторского, тем слабее он поддерживается контекстом.**

<sup>114</sup> Демьянков В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность // Вопросы языкознания. № 6. 1983. С. 59.



В качестве способа верификации избранного в качестве наиболее правдоподобного варианта интерпретации на завершающей стадии комплексного лингвистического анализа может быть использован прием количественных подсчетов, основанный на сопоставлении языковых единиц в исходном тексте как запечатленной речи и языковых единиц, представляющих смысловое ядро текста как запечатленной мысли.

Данный прием позволяет оценить количественное (процентное) соотношение каждой смысловой части анализируемого текста по отношению к тексту в целом и друг к другу, а также соотнести исходный текст и его смысловое ядро.

Так, количество слов, представляющих смысловое ядро анализируемого текста по отношению к исходному тексту, составляет около 24 %.

На первую смысловую часть («Е.Р. – удачливая деловая женщина, руководящая семейным бизнесом») приходится примерно 26 % смысла текста в целом, на вторую («Секреты удачливой деловой женщины Е.Р.») – 34 %, на третью («Основа удачного бизнеса Е.Р. – семья») – 40 %.

Использование приема количественных подсчетов в рамках комплексного лингвистического анализа позволяют сделать вывод о том, что составляющие смысловое ядро части примерно равны по объему, а смысловая насыщенность возрастает к концу текста.

Поскольку фрагмент речи, позволивший предъявить журналистам обвинение в скрытой рекламе, находится в первой, наименьшей по объему, смысловой части текста, это также, на наш взгляд, ослабляет «рекламный» модус анализируемого текста и еще раз подтверждает «правдоподобность» избранного в ходе анализа интерпретационного варианта фразы, ставшей причиной судебного иска.

#### **4.4 Анализ газетно-публицистических текстов с неявной коммуникативной функцией высказывания**

Объектом нашего анализа в данном параграфе являются газетно-публицистические тексты, коммуникативная функция которых завуалирована. Речь идет о так называемых двусмысленных (многомысленных) текстах, косвенно выражающих инвективный смысл<sup>115</sup>. Сложность юрислингвистической экспертизы подобных текстов обусловлена тем, что такие тексты, как правило, многослойны, рассчитаны на целенаправленное и полное использование глубинных уровней языка и сознания, что в современных условиях «измененного состояния сознания» далеко не всегда используется «в гуманных, общественно-полезных целях, как последовательность объединенных синтаксическим, морфологическим, фонетическим и семантическим параллелизмом предложений, каждое из которых основано на грамматических структурах определенного слоя языка»<sup>116</sup>.

<sup>115</sup> О типологии инвектогенных текстов см. указ. соч. С.В. Сыпченко.

<sup>116</sup> Спивак Д.Л. Лингвистика измененных состояний сознания: проблема текста // Вопросы языкознания. 1987. № 2. С. 77-84.

Многослойные (и в языковом, и в смысловом отношении) тексты требуют многослойного анализа. Как практически осуществить такой многослойный анализ? В качестве одного из возможных вариантов может быть использована методика разноуровневого анализа текста, принятая в практике литературного редактирования. Литературное редактирование рассматривает текст как сложное образование, состоящее из нескольких уровней (или слоев). Во-первых, текст – это запечатленная речь, выраженная языковыми средствами, поэтому он состоит из единиц речи: слов, словосочетаний, предложений и т.д., в которых слова и предложения связаны между собой синтаксически. Во-вторых, текст – это запечатленная мысль, состоящая из единиц мышления (логических единиц): понятий, суждений, умозаключений и их систем, связанных логическими отношениями. В-третьих, речь – это композиционное целое, в котором единицы связаны между собой композиционными, структурно-логическими отношениями. В-четвертых, – рубрикационно-графически оформленное единство, состоящее из абзацев, параграфов, глав, частей и т.п.<sup>117</sup>. При этом все структурные и смысловые единицы текста тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. Эта взаимосвязь и взаимозависимость определяют структуру и схему редакторского анализа. Он протекает по единицам текста разного уровня таким образом, что анализируемая единица постоянно соотносится с другими как в плане выражения, так и в плане содержания. Использование методики разноуровневого редакторского анализа в практике юрислингвистической экспертизы позволяет не только глубоко понять текст (то есть определить авторский замысел и авторские намерения), не только установить в тексте смысловые и логические связи, определить особенности стиля автора, но также установить его коммуникативную стратегию – глобальные коммуникативные функции высказывания. То есть, на наш взгляд, на основе такого многослойного анализа достаточно определенно можно судить о степени инвективности высказываний текста.

Иллюстрацией предложенной многоуровневой методики анализа текста в целях юрислингвистической экспертизы может служить анализ двух газетных статей, послуживших поводом для возбуждения иска о защите деловой репутации городского рекламного еженедельника. При этом эксперту предлагалось следующее: 1) установить характер зависимости между выводами автора статьи Т., заключенными в столбцах 1, 2 и 4 (об откровенно заказном характере публикаций СМИ края, очернительстве и дискредитации конкурентов на рынке, фальсификации фактов, неэтичном отношении газет к фирмам и т.п.) и журналистским обзором публикаций еженедельника, приведенном в столбцах 2 и 3; 2) можно ли утверждать, что выводы автора статьи содержательно-логически вытекают из анализа публикаций еженедельника?

Необходимо заметить, что в распоряжении эксперта находились две статьи: статья-обзор журналиста И. «Бизнес – бизнесом, но красота пре-

---

<sup>117</sup> Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. М., 1980. С.37.

выше всего» из городского еженедельника и статья Т. «Чем слово ваше отзовется», опубликованная в городской газете и представляющая собой отклик на первую публикацию.

Известно, что структура текста состоит из языковых элементов разного типа, принципиально отличающихся друг от друга и друг от друга не зависимых. Одни лежат в плане содержания и, составляя логическую основу текста, соотносят его с действительностью. Другие (их чаще всего называют стилеобразующими) составляют план выражения и соотносят текст с адресатом, воспринимающим. По замечанию В.В. Одинцова, «лингвостилистический анализ обычно ограничивается стилеобразующими элементами (стилистически окрашенными языковыми средствами), а о содержании говорится постольку, поскольку слова не могут не выражать смысл»<sup>118</sup>. Этим же, на наш взгляд, «грешат» многие экспертные тексты, выполненные как лингвистами, так и литературоведами.

Поскольку текст – это запечатленная мысль, то разноуровневый анализ текста в целях юрислингвистической удобнее всего начинать с выявления предметно-логической основы текста, конструируемой так называемыми рационально-логическими структурами, непосредственно соотносящими текст с действительностью. Для выявления предметно-логической основы текста можно использовать методику свертывания текста. Проведенный на основе методики свертывания логико-смысловый анализ позволяет указать ряд логических несоответствий в аргументации Т.

В статье Т. главная мысль автора, представляющая собой обвинение журналиста И. в фальсификации фактов и преднамеренном их искажении, сформулирована следующим образом: беря на себя непосильную «роль эксперта», «некоего экскурсовода-консультанта, автор ориентирует здешних женщин, куда лучше пойти за покупками и на что при этом обратить внимание». При этом указывается, что журналист, «беря на себя ответственность выдавать свое мнение за объективное мнение большинства, допускает отдельные сравнения», «что ставит под сомнение деловую репутацию» торговой фирмы.

Статья композиционно строится таким образом, что в неблагоприятном поступке журналиста И. у читателя не возникает никаких сомнений. В этом его убеждает логика авторского построения: в 1-ом абзаце, безотносительно к объекту критики (статье журналиста И.), говорится о том, что одним из нарушений «Закона о рекламе» является неэтичность некоторых статей, содержащих скрытую рекламу; 2-ой абзац повествует о том, что заказной характер некоторых публикаций приводит к тому, что в прессе с целью очернительства допускаются разного рода нарушения закона; 3-ий абзац констатирует, что хотя анализируемая статья и не носит заказного характера, все-таки в ней есть черты неэтического отношения автора (журналиста И.) к «фирме и ее работникам»; 4-ый абзац указывает на то, что

---

<sup>118</sup> Одинцов В.В. Указ. соч. С. 53-55.

субъективное мнение журналиста И. ставит под сомнение репутацию торговой фирмы; 5-ый абзац продолжает тему подрыва репутации и внушает якобы потерпевшей фирме мысль о возможности публичной защиты от «неэтичной рекламы».

Однако углубленный логико-смысловой анализ статьи Т. позволяет обнаружить многочисленные логические несоответствия в аргументации автора.

Первое противоречие мы находим в абзаце 2, где в рассуждениях Т. наблюдается нарушение закона тождества (одного из основных законов формальной логики, соблюдение которого обеспечивает аргументированность авторского изложения). В предложении 5 автор говорит о том, что очернительство конкурента – особенность российского бизнеса. В следующем предложении слово «бизнес» подменяется лексемой «пресса»: «И с целью дискредитировать конкурента на рынке определенных товаров и услуг в прессе применяются различные трюки: от откровенной фальсификации собранных фактов до невинного, на первый взгляд, обзора ассортимента товаров». Таким образом, происходит подмена и сужение понятия в интересах автора статьи Т.: тезис «очернительство – особенность бизнеса» незаметно подменяется другим: «очернительство – особенность прессы».

Следующее противоречие находим в этом же абзаце, где автор говорит о разного рода нарушениях «Закона о рекламе» с целью очернительства. По мнению Т., к ним относятся как откровенная фальсификация фактов, так и «невинные» обзоры ассортимента товаров. Следовательно, обзор как жанровая форма подачи материала, вследствие нарушения автором правила деления понятия, также попадает в разряд «очернительских», так как, по мысли автора, в нем допускаются частые упоминания названий фирм, разного рода сравнения.

Третье противоречие, допущенное автором, также находим во 2-ом абзаце. Вскрывая содержание понятия «заказной», автор определяет его довольно широко: «Поводом для таких статей может быть как полученное от редакции задание /на наш взгляд, фактор объективный – Т.Ч./, так и уязвленное самолюбие автора статьи, которого оскорбила какая-нибудь хамоватая продавщица» /данный фактор, напротив, относится к разряду субъективных – Т.Ч./. Далее Т. формулирует вывод о явно субъективной позиции, представленной в статье журналиста И., из которого, на наш взгляд, логично следует, что данный «обзор» (этот термин используется только в статье Т.), будучи субъективным, никак не может носить заказной характер, разве только журналист сам себе его «заказал» (!).

Лишь в 3-ьем абзаце Т. наконец обращается непосредственно к статье журналиста И. При этом автор не утверждает, что статья эта является заказной, однако указывает, что «в ней просматриваются черты неэтичного отношения к фирме и ее работникам». В данной фразе легко усмотреть нарушение закона достаточного основания, ибо соотношение суждений «заказная статья должна содержать неэтичные высказывания», а «незаказная

статья не должна содержать неэтичные высказывания» не являются причинно-обусловленными.

Поскольку переход между 2-ым и 3-им абзацами осуществляется Т. с нарушением закона достаточного основания и без каких-либо комментариев, все изложенное в 1-ом и 2-ом абзацах, в соответствии с закономерностями смыслового восприятия текста читателем], воспринимается как имеющее прямое отношение к публикации журналиста И. Данный «маневр» (манипуляция) позволяет Т. сформулировать далее главный тезис всего текста: статья журналиста И. содержит «черты неэтичного отношения к фирме и ее работникам». Таким образом, привлечение логико-смыслового анализа позволяет определить смысловой стержень текста, вокруг которого организуется остальной материал, а также выявить механизм убеждения, через который осуществляется воздействие на читательское восприятие. В данном случае это сознательное (или неосознанное) нарушение законов и правил формальной логики (логики построения текста).

Последующие абзацы статьи Т. представляют собой развитие главного тезиса. Дальнейшее использование логико-смыслового анализа позволяет найти противоречия и в развивающих тезисах.

Во-первых, традиционному посещению магазинов журналистом «для обновления» его личного гардероба Т. приписывает обобщающую цель: «...беря на себя роль некоего экскурсовода-консультанта, автор ориентирует здешних женщин, куда лучше пойти за покупками и на что при этом обратить внимание». Данная мысль целиком принадлежит Т. и вытекает из его предыдущих рассуждений. Для доказательства этого был проведен логико-смысловый и стилистический анализ статьи журналиста И. «Бизнес – бизнесом, но красота превыше всего». Согласно проведенному анализу, автор выступает в данной статье в роли покупателя и смотрит на достоинства и недостатки товара именно глазами покупателя, а не гида или экскурсовода. Об этом свидетельствует и использование журналистом приема повествования от 1 лица единственного числа. В тексте И. такие формы употребляются 83 раза (*провоожу, задерживаюсь, смогу найти, определила, включила, предпочитаю, присмотрела, распрощалась, купила, завершаю, растерялась* и др.). Особенно показательно использование журналистом личных и притяжательных местоимений (48 употреблений), свидетельствующих о субъективном авторском восприятии и ни в коей мере не позволяющих расценивать их как навязывание кому-либо своего мнения: *я, меня, у меня, мой, свой, по-моему* и т. д. Таким образом, анализируемая фраза Т. также представляет собой нарушение закона тождества, так как цель и задачи журналиста он подменяет своими и строит на них далее свое рассуждение.

Во-вторых, Т. утверждает, что, говоря о разнице в ценах на женскую одежду в разных магазинах, журналист не учитывает тот факт, что в не устроившем его магазине все отделы арендованные. На наш взгляд, журналист и не должен был этот факт учитывать, так как он стоит на позиции покупателя, которого интересует только качество товара и его цена. Таким образом, данный тезис не является существенным для доказательства мысли Т.

о якобы допущенном журналистом «неэтичном отношении к фирме и ее работника».

В-третьих, далее в этом же абзаце Т., обвиняя журналиста в «неэтичности», сам допускает некорректное манипулирование фактами, приводя в качестве доказательства необъективной характеристики цен в магазине данные из статьи еще одного журналиста. Очевидно, что к критикуемой статье И. это упоминание не имеет никакого отношения, следовательно, не может быть признано удовлетворительным.

Наконец, в-четвертых, единственный тезис, который хоть в какой-то мере развивает главную мысль Т. о неэтичном отношении журналиста И. «к фирме и ее работникам», – это утверждение о том, что, «делая выводы по разнице цен и возможности выбора, автор допускает определенные сравнения». Слово «определенные» многозначно. В его состав входят такие значения, как 1) «твердо установленный, назначенный», 2) «вполне сложившийся, определившийся», 3) «известный, тот или иной, некоторый», 4) «несомненный, безусловный, бесспорный». В данном контексте оно является ключевым и указывает на то, что в процессе сравнения журналист И. преследовал какие-то свои цели, о которых, правда, Т. не сообщает. По всей видимости, автор имеет в виду сравнение цен и моделей одежды в разных магазинах, которое, по его мнению, сделано журналистом неэтично.

Для определения справедливости этого упрека в адрес журналиста был проведен стилистический анализ лексики, использованной им в статье, на основании которого сделан ряд наблюдений.

Автор говорит в статье только об отделе женской одежды на втором этаже магазина, таким образом, обвинение в том, что его «личное мнение ставит под сомнение репутацию» всей фирмы, не соответствует действительности.

Лексика, используемая И. для описания товаров отдела женской одежды, в целом относится к разряду нейтральной: «*отдел женской одежды на втором этаже*», «*здесь я нередко покупала добротные вещи*», «*я по традиции зашла*» и т.д. Критические замечания высказаны в корректной форме (через сочетание нейтральных лексических единиц и отрицательных частиц, без употребления лексики, содержащей отрицательную или негативную окраску) и касаются лишь цен и фактуры материала: «*модель не устроила меня*», «*я редко подбираю не только подходящее по вкусу, но и по достатку*», «*посещение меня окончательно разочаровало*», «*выставленные модели не устроили меня*» и т.д. Подбор лексики и постоянное употребление личных местоимений указывает на то, что автор, ставя себя на позицию покупателя, высказывает исключительно свое мнение, не считая его всеобъемлющим и обязательным для всех.

Что касается сравнения, то оно осуществляется журналистом также очень корректно. Сравняются лишь цена, фактура и модели, ни слова не говорится ни о качестве обслуживания, ни о качестве исполнения товаров. Например, если в данном магазине автору были предложены однотипные (коричневые) костюмы из ткани типа кримплен, отделанные искусствен-

ным мехом, а также платья из искусственного шелка и крепа, то в других магазинах она нашла так привлекающие ее образцы из натуральных тканей, что также характеризует личные пристрастия автора. Следовательно, подобные сравнения не могут оцениваться как предвзятые, так как касаются объективных понятий: цены, фасона, фактуры ткани.

Поскольку, как было показано ранее, журналист характеризует товар с позиций покупателя, то вряд ли справедлив упрек Т. относительно того, что суждение о цене и фасоне покупатель должен складывать на основании предварительных опросов и отзывов, а не пользоваться единственно верным в подобной ситуации критерием: «нравится – не нравится», «доступно по цене – не доступно». Автор статьи Т. «Чем слово ваше отзовется» и сам не отрицает, что мнение журналиста в критикуемой им статье субъективно, так как, «возможно, другого человека устроили бы и качество вещи, и ее цена». Поэтому следующие далее его рассуждения относительно того, что «оценочная критика в прессе формирует общественное мнение и подобная интерпретация взглядов (какая интерпретация? чьих взглядов? – Т.Ч.) может отразиться на потере клиентуры магазином», воспринимаются в данном контексте как демагогические, своего рода – общие места, стереотипы.

Известно, что публицистический стиль выполняет две основные функции: информационную и воздействующую, попытка ввести ограничение на свободное получение информации может быть расценена как ограничение прав потребителя, с одной стороны, и ограничение свободы печати, с другой.

Воздействующая функция реализуется через подбор языковых средств, композицию статьи, что позволяет автору выразить свое отношение к фактам действительности, то есть субъективно отразить объективное, что оживляет информацию, делает ее интересной и читаемой. Таким образом, использованная журналистом в статье формы повествования от первого лица, а также подбор лексических единиц не противоречат правилам употребления языка в средствах массовой информации. По замечанию Ш. Балли, «...живая речь во всех своих проявлениях обнаруживает рассудочную сторону и эмоциональную сторону, представленные в очень различных пропорциях в зависимости от душевного состояния говорящего, конкретной ситуации и социальной среды»<sup>119</sup>. Ему вторит В.В. Виноградов, утверждавший, что «любая убеждающе-организующая массовая информация должна быть эмоционально-заражающей, а не только содержательно-рационалистической». И, наконец, В.В. Одинцов констатирует, что «...в языке массовой коммуникации соединение, взаимодействие рационального и эмоционального, логики и экспрессии очевидно».

Продолжая анализ развивающих тезисов Т., обратимся к 4-му абзацу, в котором Т. утверждает: «все выводы в статье подаются как личное мнение автора». Верный тезис получает далее неверное истолкование. Здесь

---

<sup>119</sup> Одинцов В.В. Указ. соч. С.61.

мы находим еще одно противоречие, допускаемое автором. Утверждая, что все выводы журналиста – его личное мнение, Т. пишет, что опытные журналисты, берясь за подобный обзор, «обычно строят свои выводы на основе проведенных специалистами проверок, тестирования товаров и, конечно же, отзывов потребителей». Таким образом, получается, что опытные журналисты лишены возможности высказывать свое собственное мнение, что, конечно же, не соответствует действительности. К тому же слово «обзор» употребляется лишь в статье Т. В статье журналиста И. это названо скромнее: «посещение магазинов с целью обновления гардероба». Использование Т. одного слова вместо другого несет, на наш взгляд, важную смысловую нагрузку: назовите рассказ о путешествии по трем не самым крупным и популярным среди горожан магазинам города «обзором», и к вам уже можно предъявить все претензии в некомпетентности и субъективизме. Но в статье журналиста И. речь идет именно о посещении трех магазинов, он не претендует на всеобъемлющий аналитический охват информации (об этом свидетельствует и композиция, и логика изложения, и стиль статьи), поэтому обвинение его в некомпетентности и неточности передачи информации должны быть признаны несостоятельными.

Интересно отметить, что в анализируемых абзацах Т. не приводит фактов, которые бы подтвердили его слова относительно того, что информация журналиста И. «носит искаженный или неточный характер», например, что материалы, из которых сшиты платья и костюмы, продаваемые в магазине, изготовлены не из искусственных, а из натуральных тканей; отделаны не искусственным, а натуральным мехом; что представленные костюмы не однотипны, разнообразны; что цены их значительно ниже указанных журналистом и т.д. Только так Т. мог бы доказать справедливость своих претензий. Но поскольку он этого не делает, то напрашивается логический вывод: информация, приведенная в статье журналиста И., передана автором объективно, а упреки в том, что она «носит искаженный или неточный характер», не соответствуют действительности и могут быть расценены журналистом и редакцией городского еженедельника как подрывающие их деловую репутацию.

Тем не менее, в следующем, пятом, абзаце Т. продолжает на основе общих рассуждений о правах журналиста и возможных последствиях его выступления в печати настаивать на якобы имеющихся у автора некорректных сравнениях, на подрыве репутации фирмы и т.п. При этом Т. и сам не очень уверен в своей абсолютной правоте – об этом свидетельствует наличие в его тексте вводных слов и конструкций вероятностного характера, например: *«не буду утверждать, что статья, которую я привожу ниже в качестве примера, носит заказной характер, однако...»*, *«возможно, другого человека устроили бы и качество вещи, и ее цена»*, *«репутация фирмы может пошатнуться»*, *«прочитав подобную статью, читатель может согласиться с изложенными в ней доводами»* и т.п.

Таким образом, использование методики разноуровневого анализа в практике юрислингвистической экспертизы позволяет не только глубоко



понять текст (то есть определить авторский замысел, авторские намерения и их реализацию), не только установить в тексте смысловые и логические связи, выявить логические и смысловые приемы аргументации, определить особенности стиля автора, но также установить его коммуникативную стратегию – глобальные коммуникативные функции высказывания. На наш взгляд, коммуникативная функция статьи Т. состоит в том, чтобы доказать заказной характер публикации журналиста И. и внушить руководителям фирмы мысль о том, что его коллектив оскорблен и может потребовать юридической защиты.

Кроме того, этот анализ помог нам ответить на вопросы, поставленные перед экспертом (см. выше). Мы не нашли в тексте Т. развития и доказательства тезиса о том, что в статье журналиста фальсифицируются и преднамеренно искажаются факты, ставящие под сомнение деловую репутацию фирмы. В то же время стилистический анализ статьи Т. позволил выявить около 19 словосочетаний, имеющих отрицательную или негативную стилистическую окраску, что может быть интерпретировано как подрыв авторитета и деловой репутации еженедельника (в совокупности с указанными выше логическими и смысловыми несоответствиями).

Статья журналиста И. становится непосредственным объектом описания Т. лишь в 3-ьем и 4-ом абзацах. Слова, содержащие негативную стилистическую окраску, распределяются в статье Т. следующим образом: 1 абзац – нет; 2 абзац – 7 языковых единиц: *откровенно заказной характер, очернительство, дискредитировать конкурента, в прессе применяются различные трюки, фальсификация собранных фактов, уязвленное самолюбие автора, которого оскорбила какая-то хамоватая продавщица*; 3 абзац – 3 языковых единицы: *допускает определенные сравнения, преднамеренное искажение факта, реакция будет однозначно негативной*; 4 абзац – 3 языковых единицы: *непосильная роль эксперта, ставит под сомнение деловую репутацию, раскритикованный магазин*; 5 абзац – 6 языковых единиц: *репутация...может пошатнуться, другая сторона медали, допуская некорректные сравнения, вводя читателя в заблуждение, распространяя неточные или искаженные сведения, порочащие какое-либо физическое или юридическое лицо*.

Оказывается, что абзацы, посвященные статье журналиста И., менее насыщены отрицательно окрашенной лексикой. Не значит ли это, что, рассуждая во 2 и 5 абзацах абстрактно, обобщенно, Т. чувствует себя более уверенно и свободно, в то время как обращение к конкретным фактам заставляет его быть более сдержанным. Очевидно также, что частое употребление отрицательно маркированной лексики придает публикации Т. общую негативную тональность, что оказывает соответствующее воздействие на читательское восприятие.

Литература к четвертой части

1. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М., 1963.
2. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996.
3. Голев Н.Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении // Юрислингвистика I. Проблемы и перспективы. Барнаул, 1999.
4. Горбачевич К.С. Вариантность слов а и языковая норма: На материале современного русского языка. Л., 1978.
5. Демьянков В.З. Лингвистическая интерпретация текста: универсальные и национальные (идиоэтнические) стратегии // Язык и культура: Факты и ценности. М., 2001.
6. Демьянков В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность // Вопросы языкознания. № 6. 1983.
7. Дридзе Т.М. Интерпретационные характеристики и интерпретация текстов (с учетом специфики интерпретационных сдвигов) // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М., 1976. С.34-45.
8. Дунаев А.И. Интерпретационный компонент в структуре интенционального содержания высказывания // Проблемы интерпретационной лингвистики: автор – текст – адресат. Новосибирск, 2001.
9. Иванова З.М. Языковая агрессия в произведениях Э. Лимонова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. Вып.4. Красноярск-Ачинск, 1997. С.34-35.
10. Иссерс О.с. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Монография. Омск, 1999.
11. Кожин А.Н. Крылова О.А. Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982 .
12. Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. М., 1980.
13. Михальская А.К. Русский Сократ. М., 1996.
14. Мурзин Л.М., Штерн А.С. Текст и его восприятие. Свердловск, 1991.
15. Мучник Б.С. Основы стилистики и редактирования. Ростов-на-Дону, 1997.
16. Одинцов В. В. Стилистика текста. М., 1980.
17. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1986.
18. Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. М., 1989. С.4 – 27.
19. Политика и PR // Психолингвистика. 2001. / [www.psycho.ru](http://www.psycho.ru).
20. Репина Е.А. Агрессивный текст как тип текста // Психолингвистика. 2001. / [www.psycho.ru](http://www.psycho.ru).
21. Репина Е.А. Эпатажный текст как тип текста // Психолингвистика. 2001. / [www.psycho.ru](http://www.psycho.ru).
22. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М., 1977.
23. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М., 1994.

24. Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). М., 1996.
25. Сковородников А.П. Языковое насилие в современной российской прессе // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Научно-методический бюллетень. Красноярск-Ачинск, 1997.
26. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Воронеж – Пермь, 1998.
27. Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987.
28. Сухих С.А. Структура коммуникантов в общении // Языковое общение: процессы и единицы. Калинин, 1988. С.22-29.
29. Сыпченко С.В. О типах инвективных текстов как объекте лингвистической экспертизы // Юрислингвистика II. Русский язык в его естественном и юридическом бытии. Барнаул, 2000.
30. Цена слова / Под ред. М.В. Горбаневского. М, 2002.
31. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях (к постановке проблемы). М., 1977.
32. Юрислингвистика I: Проблемы и перспективы. Барнаул, 1999.
33. Юрислингвистика II: Русский язык в его естественном и юридическом бытии. Барнаул, 2000.
34. Юрислингвистика III: Проблемы юрислингвистической экспертизы. Барнаул, 2002.