

УДК 81'38

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ЯВЛЕНИЯ В РЕЧЕВОЙ ПРАКТИКЕ СМИ

Владимир Иванович Коньков
профессор кафедры теории речевой деятельности
и языка массовой коммуникации факультета журналистики
Санкт-Петербургский государственный университет
198260, Санкт-Петербург, улица Солдата Корзуна, д.58, к. 1, кв. 45.
v_konkov@mail.ru

В статье рассматриваются основные подходы к изучению речевой практики СМИ. Дается характеристика наиболее актуальных проблем. Особое внимание обращается на проблему разговорности. Разговорность понимается как использование концепции речевого поведения, сложившейся в сфере бытовой разговорной речи, в речевой практике СМИ.

Ключевые слова: речевая практика СМИ; разговорная речь; устная речь; культура речи; идеологическая речь.

Если обобщить вышедшие за последние полвека работы, посвященные изучению стилистических свойств отдельных разновидностей русской речи, то мы увидим два направления, сложившиеся и оформившиеся в последние десятилетия.

Большинство исследователей производило изучение характеристик русской речи в основном в системе категорий функциональной стилистики. Базовой категорией является здесь категория функционального стиля, под которым понимается «своеобразный характер речи той или иной ее социальной разновидности, соответствующей сфере общения и деятельности, соотносительной с определенной формой сознания, который создается особенностями функционирования в этой сфере языковых средств и специфической речевой организацией, речевой системностью» [Кожина 2003: 510]. Развитая система категорий данного направления стилистической науки представляла собой инструмент исследования, обладающий большой описательной силой. С помощью данного инструмента исследователи школы, созданной М.Н.Кожинной, получили многочисленные и весьма убедительные результаты. По сути дела, здание функциональной стилистики в том ее виде, в каком она находилась к концу XX столетия, было выстроено именно под руководством М.Н.Кожинной.

Следующий шаг в изучении стилистических качеств речи был сделан В.Г.Костомаровым. Своей работой «Русский язык на газетной поло-

се» [Костомаров 1971]. В.Г.Костомаров убедительно продемонстрировал возможность системного описания стилистических явлений на совершенно другом уровне. Чрезвычайно важным представляется тот факт, что В.Г.Костомаров не воспринял поуровневый принцип стилистического описания речевого материала, доминировавший тогда и казавшийся незыблемым в функциональной стилистике, как универсальный. Автор положил в основу исследования идею, согласно которой в стилистическом исследовании необходимо отталкиваться от самого стилистического явления, четко осознаваемого в своей конкретике. Цель исследования – не описание отдельных признаков речи, а необходимость увидеть, отыскать, понять саму концепцию организации речевого материала, обусловленную спецификой данной конкретной коммуникативной ситуации. Именно эта концепция и придаст выявленному набору признаков целостность, единство.

Возможность описания стилистических свойств речевого материала была продемонстрирована В.Г.Костомаровым на основе исследования газетной речи. Стилеобразующая концепция получила в работе номинацию «конструктивный принцип». Конструктивный принцип газетной речи, по В.Г.Костомарову, находит внешнее выражение в чередовании в газетной речи экспрессивных и стандартных единиц. Суть же его стилеобразующей концепции состоит в следующем: «Любая убеждающе-организующая массовая

информация должна быть эмоционально заражающей, а не только содержательно-рационалистической, предполагая с самого начала совмещение интеллектуального и эмоционального начал, подчиняясь требованиям надежной передачи смысла, массовая коммуникация в целом предстает прагматическим синтезирующим явлением, а ее язык – последовательным соотношением экспрессии и стандарта. Контраст, свойственный другим стилям и вообще речи, приобретает основополагающее значение именно из-за расчета на массу, т. е. на любого реципиента (например, пользуясь определением И.П.Павлова, и «художников» и «мыслителей») в любом состоянии и настроении. Балансировка противопоставленных начал, необходимая для своеобразной усредненности или универсализма, захватывает все языковые и внеязыковые возможности, предстает глобальным принципом, явно более широким, чем конструктивный принцип отдельного функционального стиля» [Костомаров 1971: 257-258].

Говорить о том, какой из двух обозначенных выше подходов к изучению стилистических свойств речи является предпочтительным или обладает большей описательной силой, не представляется возможным. Их существование целесообразно рассматривать на основе принципа дополненности. Они взаимно дополняют друг друга. Очевидно, что одни речевые объекты вполне адекватно описываются в терминах функциональной стилистики. Другие речевые объекты возможно описать, лишь сформулировав их конструктивный принцип, создав стилеобразующую концепцию речевого поведения, на основе которой и порождается данный речевой материал.

Как показывает опыт, в терминах функциональной стилистики (с использованием метода поуровневого описания свойств речевого материала) целесообразно описывать речевой материал, ядро которого или весь он в целом обладает большой степенью стилистической однородности. Не случайно успехи функциональной стилистики школы М.Н.Кожина связаны прежде всего с описанием научной речи [Кожина 1966; Кожина 1972; Салимовский 2002].

Речевой массив СМИ является речевым объектом с совершенно иными качественными характеристиками. По сравнению с научной речью он гораздо более разнороден. Рассматриваемый весь в целом, он не является стилем в том смысле, в каком является стилем научная речь. Стилистические явления, имеющие место в речевой практике СМИ, не только разнородны, но и разноплановы. Как следствие, используемый термин публицистический стиль покрывает только очень

небольшую часть имеющегося здесь речевого материала.

Все это приводит к естественному желанию описывать имеющиеся здесь стилистические явления на основе того принципа, который был в свое время обозначен В.Г.Костомаровым: отталкиваясь от конкретного стилистического явления, мы пытаемся сформировать концепцию речевого поведения, в результате чего и возникает данное стилевое явление. При этом не имеет значения, со стилистическим явлением какого масштаба мы имеем дело. Это могут быть как глобальные процессы, охватывающие речевую практику СМИ в целом, так и частные локальные явления, не выходящие за пределы речевого сознания конкретного автора или стилистической концепции отдельного издания.

Данные положения не являются в стилистической науке принципиально новыми и выросшими на пустом месте. Многие догадки, касающиеся возможных будущих исследований языка СМИ, были высказаны В.Г.Костомаровым в той же его книге «Русский язык на газетной полосе». Так, автор четко сформулировал положение о том, что речевая практика СМИ, даже ограниченная только печатными газетными изданиями, не описывается в терминах функциональной стилистики, поскольку «газетный язык – функционально-стилевая категория, более широкая, чем стиль» [Костомаров 1971: 257]. И описание самой речевой практики СМИ в целом, естественно, далеко выходит за пределы одного из стилей традиционной функциональной стилистики. Напрашивается вывод о том, что «следует выделить, наряду с типом книжных и типом разговорных стилей, особый уровень функционально-стилевой дифференциации – тип массово-коммуникативных стилей» [там же: 259].

Даже если учесть отличие сегодняшней, гораздо более развитой, терминологической системы стилистики от той, что была 40 лет назад, то все равно обращает на себя внимание одно принципиальное замечание, суть которого состоит в том, что, кроме традиционно выделяемых стилей, у стилистики есть и другие объекты, достойные внимания, – «массово-коммуникативные стили». Предельно четко тезис о множественности объектов стилистической науки В.Г.Костомаров сформулирует уже через несколько десятилетий в другой своей монографии – «Наш язык в действии». Автор говорит о стилистике как о «науке, которая сегодня никак не сводима к изучению одного четко определенного объекта, который можно было бы назвать стилем» [Костомаров 2005: 14].

Именно данный подход к описанию стилистических качеств речи, сформированный

В.Г.Костомаровым, представляется нам наиболее соответствующим специфике речевого массива СМИ. Укажем на некоторые наиболее важные стилистические явления, еще требующие своего исследования.

Одна из наиболее глобальных проблем – проблема взаимодействия устной и письменной разновидностей функционирующей здесь, в системе СМИ, речи. На поверхности лежит количественный параметр: удельный вес устной речи становится все выше. Мы становимся обществом, в котором все больше слушают и смотрят и все меньше читают. Такое состояние речевой практики общества складывается под влиянием главным образом двух факторов.

Во-первых развитие техники достигло такого уровня, который позволяет оперировать с устной речью так же легко, как и с письменной. Устную речь легко хранить, редактировать, к любому фрагменту устной речи легко получить доступ в любое удобное для потребителя время. Достаточно свободно, без особых затруднений можно составить библиотеку из устных текстов. Современные технические средства позволяют аудитории потреблять речевую продукцию СМИ в условиях, когда одинаково легко доступны письменный и устный варианты текста. Укажем в качестве примера на существование политического комментария в устном и письменном виде на сайте Russia.ru. Так, политические комментарии Леонида Полякова мы можем и слушать, и читать одновременно (см., например: Поляков Л. Глобальный замес Обамы: Программы: Дискурс: 2.10.2009 // RUSSIA.RU [сайт]. URL: http://www.russia.ru/video/diskurs_4733/ [дата обращения: 04.10.2009]).

Во-вторых, стремление к устному варианту текста, если таковой имеется, обусловлено тем обстоятельством, что именно устная речь является естественной формой существования речи, полноценной и органической реализацией языковой системы в коммуникативном взаимодействии. Наше сознание формируется с момента рождения в среде устной многоканальной речи, где роль невербальных компонентов чрезвычайно велика. Именно поэтому требуется специальное обучение письменной речи в школе.

Естественно, что в ситуации выбора (газета или телепрограмма) потребитель предпочитает устный текст. А в целом ряде случаев устный текст вообще является едва ли не единственно возможной полноценной формой существования текста. Так обстоит, например, дело с текстами, в которых происходит реализация различных форм проявления комического начала. Фельетон и памфлет ушли из газеты на телевидение именно потому, что там, в атмосфере многоканальной

речи, они нашли форму существования, наиболее соответствующую их природе: видеоряд, интонация не могут получить адекватной замены в письменном тексте.

Усилившееся влияние устной стихии подводит нас к тому, чтобы задать целый ряд вопросов в порядке постановки отдельных проблем. Так, например, хотелось бы получить ответ на вопрос, связано ли увеличение числа коротких текстов в печатных изданиях некоторого типа (например, в молодежных изданиях) с влиянием устной формы общения? Можно ли утверждать, что даже те печатные тексты, которые не рассчитаны на устное воспроизведение, начинают все больше ориентироваться на лексико-грамматические характеристики текстов, которые на устное воспроизведение рассчитаны?

Чрезвычайно интересной представляется проблема разговорного начала в речевой практике СМИ. Традиционно анализ данной проблемы сводится к изучению использования в текстах СМИ разговорных слов и конструкций. На самом деле явление разговорности носит гораздо более масштабный характер, и проблема разговорности в СМИ несомненно должна быть отнесена к числу фундаментальных.

Разговорность в речевой практике СМИ следует понимать как использование в массовой коммуникации основных концептуальных начал той системы речевого поведения, которая сложилась в сфере повседневных бытовых отношений.

Основа разговорности – это характер отношений между участниками коммуникативного акта. Речевое поведение на основе концепции разговорности предполагает неофициальные, личные отношения, эмоционально-чувственную включенность в коммуникативный акт. Подобного рода характер отношений делает возможным появление в СМИ таких стратегий и тактик речевого поведения, которые в советское время казались неприемлемыми и просто невозможными. С одной стороны, это ссора, скандал, оскорбления, обвинения, упреки. С другой стороны, это установка на языковую игру, доверительность, шутку, снисходительность, в разумной степени готовность принять несовершенство мира.

Если в традиционных книжных текстах в том или ином виде в большей или меньшей степени рассуждение зиждется на формальной логике, то разговорность апеллирует к здравому смыслу – «совокупности общепринятых, часто неосознанных способов объяснения и оценки наблюдаемых явлений внешнего и внутреннего мира» [Краткий психологический словарь 1985: 102 – 103]. Как следствие, в разговорности больше

предрасположенности к повествованию, когда мир объясняется через рассказ об этом мире.

Разговорность предполагает и свою специфику формирования информационного потока, новостного текста. Если мышление в рамках книжной концепции речевого поведения апеллирует к книжным источникам информации, то разговорность ориентирована на неофициальный информационный поток. Активно используются слухи (в том числе и сплетни), авторы ссылаются на такой аналог характеристики, как репутация. Тексты, исполненные на основе концепции разговорности, наполнены указаниями на элементы неофициального информационного потока: *кто-то что-то сказал, услышал; кто-то кем-то слышит; говорят, что; не секрет, что; есть предположение, что; объявил, что; разоткрылся, по словам NN* и т. п.

Разговорность может характеризоваться такими отдельными характеристиками речевого поведения, как фамильярность, нарочитая, показная грубость, резкость суждений и оценок. Она может проявляться в особых способах номинации лица, в частности в использовании кличек, домашних имен.

Разговорность характеризуется и наличием в своей системной организации письменной составляющей: надписи в общественных местах, низовая реклама, бытовое письмо.

Современные СМИ используют концепцию разговорности по-разному. Она может стать стилеобразующей идеей издания, и в этом случае возникает издание бульварного типа. Она может лежать в основе телевизионной передачи или индивидуальной речевой манеры телеведущего («Пусть говорят» с Андреем Малаховым), может стать основой речевого поведения политика в СМИ (В. В. Жириновский).

Все сказанное о разговорности позволяет нам сделать вывод о том, что проблема разговорности в СМИ не сводится к проблеме взаимодействия разговорного стиля с публицистическим стилем. Эта проблема вообще, сама по себе, описывается в другой системе координат – две концепции речевого поведения, книжность и разговорность, противопоставленные друг другу и спроецированные в речевую практику СМИ.

При таком взгляде очень непростым выглядит и отношение речевой практики СМИ к речевой практике общества в целом. С одной стороны, речевая деятельность СМИ – это часть речевой деятельности общества в целом. В традиционной формулировке это положение выглядит так: публицистический стиль – один из пяти основных функциональных стилей русской речи. С другой стороны, речевая практика СМИ вмещает в себя речевой опыт общества в целом и здесь можно

найти разновидности речи, соотносимые с другими функциональными стилями.

Своеобразие речевого массива СМИ обусловлено еще двумя важными коренными функциональными особенностями СМИ.

Во-первых, средства массовой информации являются не только производителями речи, но и трансляторами такой речевой продукции, которая изначально создавалась для других целей. Эта иная речевая продукция может оставаться нетронутой, но может и адаптироваться к потребностям массовой аудитории. Возьмем, например, ситуацию, когда экономист пишет для газеты статью по одной из финансовых проблем, а затем отдел рерайта редактирует ее в соответствии со стилевой концепцией издания.

Во-вторых, в речевую деятельность средств массовой информации оказываются вовлеченными лица, которые не являются профессионалами речи и приходят в речевую практику СМИ со своим речевым опытом. Такие коммуникативные ситуации возникают постоянно и в большом количестве. Обыкновенные телезрители принимают участие в различных ток-шоу. Перед аудиторией принимают участие в беседах и дискуссиях приглашенные в различные телепередачи известные ученые, политики, артисты.

Стилистические свойства речи, которые обусловлены этими и другими условиями порождения речи, разнородны и не вмещаются в рамки категориальной системы функциональной стилистики.

Своеобразными выглядят применительно к речевой практике СМИ и проблемы культуры речи. Укажем на одно обстоятельство, поясняющее суть дела. Функциональное предназначение СМИ заключается не столько в информировании аудитории, сколько в воздействии на эту аудиторию в направлении, нужном для той идеологической системы, которой принадлежит то или иное издание. Не случайно СМИ раньше обозначались аббревиатурой СМПИ – средства массовой информации и пропаганды. Да и сам характер подача информации тоже подчинен идеологическим потребностям [Левин 1974: 245-247]. Тогда возникает вопрос: как соотносить функциональную предназначенность СМИ, и в особенности способы ее реализации, с представлениями о русском речевом идеале, который отличается «сочетанием следующих признаков: диалогичность по содержанию, гармонизирующий характер, положительная онтологичность» [Михальская 1996: 186] – и предполагает реализацию таких этических и эстетических категорий, как кротость, смирение, хвала, безмолвие, умиротворение, правда, ритмичность, мерность и умеренность [там же].

Ответы на эти и другие вопросы существуют, но они непросты и неочевидны. Все сказанное говорит о том, что в случае с речевой практикой СМИ мы имеем дело с уникальным речевым объектом, для изучения которого требуется свой подход, своя категориальная система, соответствующая его специфике. Создание теории речевой практики СМИ – одна из наиболее важных задач, стоящих сейчас перед стилистикой.

Список литературы

Кожина М.Н. О речевой системности научного стиля сравнительно с некоторыми другими. Пермь, 1972.

Кожина М.Н. О специфике художественной и научной речи в аспекте функциональной стилистики. Пермь, 1966.

Кожина М.Н. Стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2003. С. 510.

Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., 2005.

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., 1971.

Краткий психологический словарь. М., 1985.

Левин Ю.И. О семиотике лжи // Материалы Всесоюзного симпозиума по вторичным моделирующим системам. Тарту, 1974. С. 245-247.

Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. М., 1996.

Салимовский В.А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст). Пермь, 2002.

STYLISTIC PHENOMENA IN MASS MEDIA LANGUAGE

Vladimir I. Konkov

**Professor of Speech Activity Theory
And Mass Media Language Department
The Faculty of Journalism
St. Petersburg State University**

The present article investigates stylistic approaches to mass media language practice, characterizes the most urgent questions related to the sphere. The special emphasis of the paper is on the problem of colloquiality. Colloquiality here is regarded as the usage of language behavior conception of conversational style of speech in mass media language practice.

Key words: language of mass media; speech style; colloquiality; speech culture; ideologic speech.