

УДК 81' 373

ББК 81.032

X 12

Хабекирова З.С.

Кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Адыгейского государственного университета, e-mail: habekirov@yandex.ru

Адзинова Ф.С.

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков Адыгейского государственного университета, e-mail: plaza07@list.ru

«Интеллектуальная стилистика» на страницах качественной прессы *(Рецензирована)*

Аннотация:

Рассматриваются приемы непрямой коммуникации, обращение к которым обусловлено не только главной установкой публицистических текстов – интенцией убеждения, но и категорией адресата. Цель работы заключается в исследовании стилистических особенностей качественной прессы, которая освещает общественно значимые проблемы. С помощью метода дискурс-анализа отписывается специфика использования стилистических приемов, особенно характерных для качественной прессы: метафоры, иронии, намека. Отмечается, что успешная реализация интенции убеждения, которая заметно проявляется в аналитических текстах, определяется эффективным взаимодействием между автором и целевой аудиторией, способной выступать в качестве коммуникативного партнера и поддерживать интеллектуальную игру благодаря своей образованности и компетентности. Широкое распространение метафоры, иронии и намека в публицистических материалах российской качественной прессы объясняется тем, что эти стилистические приемы направлены на выражение имплицитной оценки, не вызывающей отторжения с психологической точки зрения. Делается вывод о том, что тенденция к формированию «интеллектуальной стилистики», заметно отличающая качественную прессу от периодических изданий иного типа, активно способствует усложнению современного медийного дискурса.

Ключевые слова:

Ирония, интеллектуализация, метафора, намек, непрямая коммуникация, прием, публицистический.

Khabekirova Z.S.

Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Languages Department, Adyghe State University, e-mail: habekirov@yandex.ru

Adzinova F.S.

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of Foreign Languages Department, Adyghe State University, e-mail: plaza07@list.ru

«Intellectual stylistics» on pages of the qualitative press

Abstract:

The paper examines the methods of indirect communication, the use of which is due to not only the main principle of publicistic texts, namely: intension of persuasion, but also to the category of the addressee. The work focuses upon research of stylistic features of the

qualitative press which covers socially significant problems. Using a method of the discourse analysis we describe specifics of use of stylistic devices, characteristic of the qualitative press: metaphors, irony and hint. Successful implementation of intension of persuasion, which is pronounced in the analytical texts, is defined by effective interaction between the author and target audience capable to act as the communicative partner and to support intellectual game thanks to the education and competence. A wide circulation of the metaphor, irony and hint in publicistic materials of the Russian qualitative press is explained by the fact that these stylistic devices are focused on expression of the implicit assessment which is not causing rejection from the psychological point of view. The conclusion is drawn that the tendency to formation of «intellectual stylistics», conspicuously distinguishing the qualitative press from periodicals of other type, strongly promotes complication of the modern media discourse.

Keywords:

Irony, intellectualization, metaphor, hint, indirect communication, device, journalism.

В результате стилистической трансформации, обусловленной размежеванием российской прессы на качественные /массовые/бульварные издания, современный медиадискурс представляет собой сложное образование, состоящее из публицистического, информационного и развлекательного субдискурсов. По мнению Н.И. Клушиной, субдискурсы, функционирующие в медийном пространстве, «различаются своей интенциональностью, коммуникативными стратегиями и тактиками порождения текстов, а также перлокутивным эффектом, направленным на адресата. Журналистская практика рассчитана на самые широкие слои населения, на массового адресата. Тем не менее массовость не означает однородность аудитории» [1: 101].

С точки зрения особенностей целевой аудитории качественная пресса кардинальным образом отличается от «желтой», поскольку она ориентирована на адресата, который предпочитает не инфотеймент, а вдумчивое аналитическое чтение. Если желтая пресса пропагандирует идеологию развлечения, то качественная пресса, преимущественно содержащая материалы публицистического характера, информирует и просвещает. Именно качественная пресса, прежде всего, обеспечивает медиатизацию современной культуры, поскольку в материалах, наполненных общественно значимым содержанием, функция «репрезентации публично-

сти проявляется особенно заметно» [2].

Успешная реализация интенции убеждения во многом зависит от эффективного взаимодействия между адресантом и адресатом. Учитывая то, что целевая аудитория качественной прессы большей частью состоит из образованных, компетентных читателей, психологически не приемлющих прямого давления, авторы публицистических материалов, посвященных актуальным проблемам политической, экономической и культурной жизни, нередко используют приемы не прямой коммуникации и, таким образом, способствуют проявлению тенденции к интеллектуализации языка.

Приемы не прямой коммуникации, направленные на имплицитное интеллектуальное воздействие, требуют от адресата активной работы мысли и потому могут быть названы приемами «интеллектуальной стилистики». «В случае НК (непрямой коммуникации - З.Х.) главной отличительной особенностью коммуникации является множественность интерпретации, осложненная мыслительная деятельность адресата речи и, как следствие, расширение (часто очень значительное) продуцируемого, результирующего содержания» [3: 192]. Поэтому приемы не прямой коммуникации относятся к особому виду прагматического воздействия, позволяющему достичь заданного перлокутивного эффекта только при условии «сотрудничества» с адресатом,

который способен декодировать сообщение и поддержать интеллектуальную игру.

По наблюдениям М.А. Кормилицыной, исследующей активные процессы в языке современной прессы, «сигналами не прямой коммуникации, как правило, являются прецедентные феномены, тропы (метафора, метонимия, ирония), явления языковой игры, различные косвенные речевые жанры» [4: 307]. Косвенные речевые жанры в СМИ становятся предметом особого внимания, так как в последние годы интерес к жанрам речи значительно возрос (В.Е. Гольдин, В.В. Дементьев, К.Ф. Седов, Т.В. Шмелева и др.),

Термин «косвенный речевой жанр» был предложен В.В. Дементьевым, который, разрабатывая теорию не прямой коммуникации, считает необходимым отделить это понятие от понятия «косвенный речевой акт»: косвенный речевой жанр, по его мнению, «имеет количественно и качественно более сложную природу и соотносится с ситуацией, событием, текстом» [3: 260]. В то же время данные понятия сближаются вследствие того, что в основе каждого из них – небуквальное выражение смысла.

Одним из распространенных приемов не прямой коммуникации между автором и читателем качественной прессы является намек, который представляет собой дискурсивное образование, программированное говорящим «как имеющее место динамическое колебание между возможностями буквальной и косвенной интерпретации» [5: 42]. Наблюдения показывают, что намек, который интригует читателя, может содержаться не только в самом тексте, но и его заглавии:

«Светлый путь» - 2

Губернатор Мень обвиняет НТВ в подрыве позитивного имиджа Ивановской области (Нов.газ.26.07.2012).

Благодаря обращению к приему не прямой коммуникации заголовок критической статьи становится насыщенным не только с семантической точки зрения, но и стилистической, поскольку приемы,

обуславливающие формирование «интеллектуальной стилистики», часто вступают в отношения стилистической конвергенции, иными словами, намек может сопровождаться аллюзией, метафора – иронией и т.п.

В вышеприведенном заглавии, с одной стороны, обнаруживается название популярного советского фильма *«Светлый путь»*, посвященного девушке из провинции, которая, приехав в подмосковный город, делает успешную карьеру и получает высокую награду - орден Ленина. С другой стороны, *светлый путь* – это и ироническая метафора, лингвистической основой которой стало название телевизионного проекта «Луч света», где в роли телеведущей пребывает непосредственная, но весьма необразованная Света Курицына из Иваново.

Путь, по которому идет жертва ТВ, вполне мог бы стать и светлым, продемонстрируй она хотя бы наметки тех качеств, что вывели в люди прославленных киногероинь. <...> Попаля Света Курицына как кур в ощиц: там осуждают, здесь глумятся. И ждут ее в конце недолгого «светлого пути» не прекрасный принц и даже не орден Ленина, а унылая бухгалтерия и насмешки жестокосердных соседей (Нов.газ.26.07.2012).

Популярность косвенного речевого жанра – намека, который выступает в качестве эффективного способа не прямого информирования, обусловлена тем, что, будучи стилистическим приемом, он в то же время служит выражению авторской позиции и оценки. Намек, содержащий, как правило, негативную оценку позволяет автору оставаться в рамках дозволенного, не нарушая нормы ни речевой, ни нравственной культуры:

Женщины и дети лейтенанта Шмидта.

ТВ в своей низости не знает границ (Нов.газ. 22.04.2015).

Небуквальное выражение авторской интенции, направленной на критику теле-

визионных ток-шоу, не признающих профессиональных и этических табу, раскрывается не только в содержании основного текста, но структурной организации материала, которая свидетельствует о том, что автор стремится быть адекватно понятым читателем. Многие статьи в интернет-версиях печатных периодических изданий – нередко имеют ссылку на другую, тематически связанную статью, заглавие которой прямо информирует читателя о содержании. Так, с текстом, заглавие которого намекает на прецедентную ситуацию, возникшую благодаря сатирическому произведению И.Ильфа и Е.Петрова, сближается текст статьи под названием *«Женщины Немцова - новое средство борьбы с оппозицией»*. Таким образом, прагматические ожидания читателя оказываются отчасти сформированными еще до знакомства с материалом, информационным поводом написания которого послужили телевизионные передачи, невольно заставившие вспомнить героев романа, выдававших себя за «сыновей» знаменитого лейтенанта Шмидта с целью вымогательства:

Сериал «Женщины и дети Немцова» набирает обороты, и недели не проходит, чтобы какая-нибудь его «тайная фаворитка» не вышла бы из тени и не предъявила миру «второго Боря», а также права на наследство «Бори первого». Каналы «Россия» и НТВ словно составили график поочередного появления этих «тайных фавориток» в своем эфире (Нов.газ. 22.04.2015).

Заглавие материала – явная ирония, в основе которой лежит крылатое выражение, являющееся иносказательным обозначением аферистов и мошенников. Тонкая скрытая насмешка постепенно переходит в прямое обличение в самом тексте, где автор дает прямую оценку участникам и постановщикам сериала *«Женщины и дети Б.Немцова»* - рейтингового ток-шоу, рассчитанного на праздную публику:

Нет предела низости телевизион-

ных мародеров – и вот уже еще один выпуск «Новых русских сенсаций» на НТВ манит зрителей <... >.

Авторская метафора *телевизионные мародеры*, в семантической структуре которой на первый план выдвигаются эмоционально-оценочные коннотации, максимально точно характеризует телевизионщиков, *вытаскивающих из всех щелей бесстыдных, продающих память якобы любимого человека особ, которым надо урвать свое здесь и сейчас – такие эфиры во всех смыслах дорого стоят* (Нов.газ. 22.04.2015).

Как показывает анализ, немаловажную роль в реализации тенденции к интеллектуализации языка российской качественной прессы играют кавычки, которые являются для адресата сигналом усложнения смысла, локализованном либо в высказывании, либо в более крупном отрезке речи. В современной газетной публицистике кавычки, привлекающие внимание читателя, также становится знаком, указывающим на то, что в данном фрагменте текста содержится отрицательная оценка, и чаще всего ироническая:

<...> Разумеется, отрицательная селекция в культуре началась не сегодня и не вчера, а примерно в 20-е годы, когда к штыку приравняли перо, а культуру к политике. На заре советской власти ее часто путали с культурностью. Кто моет руки перед едой - тот верный помощник партии. Но уже во второй половине 30-х умытых и одетых «помощников» призывали учиться грамотной речи (Нов.газ. 30.07.2013).

Заключенное в кавычки слово *помощник* приобретает дополнительные семантические оттенки, которые обуславливают появление отрицательной оценочной коннотации. Неожиданно резкая смена оценочной окраски обуславливает иронический контекст, подчеркивающий контраст между подлинной культурой и мнимой. В ироническом контексте оказываются и раскавыченная цитата из стихот-

ворения В.В. Маяковского «*Я хочу, чтоб к штыку приравняли перо*», которая в речевой практике общества выступает как образное представление социальной роли литературы, и трансформированная цитата, намекающая на советские плакаты 1920-х годов «*Умыл руки - сделал правильно*».

Ирония относится к числу приемов не прямой коммуникации, способствующих раскрытию творческой индивидуальности автора, удовлетворяя его эстетическое чувство» [6: 120]. В данном случае ирония, которую специалисты оценивают как своего рода интеллектуальную эмоцию, отвечает запросам и целевой аудитории. По мнению исследователей, качественная пресса рассчитана на интеллек-

туальную элиту общества, предъявляющую высокие требования к деятельности СМИ, среди которых особую важность приобретает креативное использование стилистических ресурсов языка. «Иными словами - предлагаемые СМИ информационные продукты должны иметь в том числе эстетическое стилистическое оформление» [1: 102].

«Интеллектуальная стилистика» на страницах качественной прессы, способствующая усложнению медийного дискурса, отражает профессиональное мастерство авторов, которые выстраивают коммуникацию со «своим» читателем, апеллируя к его культурным ценностям стилистической компетенции.

Примечания:

1. Клушина Н.И. Трансформация стилистических и типологических характеристик российского медиадискурса новейшего времени // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 98-107.
2. Luhmann N. Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdt. Verl., 1996.
3. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация. М.: Гнозис, 2006. 560 с.
4. Кормилицына М.А. Активные процессы в языке современной российской прессы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Сер. Филология. 2011. Вып. 6. С. 304-308.
5. Качалова Н.А. Намек как элемент речевого акта и речевого жанра // Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика. 2009. Вып 3. С. 39-43.
6. Ляпун С.В. Ирония в газетной публицистике конца XX - начала XXI веков // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2011. Вып 1 (41). С. 118-124.

References:

1. Klushina N.I. Transformation of stylistic and typological characteristics of the Russian media discourse of the latest time // Ecology of language and communicative practice. 2013. No. 1. P. 98-107.
2. Luhmann N. Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdt. Verl., 1996.
3. Dementyev V.V. Indirect communication. M.: Gnozis, 2006. 560 pp.
4. Kormilitsyna M.A. Active processes in the modern Russian press language // Bulletin of Nizhny Novgorod University of N.I. Lobachevsky. Ser. Philology. 2011. Iss. 6. P. 304-308.
5. Kachalova N.A. Allusion as an element of a speech act and speech genre // News of Saratov university. Ser. Philology. Journalism. 2009. Iss. 3. P. 39-43.
6. Lyapun S.V. Irony in newspaper publicism of the end of the XX and the beginning of the XXI centuries // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. Maikop, 2011. Iss. 1 (41). P. 118-124.