

М. П. Смирнова

ФАМИЛЬЯРНАЯ ТОНАЛЬНОСТЬ В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ТАБЛОИДНЫХ ИЗДАНИЙ

Рассматривается экспрессивно-стилевое своеобразие таблоидных изданий. Определяется психоэмоциональная доминанта указанного типа прессы — фамильярная тональность, выявляются типичные способы ее выражения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: таблоидные издания, тональность, оценочность, стиль.

Процессы, происходящие в русском языке на рубеже XX—XXI вв., свидетельствуют о динамике развития языка СМИ, об углублении стилевой дифференциации их продукции. Постсоветская действительность формирует издания нового типа, созданные на основе стилеобразующих концепций, которые отсутствовали в практике советских СМИ. Общее снижение стиля массовой печати, утрата литературно-нормативной чистоты, расшатывание нормы, целесообразная приспособляемость нормы к социальным условиям ситуации общения [см. об этом: Валгина, 2003, 5] привели к разделению современных СМИ на публицистику качественную и массовую. В российской печати новыми по стилевой концепции стали бульварные газеты и журналы. Массовая публицистика, часто именуемая бульварной, или желтой, в современной лингвистике получила терминологическую номинацию *табл о и д н о й п р е с с ы*. Таблоидная пресса выделяется как особый тип текстов публицистического стиля на основе общности выполняемой ими функции — функции развлечения [см.: Монастырская, 2003, 4]. Важной чертой содержания текстов таблоидного стиля является внедрение в частную сферу жизни фигурантов описываемых событий [см.: Рязанова-Кларк, 1998, 75—77]. Обычно сфера общественной деятельности, которую обслуживает публицистический стиль, — это сфера политико-идеологических, экономических и культурных общественных отношений. В качестве соответствующей основы таблоидного стиля следует назвать обыденную форму сознания, сферу повседневного, непринужденного, неофициального общения. Об этом свидетельствует характер тех фрагментов действительности, которые описываются в таблоидах. Журналистов желтой прессы интересуют подробности личной жизни людей (чаще всего публичных личностей). При этом объекты описания персонифицированы и названы открыто. На периферию восприятия отодвигается их репутация и общественно значимая деятельность. Фамильярное проникновение в пространство личной жизни известных людей и публичное обсуждение представленных в нем интимных обстоятельств демонстрирует нарушение принятых прежде этических норм. Журналист занят поиском таких ситуаций, в которых герои с подачи пишущего предстают как обжоры, пьяницы, трусы, болтуны, лентяи и т. п. Одним словом, на страницах таблоидных изданий реализуется модель поведения обывателя — целевого читателя массовой публицистики.

Ориентация на сферу быта определяет стилевой характер бульварной прессы, создает определенную экспрессивно-стилевую модель издания. Одним из наиболее

значимых стилеобразующих признаков, обладающих высокой степенью воздействия на характер речи, является **тональность текста**. Цель настоящей статьи — определить особенности выражения и семантического наполнения категории тональности в таблоидной публицистике на материале таких популярных изданий, как «Желтая газета» (ЖГ), «Жизнь», «Окна», «Экспресс-газета» (ЭГ), «Cool», «Bravo», «АиФ-Суперзвезды», «Мегаполис-экспресс» (МЭ).

Тональность речи — категория, отражающая психологическую установку автора, — относится к понятийному полю субъективной модальности. Проблематика, связанная с проявлением субъективного начала в речевой деятельности, рассматривается в широком спектре разнообразных направлений лингвистики, что отражено в работах Н. Д. Арутюновой, Ш. Балли, В. В. Виноградова, Е. М. Вольф, М. В. Всеволодовой, И. Р. Гальперина, М. В. Ляпон, Т. В. Маркеловой, Т. В. Матвеевой и др.

Основу модальности как языковой категории составляет категория оценки [см.: Ляпон, 1971]. Авторская оценка отображаемого, речевого партнера, ситуации общения или самого себя может носить логический и сверхлогический (эмоциональный) характер. Эмоционально-экспрессивное содержание речи отграничивается от рациональной (интеллектуальной, понятийной) оценки и рассматривается как категория тональности, являющаяся частным проявлением субъективной (текстовой) модальности [см.: Матвеева, 1990, 29]. Тональность как эмоционально-волевая установка автора может быть направлена на предмет речи, адресата, ситуацию общения.

По отношению к адресату типовым, универсальным для публицистического стиля является тон непринужденности и дружелюбия, тон собеседования с читателем. Интонация непринужденной речи в современной публицистике конструируется активным включением разговорных рефлексов различных уровней языка, использованием приемов «риторической категории разговорности» [Кормилицына, 2007, 276]. Эффект «прямого» живого общения также обеспечивается имитацией диалогичности в монологических публицистических текстах. Данные черты как выразители «глобальной авторизации» в сфере субъекта газетного дискурса характерны для всей современной прессы (см. об этом, например, работы Ю. А. Бельчикова, С. И. Виноградова, И. П. Лысаковой, Г. Ю. Никипорец-Тикигава, Г. Я. Солганика, Т. И. Стексовой, Т. И. Суриковой, Н. С. Шатравко, U. Kantorczyk и др.).

Специфика тонального оформления таблоидных текстов определяется повышенной степенью близости участников газетной коммуникации: авторы таблоидных текстов стремятся максимально сократить дистанцию с читателем. Как правило, тон непринужденности и дружелюбия, характерный для публицистического стиля, в таблоидной прессе подменяется **фамильярным тоном** общения с читателем, который проявляется в преувеличенной и неуместной непринужденности, развязности, бесцеремонности. Одним из выразителей фамильярной тональности является небрежность произношения. В таблоидных изданиях имитируется «устная фактура» [см.: Осетрова, 2006, 269] текста: *Не понимал, дурак, что фильм снимался **черт-те** когда и актриса старше меня лет на двадцать* (АиФ-Суперзвезды, 2007, № 29); предпринимаются попытки передать в печатном тексте фонетическую редуцированность: ***Драсьте!*** (Bravo, 2006, № 17).

Необоснованно преувеличенная близость к адресату поддерживается специальными приемами, активно вырабатываемыми в прессе таблоидного типа. Оговорим-

ся, что в данной работе не рассматриваются разговорные рефлексы словообразовательного и лексического уровней языка, которые характерны для всей современной прессы. Такие сигналы разговорности, особенно лексического уровня, весьма полно описаны в работах, посвященных современной газетной публицистике. Обратимся к приемам, характерным прежде всего для таблоидных изданий.

Для сокращения дистанции с читателем авторы таблоидных текстов используют специфический арсенал актуализаторов внимания. Наиболее частотными из них являются прямые обращения к читателю, имитирующие непосредственное участие читателя в коммуникации: *Могу поспорить, вы больше чем уверены, что Сильвестр Сталлоне стллся, растолстел и состарился* (Bravo, 2007, № 4); *Фанаты, ну у вас и шуточки!* (Cool, 2005, № 7); императивные конструкции: *Слушайте во все уши!* (Bravo, 2005, № 3).

Эффект непосредственного общения с читателем в таблоидной прессе обеспечивается обилием вопросительных конструкций, обращенных к конкретному читателю: *Вам знакомы такие люди, которые никогда не захлопывают свое хлебало? Да еще руками активно машут, когда рассказывают что-нибудь? Они вас запаривают?* (Bravo, 2006, № 17). Нередко посредством вопросительных конструкций автор активизирует позицию читателя как компетентного собеседника: *Третье место для нее — явно не предел. Можно и повыше, как вы считаете?* (Окна, 2006, № 12); *Не слишком красиво со стороны бой-френда, не правда ли?* (Bravo, 2006, № 17).

К сигналам разговорности, которые также обладают контактоустанавливающим, «сближающим» потенциалом, относятся парцеллированные конструкции: *Так что когда Шеннен ушел, все плакали. От счастья* (Bravo, 2006, № 17); особый способ введения прямой речи с помощью частицы: *Он даже прислал в «Реал» письмо, в котором утверждает свои права на спину Бекхема. Типа: «после того, как я нарисовал на ней ангела, она Дэвиду больше не принадлежит»* (Cool, 2006, № 1); констатирующие высказывания с незамещенными смысловыми позициями: *С такими запросами их бы запереть в желтом доме и кормить невкусными таблетками. Но нет!* (ЖГ, 2006, № 12); конструкция родительного количественного: *Народищу — не развернуться!* (ЭГ, 2007, № 24); инверсия: *Толпа бывает после концерта, подогретая драйвом* (Bravo, 2006, № 12).

Сближение с живой речью обеспечивается активностью фраз с постоянными конструктивными элементами: *Шутки ради они позвонили Алене домой* (ЭГ, 2007, № 15); фраз-предикатов с эмоционально-экспрессивными частицами: *Вот шуму-то было!* (ЖГ, 2007, № 12).

Имитация неподготовленной устной речи в письменных текстах таблоидных изданий поддерживается разрывающими тематическую цепочку текста резкими ассоциативными переходами: *Аллу это растрогало — она вспомнила, что ее отец тоже был очень хозяйственным человеком: мог и посуду помыть, и гвоздь забить. Кстати, раньше у Аллы Борисовны была личная повариха Лена, но теперь она живет на даче в Истре* (Жизнь, 2007, № 28).

Особую значимость при установлении контакта со «своей» аудиторией в таблоидной публицистике приобретают специфические способы изложения информации, которые не апеллируют к интеллектуальной деятельности и не требуют от читателя широкой эрудиции, больших фоновых знаний. Массовые издания пользуются преце-

дентами, отсылающими к клише массовой культуры, что соответствует культурному уровню современного массового читателя, который «плохо знаком со сферой культуры, не идентифицирует многие цитаты, не знает истории, не помнит классиков русской литературы» [Коньков, 2004, 76—77]. Так, для таблоидных изданий характерно использование штампов советского периода: *коммунист Виктор Анпилов бросился к классовому врагу, встал с ним плечом к плечу и подхватил песню с полуслова, подчеркнув тем самым общее с капиталистом пионерское прошлое, тщетно кричал он идеологическому врагу* (ЭГ, 2007, № 9); трансформация общеизвестных прецедентных единиц: *Добрые люди в думе перевелись* (ЖГ, 2007, № 39).

Отдельных замечаний требует такой прием сближения газетного текста с бытовым, неофициальным, как открытая опора на слухи как на важный источник информации. Традиционной, естественной средой существования слухов является бытовая сфера общения [см.: Осетрова, 2006, 268—269; Почепцов, 2002, 284]. Таблоидные тексты изобилуют «слуховыми» фрагментами: *Во всяком случае именно такие слухи ходят в столичной рекламной тусовке* (МЭ, 2003, № 10); *По слухам, у ростовских путан в моду входят надписи «Янки не обслуживаются!»* (МЭ, 2003, № 24); *В коридорах бродят слухи, что после закрытия передачи «Короткие встречи» она, мать-одиночка, изнывая от безденежья, вынуждена подрабатывать фитнесом в одном из оздоровительных клубов* (МЭ, 2005, 04). Частотными показателями «слухового» канала коммуникации в таблоидной прессе являются неопределенно-личные формы предиката: *Поговаривают, что Анжелина согласилась подарить Питу еще одного ребенка* (Жизнь, 2007, № 12); *У нее всегда было много парней, причем всегда — завидные женихи, как говорят* (Жизнь, 2007, № 28 февр.). «Неопределенно-личная форма речевого предиката... эксплицирует слуховой модус, поскольку субъект-источник не назван» [Осетрова, 2006, 271]. О «тотальном присутствии слухов» [Осетрова, 2007а, 192] в таблоидной прессе свидетельствуют заголовки статей: *Борис Галкин: «В театре пустили слух, что я — стукач»* (Аиф-Суперзвезды, 2007, февр.); названия рубрик: *Слухи недели* (Cool).

Важным свойством рассматриваемого в «слуховом» канале объекта оказывается сенсационность. Именно благодаря «особым свойствам рассматриваемого объекта — его актуальности и сенсационности соответственно» — слухи отвечают информационному интересу массовой аудитории [Осетрова, 2007б, 49]. Многие события, представленные в таблоидном типе прессы, квалифицируются авторами как сенсационные. На восприятие исключительной информации читательскую аудиторию настраивают в первую очередь заголовки статей: *Секс-скандал: Мисс Вселенная проводила страстные вечера с президентом Путиным* (ЭГ, 2006, 14); названия рубрик и комментарии к фотографиям: *Скандалы недели* (ЖГ), *Скандал в семье звезды* (ЖГ, 2007, 12).

Внутри текстов исключительность событий/ситуаций подчеркивается лексемами, имеющими в значении сему необычности: *Главной причиной трагедии стало то, что Виталий Коваль влюбился в другую* (Жизнь, 2005, 06); *Так, Леонид Ярмольник рассказывал Александру и Екатерине Стриженовым и Юлию Гусману пикантные подробности с юбилея Георгия Данелия* (Жизнь, 2005, 30), *Курьезом закончилось открытие нового кинотеатра в Новосибирске для Никиты Михалкова* (Жизнь, 2006, 13); *В прошлом году отличился Леонид Парфенов* (ЖГ, 2006, 12. 97.). Этот же эффект поддерживают синтаксические и лексические единицы с семантикой неожидан-

ности: *Оказывается, у бывшего полпреда президента есть джип «хаммер», которому цена — что квартира в центре Москвы* (Жизнь, 2005, 27); *Это неожиданно оказалось откровением* (Жизнь, 2003, 1); *Татьяна Миткова даже сюрприз умудрилась устроить!* (ЖГ, 2005, 49).

Тональность панибратского общения с читателем в таблоидных текстах поддерживается спецификой предмета речи. Таблоидный тип прессы, так же как и разговорная речь, характеризуется бытовой, обиходной тематикой [см.: Земская, 1973, 12; Кожина, 1982, 117]. Таблоиды концентрируют внимание читателей именно на частной стороне жизни публичных личностей: *Мария Шукшина воюет с соседями* (ЭГ, 2005, 5); *Они русские! Плазма: ...В пьяной компании артисты почти всегда изображают набравшихся девушек... Драки между Максимом и Романом случаются редко, но обязательно по веской причине* (Bravo, 2003, 1); *Мама Нади из «Виа Гры» довела ее ребенка до грыжи* (ЭГ, 2004, 9).

В таблоидных изданиях также отчетливо проявляется специфика эмоционально-волевой установки автора по отношению к персонажам текста. В традиционной публицистике базовая тональность непринужденности и доброжелательности к читателю не мешает проявлению самых разнообразных чувств по отношению к предмету речи. Тон по отношению к предмету речи в публицистике обусловлен ситуативно и зависит от объекта описания. В таблоидной прессе диапазон возможных тональностей сужен. Базовая психологическая доминанта — фамильярность — распространяется в таблоидной прессе и на персонажей текстов, осложняясь дополнительной семантикой тона — иронией. Фамильярно-ироническое отношение к фигурантам описываемых событий во многом определяется содержательным своеобразием данного типа текстов. Таблоидная журналистика, как и публицистика вообще, чаще предпочитает действовать через факт. «Сюжетно-фактическое обеспечение тональности следует поставить на первое место как чрезвычайно разработанное в публицистике» [Матвеева, 1990, 97]. Авторами текстов желтой прессы отбираются такие факты, которые сами по себе формируют определенное тональностное восприятие.

Ироническая тональность, направленная на персонажей таблоидных текстов, чаще всего широко известных, популярных людей, детерминирует негативную оценочность, что ведет к снижению их облика, позволяет включить персонажей таблоидных текстов в «свой» круг. «При этом адресант иронии не только не пытается сократить дистанцию с адресатом, но, скорее, ставит себя на позицию выше» [Балашов, 2006, 10]. Такое снижение облика «звезд» в таблоидной прессе поддерживает открытая демонстрация амикошонского отношения автора к своим героям. Подобное отношение подчеркивается непосредственными обращениями к персонажам таблоидных текстов: *Так держать, чувак!*; неоправданным выбором «домашнего» имени: *Бритнюха* (Бритни Спирс), *Филя* (Филипп Киркоров); сниженными характеристиками: *В интервью выглядит нормальным парнем, но по телеку — дурак-дураком!* (АиФ-Суперзвезды, 2006, 10) и сниженными номинациями действий и состояний: *Но его бывшая упала как снег на голову — пришла, и он ее принял, хотя и всячески поливал грязью* (Жизнь, 2006, 11); *Она ведь совсем никакущая!* (Жизнь, 2007, 03); *И тут знакомые приехали — сказали, что видели Ильинского пьяного вдрызг* (Жизнь, 2005, 3).

Подведем итоги. Ключевой психоэмоциональной составляющей таблоидной разновидности публицистического стиля, ее текстообразующей категорией является

ф а м и л ь я р н а я т о н а л ь н о с т ь. Демонстрация фамилярной близости с читателем позволяет таблоидным изданиям установить контакт со «своей» аудиторией.

Сужение спектра возможных тональностей по отношению к фигурантам описываемых событий упрощает восприятие таблоидных текстов. Таблоиды предлагают читательской аудитории категоризовать всех персонажей только с одной позиции — с позиции иронического осмеяния.

Открытая демонстрация фамилярно-иронического отношения автора к персонажам таблоидных текстов, с одной стороны, позволяет снизить образ «звезды», с другой — поднимает читателя в его собственных глазах, льстит ему. Несложные приемы актуализации иронических смыслов позволяют массовому читателю без особых интеллектуальных усилий принять позицию автора. В конечном счете тональность, направленная на персонажей таблоидных текстов, способствует разжиганию читательского интереса, а значит, так же как и тональность, направленная на читателя, обладает определенным контактоустанавливающим потенциалом.

Подчеркнутая экспликация панибратского отношения автора как к читателю, так и к персонажам текста поддерживается бытовой информационной наполненностью таблоидной прессы. Язык таблоидной прессы сближается с языком повседневной межличностной коммуникации. В такой языковой среде стилистически сниженные единицы не создают разностиля, характерного для современной качественной публицистики. Тематическое своеобразие таблоидной прессы исключает конфликт высокой патетики содержания, острой социальной проблематики с разговорными или нелитературными единицами и обуславливает использование комплекса соответствующих специальных речевых приемов, определяющих организацию всего текста.

Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. М., 2003.

Балашов С. Н. Когнитивная природа иронии: парадигма моделей в сопоставительном описании : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2006.

Земская Е. А. Русская разговорная речь. М., 1973.

Кожина М. Н. Стилистика русского языка. М., 1983.

Коньков В. И., Потсар А. Н., Сметанина С. И. Язык СМИ : современное состояние и тенденции развития // Современ. рус. речь: состояние и функционирование. СПб, 2004.

Кормилицына М. А. Разговорность как реализация стратегии близости к адресату в современной прессе / Язык в движении : к 70-летию Л. П. Крысина. М., 2007.

Ляпон М. В. К вопросу о языковой специфике модальности // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. 1971. Т. 30, № 3.

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск. 1990.

Монастырская А. А. Таблоидная пресса в России (1990—2000) : дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2003.

Осетрова Е. В. Текстовая и коммуникативная природа слухов : Current Issues in the Study and Teaching of Russian Language and Culture: International Forum on Research, Theories, and Best Practices // ACTR/Russ. Lang. J. Publ. Washington. 2007a. Oct.

Осетрова Е. В. (б) Причина, цель и функции использования слухов в масс-медиа // Язык. Дискурс. Текст : материалы III Междунар. науч. конф. Ростов н/Д, 2007б.

Осетрова Е. В. Слухи в печатных изданиях: новая фактура и субъективный контекст // Изменяющаяся Россия: новые парадигмы и новые решения в лингвистике : материалы I Междунар. науч. конф. (Кемерово, 29—31 авг. 2006 г.) : в 4 ч. Ч. 3. Кемерово, 2006.

Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., 1999.

Рязанова-Кларк Л. Элементы таблоидного стиля в языке российской посткоммунистической прессы : (на материале криминальной хроники) // Русистика. 1998. № 1—2.

Kantorczyk. U. О языке прессы в переломные времена // Рус. яз.: исторические судьбы и современность: тр. и материалы. Междунар. конгр. исследователей рус. яз. МГУ, 13—16 марта 2001 г. М., 2001.

Статья поступила в редакцию 27.06.2008 г.

Д. О. Морозов

СЕЧЕНИЕ СЛОВ В АВАНГАРДНОЙ ПОЭЗИИ («ДЕТИ В САДУ» ГЕНРИХА САПГИРА)

Статья посвящена новому способу графического словообразования — сечению слов, употребляющемуся в поэзии Г. В. Сапгира. Рассматриваются лексико-грамматические особенности графодериватов, частные разновидности сечения, демонстрируется генетическая связь приема с сокращением слов в письменной речи, описываются способы игрового использования приема.

Ключевые слова: Г. Сапгир, авангардная поэзия, графодериваты, окказионализмы.

Сечение — один из способов буквенно-звуковой деформации слова, применяемой в русской авангардной поэзии XX в., обозначающий «опускание частей слов» [Шраер, 2004, 45]. Термин «сечение», использованный М. Д. Шраером, кажется более предпочтительным, чем и без того уже многозначное понятие усечения; такие же термины, как аферезис, синкопа и апокопа, во-первых, не покрывают всех возможных случаев, во-вторых, обозначают различные виды одного явления как самостоятельные приемы. Прием этот был известен уже русским футуристам (ср. у А. Е. Крученых: *Нефтеточивый / Нефте... / Ефте! / Рчив...* [Крученых, 2001, 111]), теоретическое обоснование получил в «трактатах» А. Е. Крученых [см., например: Васильев, 1995, 27; Суховой, 2004]). Однако футуристы больше внимания уделяли «оригинальной» неологизации, созданию новых слов на базе морфем и фонем, чем изменению слов существующих, и высокую частотность сечение приобрело только в поэтических произведениях авторов второй половины двадцатого столетия, в первую очередь Г. В. Сапгира и А. А. Вознесенского. Материалом для данной статьи послужили тексты первого из названных стихотворцев, вошедшие в книгу «Дети в саду» [Сапгир, 2004]. Как будет показано ниже, Г. В. Сапгир деформирует словоформы не стихийно, а следуя определенной логике, его сечению свойственна систематичность (в противоположность случайности у футуристов). В статье делается попытка описать частные разновидности сечения, а также производимый на читателя эстетический эффект и способы игрового использования приема.

Сам Г. В. Сапгир в одном из писем так характеризовал стихи, составившие книгу «Дети в саду»: «все слова в них то разорваны, то пропущены, то осталась половинка» [цит. по: Шраер, 2004, 50]. В проанализированных текстах из 1671 слова (включая и