
ЛИНГВИСТИКА И МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЯЗЫКОВ

*Г. А. Авдеева (г. Нижний Тагил)
Нижнетагильский государственный
социально-педагогический институт (филиал) РГППУ*

Языковые особенности современной публицистики: на материале текстов В. Костикова

В статье рассматриваются основные стилистические тенденции в современной публицистике и их отражение в текстах В. Костикова. Анализируется использование языковых средств различных уровней, в том числе специальных выразительных средств. В качестве наиболее частотных тропов и фигур выделяются метафора, антитеза, ирония, вопросно-ответная форма изложения, риторические вопросы и другие экспрессивные конструкции синтаксиса; отмечается активное обыгрывание различных видов прецедентных феноменов.

Ключевые слова: публицистический стиль, выразительные средства языка, тропы, фигуры, прецедентные феномены

Известно, что публицистический стиль в ряду книжных стилей занимает особое место, поскольку выполняет две основные функции одновременно: информационную и воздействующую. Именно воздействующая функция обуславливает активное использование в данном стиле разнообразных выразительных средств. Исследователи обращают внимание на то, что на современную (постсоветскую) публицистику значительное влияние оказала разговорная речь и внелитературные элементы, прежде всего жаргонная лексика [3, с. 365–366]. Отмечается активное обращение авторов к разнообразным прецедентным феноменам, особенно к прецедентным текстам, причем не столько в каноническом виде, сколько в трансформированном. Особенно часто этот прием используется в заголовках публикаций, что позволяет привлечь внимание читателя. «Важной чертой выражения диалогичности в современных публицистических текстах является возросшая частота использования деформации прецедентных текстов с помощью приемов цитирования, аллюзий, реминисценций, ссылок, парафраз, пародий, которые вызывают у читателя дополнительные ассоциации» [3, с. 368]. Отмечается также ироничность современной публицистики, расширение использования языковой игры как средства усиления экспрессии речи [3, с. 371–372]. О стилистических изменениях в языке современных СМИ см. также [1].

Материалом для данной статьи послужили публицистические тексты одного автора – В. Костикова, опубликованные в одном из популярных изданий «Аргументы и факты» (2012–2016 гг.). Цель статьи – проанализировать, какие языковые средства активно используются автором и насколько в данных текстах проявляются особенности языка современной публицистики.

Для публицистических текстов характерно использование книжной, в том числе общественно-политической лексики, что мы обнаруживаем и в публикациях В. Костикова: *пропагандистская акция, пропагандистская политика, коррупция, ядерный потенциал, инфляция, демократы, бундестаг, капитализм, социализм* и др. Современная публицистика активно прибегает и к разговорной лексике: *слукавить, доходчиво, по матушке (России)* и др. Значительная часть лексики, как правило, обладает эмоциональной окраской и оценочностью: *«паспортина»* (с отсылкой к известному стихотворению Маяковского), *пригрезилось, махина, ряженный (тов. Сталин), сгноивший миллионы россиян в концентрационных лагерях, опереточный Гитлер* и т. п.

Активно используются слова в переносных значениях – метафорических и метонимических: *В театрализованном формате Британия показала миру, что она была и остается одним из центров мировой цивилизации* (общегазетная метафора и метонимия: *Британия показала*); *фундамент своей истории, траектория нашего движения* и т. п. Об использовании различных видов тропов речь в статье пойдет дальше.

Следует отметить употребление слов с суффиксами субъективной оценки как средства выражения иронии: *...можем ли мы предьявить миру что-нибудь новенькое*; использование форм суперлатива в экспрессивной функции: *Это была крупнейшая в истории олимпийского движения пропагандистская акция Великобритании*. Характерно для публицистического стиля и использование окказионализмов: *Ё-мобилисты, национал-предатели*.

Используются как личные формы глаголов (в основном в обобщенном значении), так и безличные конструкции: *Ответов на вопросы, которые выявили бы траекторию нашего движения, ни власть, ни политологи, ни население не знают. Или боятся сказать; Хотелось бы верить, что у России найдутся и другие символы*.

Из синтаксических средств, характерных для публицистического стиля, безусловно, следует отметить обилие *вопросительных предложений*. Большая часть из них носит риторический характер: *Но сколько веков можно трясти на мировых рынках бородой Льва Толстого, пенсне А. Чехова или душевными изгибами Ф. Достоевского? Какая дорога у нас ведет к храму? По какой улице власть ведет народ в завтрашний день? По проспекту Сахарова или по улице Войкова? А какой у нас строй?* («Утро в сосновом лесу» АиФ. 2012. № 32) и т. п. Часть вопросительных конструкций, в том числе и риторических, организует вопросно-ответный характер текстов, что характерно для публицистического стиля и жанра аналитической статьи. «Если журналисту необходимо представить результаты своего анализа и убедить читателей в правильности выводов, постановкой вопроса он стимулирует

свою мыслительную деятельность, обращая же вопросы к читателям, будит их мысль... В современных газетах журналист не утверждает, не насаждает готовые истины, как это чаще всего было в прежней газете, а вместе с читателями вырабатывает общее с ними мнение об объекте» [3, с. 367]. Подобный способ изложения мы видим в анализируемых текстах: автор задает вопрос, на который пытается найти ответ, как бы вместе с читателем, но не всегда может это сделать.

Характерно для статей В. Костикова использование конструкций разговорного характера, что также отражает общие стилистические тенденции современной публицистики: «Современным массовым газетам свойственна стихия разговорной речи... Это выражается в использовании не только разговорной лексики..., но и оборотов речи и конструкций разговорного синтаксиса» [3, с. 356]. В частности, в анализируемых текстах представлены неполные предложения (контекстуальные): «Таков в мире наш образ. (Здесь присутствует и инверсия.) И его надо менять. *Можно начать с Сочи*». (Полный вариант: «Можно начать менять наш образ в мире с олимпиады в Сочи»).

Используется также такая разговорная экспрессивная конструкция синтаксиса, как парцелляция: *Словом, в Сочи «нужна победа». Если не спортивная, то пропагандистская...; Ответов на вопросы, которые выявили бы траекторию нашего движения, ни власть, ни политологи, ни население не знают. Или боятся сказать*.

Тексты В. Костикова насыщены различными **тропами**, в первую очередь *метафорами*, что также в целом характерно для публицистического стиля, причем не только общегазетными (*фундамент своей истории, траектория нашего движения*), но и индивидуальными: *...реанимировать олимпийского мишку, понятно, нельзя; Кто мы... обремененная тоталитарным грузом машина, которая, может быть, и хочет, но никак не может включить первую скорость?* «Автомобильная» метафора усилена эпитетом *тоталитарный (груз)*. Она подчеркивает необходимость включения всех резервов российского государства для преодоления современной ситуации, неопределенного своего положения.

Для В. Костикова характерны и развернутые метафоры. Так, например, в публикации «Молчание Герасима» (АиФ. 2013. № 1–2 (9 янв.)), размышляя о патриотизме, Костиков обращается к своеобразной «кухонной» метафоре, которая вынесена даже в один из подзаголовков – «Бульон от КГБ»: «Вопрос не в том, быть патриотизму или не быть, а в том, каким он должен быть, *по какому рецепту его готовить*». «Люди старшего поколения хорошо помнят вкус патриотического бульона, который варили в идеологическом отделе ЦК КПСС, в ЦК комсомола или на *спецкухне* на Лубянке... Для... завсегдаев Интернета *наваристый бульон* от тов. Жданова, Суслова и Андропова слишком тяжел. Нужны более тонкие рецепты. Но какие?» «Кухонная» метафора, безусловно, носит иронический характер. Но при этом обыгрывается и переносное разговорное выражение «получать, иметь бульон от чего-нибудь», которое означает «получать, иметь выгоду, барыш» [2, с. 60]. По

сути, Костиков имеет в виду «корыстный патриотизм», о котором дальше и пишет: «...патриотическое славословие используется властью, чиновниками и полицией в корыстных целях».

Многочисленны и примеры антитезы: *...что для России хорошо, а что пагубно. Если не спортивная, то пропагандистская (победа)* (в данном случае антитеза построена на использовании контекстуальных антонимов). *По какой улице власть ведет народ в завтрашний день? По проспекту Сахарова или по улице Войкова?* и др.

Часто В. Костиков прибегает и к иронии, которая особенно характерна для современных СМИ (см. подробнее: [1, с. 667–668]). Ирония выражается посредством приема «закавычивания»: «С помощью телевидения россияне с удовольствием выискивают «язвы» западного образа жизни», «гордость за «державу», «советская демократия»; а также за счет использования сниженной лексики: «у нас патриот тот... кто длиннее плюнет в сторону Вашингтона, сделает козью морду Лондону», сниженных метафор (законодательный сенокос), окказиональных образований (телеговоруны, Ё-мобилисты), употребления имен собственных как нарицательных (рабочие уралвагонзаводов, сусловы) и других средств.

Особо следует отметить обращение автора к **прецедентным высказываниям, текстам**: лозунг времен Хрущева «Догнать и перегнать США», *Какая дорога у нас ведет к храму?*; а также **прецедентным именам**: Сталин, Ленин, К. Маркс, Гитлер, Толстой, Чехов и др. Используется прямая цитация. Чаще всего цитируются художественные тексты или песенные. Так, например, цитируется известная песня Окуджавы: «Одна на всех. Мы за ценой не постоим». Интересна отсылка в статье «Утро в сосновом лесу» (АиФ. 2012. № 32) к известному произведению изобразительного искусства – картине Шишкина «Утро в сосновом лесу»: и в заголовке, и в коллаже, и в тексте самой публикации (в заключении). Эта отсылка создает и своеобразную *кольцевую композицию* текста: заголовок «Утро в сосновом лесу» обыгрывается в финале статьи. Автор описывает свой сон, в котором в глухом шишкинском лесу ряженые медведи пилят и грызут Большую Газовую Трубу с известным логотипом, которая как будто выбрана символом грядущей Олимпиады в Сочи. Большая Газовая Труба – это символ России, которая паразитирует на своих ресурсах и не задумывается о будущем, утратила высокие ориентиры и не может определиться со своей идеологией.

Показательно обращение к крылатому выражению «прорубить окно в Европу» («установить экономические, политические, культурные и другие связи с Европой»). Это выражение обыгрывается Костиковым неоднократно: в публикации 2012 года (№ 32, 08.08.2012): «Из Западной Европы, в которую прорубал окно Петр I, Россия с точки зрения демократических ценностей все очевиднее сползает в сторону Азии»; в названии статьи «Когда нам снова откроют Европу?» (№ 11, 16.03.2016), а также в финальной части публикации 2015 года (№ 47, 18.11.2015): «России не следует нервничать. Прежде чем бить европейский фарфор и заколачивать окна, нужно прагматично

взвесить, что нам дороже: наследие *Петра I* или наследие *Александра III*». В последнем случае отсылка к крылатому выражению подчеркивает идею вредности изоляции России от Европы. Интересно и противопоставление фигур Петра I и Александра III, по-видимому, как царя-реформатора и царя-консерватора.

Таким образом, мы видим в текстах В. Костикова яркие приметы современного публицистического стиля: нарочитую иронию, обилие вопросительных, а также экспрессивных синтаксических конструкций, активное обращение к прецедентным феноменам. В качестве излюбленных автором приемов можно отметить: метафору, антитезу, вопросно-ответную форму изложения, риторические вопросы, активное обыгрывание различных видов прецедентных феноменов: имен как реальных исторических деятелей (Ленин, Сталин и др.), так и литературных персонажей (Обломовы, Безуховы и др.), прецедентных текстов («Дядя Ваня» Чехова и др.), высказываний («Умом Россию не понять...», «За державу не обидно» и др.), в том числе поговорок («Российские власти взялись за поиск соринки в европейском глазу»). Автор также активно использует прямое цитирование. В этом мы видим проявление такого важного качества современной публицистики, как диалогичность (см. [3, с. 367–368]).

Вопросно-ответная форма изложения отражает авторскую рефлексию, активизирует мышление читателя. При этом автор редко дает однозначные ответы, что, в частности, проявляется и в использовании умолчаний. И, конечно же, тексты В. Костикова очень эмоциональны, содержат различные языковые средства выражения оценки. Сниженная лексика также используется автором, что отражает общую тенденцию современных СМИ к стилистической «раскрепощенности речи в сторону *снижения стиля*», свидетельствует об «экспансии» разговорной речи [1, с. 668]. Но при этом на фоне всеобщей жаргонизации и вульгаризации языка современных СМИ мы можем отметить некоторую «эмоциональную толерантность» В. Костикова, большую сдержанность в использовании грубой оценочной лексики.

Мы можем констатировать, что тексты В. Костикова отражают стилистические тенденции, характерные для современной публицистики. Но при этом они обладают индивидуальными особенностями, характерными для стиля данного автора. «Стилистика реализации воздействующей функции становится более разнообразной, раскованной, индивидуализированной. Теперь почти каждая газета имеет свое лицо, а каждый журналист стремится к проявлению своего авторского Я, своего стиля» [3, с. 365]. Так, например, при обращении к прецедентным феноменам (общей стилевой тенденции) Костиков проявляет авторское «Я». Эти обращения никогда не носят формального характера, а связаны с содержанием текста. Кроме того, для данного автора характерно обращение к литературным источникам, историческим фактам, что обусловлено эрудицией публициста.

Примечания

1. Дускаева Л. Р. Языково-стилистические изменения в современных СМИ // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 664–675.
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: АЗЪ, 1995. 928 с.
3. Стилистика русского языка: учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. М.: Флинта: Наука, 2008. 464 с.

Е. П. Белкина (г. Сыктывкар)

Сыктывкарский государственный университет им. П. Сорокина

Проектное задание на факультативе по английскому языку в неязыковом вузе

В статье изложена идея проектной работы на факультативных занятиях по английскому языку со студентами, изучающими маркетинг. Предлагается конкретный продукт в виде интерактивной игры-викторины. Кратко описано содержание занятий.

Ключевые слова: факультатив по английскому языку, проект, продукт проектной работы, неязыковой вуз, игра-викторина

Студенты нашего вуза направления «Менеджмент», профиль «Маркетинг» изучают английский язык, в том числе на факультативных занятиях в шестом семестре (60 часов). Во время занятий в предыдущем семестре студенты читали в оригинале работы основоположника науки маркетинг Филиппа Котлера, выполняли задания на аудирование из курса “The Market Leader”, познакомились с фрагментами художественных произведений современных британских и американских писателей, изучали сложные грамматические явления (например, эмфатические конструкции), рассказывали на английском языке о своих курсовых работах, выполняли перевод научных статей по заказу преподавателей кафедры маркетинга. Группа была весьма малочисленной (4 человека) в силу загруженности студентов и необязательности получения зачета по факультативному предмету.

В своих статьях мы уже делились идеями об использовании активных методов работы на факультативных занятиях по английскому языку для будущих маркетологов. Так, в прошлом учебном году студенты организовали и провели профессионально-ориентированную дискуссию на английском языке [1]. Иногда студенты расходятся во мнении, какую именно проектную работу им хотелось бы выполнять, поэтому приходится предоставлять студентам возможность выбирать разнохарактерные творческие задания [2]. В предыдущем семестре мы также попытались внедрить элементы метода учебного проекта при работе в малых группах, результатом чего стало создание двух игровых викторин.