

(«Правда» 13.08.45).

Используются разработанные в конце 1930-х гг. способы характеристики врага, такие как именованья его *военщиной*, указания на его связь с Германией и фашизмом. Применение таких способов, знакомых адресату, объясняется желанием использовать достижения и опыт пропаганды предшествующих времен: «*Надо раз и навсегда покончить с японской военщиной*» («Правда» 9.08.45); «*Разгром японской фашистской военщины – великая победа свободолюбивых народов*»; «*Япония – это государство фашизированных империалистов*» («Правда» 25.08.45); «*Японский агрессор полностью разделит участь разгромленной и поставленной на колени гитлеровской Германии*» («Правда» 10.08.45).

С этой же целью используется лексема *самурай*, характеризующая японцев, удачно найденная советской пропагандой в конце 1930-х гг.: «*Все горят одним желанием – получить и выполнить новое боевое задание – нанести самураям еще более сокрушительный удар*» («Правда» 10.08.45); «*Сейчас, обрушивая свои удары на головы японских самураев, тихоокеанцы показывают, что их труды не пропали даром*» («Правда» 12.08.45).

Активно используются зоологические образы: «*Красная Армия и войска союзников сделали великое дело, поставив на колени японского хищника*»; «*Бурят-монгольский народ знает звериную повадку японского агрессора*» («Правда» 24.08.45). Вообще следует отметить, что советская пропаганда в этот период гораздо менее эмоционально характеризует японцев, чем в период боев у Хасана – теперь она не позволяет себе называть их *сволочью*, *гадами* или *крысами*.

Снова встречается мысль о противопоставленности японского народа японским же властям: «*Японские правящие круги не считаются с интересами японского народа*» («Правда» 9.08.45), но, как и раньше, мы не видим здесь указаний на активную позицию японского народа или освободительного пафоса по отношению к японцам. Так что и теперь образ японца выглядит достаточно цельно, в отличие от образов финна или поляка.

Знакомая идея психической неполноценности врага в этот период эксплуатируется не столь активно, но все же присутствует в описательных метафорических конструкциях: «*Красная Армия наденет смирительную рубашку на злобную японскую военщину*» («Правда» 10.08.45) – в данном контексте указывается скорее не интеллектуальная несостоятельность врага, а его активность, которую важно было подчеркнуть, учитывая то, что активной стороной в этот период на самом деле являлся Советский Союз.

Таким образом, мы видим, что в образе японца периода Квантунской операции августа 1945 г. сохраняются многие черты образа времен боев у Хасана 1938 г, но все же этот образ несколько видоизменяется. Такое изменение вызвано, в первую очередь, стремлением оправдать превентивные меры по отношению к Японии со стороны Советского Союза: 1) снова подчеркивается агрессивная сущность врага, по

отношению к нему применяется характеристика военщина, а также агрессор, захватчик, империалист, поджигатель войны; 2) исчезают указания на неподготовленность противника к войне, т.к. в этот период важно подчеркнуть агрессивные устремления японцев при отсутствии в реальности военной активности с их стороны – ведущей установкой становится мысль о том, что, хотя Япония не воюет с Советским Союзом, но готова к такой войне и может начать ее в любой момент; 3) при помощи определения вероломный по отношению к японцу проводится та же мысль – враг в любой момент может начать боевые действия, значит нужно опередить его; 4) криминальная сущность действий врага выражается в лексеме разбойник и однокоренных с ней; 5) проводится однозначная связь японцев с фашистским движением и Германией, которые к тому времени должны были восприниматься особенно негативно; 6) одним из средств обозначения японца становится лексема самурай, актуализирующая сразу три негативно воспринимаемых аспекта образа врага – принадлежность к другой национальности, принадлежность к чуждому классу и природную агрессивность противника и к тому же хорошо знакомая адресату. 7) резко снижается эмоциональность характеристик врага по сравнению с концом 1930-х гг.

Теперь мы можем проследить эволюцию образа японца в период 1918-1945 гг. Неизменной его чертой становится агрессивность врага-японца, воспринимаемая как органическая, неотъемлемая черта характера и криминальная сущность его действий. В конце 1930-х гг. появляется ранее не использовавшаяся лексема *самурай*. Образ японца 1945 г. сближается с образом 1918-1922 гг. по признаку разобщенности его по социальному признаку (однако эта разобщенность выражена не так явно, как, напр., в образах поляка и финна). Знакомая по образам других врагов идея безумия актуализируется достаточно четко только в период пограничных конфликтов конца 1930-х гг. По признаку неготовности к войне объединяются образы японца периода интервенции 1918-1922 гг. и конца 1930-х гг., тогда как в 1945 г. эта идея исчезает. Идея несправедливости претензий врага объединяет образы 1939 и 1918-1922 гг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бартминский, Е., Языковые стереотипы // Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. М. 2005.
Бои у Хасана. Партийно-политическая работа в боевой обстановке. М. 1939. // <http://militera.lib/ru/h/hasan/>
Большая Советская Энциклопедия. М. 1935-1940
Лешан, Л., Психология войны. М. 2004.
Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. проф. Д. Н. Ушакова. М., 1935-1940

© Костылев Ю.С., 2007

Симон А.А.
Москва, Россия

«БОЛЬШЕ ДЕМОКРАТИИ –

БОЛЬШЕ СОЦИАЛИЗМА»: ЯЗЫК ЖУРНАЛЬНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ ПЕРИОДА ПЕРЕСТРОЙКИ

Abstract

The author focuses upon the language of press discourse in the perestroika period, to be more exact of "Nash Sovremennik" and "Ogonyok" issues. The author tries to prove that modern style of journalism develops gradually and slowly involving a collision of opposite tendencies. There are no grounds to presume that this evolution of post soviet press discourse has been completed. In this article perestroika mass media discourse is treated as a rapidly developing system based upon a variety of styles and techniques.

История перестройки (1985-1991) со всеми ее общественно-политическими перипетиями и новыми идеями дает современным исследователям русского языка возможность пронаблюдать в развитии редкую и весьма интересную ситуацию активной языковой трансформации.

Сегодня судить об изменениях, происшедших в языке, можно главным образом на примере публицистики. Провозглашение гласности и отход от цензуры заметно изменили стилистический облик большинства советских изданий. Изначально склонные подражать стилю поведения главы государства, журналисты переняли у М.С. Горбачёва манеру неподготовленной и неофициальной свободной речи. Язык прессы, прежде нарочито казённый, намеренно неконкретный, постепенно стал приобретать яркую и эмоциональную окраску, т.е. начал в значительно большей степени, чем раньше, соответствовать параметрам публицистического стиля.

Однако, как это всегда бывает в переходный период, изменения происходили не в одночасье. Один из известных лозунгов того времени – «Больше демократии – больше социализма». В нем можно усмотреть как идейное и речевое новаторство, так и тяготение к советскому «новоязу», – оба свойства были присущи эпохе в равной мере.

Доминирование того или иного стиля на страницах газет и журналов зависело от характера каждого конкретного периодического издания. Журналы официальных партийных или государственных организаций с трудом отходили от привычного, вырабатывавшегося десятилетиями языка советских средств массовой информации и пропаганды. Напр., журнал «Наш современник» – официальный печатный орган Союза писателей РСФСР – в разгар перестройки, в 1988 г., с точки зрения стиля всё ещё напоминал типичный образец риторики советского «новояза».

Здесь сохранилась установка на обезличенность журналистского материала. Очень редко автор текста говорит о себе «я», чаще заменяя его на «мы»: «*Однако эффективными эти меры, как мы полагаем, будут лишь после коренной перестройки управления водопользованием*», «*Почему мы не вводим анонимное лечение..?*». В первом случае журналист употребляет «мы» вместо «я», снимая с себя личную ответственность, распределяя её между членами некоторого ав-

торского коллектива (сходно с употреблением научного «мы»). Во втором примере – типичное для советской печати «мы» сопричастности, объединяющее весь народ в единую массу.

Кроме того, в качестве заменителей авторского «я» используются безличные синтаксические конструкции: *известно, что...; выходит...; тревожит...; нужно; необходимо; не обязательно; следует отметить; надо сказать* и т.д. Публицистический текст превращается в сплошную прописную истину, которую все, кто считает себя входящим в советское «мы», принимают как объективную реальность.

Статьи «Нашего современника» изобилуют штампами-советизмами, используемыми без переосмысления. В результате речь, с одной стороны, становится идеологически поляризованной, а с другой – теряет оригинальность, обнаруживает принадлежность к советской традиции, которая в то время вызывает негативную реакцию и даже неприятие у значительной части читательской аудитории. Среди наиболее ярких и часто встречающихся советизмов можно выделить такие слова и словосочетания: *линия партии, взять курс на..., рубежи нашей страны, маяки и ориентиры, базис и надстройка, отозваться на призыв, творческая переключка, святой ленинский завет, рабочий класс, удовлетворение нужд трудового народа, подвергаться (справедливой) критике, разукруплять, политиканство, литературные спекулянты и приспособленцы, братская Болгария (союзная республика), русская советская литература*.

Характерно для данного журнала и использование призывных восклицательных предложений. Частое риторическое применение лозунгов в печати отмечалось А.М. Селищевым как характерная черта постреволюционного русского языка уже через десять лет после Октября. Как видим, этот приём актуален и для 80-х гг.: «*Трезвость – оружие революции*», «*Всем – добро пожаловать на древнюю Новгородскую землю!*».

К «формулам» советской публицистики можно отнести также обязательное упоминание всех официальных званий героя материала, если таковые у него имеются: «*Писателю Анатолию Степановичу Иванову, Герою Социалистического Труда, лауреату Государственных премий СССР и РСФСР, других литературных премий, секретарю правления СП СССР, главному редактору журнала «Молодая гвардия» – 60 лет...*» – с таких слов начинается статья. И лишь после этого говорится, что Иванов – автор всенародно известных романов «Тени исчезают в полдень», «Вечный зов» (думается, для читателя это должно было иметь большее значение).

Ещё одна «формула» – обязательная ссылка на Полное собрание сочинений В.И. Ленина или К. Маркса и Ф. Энгельса при цитировании их высказываний. Именно из таких мелких деталей и состоит канон советской журналистики, который, как мы увидим позже, оказалось далеко не просто изжить.

Из новой и актуализированной лексики (ле-

рестройка, демократия, гласность и т.д.) журнал «Наш современник» активно использует слово *перестройка* как наиболее отвечающее традициям советской политической номинации, в то время как лексическим символом либеральных журналов стала *демократия*.

Язык обновляющейся публицистики рассмотрим на примере материалов журнала «Огонёк», который на протяжении всего периода перестройки был своего рода символом свободной и устремленной в демократическое будущее прессы.

В целом стиль «Огонька» 1988 г. характеризуется стремлением к максимальной доступности языка, а также к отказу от объективности тона в пользу открытости авторской позиции и, соответственно, яркой стилистической окрашенности текста. В журналистские материалы проникает множество разговорных и просторечных выражений: *«Новое явление? Ой ли? Давайте покопаемся в памяти. Я не припомню случая, чтобы в южных аэропортах даже 20 лет назад можно было бы взять государственное такси, таксисты наотрез отказывались, а частники тут как тут»* или *«Отрицаловка и сочувствующая им часть работяг...»*.

Одновременно происходит активизация использования научных терминов (в основном, из области экономики), прежде встречавшихся лишь в специальной литературе. В годы перестройки массовому читателю пришлось осваивать не только азы политики и экономики, но и соответствующую терминологию. В «Огоньке», в частности, упоминаются *мировой кинопрокатный рынок, инфраструктура, демократизация, правовое государство, внеэкономическое принуждение, прецедент, конъюнктура, налогообложение, инфляция*.

В связи с тем что новая для языка публицистики лексика относится к разным стилистическим пластам, возникает эффект стилистического смещения: *«Мы спокойно относимся к прощелье-доставале, нас не смущает уникальная способность «доставать» дефицитную колбасу или строителей для срочного ремонта, не удивляет купленная по дешёвке дублёрка на бывшей генеральше, мы воспринимаем без протеста, чуть ли не как должное, все эти несуразности бюрократизированного рынка»*.

Использование стилистически сниженной лексики – один из приёмов, с помощью которых выражалась активная авторская позиция и сокращалась дистанция «журналист-читатель». «Вместо официального, застёгнутого на все пуговицы журналиста, говорящего от имени партии, явился автор, говорящий от своего имени, частный человек, автор-собеседник», – замечает Г.Я. Солганик [2004: 4].

В статьях журналистов «Огонька» стало активно использоваться авторское «я» («я убеждён»; «на мой взгляд»; «я бы тут посмотрел пошире»). Иногда это «я» намеренно акцентируется, подменяя «мы» в устойчивой конструкции. Напр., задавая вопрос в интервью американскому писателю Джону Апдайку, корреспондент

«Огонька» Артём Боровик употребляет выражение «в моей стране». Для американца это звучит обыкновенно (in my country), но для советского человека такого выражения не существовало вовсе. Ставшее штампом словосочетание «в нашей стране» имеет в основе понятие коллективности – краеугольный камень советской идеологии. Таким образом, говоря «в моей стране», журналист демонстрирует способность к новому индивидуалистическому мышлению.

Как жанр публицистики интервью наиболее ярко отразило изменения, происходившие в языке СМИ [Земская 1996]. На пример, вряд ли в тексте интервью доперестроечного журнала можно было бы встретить подобную реплику журналиста: *«Я тем не менее сам для себя решил: факт «бессмертия», не подверженный никаким конъюнктурам, важнее чистки, ценнее прецедента закрытия»*. Здесь и авторское «я», и термины (*конъюнктура, прецедент*), и разговорная лексика (*чистка*).

Изменяется и композиция интервью. Речь журналиста, задающего вопрос, теперь вполне может превышать по объёму ответ героя. Редакторы стараются сохранить не только информативную составляющую беседы, но и её стилистические особенности.

Интервью отходит от советского типа «вопросника-анкеты», становится эмоциональным, причём как со стороны собеседника, так и со стороны журналиста. Читатель видит настоящий разговор двух людей, от начала и до конца, причём иногда в тексте остаются даже «рабочие» фразы журналиста, напр.: *«Похоже, что здесь тема для будущей беседы. То есть делаю заявку на разговор о воспитании, которого мы сегодня почти не касались. Можно ли рассчитать?»*. Собеседник, председатель Государственного комитета СССР по народному образованию, соглашается, и этим заканчивается интервью. С информационной точки зрения совершенно не обязательно сохранять для печати эти реплики, но для читателя такое доверие со стороны журналистов, впусивших его «за кулисы» своей работы, должно означать многое.

Диалог, к которому неоднократно призывал в своих выступлениях М.С. Горбачев, становится одним из ключевых приёмов обновляющейся публицистики. На страницах журнала постоянно публикуются не только интервью, но и письма в редакцию. Даже внутри монологического журналистского текста возникают элементы диалога: авторы «Огонька» часто используют риторические вопросы, приводят различные точки зрения, стремясь обеспечить так называемый «плюрализм мнений».

Итак, анализ журнальных публикаций периода перестройки позволяет обнаружить две коммуникативные модели. С одной стороны – советская публицистика на основе «новояза», с другой – стремящийся к стилистическому разнообразию и диалогичности обновляющийся язык демократической прессы. Безусловно, эти две системы не могли существовать, не взаи-

модействуя друг с другом.

Периодически на страницах обоих журналов встречается явно ироническое, пародийное воспроизведение стилистических особенностей изданий другого типа. Суть данного явления в том, что выражение, употреблённое в «идеологически чуждой» ему обстановке, приобретает яркую стилистическую окраску, естественно негативную.

Напр., в «Огоньке» № 29 за 1988 год помещен отзыв о поэтическом сборнике «Молодая российская поэма». Изначально авторами рецензии задаётся иронический тон, и в этом же ключе прочитывается следующая фраза: *«Главный принцип объединения авторов под одной обложкой не их молодость... не эпичность их дарования... главный принцип – идейная чистота и непримиримость к вездесущему врагу. Где только его не находят авторы сборника!»*. «Идейная чистота и непримиримость к вездесущему врагу» – выражение для «Огонька» совсем не характерное, но употребляемое теми, кого высмеивают авторы статьи. Сочетание несёт явный отпечаток «новояза» и приобретает в данной ситуации негативную окраску.

«Наш современник» отвечает тем же: использует терминологию, наиболее характерную для издания-оппонента. *«По существу, ту же «демократическую» и «новаторскую» позицию занимает журнал Юность»*. С помощью кавычек авторы материала ставят под сомнение оправданность применения этих терминов по отношению к указанному изданию, параллельно высмеивая слишком активное употребление данных слов в «прогрессивной» прессе.

Но борьба, как это ни парадоксально, происходит и внутри каждого из журналов. Особенность рассматриваемого периода как раз и состоит в том, что ни одна из приведённых коммуникативных моделей в точности не копирует прежнюю советскую стилистику, но ни одна ещё и не освободилась полностью от влияния публицистики «новояза».

В «Нашем современнике» встречаются материалы, где основные черты, выделенные для обновляющейся модели публицистики (диалогичность, авторское «я», использование разговорной лексики), присутствуют не в ироническом осмыслении, а как полноправные журналистские приёмы. Такова, напр., статья «У кого что болит» – обзор почты, сопровождаемый рассуждениями журналиста. Он употребляет «несоветское» слово *коттедж*, пишет *«в моей почте»*, *«я согласен с ним»* и использует для подтверждения своих идей живые бытовые зарисовки: *«Бывает, в очереди к магазину «Вино» или в бане кто-нибудь из них в философию житейскую ударится, и довольно здраво рассудит ту или иную общественную беду»*. Но здесь же встречаются выражения «линия партии», «нравственная сердцевина перестройки», «идейная и нравственная высота», «прославленные председатели колхозов», «архисовременно». Этот материал занимает промежуточное положение. Вероятно,

автор уже принял модель «личностной» журналистики, но на него ещё слишком сильно воздействие советской системы идеологических и речевых штампов, которой он себя не противопоставляет.

Не исключены подобные ситуации и в «Огоньке». На фоне прочих материалов тексты, тяготеющие к «новоязу», выделяются достаточно ярко. И это не только случаи официальных, «одобренных» публикаций (как, напр., сообщение о результатах работы пленума ЦК КПСС или интервью с министром иностранных дел Японии). Видимо, неосознаваемая самими журналистами дань советской традиции – обязательное упоминание социального происхождения в биографическом материале («*Б.Г. Биргер родился в 1923 году в семье московских интеллигентов*» или «*Сын крестьянина, Алексей Зернов пятнадцатилетним подростком сбежал из дома в Петербург*»). Особенно бросается в глаза повышенная концентрация советизмов в небольшом материале «В будущее – с открытыми глазами»: *настораживает...; работники идеологического фронта; подавать пример гласности, социалистический образ жизни, буржуазная идеология и мораль*. Отдельные штампы «новояза» встречаются и в других, менее «идеологически выверенных» статьях.

Таким образом, рассматривая в комплексе ситуацию внутри каждой из языковых моделей публицистики перестройки, невозможно говорить о каком-либо сложившемся стиле, характерном именно для этой эпохи. Более правильным представляется охарактеризовать прессу перестройки как динамически развивающуюся систему, в которой сочетаются разнотипные элементы и приёмы. Именно поэтому модель «Огонька» того времени не новая, но обновляющаяся, а модель «Нашего современника» не старая, но тяготеющая к «новоязу». Перестройка – это явление не только политическое, но и культурное, в частности – языковое. Коренные изменения в политической, экономической, социальной реальности привели к заметным сдвигам в общественном сознании и, соответственно, в речевой практике. Закономерно, что столь сложные процессы не могли быть ограничены узкими хронологическими рамками. Формирование современного стиля публицистики происходило медленно, в напряженной борьбе противоположных тенденций, и нет оснований считать, что постсоветская эволюция публицистического стиля полностью завершилась.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Земская Е.А. Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М.: «Языки русской культуры», 1996.
Селищев А.М. Язык революционной эпохи. – М., 1928.
Словарь перестройки / Под общ. ред. Максимова В.И. – СПб., 1992.
Солганик Г.Я. Язык современных СМИ // Журналистика и культура русской речи. – №1, 2004. – С. 3-6.
Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе // Журналистика и культура русской речи. – Вып. 1, 1996. – С. 13-25.

© Симон А.А., 2007