

Стилистические особенности политических текстов на примере информационного портала «Коммерсантъ»

УДК 81.42

ББК 76.02

*Регина Александровна Кискачи,
Московский педагогический государственный университет,*

regina.kiskachy.2018@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена анализу стилистических особенностей политических текстов современного издания «Коммерсантъ». В ходе работы автор анализирует стилистические средства, используемые в политических текстах, а также определяет политическую позицию информационного портала «Коммерсантъ».

Ключевые слова: стилистические средства, политические тексты, информационный портал, «Коммерсантъ».

Stylistic features of political texts on the example of information portal “Kommersant”

*Regina Aleksandrovna Kiskachi,
Moscow State Pedagogical University,
regina.kiskachy.2018@gmail.com*

Annotation. The article is devoted to the analysis of the stylistic features of the political texts of two modern edition “Kommersant”. In the course of the work the author analyzes stylistic means used in political texts and also determines the political position of the information portal “Kommersant”.

Key words: stylistic means, political texts, information portal, “Kommersant”.

Необходимость общественного регулирования путем воздействия с помощью правильно подобранного изложения и подачи информации является причиной возникновения *политической журналистики* как самостоятельной отрасли в системе средств массовой коммуникации.

А. Швидунова в своей работе «СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий» выделяет следующие основные функции политических СМИ:

- информационная;
- образовательная;
- функция социализации;
- функция критики;
- контрольная;
- артикуляция и интеграция [1].

Исходя из этого, можно сделать вывод о наличии практически безграничных возможностей средств массовой информации в сфере политического воздействия.

СМИ зачастую трактуют высказывания, исходя из своих идеологических позиций, меняют их смысл, принося в них разное значение и оценку. Таким образом, общественно-политическая лексика в газете нередко находит свое собственное толкование.

Как отмечает в своей работе «Язык СМИ и политика» Г. Я. Солганик [2, 952], в процессе создания журналистских материалов появляются определенные формы и способы политической оценки, новое восприятие различных явлений, предметов, лиц, процессов общественной жизни. Благодаря СМИ эти виды оценки получают широкое распространение и становятся социально закреплёнными.

Однако у этой тенденции есть и негативные последствия. К примеру, языковая вседозволенность в современных массмедиа. Использование просторечной лексики, неэтичных текстовых приемов, таких, как речевая агрессия, отрицательно воздействует на языковое сознание и приучает общество к более примитивному и сниженному словоупотреблению. Из этого следует, что на долю современных СМИ выпадает большая ответственность за качество литературного языка. В связи с этим особую значимость приобретает культурно-речевая критика, учитывающая эстетические и этические критерии речи.

Общественно-политическая лексика занимает центральное место в средствах массовой информации, преимущественно печатных, и составляет основу ее лексико-фразеологического фонда. В «Частотном словаре языка газеты» Г. Я. Солганика и Г. П. Поляковой [3, 281] на первую сотню значительных слов приходится 22 термина политической тематики. Из этого можно сделать вывод, что общественно-политическая лексика является основой публицистической терминологии и незаменимой частью

газетного лексикона, так как значительная часть тем, освещаемых в масс-медиа, посвящена именно общественно-политической сфере.

Основные принципы издания «Коммерсантъ» – это объективное отношение к фактам, беспристрастность и точность. Текстовому наполнению придается большее значение, чем иллюстративному. Оформление «Коммерсанта» ориентировано на максимальную легкость восприятия материала и максимально упрощено. Убрано все лишнее, что может исказить суть и смысл передаваемой информации. Этому также помогает и стилистика рубрик и заголовков. Издание стремится к однозначности, что и определяет принцип оформления и общую идеологию «Коммерсанта».

Политическую позицию данного СМИ проанализировать непросто, так как отличительной чертой «Коммерсанта» является ориентация на чистые факты, осторожность в оценках, холодноватая отстраненная подача материала, а также отсутствие открытых высказываний, выражающих авторское мнение.

Журналисты «Коммерсанта» с особой тщательностью подходят к выбору заголовка, который позволяет выразить отношение автора статьи к происходящему. Тексты материалов на сайте привлекают внимание яркими и ироничными названиями, которые сразу же объясняются серьезными подзаголовками, отражающими основную суть новости. Излюбленным приемом журналистов «Коммерсанта» является использование в заголовках аллюзийных цитат – «способ косвенного цитирования известного источника, его такого переименования, при котором меняется смысл, текст, но легко угадывается первоисточник» [4]. Например, заголовок статьи *«Владимир Путин и тайная лаборатория»* наводит читателя на мысль об известной сказке Джоан Роулинг «Гарри Поттер и тайная комната». Однако сам инфоповод, как выясняется из лида, вовсе не сказочный: «31 августа президент России Владимир Путин прилетел во Владивосток и сразу приехал в филиал Нахимовского училища. Там перед встречей с премьер-министром Японии он изучил, почему и зачем японцы в 1945 году на одном из островов Курильской гряды строили мощнейшие фортификационные укрепления, странные подземные сооружения, и рассказал специальному корреспонденту "Ъ" АНДРЕЮ КОЛЕСНИКОВУ удивительные и страшные, как выясняется, подробности событий 1945 года» («Коммерсантъ» №160 от 01.09.2016).

Статьи «Коммерсанта» отличаются своей отстраненностью и холодной подачей изложения. В самом тексте не удастся встретить колкие замечания и язвительные вставки журналистов. Но названия этих статей говорят сами за себя. К примеру, статья журналистки Ирины Нагорных, посвященная семинару-совещанию чиновников, опубликована под следующим заголовком: *«Депутатов-новичков обучили проявлять инициативу»* («Коммерсантъ» №182 от 03.10.2016). Несмотря на серьезный текст

материала, в котором говорится о том, что руководство нижней палаты парламента предупредило новоиспеченных депутатов о необходимости согласования законодательных инициатив, отношение читателя сформировано уже после прочтения названия. Само определение «новичок» больше подходит участнику школьной спортивной секции, но никак не весомой политической должности «депутат». А фраза «обучили проявлять инициативу» вообще ассоциируется с дрессировкой животных. И хотя весь текст выдержан в довольно сухой отстраненной манере, ироничное и насмешливое отношение автора ко всему происходящему невозможно отрицать.

Для создания яркости образов и ситуаций авторы нередко прибегают к использованию в заголовках фразеологизмов. К примеру, название статьи *«На Борисе Грызлове совет клином не сошелся»*, которое легко объясняется подзаголовком *«Владимир Путин исключил экс-стикера Госдумы из Совбеза РФ»* [5]. В самом заголовке нетрудно узнается известная русская поговорка «свет клином не сошелся», смысл которой заключается в том, что предмет разговора вовсе не является единственным и исключительным, а в случае статьи речь идет именно о Борисе Грызлове. И опять же, сухой и серьезный последующий текст сохраняет оттенок иронии, переданной только в названии.

Внимание также привлекает статья *«У себя не хотят и Европе не советуют»* с лаконичным объясняющим подзаголовком *«Россияне стали меньше сочувствовать беженцам с ближнего Востока»* («Коммерсантъ» №20 от 08.02.2016). Сам текст представляет собой сухую новостную заметку со статистикой опросов и мнениями экспертов. Однако комментарии под материалом из разряда *«выдать по автомату каждому мужчине и отправить обратно, защищать свою любимую Сирию»* говорят о том, что, несмотря на холодную подачу, автору удалось добиться горячего отклика читателей. Ведь название статьи нельзя назвать нейтральным, хотя свое мнение журналист напрямую не выражает.

В ходе исследования, оказалось, что не весь контент, публикуемый на сайте, написан в непредвзятой, деловой тональности. Прямым тому подтверждением являются статьи специального корреспондента «Коммерсанта» Андрея Колесникова. Рассмотрим материал журналиста от 14 июля 2016 года с ярким заголовком *«Как у Христа за пахуой»* [6]. Здесь снова применяется трансформация фразеологизма «как у Христа за пахуой», означающего высшую степень защиты. В данном случае религиозный образ Иисуса Христа проецируется на президента страны Владимира Путина, который представляет собой образ надежного заступника.

Статья близка к художественному стилю и больше напоминает пародию на классиков русской литературы. Здесь автор уже не ограничивает себя ни в

использовании эмоционально окрашенной лексики, ни в выражении собственного мнения, ни даже в описании «главных героев».

«До вашего меда мы еще не дошли, а клубнику попробовали», — почти нежно заглянув в глаза лидеру КПРФ Геннадию Зюганову, произнес глава фракции «Единая Россия» в Госдуме Владимир Васильев», — пишет автор. Использование абсурдной связки наречий «почти нежно» легко позволяет определить насмешливое и ироничное отношение журналиста к политику. Сама фраза чиновника наталкивает А. Колесникова на мысль, которую он высказывает в следующем предложении: *«То есть они там гостинцы друг другу носят».* Авторская ирония находит свое воплощение в каждом абзаце.

«Это было где-то за час до начала встречи с Владимиром Путиным, когда лидеры фракций уже сидели за столом в Представительском кабинете Кремля в ожидании президента России, который, начав встречу с членами правительства к часу дня, никак не мог закончить ее и к половине шестого вечера (с ним в это время остались уже, правда, единицы, впрочем, видимо, самые боевые единицы)». В данном предложении авторское мнение выражается вводными словами *«правда», «видимо».* Журналист также применяет игру слов, используя при этом военный термин *«боевые единицы».* Причем, данное определение следует как уточнение к уже сказанному, будто бы заканчивая незавершенную мысль: *«...единицы, впрочем, видимо, самые боевые единицы».*

«Иногда в разговор вступал лидер «Справедливой России» Сергей Миронов, и только Владимир Жириновский, сидя, если так можно выразиться, на углу овального стола, молча исписывал крохотную бумажку, где словам было тесно, а мыслям, хочется думать, просторно. Он демонстративно не обращал внимания на коллег. Он готовился». Автор использует эмоционально-оценочную лексику *«исписывал», «крохотную», «демонстративно».* Также журналист применяет аллюзийную цитату, первоисточником которой является стихотворение Н.А. Некрасова «Форма. Подражание Шиллеру» *«словам должно быть тесно, а мыслям просторно»,* выражает свое мнение при помощи вводных конструкций *«хочется думать», «если так можно выразиться».* Употребление автором простого нераспространенного предложения *«Он готовился»* придает речи некоторую экспрессивность, заставляет читателя сделать акцент на данном действии. Свое отношение А. Колесников также передает при помощи риторических вопросов: *«Они разгорячились так, словно сейчас именно и решалась судьба этих выборов (и разве далеки они были от истины?)».* В тексте используется противопоставление, которое придает происходящему живость и динамичность: *«На этом все успокоились так же внезапно, как и разгорячились».*

Журналист позволяет себе с язвительностью комментировать действия политиков, используя вставки от первого лица: *«Телефоны попросили*

выключить. Лидеры фракций застенчиво вынимали из карманов телефоны и с очевидным безразличием рассматривали их: нет, у меня-то, конечно, не работает, но так, на всякий случай, посмотрю». В данном фрагменте также используется эмоционально окрашенная лексика «застенчиво», «с очевидным безразличием».

Следующий отрывок позволяет окончательно убедиться в открытости намерений автора выразить свое отношение к заседанию и его участникам: *«А у ЛДПР вообще нет телефонов!» — воскликнул Владимир Жириновский. Было бы странно, если бы он этого не сказал.* Здесь очевидно высказывается саркастичное мнение журналиста о депутате.

«Пока не пришел Владимир Путин, Геннадий Зюганов, как ни крути, солировал тут. Но Владимир Путин пришел», — пишет А. Колесников дальше. В предложении используется разговорное устойчивое словосочетание «как ни крути», а также специальная лексика с ироничным подтекстом «солировал». Предложения построены на противопоставлении («пока не пришел...но пришел»), а сама структура фрагмента напоминает всем известную детскую песню «папа может всё, что угодно, если мамы случайно нет», что добавляет происходящему еще больше комичности.

С развитием «сюжета» речь депутатов заходит о предстоящих выборах, и здесь автор снова прибегает к использованию риторических вопросов как способу выражения собственного мнения: *«Он добавил, что, судя по опросам, четыре партии имеют шансы войти в Госдуму нового созыва. Господин Нарышкин не уточнил, что это за партии, но разве надо было уточнять?»*

Нельзя не отметить, что журналист часто цитирует отдельные фразы и целые диалоги между политиками, тем самым превращая сухой новостной инфоповод если не в роман, то точно в комедийную пьесу, делая ее интересным, ярким чтением для аудитории.

«Владимир Васильев посвятил свое выступление благодарности в адрес президента России. Он благодарил его за «внятную, понятную людям политику». За то, что «у страны есть ресурсы и резервы». За то, что Госдума так ударно поработала. Вряд ли Владимир Васильев мог найти что-то, за что следовало бы не поблагодарить Владимира Путина», — пишет автор, в последнем предложении также открыто высказывая свое отношение. Здесь можно вернуться к заголовку и вспомнить, что изначально Путин ассоциируется с Христом, защитником.

А. Колесников также не боится осуждать представителей власти и комментировать их действия с точки зрения своей позиции: *«Владимир Путин неосмотрительно кивнул. Он не должен был, конечно, соглашаться, что он идет навстречу столетию Октября и Ленинского комсомола».* В

данном отрывке используется эмоционально окрашенная лексема «неосмотрительно», вводное слово «конечно».

Автор применяет метафоры, придающие предмету разговора красочности и эмоциональности: *«И не сумел Геннадий Зюганов не упомянуть, конечно, про газету «Не дай Бог!», которую издательский дом “Ъ” выпускал в 1996 году, к выборам президента России. **Рана саднит до сих пор** (а всего-то, казалось бы, было девять номеров), и ясно, что саднить будет вечно».*

В статье также использовалась литота, которая в данном случае имела уничижительный и саркастический подтекст, а именно: *«Очевидно, что больше никого в этот клуб под названием «Госдума» Геннадий Зюганов приглашать бы не хотел».*

Говоря о президенте, журналист использует существительное «господин», которое в современном русском языке обычно выражает легкую иронию.

Конец статьи напоминает классические развязки в комедийных пьесах *«Геннадий Зюганов начал возражать. Владимир Жириновский тоже не молчал. Сергей Миронов пытался вступить. Владимир Васильев головой качал».* Большое количество простых предложений создает ощущение суеты и сумбурности. Попытка автора создать четверостишие рождает еще более юмористический эффект. В этом фрагменте также возможно использование аллюзийной цитаты с отсылкой к знакомому всем стихотворению Сергея Михалкова, которое прекрасно характеризует восприятие автором данного мероприятия: *«Толя пел, Борис молчал, Николай ногой качал. Дело было вечером, делать было нечего».*

Последний абзац текста пестрит эмоционально-оценочной лексикой, не давая читателю возможности усомниться в отношении автора. *«Коалиция консолидирующихся перед **чудовищной** угрозой попадания в Госдуму каких-нибудь новых партий **рухнула**, не успев вообще никак сформироваться. И это — **чудесный** итог встречи».*

Из проделанного анализа можно сделать вывод, что большинство материалов, публикуемых на информационном портале «Коммерсантъ» отличаются сухостью и выдержанностью, отстраненной и холодной подачей, за исключением ярких и необычных заголовков. Но материалы, написанные специальными корреспондентами, могут удивить творческим подходом, открытостью высказывания авторской позиции и количеством использованных средств выразительности. Другие материалы журналиста Андрея Колесникова, такие как, например, «Захоронение дела Ленина» [7] и «Друзья познаются во сне» [8] также близки к художественному стилю. В текстах большое количество эпитетов, метафор, литот, гипербол, цитирование отдельных фраз и целых диалогов, риторические вопросы, авторские вставки и яркая ирония, пронизывающая весь текст.

Литература

1. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий [Электронный ресурс] URL: http://society.polbu.ru/shvidunova_smi/ch02_i.html. Дата обращения: 19.07.2018
2. Солганик Г. Я. Язык СМИ и политика. М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. — С. 952 .
3. Полякова Г.П., Солганик Г.Я. Частотный словарь языка газеты. — М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1971. — С. 281.
4. Стилистика и литературное редактирование / Под ред. проф. В.И. Максимова. – М.: Гардарики, 2004.
5. Сайт «Коммерсантъ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2962464>. Дата обращения: 19.07.2018
6. Сайт «Коммерсантъ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3038228>. Дата обращения: 19.07.2018
7. Сайт «Коммерсантъ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2897527>. Дата обращения: 19.07.2018
8. Сайт «Коммерсантъ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3008283>. Дата обращения: 19.07.2018