

## Контрастивный анализ текстов художественной литературы и средств массовой информации

В. З. Демьянков (Москва)

### 1. Задача контрастивного анализа

Контрастивный анализ — одна из разновидностей сопоставительного метода. Главная задача контрастивиста — найти, в чем два сопоставляемых предмета различны. То есть, контрастивист исходит из презумпции различия сопоставляемых предметов.

Любое сопоставление служит какой-нибудь прагматической цели. Например, мы сравниваем «свое» с чужим, чтобы с гордостью или с горечью убедиться в том, что «наше» лучше или хуже чужого, чтобы узнать, в чем нам еще предстоит дорасти до других — или, наоборот, утвердиться в самоуважении. Предмет контрастивного лингвистического исследования средств массовой информации — сопоставление языковых систем и речевых стратегий, используемых в различных культурах, и «вычисление» возможных эффектов от использования этих средств в конкретных обстоятельствах массового воздействия.

В центре внимания этой дисциплины находится понятие «успешная коммуникация средствами массовой информации» в конкретном культурном контексте. Анализируемый материал охватывает практически все ярусы языковой системы, а также риторические приемы.

### 2. Риторические средства СМИ

В отличие от «индивидуальной» риторики, риторические средства СМИ нацелены не на отдельного индивида, а на множество общающихся индивидов. Начнем с межиндивидуального взаимодействия. Известно, что с помощью одного и того же текста разные говорящие — или, как сегодня принято выражаться, «коммуниканты», в различных обстоятельствах могут достичь совершенно различной реакции массового адресата.

Контрастивная риторика исходит из того, что различные интерпретативные культуры — т. е., «национальные технологии» интерпретации речи — опираются на различные же наборы стратегий, с помощью которых выясняются намерения говорящих. В частности, принцип «Положись на своего собеседника» по-разному реализуется в различных обстоятельствах и в различных интерпретативных культурах.

Например, когда в России кого-либо зовут в гости, то требуется повторить приглашение как минимум еще раз. В противном случае это не приглашение, а команда или — еще чаще — экви-

валент мечтательного и сослагательного: «Ах, если бы Вы как-нибудь зашли к нам». Поэтому межкультурный шок возникает, когда на фразу «Приходите к нам как-нибудь в выходные» по-русски же после первого же приглашения Вы услышите: «Спасибо. Вам удобно в эту субботу в 11 часов?». И наоборот, для немецкой семьи бывает странным, если после первого приглашения российская дружественная семья не появится на пороге в назначенное время: только очень закаленные западной цивилизацией россияне отваживаются на визит без дополнительного звонка со стороны приглашающих. То, что для россиянина — дальний прицел к принятию приглашения, для немца — окончательная договоренность о визите.

Однако совокупный эффект этого воздействия не является простой суммой эффектов, вызываемых в каждом индивиде. Одной из задач контрастивной политологической риторики поэтому является выяснение того, каким законам подчиняются указанные взаимодействия в различных культурах. Так, известно, что один и тот же политический деятель, вызывая всеобщее восхищение массового адресата в своей стране, может вызывать абсолютно противоположную реакцию в чужой аудитории. И наоборот, иногда политик более популярен за рубежом, чем в родной стране: резонанс от «чужих», непривычных или даже экзотичных средств воздействия иногда бывает сильнее, чем от общепринятых, рутинных средств воздействия на «родную» массовую аудиторию.

### 3. Контрастивная прагматика и оптимизация текстов СМИ

Выше приводились примеры, что можно исследовать в рамках так называемой контрастивной прагматики — т. е., контрастивного анализа двух разных культур. А вот задач — «для чего» этот предмет исследовать — очень много: чтобы повысить эффективность своих СМИ, используя чужой опыт, чтобы научиться адекватно оценивать «чужие» сообщения СМИ, чтобы научиться эффективно обращаться к чужой аудитории. Такая задача может быть охарактеризована как оптимизация СМИ.

Однако далеко не все в языке СМИ поддается такой «оптимизации»: контрастивный анализ языков выявляет, среди прочего, и такие свойства разных национальных языков, которые не подвергаются корректировке вовсе или которые очень трудно изменить, не жертвуя существующими грамматическими нормами.

Один пример — сообщение о смерти какого-либо известного деятеля. Так, по-немецки употребляют предложение со статичным выражением *ist tot* «мертв», если смерть ожидалась и произошла как бы «в плановом» порядке, и в драматическом ключе — в перфекте *ist getötet worden* или *ist gestorben*, если событие подается в



драматизирующем ключе. По-русски же приемлема только «драматизирующая» конструкция *скончался, умер* и т. п., а статичная в СМИ не употребляется вовсе и очень редко — вообще в литературном языке. Предложение *Актер такой-то мертв* в качестве газетного заголовка по-русски не годится, а по-немецки — вполне нормально.

Другой пример — употребление личных местоимений в разных языках. Известно, что по-русски разные авторы с различной степенью частотности употребляют местоимение первого лица единственного числа. Даже тогда, когда по-английски или по-немецки никаких вариантов нет, по-русски мы умудряемся — из соображений «личной скромности» — опустить местоимение *я* или заменить его на что-нибудь еще, скажем, на *мы* или подать сообщение в безличном ключе вообще. Вспомним ельцинские «Сегодня подписал указ», в котором опущено злополучное местоимение. По-немецки или по-английски без соответствующего местоимения практически не обойдешься, а по-русски в ход пускают иногда неожиданные языковые средства.

Посмотрим, как личные местоимения *я* и *мы* употребляются в политических сочинениях В.И. Ленина, И.В. Сталина, Л.Д. Троцкого и др. на русском языке и в произведениях литераторов того же времени.

Статистическое рассмотрение полных корпусов текстов этих авторов дает следующую картину.

	Политические тексты					Художественные тексты			
	Ленин	Бухарин	Сталин	Троцкий	Рыков	А. Толстой	А. Белый	М. Горький	Чехов
<b>1 eg.</b>	<b>1405</b>	<b>587</b>	<b>3845</b>	<b>16052</b>	<b>765</b>	<b>63169</b>	<b>4368</b>	<b>11260</b>	<b>66890</b>
Им. я	928	388	3152	10153	572	36063	2343	6067	36679
В./Р. меня	104	67	197	1924	34	9192	473	2017	10125
Дат. мне	169	83	304	2239	97	11727	730	2140	11750
Тв. 1 мной	43	2	23	172	9	844	105	145	730
Тв. 2 мною	39	7	30	341	14	563	72	209	471
Посессив. мой, моя...	122	40	139	1223	39	4780	645	682	7135
<b>2 eg.</b>	<b>54</b>	<b>28</b>	<b>199</b>	<b>672</b>	<b>2</b>	<b>12657</b>	<b>948</b>	<b>3500</b>	<b>15976</b>
Им. ты	31	15	97	350	1	6791	557	2162	6922
В./Р. тебя	7	4	32	112	1	2168	123	537	3011
Дат. тебе	7	7	36	107	0	2312	66	524	3054
Тв. 1 тобой	2	1	5	14	0	386	43	108	517
Тв. 2 тобою	0	1	0	5	0	63	17	8	92
Посессив. твой, твоя	7	0	29	84	0	937	142	161	2380

<b>1 мн.</b>	<b>3785</b>	<b>2802</b>	<b>8752</b>	<b>28044</b>	<b>2067</b>	<b>12671</b>	<b>3930</b>	<b>1455</b>	<b>7465</b>
Им. мы	2373	1684	4791	16712	1440	6872	2026	697	3644
В./Р. нас	619	579	2257	5356	290	2652	860	381	2249
Д. нам	462	272	1049	3609	186	2119	701	252	939
Тв. нами	190	111	267	1353	101	503	236	70	218
Посессив. наш, наша	141	156	388	1014	50	525	107	55	415
<b>2 мн.</b>	<b>426</b>	<b>287</b>	<b>2136</b>	<b>5873</b>	<b>150</b>	<b>16258</b>	<b>541</b>	<b>2699</b>	<b>28161</b>
Им. вы	286	184	1331	3242	98	7408	298	1527	10615
В./Р. вас	47	42	302	1049	11	3726	113	575	6335
Дат. вам	74	45	397	1056	26	3871	85	465	7590
Тв. вами	11	14	68	320	11	688	33	87	1023
Посессив. ваш, ваша	8	2	38	206	4	565	12	45	2598
<b>Всего</b>	<b>5670</b>	<b>3704</b>	<b>14932</b>	<b>50641</b>	<b>2984</b>	<b>104755</b>	<b>9787</b>	<b>18914</b>	<b>118492</b>

Ленин, Бухарин, Сталин, Троцкий и Рыков используют местоимение *мы* значительно чаще, чем местоимение *я* (во всех формах). По убыванию частотности употребления местоимения *я*: на каждое *я* приходится:

у Троцкого 1.7 (**31.69**) *мы* > у Сталина 2.3 *мы* > Рыкова и Ленина 2.7 *мы* (**24.77**) > у Бухарина 4.8 *мы* (**15.84**).

Избегая употребления *я* в политических текстах, прибегают к разным приемам: например, просто опускают местоимение или — особенно часто у молодого Ленина — заменяют *я* на оборот типа *пишущий эти строки*. Например: *Таким образом, русский социал-демократ, даже если он принадлежит (как пишущий эти строки) к решительным противникам охраны* (Проект программы нашей партии, 1899). Даже в зрелом возрасте: *Но сначала надо подчеркнуть, что пишущему эти строки с самого начала войны приходилось многократно указывать на разрыв Каутского с марксизмом* (Пролетарская революция и ренегат Каутский, 1918).

За пределами языка СМИ, в художественной литературе того же времени *я* употребляется почти неизменно значительно чаще, чем *мы*: т. е., литераторы — преимущественно *я*-писатели (предпочтительно употреблявшие *я*). По убыванию частотности употребления местоимения *я* имеем:

А.П. Чехов употреблял *я* чаще, чем *мы* в 9 раз (**56.45**) > Максим Горький в 7.7 раз (**58.75**) > Лев Толстой в 5 раз (**60.30**) > Андрей Белый в 1.11 раз (**44.63**). То есть, Чехов — наибольший индивидуалист, Белый — наибольший коллективист.

А теперь посмотрим, чему соответствует *мы* в текстах политиков. Среди этих предложений огромное количество является «корпоративными» высказываниями с местоимением *мы*: тогда один человек говорит как бы от имени всей партии, какой-либо «авангардной» части народа или от имени всего народа. На разных этапах политической истории одной партии функции и семантика



корпоративных высказываний варьируются. Анализ полного корпуса показывает, достижению каких стратегических целей способствуют указанные языковые средства.

А именно, в политической карьере большевистских ораторов можно выделить по меньшей мере три стадии: до, во время и после прихода к власти. Троцкий, Хрущев и Горбачев пережили все три стадии, Ленин и Сталин — только первые две, поскольку политическая их смерть произошла в результате биологической смерти, а не политического переворота или добровольного отхода от дел.

Оказалось, что Ленин и Троцкий в начале своей журналистской карьеры употребляют *мы* зачастую примерно так же, как в научной литературе: это академическое *мы* скромности, связанное с избеганием *я*.

Итак (приводя по одному примеру на каждый тип словоупотребления):

А. До прихода к власти

I. Мы = автор

В № 40 «Социал-Демократа» мы сообщили, что конференция зарубежных секций нашей партии постановила отложить вопрос (Ленин, О лозунге Соединенные Штаты Европы, 1915)

II. Мы = большевики, социалисты и т. п.

И мы, социалисты, разоблачаем это лицемерие, срываем фальшивые вывески (Ленин, Партийная организация и партийная литература, 1905).

Б. После прихода к власти: в одном и том же тексте могут быть несколько различных употреблений *мы*

III. Мы = руководство страны

Мы знаем, что миллионы щупальцев этой мелко-буржуазной гидры охватывают то здесь, то там отдельные прослойки рабочих, что спекуляция вместо государственной монополии врывается во все поры нашей общественно-экономической жизни. (Ленин, О продовольственном налоге: Значение новой политики и ее условия, 21 апреля 1921).

IV. Мы = пролетариат

Но Бухарин впал в ошибку, ибо не вдумался в конкретное своеобразие данного момента в России, момента как раз исключительного, когда мы, пролетариат России, впереди любой Англии и любой Германии по нашему политическому строю (Ленин, О продовольственном налоге (Значение новой политики и ее условия, 21 апреля 1921)

V. Мы = Россия

У нас, вместо полнейшего преобладания рабочих, пролетариев в населении и высокой организованности их, фактором победы явилась поддержка пролетариев беднейшим и быстро разоренным крестьянством. У нас, наконец, нет ни высокой культурности, ни привычки к компромиссам. (Ленин, О продовольственном налоге: Значение новой политики и ее условия, 21 апреля 1921)

Очень похожи классы употребления у Троцкого, Бухарина и др. Употребление у Сталина отличается практическим отсутствием «академического» *мы*, более частым (хотя и не в такой степени, как у Троцкого) употреблением *я*. А референция *мы* (то, к каким людям это местоимение относится) зависит от того, кто является адресатом Сталина: очень часто — руководство страны, часто — вся страна.

Когда доктор спрашивает у больного *Ну, как мы себя чувствуем*, он имеет в виду не себя, а исключительно больного. В политике приближение к подобному употреблению было бы, если бы иностранный политик спросил, скажем, у Путина: *Ну, очень надо нам в ВТО*, имея в виду Россию, а не свою собственную страну. Наблюдения показывают, что такое «докторское» *мы* не характерно для политического текста.

## Заключение

Итак, по употребительности личных местоимений можно хотя бы предварительно установить, к какому жанру относится текст.

Текст СМИ по-русски имеет тенденцию к употреблению *мы*. К вековой мудрости политиков относятся следующие стратегии употребления и интерпретации *мы* в тексте:

В начале существования небольшого коллектива политических единомышленников *мы* скорее всего означает эту группу «продвинутых» политиков. Тогда по этому *мы* легче увидеть достоинства взглядов такого коллектива — на фоне взглядов тех, кто в эту группу не входит — «вы» и «они». Поведение и тексты этих «мы» должны как-то выделять их из остальной массы, отличаться от политических конкурентов. Тогда главный адресат этой печатной продукции — массы — должны постепенно прийти к мысли: «Они — те, кто называет себя *мы*, — выдающиеся ребята, им надо дать шанс порулить, они готовы служить нашим интересам, решать наши проблемы». Именно на этой стадии вполне допустимо «эксклюзивное» *мы*, исключающее из сферы этого местоимения непосредственно адресата. То есть, *мы* = не включая тебя и вас.

После прихода к власти «продвинутого» коллектива, *мы* начинает включать не только членов исходной небольшой группы, но и всех, кто участвует в руководстве, т. е. даже членов правящей коалиции из другого политического лагеря.



После упрочения позиций этого расширенного коллектива реализуется мечта политика включить в референцию *мы* все население своей страны. Сталин и Брежнев пользовались таким приемом значительно чаще, чем их предшественники. Как и Хрущев. Диссиденты же усматривают иронический смысл в предложениях, приписываемых Хрущеву и Брежневу и построенных по модели «Мы будем жить при коммунизме»: они, *мы-правители*, но не *мы*, не народ.

Итак, *мы* видим, что к нескольким задачам, решаемым с помощью контрастивного анализа, относится и прогноз того, как долго рассчитывает данный политик пробыть у власти. Если он слишком долго задержался на «эксклюзивном» *мы* (исключающем собеседников из состава референции), значит, он запрограммирован на роль постоянного оппонента. А широковещательное *мы* свидетельствует либо о том, что он твердо чувствует себя у руля власти, либо о его (подсознательной) надежде получить рано или поздно широкое влияние в стране.

Таким образом, на основе контрастивного исследования можно построить методики экспресс-анализа для настоящего, прошлого и будущего того или иного политика. Конечно, при условии, что этот политик создал достаточно большой объем текстов. Одной лишь маленькой баночки образца из-под детского питания — как для поликлиники — недостаточно. Требуется солидный горшок политической продукции.

Однако чем же все-таки объяснимо бегство от *я* в русских текстах СМИ? Среди указанных случаев выделяются два класса: контексты, в которых имелось бы *мы* и в тексте на немецком, английском, французском и т. п. языках, с одной стороны, и тексты, которые в переводе на английский язык содержали бы *я* вместо *мы*.

Второй случай связан со стратегическим употреблением *мы*. Это своеобразные «евроверсалии» употребления *мы*: т. е., закономерности, общие для всех или подавляющего большинства европейских культур. А вот избегание *я* за пределами этих случаев представляет собой особенность русской политической культуры.

### 4.3. Лексика и лексикография СМИ

#### Апелляция к внутренней форме слова в современных СМИ

Н.Е. Петрова (Нижний Новгород)

В отношении к слову можно вести речь о двух типах внутренней формы (ВФ): ВФ производного слова (деривационная ВФ) и ВФ производного, или вторичного, значения слова (эпидигматическая ВФ).

В данном разделе будет рассматриваться только ВФ производного слова. Надо отметить, что этот термин не имеет в современной лингвистике однозначного толкования, поэтому необходимо оговорить принятое здесь понимание ВФ деривационного типа. В обобщенном виде ВФ любой номинативной единицы есть способ представления того лексического содержания, которое закреплено в языке за этой единицей. Исходя из этого, ВФ производного слова составляет его «морфо-семантическая структура, позволяющая объяснить связь его звучания и значения» [Блинова 2007: 61]. Нередко ВФ слова связывают лишь с тем признаком, который послужил основой номинации, и в качестве таковой рассматривают, в сущности, производящую основу слова. Мы разделяем другую точку зрения, согласно которой способ номинации репрезентирует деривационная структура слова в целом, включая и деривационный формант. В этом плане показательно суждение Е.С. Кубряковой: «Внутренняя форма производного слова должна не только свидетельствовать о существовании семантических ассоциаций [между производным и производящим — Н.П.], но и предсказывать характер этой ассоциации, ее направление. Такой внутренней формой производного является его **морфологическая структура**. На морфологическую структуру и возлагается задача **фиксировать** тип семантических ассоциаций между производящими и производными единицами, закрепить определенный вид связи между ними» [Кубрякова 1977: 243; выделено нами — Н.П.].

Издавна существует мнение, что ВФ — это скорее факт истории слова, нерелевантный для его синхронического функционирования, именно поэтому говорящие не обращают внимания на внутреннее строение слова, не замечают или просто забывают его. Например, Б.А. Серебренников, подчеркивая связь ВФ с проблемой выбора мотивировочного признака, отводит ей роль технического приема, необходимого для создания имени: «Признак выбирается лишь для того, чтобы создать звуковую оболочку слова» [Серебренников 1977, 182]. Ученый считает, что ВФ провоцирует своего рода конфликт между формой и содержанием (лексическим значением, изначально более широким, нежели ВФ) слова, и конфликт этот язык старается устранить, в том числе путем формально-смысловой изоляции производного, т. е. путем «разрыва» мотивационных отношений [Серебренников 1977, 170]. Логически отсюда следует, что существование ВФ в синхронии слова не только избыточно, но и в каком-то смысле «вредно» для его функционирования.

В современной лингвистике точка зрения на значимость ВФ явно меняется. Исследователи все чаще отмечают, что даже затемненная для современного сознания носителей языка ВФ влияет на словоупотребление, неявно мотивируя его, и является, таким образом, «скрытой памятью» языка [метафора Т.Н. Николаевой — см.: