

## **Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации**

**Е.Н. Басовская**

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Современный человек погружен не только в информационную, но и в эмоциональную среду, во многом формируемую средствами массовой информации. Наше настроение в значительной степени определяется как тематикой, так и стилистикой газетных, журнальных, теле- и радиоматериалов. Этот важный психологический фактор вряд ли принимается в расчет работниками СМИ. Заинтересованные в повышении рейтинга, они стремятся сделать и содержание и форму публикаций максимально привлекательными и не задумываются о воздействии на эмоциональную сферу аудитории, особенно если речь идет о далекой временной перспективе.

Для достижения ближайших коммуникативных целей: заинтересовать, привлечь, убедить – журналист и редактор нередко выбирают агрессивную речевую стратегию.

Термин «вербальная агрессия» не имеет однозначного толкования. При его узком понимании в качестве агрессивного рассматривается речевой акт, замещающий агрессивное физическое действие: оскорбление (в том числе грубая брань), насмешка, угроза, враждебное замечание, злопожелание, категоричное требование без использования общепринятых этикетных средств.

При максимально широкой интерпретации термина вербальная агрессия – это все виды наступательного, доминирующего речевого поведения. В таком случае коммуникация вообще немыслима вне агрессивных проявлений. Как писал Р. Барт, агрессия заложена в самой грамматике: «Не является ли... сама фраза, как практически замкнутая синтаксическая структура, боевым оружием, средством устрашения; во всякой законченной фразе, в ее утвердительной структуре есть нечто угрожающе-императивное... В своей повседневной, по видимости свободной жизни мы ведь не говорим целыми фразами...» (Барт, 1989, с. 539).

Человек, которому свойственно агрессивное речевое поведение, далеко не всегда действует сознательно. «Одной из причин речевой агрессии... явля-

ется... недостаточная осознаваемость... собственного речевого поведения в целом и в частности агрессивных компонентов в нем» (Щербинина, 2001, с. 42-54). В этом смысле тексты печатных средств массовой информации не вполне типичны. Им вообще не свойственна спонтанность, и вербальная агрессия проявляется в репликах журналистов не под влиянием эмоционального порыва, а в соответствии с продуманной стратегией. Именно поэтому случаи агрессивного речевого поведения на страницах газет и журналов более показательны, нежели аналогичные проявления на радио и телевидении.

В данной статье вербальная агрессия понимается как эксплицитно выраженная оппозиционность говорящего по отношению к собеседнику. Для анализа выбран жанр интервью, в котором журналистская речевая агрессия может проявляться с максимальной открытостью.

Материалом для анализа стали хронологически близкие номера так называемых «качественных» журналов. Их стилистика в целом может быть охарактеризована как интеллигентно-сдержанная (нормы литературного языка практически не нарушаются; преобладает нейтральный стиль; широко используются книжные языковые средства). Такой выбор обусловлен тем, что отдельные проявления вербальной агрессии максимально ярко выделяются на нейтральном фоне. Кроме того, в прессе такого уровня агрессивное речевое поведение журналистов не бывает стихийным и не обуславливается элементарной безграмотностью, незнанием норм литературного языка и речевого этикета. Напротив, наступательная стратегия избирается сознательно, гармония коммуникантов намеренно приносится в жертву публицистической выразительности.

В отличие от стилистически единого текста других жанров, интервью распадается на реплики «свои» и «чужие», и, следовательно, идея противостояния заложена в самой его природе. Автор может ослабить и даже полностью снять противоречие, добиваясь смысловой и стилиевой гармонии вопросов и ответов. Это, однако, нетипично для современной публицистики. Напротив, в большинстве случаев «интрига» интервью состоит в том, что журналист задает «неприятные» вопросы (трудные или не вполне деликатные), а также ставит под сомнение, опровергает слова собеседника, сбивает его с мысли, иронизирует в его адрес. Надо заметить, что подобная тактика используется далеко не только в тех случаях, когда интервью берется у идейного противника. Придирчиво-требовательный или ернический тон нередко избирается и для разговора с человеком, чей образ в целом подается позитивно. Речевая агрессия оказывается в первую очередь не средством борьбы, а модным и чуть ли не универсальным риторическим приемом.

Агрессия может проявляться на лексическом, грамматическом и текстовом уровне.

Лексические проявления речевой агрессии – это экспрессивные, часто грубые и жаргонные слова с преобладанием негативной оценочности. Они употребляются и когда журналист соглашается с собеседником, и когда возражает ему. В первом варианте «жесткое» слово делает позицию интервьюируемого более категоричной, во втором – заставляет читателя усомниться в его правоте. Сопутствующим синтаксическим средством речевой агрессии можно назвать уточняющий вопрос.

Словесная компрометация собеседника нередко дополняется специфической синтаксической структурой – уточняющим вопросом, который в действительности существенно видоизменяет исходное высказывание.

Так, в беседе с продюсером О. Нестеровым корреспондент «Огонька» постоянно стремится перейти от анализа кризисных явлений в поп-музыке к выводу о том, что она вообще погибает. Собеседнику трижды дается лексическая подсказка: «Получается, поп-музыка вообще пропадет?»; «То есть музыкальной индустрии скоро полный привет?»; «Куда катится русская поп-музыка?» (Здесь и далее подчеркнуто мною. – Евг. Б.).

Все эти вопросы не противоречат тому, что говорит О. Нестеров, но звучат несколько более резко, чем его собственные высказывания. Необходимо обратить внимание на то, что лексическая агрессия дополняется грамматической. «Невинная» на первый взгляд уточняющая конструкция становится средством, с помощью которого журналист придает суждениям собеседника особую жесткость.

Та же тактика используется в интервью, взятом корреспондентом «Еженедельного журнала» у члена Совета по внешней и оборонной политике В. Шлыкова. Если рассуждения самого интервьюируемого выдержаны в спокойном, объективном тоне, то «уточняющие» реплики с союзом «то есть» всякий раз усугубляют картину и, главное, делают подачу материала значительно более эмоциональной: «То есть будущее отрасли пока, по-вашему, выглядит довольно мрачно?»; «То есть авиапром должен умереть до лучших времен?»

Разговор о кризисе превращается в разговор о катастрофе.

В беседе с министром культуры М. Швыдким журналист «Огонька» сначала называет 90-е годы XX века «позорными», а затем, столкнувшись с возражениями, «стилистически атакует»: «А мне кажется, что девяностые годы были эпохой произвола и беспредела». Когда же возникают исторические параллели с ситуацией в России после Февральской революции 1917 г., лексика еще более снижается стилистически: говорится о том, что добропорядочных граждан «в апреле-мае мог шлепнуть на улице любой пьяный матрос, в тогдашнем-то бардаке...»

Весьма показательное употребление слов «беспредел», «шлепнуть», «бардак» в репликах, адресованных министру культуры. В данном случае представитель СМИ демонстрирует агрессивное панибратство. Позиция собеседника не анализируется по существу, а разрушается стилистически. Общеизвестно, что на среднего читателя грубое слово производит большее впечатление, нежели нейтральное. Ничего не доказав, интервьюер обеспечивает себе эмоциональную победу в дискуссии.

Слово способно также дискредитировать адресата, подорвать доверие к нему читательской аудитории. В этом смысле показательны вопросы, заданные корреспондентом журнала «Коммерсант-власть» известному тележурналисту Л. Парфенову. Важно принять во внимание тот факт, что во время реально состоявшейся беседы двух работников СМИ ни один из этих вопросов мог не прозвучать. Не исключено, что разговор велся в значительно более деликатной манере. Однако в письменной версии интервью представитель журнала агрессивно ведет себя по отношению к собеседнику, «уличая» его то в неискренности, то в амбициозности: «Вернувшись в эфир с «Намедни» спустя

три месяца, вы зрителям ничего объяснять не стали. Сознательно сделали вид, что ничего и не было?»; «Но вы же не станете отрицать, что когда вы объявили о своем длительном отпуске... то фактически были уверены, что на НТВ... уже не вернетесь?»; «Получается, что, возвращаясь на НТВ, вы наступили на горло собственным амбициям?».

Скомпрометированным может оказаться не только сам человек, дающий интервью журналисту, но и социальный институт, о котором идет речь. Так, в разговоре с председателем правления Конфедерации обществ потребителей Д. Янины корреспондент «Огонька» выбирает резко негативные слова и словосочетания для характеристики деятельности той организации, которую представляет собеседник: сначала КонфОП именуется «подставной структурой», затем высказывается предположение, что со временем она превратится в мафию.

То же слово – «мафия» – звучит и в реплике журналиста, обращенной к финскому кинорежиссеру М. Каурисмяки: «Вы не считаете, что кино – это немного мафия?» В данном случае интервьюер явно не преследует цели очернить мировой кинематограф. Пейоратив выступает в роли эмоционального средства; оно «оживляет» текст и слегка интригует читателя. Правда, его ожидания будут обмануты: никаких разоблачений не последует. Но вопрос, содержащий дискредитирующую аналогию, безусловно, способен на некоторое время активизировать читательский интерес.

В качестве апеллятивного средства можно, вероятно, рассматривать и грубое слово, которое либо используется журналистом по собственной инициативе, либо заимствуется из речи интервьюируемого. В частности, корреспондент «Огонька» повторяет выражение М.Каурисмяки, при этом переадресуя ему самому содержащуюся в слове агрессию: «А вы «лижете задницу» продюсерам?»

Постановка кавычек позволяет журналисту частично дистанцироваться от грубой лексики, переложив ответственность на собеседника. При этом создается многослойный подтекст: во-первых, подчеркивается доверительность беседы, во-вторых, читатель настраивается на панибратски-грубоватый тон. Аудитория стилистическими средствами приближается к журналисту, а он в свою очередь – к интервьюируемому. Создается образ единого социального пространства, свободного от какой бы то ни было иерархии. Всемирно известный деятель культуры трансформируется в «своего парня», с которым вполне допустимо фамильярное обращение.

Несколько иной оказывается стилистическая нагрузка грубого слова в другом интервью, опубликованном в том же номере журнала «Огонек». Обращаясь к Т.Н. Павловой – начальнику отдела городской фауны департамента ЖКХ, корреспондент следующим образом описывает острые городские проблемы: «Я понимаю, что негуманно уничтожать собак, но разве гуманно 27 тысяч покусанных в год, из них 7 тысяч детей... Зараза, какашки... Собаки и кошки писают в песочницы. Может, их должно быть меньше?»

Очевидно, что об одних и тех же явлениях можно говорить весьма по-разному. Сегодня представители СМИ нередко избирают тактику сгущения красок и обострения противоречий. Они изображают действительность как военный лагерь, где есть противоборствующие стороны и практически невоз-

можно соблюдать нейтралитет. Такая категоризация реальности отражена на уровне строения текста в повторяющемся композиционном приеме «сталкивания позиций».

Задавая вопрос собеседнику, журналист ссылается на точку зрения некоего третьего лица, причем преподносит ее в жестко-категорической форме. «А в «МК», например, писали, что программа стерилизации провалилась», – говорит корреспондент «Огонька» Т.Н. Павловой – стороннице организованной стерилизации бродячих животных. «Патриоты» пугают нас тем, что западные банки сожрут в конкурентной борьбе отечественные банки», – напоминает журналист прозападнически настроенному президенту Высшей школы экономики А. Шохину. «Чиновники с пеной у рта убеждали меня, что ни одного бесплатного места они не сократили», – высказывает недоумение интервьюер в ответ на слова депутата В. Рыжкова о недоступности образования в современной России. «Вы боитесь глобализации? Потери национальных черт в кинематографе? Или это бредни критиков?» – спрашивают у режиссера М. Каурисмяки.

Показательно, что во всех этих репликах оппонент собеседника представлен в предельно обобщенной форме: это не конкретный автор, но газета «МК» в целом (использована неопределенно-личная конструкция), а также неперсонифицированные «патриоты», «чиновники» и «критики». Отвечая на подобные вопросы, интервьюируемый вступает в полемику не с определенным идейным противником, а с условным воплощением враждебных идей. Спор в итоге оказывается столь же горячим, сколь и беспочвенным. Человек оказывается вынужден возражать против системы взглядов, которая, возможно, никогда и никем не была сформулирована с такой определенностью, как в вопросах журналиста.

Такого рода тактику, рассчитанную на то, чтобы добиться состояния раздражения и у интервьюируемого лица, и у симпатизирующих ему читателей, представляется справедливым назвать провокационной. Как указывает В.Н. Степанов, «провокационная речь... изображает и передает определенное психологическое состояние говорящего для его собеседника и как бы «заражает» его, а цель этого – вызвать у собеседника желаемое внутреннее состояние, возбудить в нем психическую активность особого рода – коммуникативную, основанную на желании соответствовать предъявляемым собеседником коммуникативным требованиям» (Степанов, 2003, с. 161).

Наконец, журналистская речевая агрессия проявляется в намеренном обострении противоречий. В некоторых случаях вербальная картина очевидно гиперболизирует реально существующие проблемы. В этом плане наиболее показательны два вопроса. Первый обращен журналистом издания «Коммерсант-власть» к Л. Парфенову: «Получается, что, как вы говорите, на фоне «путинского застоя» «Намедни» эдакий телевизионный диссидент?» Следует обратить внимание на синтаксическую неточность (вероятно, намеренно допущенную), связанную с включением в текст вводного предложения с функцией ссылки на источник информации. Конструкция «как вы говорите» должна, в соответствии с содержанием реплик Л. Парфенова, относиться исключительно к словосочетанию «путинский застой». Однако, размещенная в середине пред-

ложения, она приобретает иной смысл: получается, будто тележурналист сам провозгласил свою передачу «телевизионным диссидентом».

При этом надо учитывать как семантическое ядро, так и ассоциативное поле существительного «диссидент». По свидетельству новейших словарей, «диссидент» - тот, кто не согласен с господствующей в стране идеологией, проводимой политикой, существующей системой, слово, ставшее бранным в 70-е гг.»; «диссидент – в советское время: тот, кто не разделял коммунистической идеологии, противостоял существующему режиму и подвергался за это преследованиям и репрессиям» (Толковый словарь языка Совдепии, 1998, с. 166; Толковый словарь русского языка конца XX в., 1998, с. 214). Употребления термина «диссидент» рождает в сознании взрослых читателей (а именно такова аудитория журнала «Коммерсант-власть») определенные историко-политические аналогии. Словесная игра интервьюера приводит к тому, что Л. Парфенов якобы объявляет себя последовательным идейным борцом с современным политическим режимом.

Подобная глобализация противоречий осуществляется и в интервью с председателем правления Конфедерации обществ потребителей Д. Яниным, когда журналист уточняет: «Допустим, государству действительно нужны послушные граждане, а не такие, как вы и ваши коллеги. Значит, в этом государстве вы чужеродное тело...» Несогласие с государственной политикой в отдельных вопросах трансформируется в изображении журналиста в непримиримую вражду.

Каковы же ближайшие и перспективные цели журналистской речевой агрессии?

Вербальная агрессия в СМИ по своему назначению существенно отличается от вербальной агрессии в непосредственном устном общении. Как известно, речевое агрессивное поведение в межличностной коммуникации служит грубым волюнтаристическим средством, а также выступает как инструмент самозащиты. Кроме того, речевая агрессия может быть одной из опор социальной иерархии, подчеркивая статус «высшего». Наконец, она выполняет компенсаторные функции, замещая физическую агрессию. В этом плане ее роль нередко характеризуется как позитивная (Тхорик, Голубцов, 1997; Бублик, 1996).

Элементы перечисленных функций свойственны и речевой агрессии журналиста. В большинстве случаев наступательно-провокационное поведение интервьюера выполняет простые и далекие от идеологии задачи. Если вопросы агрессивного характера действительно задаются в процессе предшествующего публикации устного общения, они обеспечивают корреспонденту доминирующую позицию в диалоге, а также вызывают собеседника на прямой, эмоциональный, зачастую резкий разговор. Но даже если агрессивные реплики возникают лишь на стадии письменного оформления текста интервью, они привлекают и удерживают читательское внимание, активизируют аудиторию, заставляя каждого мысленно солидаризироваться с одним из «непримиримых противников». Таким образом, речевая агрессия может рассматриваться как достаточно эффективный, хотя и не всегда корректный журналистский прием.

Однако функции агрессивных журналистских высказываний не ограничиваются психологическим подавлением собеседника и повышением чита-

тельского интереса к конкретной публикации или изданию в целом. Как уже отмечалось, повторяемый многократно, этот речевой ход формирует определенную вербальную и – шире – ментальную среду. Постоянный потребитель журналистской продукции привыкает видеть мир черно-белым, поделенным на «своих» и «чужих». Любое несогласие в рамках этой реальности немедленно перерастает в антагонистическое противоречие, любой конфликт чреват враждебными действиями.

Необходимо учитывать, что на общественное сознание влияет не только содержание, но и форма подачи материала в СМИ. Современная российская журналистика в большинстве случаев провозглашает демократические принципы и отстаивает высоконравственные позиции. Но декларации легко сводятся на нет самим языком газетно-журнальных публикаций, проникнутым духом раздражения и конфронтации.

#### Источники

- Еженедельный журнал. 2003. 25-31.08.  
Коммерсант-власть. 2003. 26.05-1.06.  
Коммерсант-деньги. 2003. 14-20.04.  
Огонек. 2003. 3.07.  
Огонек. 2003. 10.07.

#### Литература

- Барт Р. Война языков // Избранные работы. М., 1989.  
Бублик И.Ф. Семиотика вербальной агрессии // Человеческий фактор в правоохранительных системах. Орел, 1996.  
Степанов В.Н. Провокационный вопрос с точки зрения прагмалингвистики // Московский лингвистический журнал. 2003. Т. 6. № 2.  
Толковый словарь языка Совдепии. Спб., 1998.  
Толковый словарь русского языка конца XX в. Спб., 1998.  
Тхорик В.И., Голубцов С.А. Эмоциональная интоксикация личности, способы разрядки и стратегии защиты // Лингвистические и психологические основы изучения сущностей. Краснодар, 1997.  
Щербинина Ю. Методы диагностики речевой агрессии // Прикладная психология и психоанализ. 2001. № 3.