

Елена Набиева

Тюменский государственный университет (Россия)

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ СЕРГЕЯ ГОЛУБИЦКОГО

Бесспорно, что одним из наиболее эффективных способов обучения студентов-журналистов, а также повышения качества текстов уже работающих журналистов, является знакомство с произведениями других мастеров слова. Таких авторов, которых можно было бы считать выдающимися и обладающими индивидуальным стилем (под которым мы понимаем «совокупность доминирующих отличительных свойств речи индивида, проявляющихся в употреблении языковых единиц – как в качественном, так и в количественном отношении – в рамках данного функционального стиля, жанра, текстовой категории <...> соотносится <...> не с языковой личностью вообще, а с языковой личностью в определенной социальной роли субъекта речи» [12, с. 96]). В данной статье представлен анализ творчества Сергея Михайловича Голубицкого, как наиболее яркого представителя деловой журналистики. Приведем часть текста, опубликованного в рубрике «Знакомство» его авторского проекта «Старый Голубятник и его друзья»: *«филолог, кандидат филологических наук, писатель, журналист, специалист по интернет-трейдингу. Владеет английским, французским, немецким, португальским и румын-*

ским языками, изучает хинди и греческий. С 1984 по 1988 год – младший научный сотрудник Института мировой литературы Академии наук СССР, переводчик с английского, португальского и румынского языков в Союзе писателей СССР и Союзе кинематографистов СССР.... С 1996 г. автор колонок о бизнесе, экономике, финансах и информационных технологиях в российских журналах: *“Компьютерра”*...; *“Бизнес-журнал”* (первый главный редактор журнала; автор колонок *“Apparebit”* – 1999 год и 2004 год; *“Великие аферы XX века”* – 2003 год; *“Чужие уроки”* – с 2004 года по настоящее время; а также блога о бизнесе на портале издания с февраля 2013 года по настоящее время). В 1998 году автор музыкальных рецензий для портала CDRU.com. С сентября 2011 года по февраль 2013 года автор ежедневных комментариев по финансовой тематике в Национальной деловой сети. В разное время публиковался в журналах *“Домашний компьютер”*, *“Русский журнал”*, *“Инфобизнес”*, *“Cigar Clan”*, *“Д-штрих”* и др.» [1].

Кроме того, мы считаем нужным привести мнение экспертного сообщества ««Global Intellect Monitoring», которое в 2009 г. отдало ему тридцатое место в рейтинге «100 творцов постсоветского пространства». По мнению этого экспертного сообщества, *«Сергей Голубицкий – один наиболее ярких российских интеллектуалов начала XXI века, аналитик, обладающий энциклопедическими знаниями в различных сферах жизнедеятельности человека, оригинальный мыслитель с уникальным видением мира... Благодаря многочисленным публикациям в сети Интернет Сергей Голубицкий известен не только как специалист по интернет-трейдингу, но и как автор статей, которые с завидным постоянством попадали в фокус экспертного внимания. Голубицкий – филолог по образованию, и именно базовое образование позволяет ему порождать спектр уникальных интеллектуальных презентаций в рамках осмысления динамично изменяющейся реальности»* [10].

Необходимо сделать два важных уточнения. Во-первых, мы исследуем только аналитические статьи, извлеченные из печатной версии «Бизнес-журнала» (рубрика «Чужие уроки» за период 2011–2013 гг.), поэтому оцениваем их с позиции жанров рациональной журналистики (по типологии, разработанной А. В. Колесниченко [5, с. 8]). Общей сложности мы изучили 15 текстов с целью выявить наиболее характерные черты стиля С. М. Голубицкого, которые делают его статьи популярными и узнаваемыми. Во-вторых, результаты «препарирования текстов» в виде примеров индивидуального стиля С.М. Голубицкого могут быть использованы в качестве иллюстративного материала на занятиях по журналистскому мастерству.

В своих аналитических статьях С.М. Голубицкий активно использует термины из различных сфер деятельности, чаще всего экономической и компьютерной. Согласно исследователям деловой журналистики, «термины необходимо использовать только в том случае, если они будут *абсолютно понятны любому представителю целевой аудитории*. Любой термин, который может быть не понят, следует удалять из текста либо *расшифровывать сразу же при упоминании*» (курсив авторов издания) [2, с. 565]. В текстах анализируемого автора встречаются примеры экономического термина без расшифровки: «А как вам создание сложнейших *кредитно-дефолтных свопов*, выписанных на собственные же долговые обязательства и проведенных по балансу как активы для *оффета убытков?*» (Танцы Калисто Танци // БЖ. 2011. № 3. С. 11). Чаще всего автор дает определение термина в сноске: «...в 2006 году Blackstone возглавил консорциум, который произвел крупнейший на тот момент в истории *частный финансовый выкуп* компьютерной компании – Freescale Semiconductor – за 17,6 млрд. долларов», – и далее в сноске читаем: «До сих пор в русском языке нет адекватного перевода английского финансового термина *leverage buyout*, поэтому приходится пользоваться описательными конструкциями» (Цена свободы: \$13,65 // БЖ. 2013. № 8. С. 94).

Несмотря на то, что «Бизнес-журнал» имеет достаточно серьезную аудиторию (люди среднего возраста с высоким уровнем дохода, занимающие руководящие должности и т.д.) автор употребляет в текстах просторечные слова и выражения: «...он уже который год подряд создает не только высокотехнологичные, но и архимодные коммуникаторы на Windows Mobile и Android, и те разлетаются в Мюнхене, Лондоне, Париже и Москве как *горячие пирожки*» (Хон Хай // БЖ. 2011. № 2. С. 110); «Согласитесь, положение Танци в начале 2004 года выглядело *аховым*» (Танцы Калисто Танци // БЖ. 2011. №3. С. 107); «Именно такая версия представляется мне наиболее правдоподобной в истории группового *“наезда”* банкиров на поставщика информации, без которой, по их собственному признанию, они не мыслят существования» (Охота на Bloomberg // БЖ. 2013. №6. С. 95). Одновременно с разговорными выражениями автор использует латинские выражения и устаревшие слова, придающие текстам налет интеллектуальности: «И если в культурном и психологическом аспектах подобное представление о “норме” и может вызывать скепсис, то уж во всем, что относится к научному прогрессу и компьютерным технологиям, перифраз *“post hoc ergo melior hoc”* должен считаться нормой без всяких кавычек», которые поясняет в сноске:

«после этого – значит лучше этого») (Бунтарь на заработках // БЖ. 2013. № 11. 91); «Еще недавно 76-летний американец Давид Зигель слыл *авантажным* миллиардером» (Версаль для неимущих // БЖ. 2012. № 10. С. 90), где «авантажный» означает «представительный, видный, находящийся в выгодном положении» [11]; «Рискну предположить: гешефты, творимые 15 лет... в “Пармалате”, – традиционная работа итальянской *камарильи*: теснейшей спайки государственных чиновников и структур с частными банками, финансовыми консультантами и средствами (дез) информации» (Танцы Калисто Танци // БЖ. 2011. № 3. С. 111), где «камарилья» означает «обозначает группу придворных интригами, доносами и т.п. направляющих государственные дела в интересах своих и своих близких» [3, с. 329].

В текстах С. М. Голубицкого много варваризмов: «Одним словом, Bloomberg Terminal сегодня – это абсолютный *“маст-хэв”* для любого предпринимателя или структуры, оперирующих на финансовых рынках» (Охота на Bloomberg // БЖ. 2013. №6. С. 92); «Начну с главного, дабы избежать ненужного *саспенса* в статье, которую хотелось бы посвятить теме, отличной от набивших оскомину стонов по поводу наступления Нового мирового порядка на права и свободы граждан...» (Тектонический сдвиг // БЖ. 2013. № 2. С. 92); «История восхождения Терри Гу написана в лучших традициях *rags-to-riches*» (Хон Хай // БЖ. 2011. №2. С. 107). В первом предложении «маст-хэв» (must have) означает «должен быть», во втором предложении использован термин из кинематографа: «Саспенс – это момент, в *котором вовлечение в фильм аудитории проявляется наиболее полно...* Саспенс – *это чисто английское слово*. Знатоки языка говорят, что “напряжение” – это неточный и неполный перевод. Точнее оно означает “напряженное невыносимое ожидание”. Саспенс возникает, когда опасность угрожает персонажу, которому аудитория сопереживает» [9, с. 37]. В последнем примере «rags-to-riches» – аналог русского выражения «из грязи в князи». К категории варваризмов мы отнесли и следующий пример: «Несколько лет спустя, уже после того, как взошла звезда Skipe и Ценнстрем с Фриисом стали миллиардерами, *“копирастическая”* братия все-таки принудила их выплатить отступные на астрономическую сумму...» (Бунтарь на заработках // БЖ. 2013. №11. С. 93), – снабженный таким пояснением: «копиаст – уничижительной сленговое название сторонников строгих мер по охране авторских и смежных прав».

С. М. Голубицкий использует «фигуру речи, представляющую собой стилистически значимое отклонение от графического стандарта и/или

орфографической нормы» [7, с. 145], которая называется графон. При этом он создает их разными способами, например, с помощью курсива: «...трагическая судьба Skire в значительной степени обусловлена противоречием, заложенным уже в самом замысле нового сервиса: демиурги программы хотели создать *продукт, анархический и нонконформистский по форме и содержанию, однако же с претензией на коммерческое его применение в сложившейся системе отношений, которую этот продукт сам же и пытался разрушить!*» (Бунтарь на заработках // БЖ. 2013. № 11. С. 95). Есть примеры написания с заглавной буквы слов, которые необходимо, по мысли автора, акцентировать: «Томас Уотсон – Продавец от Бога...» (Эликсир молодости // БЖ. 2011. № 10. С. 108); «Financial Times прямым текстом обозначила и Силы Добра, вынудившие миниатюрную Империю Зла, обосновавшуюся в Карибском море, пойти на уступки...» (Тектонический сдвиг // БЖ. 2013. № 2. С. 91). Один из подзаголовков в последней статье создан с помощью латиницы: «В оффшоре – perestroika».

Яркой чертой стиля С. М. Голубицкого являются индивидуальные метафоры, которые «содержат высокую степень художественной информативности, т.к. выводят предмет (и слово) из автоматизма восприятия» [8, с. 218]. Нами обнаружены более 19 метафор, но для примера мы процитируем следующие: «Спасение пришло в лице нового управляющего Луи Герстнера, которого сумели переманить из RJR Nabisco, *корпоративного меланжа* из папирос, чипсов, крекеров и соусов» (Эликсир молодости // БЖ. 2011. № 10. С. 107), где меланж – это «механическая смесь яичных белков и желтков, без соблюдения их точного соотношения, иногда замороженная и хранимая в брикетах» [6]; «Будем надеяться – уже в качестве символа краха безумной национальной мечты о материальном *паректазисе*» и далее в сноске пояснение «в анатомии и травматологии этим термином обозначают чрезмерное растяжение» (Версаль для неимущих // БЖ. 2012. № 10. С. 94). Благодаря тому, что «метафора – ведущее проявление стратегии наименования в публицистическом дискурсе. С помощью метафоры в текстовом континууме образуется оценочный подтекст, подчиненный ведущей идее» [4, с. 52], читатели могут легко понять авторское отношение к описываемому явлению. В обоих приведенных примерах авторская оценка события, безусловно, негативная.

Кроме того, отличительной особенностью статей С.М. Голубицкого являются и ссылки в тексте статьи на предыдущие материалы автора: «Читатели наверняка помнят историю разорения 168-летнего инвести-

ционного дома, чьи акции за день обвалились с 16 долларов до 20 центов (см. “Nebula Nebulorum” в “Бизнес-журнале” – 2008, № 18, или “Экстаз гламурного мужинки” в “Компьютере” – 2008, № 36)» (Нам бы день простоять да ночь продержаться // БЖ. 2011. № 11. С. 109); «Флинт чем-то одновременно напоминает воровского барона с широкой душой Эндрю Карнеги и своего тезку – капитана пиратского корабля из романа Стивенсона “Остров сокровищ”. (О Великом Титане Америки читайте мою “Карнегиану” (Бизнес-журнал 2004. № 13)» (Эликсир молодости // БЖ. 2011. № 10. С. 108); «В прошлом номере “Бизнес-журнала” я уже рассказывал об американской “ИРО-хондрии” – тревожной тенденции в экономике США, связанной с повальным отказом коммерческих структур выходить на биржу и расставаться с непубличным статусом» (Цена свободы: \$13,65 // БЖ. 2013. № 8. С. 90). Таким образом, во-первых, возникает идея взаимосвязанности всех текстов данного автора и увеличивается количество обращений к данному журналу (многие действительно находят эти тексты в электронном варианте). Во-вторых, у постоянных читателей появляются положительные эмоции, поскольку они уже знакомы с данными текстами (эффект узнавания).

Таким образом, на примере всего 15 текстов С.М. Голубицкого мы выделили следующие постоянно встречающиеся особенности его индивидуального стиля: создание метафор, использование терминов, варваризмов, графонов, а также ссылки на собственные материалы в предыдущих номерах издания. На наш взгляд, будет полезно проанализировать и синтаксические особенности его стиля, что является целью следующей статьи.

Литература

1. Авторский проект Сергея Голубицкого «Старый Голубятник и его друзья». <http://sgolub.ru/about-us>
2. Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисяк, В. Вайсберг, А. Вырковский, П. Силуянова, М. Ховратович, А. Ходоровский / Отв. ред. А. В. Вырковский. – М., 2012. – 728 с.
3. Иллюстрированный энциклопедический словарь Ф. Брокгауза и И. Ефрона. – М., 2007. – 960 с.
4. Клушина, Н. И. Стратегии именования в воздействующей речи / Н. И. Клушина // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 5. – С. 49–65.
5. Колесниченко, А.В. Прикладная журналистика: учеб. пособие / А.В. Колесниченко. – М., 2008. – 180 с.
6. Кулинарный словарь В.В. Похлебкина, 2002. http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_culinary/

7. Культура русской речи: энциклопедическом словарь-справочник. – М., 2003. – 360 с.

8. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова и П. А. Николаева Ред. кол.: Л. Г. Киреев, Н. И. Балашов, А. Г. Бочаров и др. – М., 1987. – 752 с.

9. Митта, А. Кино между адом и раем: кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Куросаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому... / А. Митта. – М., 2007. – 480 с.

10. Независимое аналитическое обозрение. <http://www.polit.nnov.ru/2010/03/03/thinker100creat2009/>

11. Словари и энциклопедии на Академике. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/736966>

12. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М., 2002. – 696 с.