

РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.111'42

Зиневиц Надежда Васильевна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры теории и практики
английского языка
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Nadzeya Zinevich

PhD in Philology, Assistant Professor
of the Department of the Theory
and Practice of the English Language
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
nadzusha@gmail.com

Кравцов Дмитрий Олегович

магистрант
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Dzmitry Krautsov

Post graduate student
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
kravtsovdmittii@gmail.com

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ СУБЪЕКТНОСТИ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ:
МЕЖЖАНРОВЫЙ АСПЕКТ

VERBALIZATION OF SUBJECTIVITY AS A CATEGORY IN ENGLISH
MEDIA DISCOURSE: A CROSS-GENRE APPROACH

Целью данной статьи является сопоставление специфики языкового выражения дискурсивной категории субъектности в англоязычном медийном дискурсе на материале жанров новостной заметки, аналитической статьи и очерка. В контексте исследования субъектность рассматривается как сложная когнитивно-коммуникативная категория, основными структурными компонентами которой являются субкатегории адресанта, адресата и других участников коммуникации. Результаты анализа подтвердили наличие четкой зависимости между характером вербализации субкатегорий субъектности и жанрово-прагматической природой текста (открытой субъективностью очерка, акцентированной объективизацией новостной заметки и промежуточной объективно-субъективной ориентацией аналитической статьи).

Ключевые слова: дискурс; медийный дискурс; дискурсивная категория; субъектность; медийный жанр.

The goal of the paper is to compare the peculiarities of verbalizing the discourse category of subjectivity in such media genres as a news story, an analytical article and a feature article. Within the framework of this analysis subjectivity is viewed as a complex cognitive and communicative category, which consists of such subcategories as the addresser, the addressee and other participants of communication. The research has established a clear correlation between the ways the subcategories are verbalized, as well as the pragmatic nature of the genres (explicit subjectivity of a feature article, pronounced objectivity of a news story and an intermediate – objective and subjective – character of an analytical article).

Key words: discourse; media discourse; discourse category; subjectivity; media genre.

Одной из наиболее востребованных и актуальных областей современных лингвистических исследований является дискурс-анализ. Ценность и целесообразность данного направления заключается в том, что оно позволяет дать ответы на целый ряд важнейших теоретических и практических вопросов о природе и результатах речевой деятельности. Она рассматривается не в изоляции, а как неотъемлемый компонент максимально широкого экстралингвистического контекста, от которого она зависит и на который способна, в свою очередь, оказывать влияние. Таким образом, ключевыми категориями современной лингвистики становятся, во-первых, сам дискурс, и, во-вторых, целый комплекс непосредственно связанных с ним дискурсивных категорий, позволяющих описать дискурс уникальный феномен в совокупности целого ряда сущностно значимых характеристик.

Целью настоящей работы является рассмотрение специфики реализации категории субъектности как одной из важнейших когнитивно-коммуникативных категорий дискурса [1, с. 61]. Вслед за Т. П. Карпилович, под *субъектностью* мы понимаем категорию, предполагающую «все возможные формы участия коммуниканта в высказывании, содержание которой включает субкатегории **адресанта**, **адресата**, а также всех **других участников дискурса**» [2, с. 13]. Исключительная значимость категории субъектности как объекта анализа подтверждается тем фактом, что именно с ее помощью задаются основные личностные координаты дискурсивной деятельности, без чего, очевидно, речепроизводство в принципе не имеет смысла.

Интерес к субъектности как дискурсивной категории повлек за собой ряд исследований на материале различных жанров таких дискурсов, как научный (Т. П. Карпилович, Н. В. Зиневич), научно-популярный (Т. П. Карпилович, Н. В. Егоров), медийный (Т. А. Сысоева, О. В. Казимилова), экологический (Н. В. Зиневич) и др. В данной работе предпринимается попытка выявить особенности вербализации категории субъектности в межжанровом аспекте, что может облегчить не только дифференциацию конкретных жанров в условиях их динамичного становления и нарастающей гибридности, но и способствовать уточнению функционально-прагматической специфики отдельных дискурсов в целом.

На данном этапе исследования предполагается обращение одному из важнейших социальных и культурно значимых дискурсов – медийному. При этом основное внимание будет сосредоточено на сопоставлении таких его центральных жанров, как новостная заметка, аналитическая статья и очерк. Каждый из предложенных жанров обладает четкой прагматической спецификой и представляет одну из трех основных функционально-жанровых группировок медийного дискурса (информационную, аналитическую и художественно-публицистическую соответственно).

Остановимся кратко на структуре категории субъектности в медийном дискурсе. Как показали наблюдения, центральное место в иерархии субъектных взаимоотношений отводится субкатегории **адресанта** (отправителя сообщения/ говорящего). Первостепенная значимость различных форм экспликации авторского присутствия в медийном тексте подчеркивается тем

фактом, что субъект речи здесь «приобретает статус системообразующего фактора, поскольку все проявления автора обеспечивают целостность и предметно-смысловую завершенность медиатекста, а также позволяют выявить его жанровую сущность» [3, с. 108].

Далее рассмотрим фигуру **адресата** как субъекта коммуникации. Будучи ориентированными на массового адресата, тексты медиадискурса во многом зависят от образа адресата, воплощаемого в тексте. По мнению Т. Л. Каминской, субкатегория адресата выполняет в текстах массовой коммуникации сразу несколько функций (чаще всего мы можем говорить об их взаимодействии): интеграции читателей (основная функция), манипуляции сознанием читателя, интерпретации реальных событий и фактов действительности в соответствии с картиной мира адресата [4, с. 109].

В настоящем исследовании считаем необходимым также ввести субкатегорию «**другие участники коммуникации**». По роли в тексте данные субъекты коммуникации приближаются к адресанту, или автору, так как их дискурс зачастую помещается в текст в виде прямого включения. При появлении в тексте других участников коммуникации наблюдаются такие явления как «диалог смысловых позиций и мнений» и «виртуальное общение авторов» [2, с. 52] – формы реализации интертекстуальности. Велика роль этой субкатегории и в медиадискурсе: значительному числу его жанров свойственна полифоничность – сочетание нескольких «авторских голосов».

Перейдем к непосредственному анализу лингво-коммуникативной специфики выражения категории субъектности в рассматриваемых жанрах медийного дискурса. Исследование проводилось на материале англоязычных печатных и интернет-изданий (BBC, Forbes, Insider, The Economist, The Guardian, The New York Times, The Times, The Wall Street Journal, The Washington Post, Wired), опубликованных с 2021 по 2022 год. Объем проанализированного материала составил 30 текстов: 10 новостных заметок, 10 очерков и 10 аналитических статей.

Практическое рассмотрение материала исследования проводилось путем определения языковых маркеров субъектности и определения их количества в расчете на 1000 слов, а также сравнения средних арифметических показателей в каждом жанре. Результаты сравнения приведены в таблицах 1, 2, 3.

Т а б л и ц а 1

Сравнение средних количественных показателей средств экспликации адресанта в межжанровом аспекте

	Новостные заметки	Очерки	Аналитические статьи
Единичное наименование	–	4,036	–
Инклюзивное наименование	0,109	2,906	1,036
Средства интерпретации	0,943	0,981	1,709
Модальные средства	2,823	3,728	11,595
Метатекстовые средства	17,829	17,11	29,931
Оценочные средства	13,415	16,621	51,913

Таблица 2

Сравнение средних количественных показателей средств экспликации адресата в межжанровом аспекте

	Новостные заметки	Очерки	Аналитические статьи
Единичное наименование	1,115	1,849	0,507
Средства интерактивности	0,503	0,968	2,37

Таблица 3

Сравнение средних количественных показателей средств экспликации других участников коммуникации в межжанровом аспекте

	Новостные заметки	Очерки	Аналитические статьи
Единичное наименование	12,446	14,379	18,338
Инклюзивное наименование	0,463	1,528	1,208
Количество других коммуникантов	6,1	7,9	5,5
Средства интерпретации	0,551	0,142	0,978
Модальные средства	0,605	1,289	5,594
Метатекстовые средства	2,355	6,192	6,45
Оценочные средства	4,442	10,6615	27,368
Вставки дискурса других коммуникантов	13,47	12,617	15,974
Средства референции к неопределенному источнику	0,41	0,275	0,304

Рассмотрим подробно полученные результаты. Прежде всего заметим, что наибольшая доля **эксплицитных** средств наименования **адресанта** (*I, we, my* и др.) ожидаемо обнаруживается в присущий им художественный характер, связанный с творческим началом отдельного человека, во многом способствует явному проявлению автора на текстовом пространстве. Также в очерке было выявлено и большее количество средств **инклюзивного** наименования (*we, us, our, everyone, anyone* и др.), что говорит о выраженном желании автора не только привлечь аудиторию, но и убедить ее в правомерности собственных суждений путем показа общности интересов: *But everyone knows these programs are all likely to get extended for the full 10 years if passed.*

Несколько более высокий, чем в новостных заметках, уровень выраженности средств инклюзии в аналитических статьях свидетельствует об уходе от беспристрастного фиксирования событий в сторону выражения собственных выводов и осознанно речевом воздействии, в том числе и за счет активного вовлечения в дискуссию адресата.

Переходя к имплицитным средствам реализации адресанта, обратим внимание на значительное преимущество в данном отношении аналитических статей. Так, преобладание в аналитике средств интерпретации (например, глаголов речемыслительной деятельности *analyze, argue, claim, compare, note, observe, propose, write*) свидетельствует о большем количестве собственных выводов на основе представленных мнений: *We continue to **hold the views** expressed in detail in our latest regulatory filings*. Также в аналитических статьях активно используются модальные средства, которые представлены прилагательными (*apparent, certain, likely, sure*), глаголами и глагольными конструкциями (*can, could, have a chance to, might, seem, would*), а также наречными конструкциями (*in all likelihood, maybe, of course, perhaps, possibly, seemingly*). Повышенная модализация жанра аналитической статьи отражает, с одной стороны, ее основную прагматическую установку (анализ проблемной ситуации), а с другой – говорит о большей интеллектуально-творческой свободе автора в представлении собственных прогнозов и предположений.

Еще одной отличительной чертой аналитики является заметное преобладание метатекстовых средств: коннекторов – союзов (*but, despite, however, or, yet*), наречий (*alternatively, anyway, for example, for instance, particularly, then, though, too*), предлогов (*also, amid, by means of*), предложных фраз и вводных конструкций (*as well as, because of, due to, in fact, in general, in other words, in particular, so far, such as*). Акцент на метатекстовых показателях в жанре аналитической статьи во многом связан с необходимостью показа логических операций: восхождения от общего к частному и наоборот, а также причинно-следственных связей.

Если в новостных статьях и очерках функция *оценки* в значительной степени перенесена на других коммуникантов (с целью объективизации повествования и показа «правды жизни» соответственно), то аналитическая статья обнаруживает открытую оценку описываемых предметов, явлений и персонажей как неотъемлемый компонент их интерпретации. К оценочной лексике были отнесены слова различной частеречной принадлежности: прилагательные (*appalling, arrogant, backward, bizarre, blunt, brave, brooding, classic, clear, contentious, cool, dire, dominant, vast, weak, whopping*), существительные (*adoration, clamor, cliché, crowd, defection, delusion, difficulty, evil, heavy-hitter, junta, onslaught, powerbroker*), наречия (*absolutely, almost, boldly, clearly, depressingly, even, flimsily, genuinely, heavily, intimately, just, often, unpromisingly, vastly*), глаголы (*bully, cling, condemn, criticize, defect, delight, despair, fail, fascinate, smear, upend, wrench off*). Кроме того, в целях выражения оценки говорящим употребляются и стилистические средства:

метафоры (*a storm of controversy, be laced with intrigue, demographic timebomb, diplomatic hornet's nest, political point-scoring, the "brain" within every electronic device*), аллюзии (*Even the masters of web2 see **the writing on the wall*** (зловещее предзнаменование, начертанное на стене во время пира вавилонского царя Валтасара незадолго до падения Вавилона)), эпитеты (*brilliant coach, doomsday response*), сравнения (*brandishing driftwood sticks **like swords**; the polymer strands become entangled, **like a hairball***).

Таким образом, анализ показал, что субкатегория адресанта наиболее активно выражается в жанрах очерка и аналитической статьи. При этом очерк отличается явной тенденцией к эксплицитному проявлению автора и его точки зрения, в то время как в аналитической статье предпочтение отдается имплицитным средствам. Можно предположить, что завуалированный показ позиции автора в жанре аналитической статьи необходим для большей объективизации сообщения и, как результат, его большей убедительности для аудитории. С этой же целью имплицитные средства авторского присутствия достаточно часто используются в жанре новостной заметки.

Анализируя специфику реализации **других участников коммуникации**, отметим, что существенным показателем здесь является соотношение количества наименований и вставок дискурса других коммуникантов с собственно количеством других коммуникантов – чем эти коэффициенты выше, тем больше в тексте появляется цитат без непосредственного указания автора и вставок дискурса уже представленных коммуникантов. Сравнение демонстрирует, эта тенденция наиболее ярко проявляется в аналитических статьях, что обуславливается особенностями введения других коммуникантов в данный тип текстов: их мнение, как правило, приводится на протяжении всего текста для доказательства тезисов, относящихся к различным сторонам описываемого явления: *All three former shifters told Insider that in some ways, shifting made their mental health worse.*

Что касается имплицитных средств представления других участников коммуникации, то общей тенденцией является увеличение их среднего количества от новостных заметок к очеркам и от очерков к аналитическим статьям. Единственным исключением явились средства интерпретации, количество которых в новостных статьях выше по сравнению с очерками предположительно в силу большей необходимости всестороннего представления умозаключений других коммуникантов: *Much of the anger is directed at Nazarbayev himself, who for so long **appeared untouchable**.* В целом представляется, что количественное преобладание практически всех средств выражения субкатегории других участников коммуникации в аналитических статьях продиктовано оценочно-интерпретативным характером аналитического дискурса в целом.

Также необходимо отметить одинаково низкую представленность средств референции к неопределенному источнику во всех исследованных жанрах. Данная группа средств закономерно снижает

объективность повествования, которая является одной из основных прагматических установок текстов СМИ. Следовательно использование такого способа введения речи других коммуникантов может в какой-то степени подрывать доверие со стороны адресата: *His daughter and grandson are believed to own £80m of London property.*

В заключение остановимся на средствах экспликации адресата в текстах рассмотренных жанров. Наибольшее среднее количество эксплицитных средств выражения адресата было обнаружено в очерках, что связано с высоким прагматическим потенциалом данных единиц, во многом опирающемся на непосредственное обращение к опыту читателя: *Don't worry if this hurts your head; it's not called the hard problem for nothing.*

Как и ранее в субкатегории других участников коммуникации, значительное преобладание роли аналитических статей в экспликации субкатегории адресата обусловлено прагматическими факторами, в частности, необходимостью обращения к опыту читателя, выраженной тенденцией к его вовлечению в дискуссию и приглашению к диалогу: *And do you want to rely on someone like Florida GOP Gov. Ron DeSantis to do the right thing?*

Таким образом, мы рассмотрели функционирование различных групп языковых средств экспликации субъектности в медийных жанрах новостной заметки, очерка и аналитической статьи с учетом их лингво-коммуникативной специфики. В ходе анализа была выявлена связь между преобладанием тех или иных средств и функционально-прагматической направленностью жанра. Так, во-первых, межжанровое изучение показателей адресанта показало значительное преобладание эксплицитных средств субъектности в очерках. В то же время аналитические статьи обнаруживают существенное преобладание имплицитных маркеров адресанта, что коррелирует с более высокой выявленностью автора как субъекта оценки и интерпретации.

При экспликации других участников коммуникации среднее количество эксплицитных и имплицитных средств выражения расширилось от новостных заметок к очеркам и далее к аналитическим статьям, где упоминание различных точек зрения способствует повышению убеждающей силы высказывания, в том числе и за счет акцентирования неподвзятости автора.

Что касается средств экспликации адресата в рассмотренных медиатекстах, укажем на преобладание эксплицитных маркеров в очерке, так как прямое обращение к читателю в большей степени соответствует данному художественно-публицистическому жанру. При этом значительное преобладание средств интерактивности было зафиксировано в аналитической статье вследствие основной коммуникативной задачи убеждения читателя в правильности позиции автора.

Обобщая результаты исследования, необходимо также обратить особое внимание на общую тенденцию прямой зависимости выявленности адресанта и адресата и обратной зависимости выявленности адресанта и других участников коммуникации, что, по-видимому, обуславливается разнонаправленной прагматической установкой данных категорий в медийном дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зиневич, Н. В.* Интенциональность и субъектность научного дискурса в аспекте их взаимодействия / Н. В. Зиневич // Вестн. МГЛУ. Сер. 1, Филология. – Минск : МГЛУ, 2019. – № 1 (98). – С. 61–67.
2. *Карпилович, Т. П.* Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2018. – 160 с.
3. *Казимилова, О. В.* Экспликация субъекта речи в современном медийном дискурсе / О. В. Казимилова // На перекрестке культур: единство языка, литературы и образования: сб. науч. ст. I Междунар. науч.-практ. интернет-конф., Могилев, 3–17 декабря 2018 г. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2019. – С. 105–108.
4. *Медведева, Е. А.* Современные медиатексты в аспекте стилеобразующих категорий «автор» и «адресат» / Е. А. Медведева, Н. В. Соловьева // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение – Челябинск : ЧелГУ, 2012. – Вып. 71 – С. 107–111.

Поступила в редакцию 29.09.2022