

11. *Бабайлова, А. Э.* Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении неродному языку: социопсихолингвистические аспекты / А. Э. Бабайлова. – Саратов : Саратов. ун-т, 1987. – 152 с.
12. *Гальперин, И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 140 с.

The prototypical components identified in the semantic structure of the essays on the pictorial art are *biographical information about the artist; the history of the painting; description of the picture and its interpretation*. Coherence of the polycode interpretational discourse is actualized in the thematic and modal integrity. The main macro-topics of the essays on the pictorial art are *origin and interpretation*.

Т. А. Сысоева

ДИСКУРСИВНАЯ КАТЕГОРИЯ СУБЪЕКТНОСТИ: МНЕНИЕ АДРЕСАНТА И ЕГО МАРКЕРЫ В ГАЗЕТНОЙ ДИСКУССИИ

В статье раскрывается комплексный характер дискурсивной категории субъектности и определяются особенности ее актуализации в публикациях аналитического характера на двух языках. В результате сопоставительного анализа текстов жанра *газетная дискуссия* из белорусских и американских изданий были выявлены языковые маркеры мнения, основным из которых выступает местоимение первого лица в сочетании с глаголом речемыслительной деятельности. Несмотря на специфические моменты, обусловленные разноструктурным характером исследуемых языков, общая тенденция состоит в том, что из множества говорящих субъектов, точки зрения которых отражены в медиатексте в виде прямых цитат или косвенной речи, доминирующую позицию занимает автор сообщения и его субъективное мнение.

В нынешней исследовательской парадигме проблема медиадискурса и его отдельных жанров рассматривается с позиции субъекта речи. По мнению ведущих специалистов, современная лингвистика в целом «характеризуется антропоцентрическим подходом к изучению языка, текста и дискурса, интересом к роли говорящего и других коммуникантов в процессе общения» [1, с. 9]. Поскольку коммуникация в медиасфере направлена не только на привлечение внимания аудитории, но и на «выстраивание с ней эффективного диалога» [2, с. 77], для медиатекста, на наш взгляд, наиболее актуален следующий ряд вопросов: какова глобальная интенция автора, какие стратегии и тактики он применяет для достижения цели коммуникации, насколько открыто выражает свое субъективное мнение, заявляет о своем видении обсуждаемого вопроса?

Определение способов манифестации авторского «Я» в медиатексте неизбежно приводит нас к понятию *субъектности*, которое в широком плане представляет собой «коммуникативную категорию, предполагающую все возможные формы участия говорящего в высказывании» [1, с. 48]. Будучи одной из глобальных дискурсивных категорий, субъектность включает «субкатегории адресанта, адресата, а также всех других участников

дискурса» [1, с. 13]. Дело в том, что в роли говорящего субъекта может выступать не только автор, но и другие участники коммуникации, чье мнение приводится (цитируется дословно или упоминается вскользь) в том или ином сообщении. В свете сказанного легко объяснить полифонический характер современного медиатекста, который отличается диалогичностью, т.е. «выражением в речи взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций, многоголосием общения» [3, с. 28]. С одной стороны, в ходе коммуникации выстраивается диалог между автором и массовым адресатом, а с другой – между автором и «третьими лицами» (сторонниками или оппонентами его теории, героями публикации): «в тексте получает авторскую оценку предполагаемая позиция третьего лица (лиц), передается эмоциональное впечатление от прежде выдвинутого довода или утверждения, находятся решения, альтернативные ранее предложенному (своему или чужому), сопоставляются и оцениваются взгляды нескольких “третьих” лиц...» [4, с. 97–98]. Приводимые в медийном сообщении мнения могут полностью совпадать или «сталкиваться», быть диаметрально противоположными. Автор текста может разделять то или иное мнение, выражать согласие или несогласие, одобрение или неодобрение, а может и открыто спорить с другими, демонстрировать несостоятельность их аргументов. Таким образом, медийная сфера становится «центром столкновения интересов влиятельных субъектов социального пространства» [5, с. 105], отражая точки зрения различных социальных групп или индивидов. На языковом уровне маркерами подобной полифоничности (т.е. многоголосия) прежде всего выступают «цитаты, вводные конструкции, указывающие на источник» [6, с. 109].

Поставив перед собой цель коммуникации и определившись с содержанием материала, отправитель сообщения старается отыскать соответствующую форму представления этого материала. Он решает, как именно писать, «выявляя свое личностное начало или скрывая его, отстраняясь от написанного, будто бы это вовсе и не его, автора, создание» [7, с. 65]. При этом, по мнению исследователей, максимальная степень выраженности авторского присутствия характерна для аналитических медиажанров, таких как корреспонденция, комментарий, статья [6, с. 108]. В этом случае адресант «подаёт сообщение, сопровождая его своим субъективным отношением» [8, с. 287]. Сказанное справедливо и для медиажанра *газетная дискуссия*, который является комплексным и представляет собой набор из двух и более аналитических статей, связанных общей темой и выражающих разные мнения по поводу обсуждаемой проблемы. Данный жанр служит примером новых, «гибридных» форм текста, которые возникают в результате процессов диффузии жанров и их конвергенции [9]. Таким образом, современная медиасфера представлена привычными для нас медиапродуктами вроде газетной статьи, телепередачи, радиоинтервью, но в ней есть место и интегрированным жанрам, таким как инфотейнмент, эдютейнмент и т.п. [10, с. 27]. Очевидно, что исследуемые примеры газетной дискуссии относятся ко второй группе.

В качестве материала для проведения контрастивного анализа были отобраны публикации из американских изданий «The Washington Post», «USA Today» и русскоязычного белорусского издания «Народная газета» (а также их интернет-версий) за 2016–2018 гг. С одной стороны, анализируемые тексты можно было бы обозначить как аналитические статьи, которые посвящены актуальным проблемам. С другой стороны, данные публикации не являются самостоятельными: они тематически связаны с другими статьями, в которых высказываются альтернативные мнения по тому же самому вопросу, и степень убедительности авторской аргументации может быть полностью оценена только в контексте всей виртуальной дискуссии. Конечно, подобный обмен мнениями нельзя считать полноценным диалогом, однако он предоставляет читателям издания возможность сравнить конкурирующие точки зрения, оценить убедительность разных статей по одной и той же теме и в итоге определить для себя победителя виртуального спора. Формально газетная дискуссия может быть представлена по-разному. Так, в издании «Народная газета» слово предоставляется двум экспертам, профессионально связанным с определенной сферой деятельности (медицина, образование, экономика, политика и т.д.). Приглашенные высказывают собственную точку зрения самостоятельно, после чего две публикации размещаются в рубрике *Спор* на одной газетной странице под общим заголовком. На сайте американского издания «The Washington Post» читателям предоставляется возможность ознакомиться с разными точками зрения по поводу обсуждаемой проблемы, перейдя по ссылке *Read more on the topic*, размещенной после статьи в разделе *Opinion*. Издание «USA today» действует аналогично, однако высказываемые мнения помечаются как *Our view* и *Opposing view*, что значительно облегчает читателю задачу их сопоставления.

Как и в целом, в современной публицистике, главным предметом обсуждения в анализируемых текстах являются социальные проблемы. Это некие ситуации, которые требуют немедленного либо скорейшего разрешения, увеличивая разрыв между ожиданиями аудитории и реальным развитием событий [11, с. 153]. Однако задачей подобных текстов является не только всестороннее, многоплановое рассмотрение актуальных проблем, но и поиск путей их решения. Как правило, постановка проблемы в тексте маркируется соответствующим словом-репрезентантом или его синонимом: *Проблема состоит в том, что предприятия часто не склонны платить за исследовательские результаты, использованные ими в производстве; There are three **problems** with colleges today*. Автор чаще всего эксплицирует собственное мнение посредством местоимения первого лица, вводных слов, сослагательного наклонения, лексики с семантикой необходимости: *Театр, наверное, должен поднимать яркие серьезные проблемы; Конечно, очень хотелось бы чуда; Но было бы несправедливо только на чиновников пенять; Мое мнение: перед тем, как ужесточать наказание, нужно полностью обеспечить водителю возможность проехать участок дороги без нару-*

шений; Однако за прошедшее время **мое мнение** по этому вопросу существенно изменилось; **Необходимы** решительные изменения в области государственного воздействия; Today, the nation **needs** somewhat greater infrastructure spending to increase productivity by reducing road and port congestion and boosting the velocity of economic activity. **Unfortunately**, this subject is not immune to the rhetorical extravagance that infects all of today's political discourse. Как видно из приведенных примеров, маркеры мнения не являются взаимоисключающими и могут использоваться комплексно в пределах одного высказывания.

Обращаясь к чужому мнению, автор может одобрить его (*Такое мнение имеет право на жизнь*) или раскритиковать, указав на возможные негативные последствия предлагаемых действий: *If we continue to rely on market forces alone, as **some would suggest**, it will be too late for many residents.* Иногда апелляция к чужой точке зрения дается в предельно обобщенной форме, без точного указания субъекта мнения: **Часто приходится слышать и такое мнение:** *имеет ли смысл активно «напирать» на многодетность, если у нас слишком высок процент неблагополучности в данной категории семей?; The Fight for \$15 and the elimination of the tipped wage is fraught with fear, **heated opinions** and worst-case scenarios.* В ряде случаев указана социальная группа, так называемый коллективный носитель мнения: *At least that's **the opinion of many grammarians**, who have been quibbling about Americans' use of language for as long as there has been an American language to fight over; **Some historians** even suggest that...; **Their theory** is that improved infrastructure might have moved the South away from reliance on a slavery-based agricultural economy.* В других случаях субъект мнения конкретизирован, а его точка зрения оформлена в виде цитаты или косвенной речи: **Один из инспекторов дорожного движения, в чине полковника, обрисовал ситуацию:** «ограничение скорости – 50 км/ч. Едут два автомобиля. Один – со скоростью 55 км/ч, второй – 90 км/ч. Кого останавливать?»; **Angelle argues**, in essence, that the oil industry can be trusted to police itself. **Lifting these restrictions, he says**, would save the industry \$ 228 million over 10 years. Интересен тот факт, что обобщения чаще встречаются в белорусских изданиях, тогда как точное указание имени, источника, даты и иных деталей является спецификой американских изданий.

Несмотря на то, что для исследуемых статей характерно многоголосие (апелляция как к собственному мнению автора, так и к чужому), доминантой все же выступает собственная точка зрения: 84 % маркеров мнения в белорусских изданиях и 60 % в американских акцентируют именно авторскую позицию. Полученный результат количественного анализа отвечает общей тенденции усиления личностного начала в СМИ, о которой говорят современные исследователи [12, с. 162]. Принимая во внимание тот факт, что языковые средства манифестации авторского «Я» многообразны, в рамках настоящей публикации остановимся на таком способе, как сочетание местоимения первого лица единственного числа с глаголом.

В англоязычных текстах местоимение *I* сопровождается, прежде всего, глаголами речемыслительной деятельности (*I think, I suspect, I suppose, I understand, I mean, I imagine, I believe, I wonder, I say*). Приведем примеры их актуализации в контексте: ***I mean*** *this only metaphorically; I fully understand* the importance of worker safety and environmental protection; *But as a proud parent of three college graduates, I have wondered* if we'd really gotten our money's worth. Употребительны глаголы, выражающие одобрение или неодобрение, согласие или несогласие (*I acknowledge; I sympathize, I welcome, I argue, I oppose, I disagree*): ***I can sympathize*** with their fears; ***I welcome*** efforts to change the way business is conducted here; ***I would not argue*** that...; ***I opposed*** the war in Iraq, yet seized an opportunity to work in Baghdad where I gained valuable insights on the challenges of development and diplomacy in a war zone. Поскольку авторы статей предлагают не только субъективное мнение по поводу проблемы, но и свои пути ее решения, встречается сочетание глагола *have* с существительным *solution* или его синонимами: ***I have a suggestion; I have a solution*** to this problem. Употребительны открытые призывы к действию: ***I urge*** business associations, the mayor and the D.C. Council to press forward on these issues. Для англоязычных текстов также характерно использование глаголов *be, feel* с соответствующим существительным или прилагательным, указывающим на эмоции адресанта: ***I felt relief; I was impressed; How grateful I am*** that this was so; ***I am confident*** that the bureau will be able to achieve the goal of integrating a risk-based inspection protocol in 2018.

Обратимся к текстам из белорусских изданий, для которых наиболее употребительной группой также оказались глаголы речемыслительной деятельности (я думаю, я знаю, я помню, я вижу – в значении ‘осознаю, понимаю’): ***Я думаю***, психологический театр переживет и этот крен; ***Пока я вижу***, что система начисления штрафных баллов за нарушения ПДД – мера скорее карательная, чем предупредительная, а значит, эффективность ее в нынешних условиях, скорее всего, будет низкой. Для русскоязычных текстов характерны глаголы, выражающие одобрение, согласие, отношение (я поддерживаю, я принимаю, я защищаю, я люблю), призывы к действию (я призываю). Встречаются примеры, в которых автор дает оценку собственным действиям или предлагает пояснения ранее сказанному (я не скрываю, я имею в виду). Специфичным является использование краткой формы прилагательного: я уверена, я убежден. Необходимо признать, что в русскоязычных текстах арсенал глаголов, с которыми сочетается местоимение первого лица в составе маркеров мнения, значительно беднее, чем в англоязычных. Подобный результат объясняется разноструктурным характером языков. Так, в русскоязычных текстах в качестве альтернативы употребительны односоставные предложения (определенно-личные): ***Знаю***, что они способны на большее; ***Думаю***, и наша страна в состоянии перенять положительный пример; ***Вместе с тем считаю***, что на сегодняшний день наше законодательство в вопросах определения ответственности за преступления, связанные с оборотом наркотиков, одно из самых эффективных в мире.

Таким образом, авторы текстов, относящихся к «гибридному» медиажанру *газетная дискуссия*, реализуют намерение поделиться субъективным мнением по поводу обсуждаемой проблемы. В ходе доказательства собственной позиции они прибегают к цитированию чужих точек зрения, в результате чего возникает сложное переплетение мнений нескольких говорящих субъектов. Однако специфика репрезентации дискурсивной категории *субъектности* в исследуемом жанре такова, что в этой полифонии голосов мнение автора публикации все же звучит ярче, чем остальные, и данная тенденция находит свое воплощение как в американских печатных изданиях, так и белорусских.

Сопоставительный анализ англоязычных и русскоязычных текстов показал, что в целом спектр маркеров мнения является сходным, и сочетание местоимения первого лица единственного числа с глаголом речемыслительной деятельности занимает в этой группе лидирующую позицию, выступая эксплицитным средством выражения субъективной точки зрения адресанта. Вместе с тем можно говорить и о присутствии лингвокультурных различий, обусловленных, прежде всего, разноструктурной природой двух сопоставляемых языков. Если в англоязычных текстах арсенал используемых глаголов богаче, то в русскоязычных текстах более вариативной является структура высказывания, которое может быть как двусоставным, так и односоставным.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Карпилович, Т. П.* Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2018. – 160 с.
2. *Демидова, М. А.* Медийная коммуникация: преодоление времени и пространства в диалоге с аудиторией // Вестн. НГУ. Сер. История, филология. – 2013. – Т. 12, вып. 10 : Журналистика. – С. 77–87.
3. *Мельник, Г. С.* Медiateкст как объект лингвистических исследований / Г. С. Мельник // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 27–29.
4. *Ван Хао.* Особенности структуры русских газетных текстов / Ван Хао // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. Аспирантские тетради. – 2008. – № 34. – С. 97–103.
5. *Байдина, В. С.* Свойства медиатека и свойства социального времени: проблематика отражения и восприятия темпоральности в журналистике / В. С. Байдина // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 105–108.
6. *Медведева, Е. А.* Современные медиатекасты в аспекте стилеобразующих категорий «автор» и «адресат» / Е. А. Медведева, Н. В. Соловьева // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2012. – № 32 (286), вып. 71. – С. 107–111.
7. *Валгина, Н. С.* Теория текста / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с.

8. *Ткаченко, А. И.* Текстоброзраующая роль модалности в газетной статье / А. И. Ткаченко // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманит. науки. – 2011. – Т. 153, № 2. – С. 286–291.
9. Современный медиатекст : учеб. пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
10. *Волкова, А. А.* Медиатекст в условиях конвергенции / А. А. Волкова // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2, ч. 2. – С. 26–28.
11. *Дмитровский, А. Л.* Жанры журналистики / А. Л. Дмитрировский // Ученые записки Орлов. гос. ун-та. Сер. Гуманит. и социал. науки. – 2014. – Вып. 4. – С. 149–158.
12. *Рацибурская, Л. В.* Специфика воздействия в современном медийном словотворчестве / Л. В. Рацибурская, Н. А. Самыличева // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – Вып. 2. – С. 162–167.

The paper considers opinion markers in American and Belarusian printed editions and establishes common tendencies of their usage as well as language-specific preferences. Despite quoting multiple opinions in a newspaper discussion, the addressants tend to stress their own subjective point of view.

Д. Л. Тригубова

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АННОТАЦИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ

Статья посвящена проблеме аннотирования художественных фильмов. Рассматривается типология аннотаций к кинофильмам, различающихся по объему и коммуникативным целям. Анализируется структурно-семантическая организация таких типов аннотаций, как тритмент, трейлер, синопсис, логлайн и тэглайн.

В последнее время исследователи уделяют значительное внимание изучению разных типов дискурса, в том числе кинодискурса.

Различные аспекты дискурса исследовались такими учеными, как З. Харрис, С. Тичер, Д. Л. Филлипс, М. Л. Макаров, Т. Ф. Плеханова, В. Б. Кашкин и др. Дискурс рассматривается как комплекс лингвистических, психологических и социальных явлений, который подчинен как правилам грамматики, так и более общим правилам организации, интерпретации и связности речи, которыми владеют говорящие на данном языке. Лингвистический анализ дискурса, следовательно, фокусируя внимание на тексте, выходит за его пределы в междисциплинарную область лингвистики, философии, психологии, прагматики, риторики и социологии. Анализу подвергаются разные жанры речевых произведений: политические речи, художественные произведения, фильмы, ток-шоу и т.д., с точки зрения не просто последовательности предложений, а в плане проявления в них тех черт, которые отражают их организацию, риторическую направленность и связность [1].