

жоўты/ yellow	другасная метанімія	1. Перанос ‘які мае колер А $\Rightarrow$ які мае колер А + X’, дзе X – скура: а) <i>англ.</i> Колер указвае на прыкмету расы: <i>a yellow girl, yellow race, yellow peril</i> . Гэтае значэнне адносяць да размоўнага стылю, з паметкай ‘offensive’.
	імпрэсіўная метафара	1. Перанос ‘які мае колер А + [адзнака –] $\Rightarrow$ які перажывае пачуццё С’: а) <i>англ.</i> Перанос ‘які перажывае пачуццё зайздрасці, рэўнасці’: <i>a yellow look, yellow mood</i> ; б) <i>англ.</i> ‘які перажывае страх’: <i>He’s too yellow to fight</i> .

Мы выявілі, што некаторыя каляронімы маюць уласныя этна-культурныя асаблівасці, звязаныя з гісторыяй, ладам жыцця, сацыяльна-культурнай спецыфікай народу.

Так, наяўнасць такіх значэнняў у структуры прыметніка *белы* як ‘контррэвалюцыйны’, ‘дагледжаны’ (пра хату), ‘светлы, ясны’ (пра ночы) указвае на адметнасці ў грамадска-палітычным жыцці, культуры і ўспрыняцці з’яў прыроды беларусамі. У англійскай мове слова *white* асацыіруецца з нечым прыемным, любімым, лепшым, а не толькі чыстым і светлым. Для прыметніка *blue* перанос ‘які мае колер А + [надзейнасць]  $\Rightarrow$  які мае якасць + надзейнасць’ узнік на падставе асаблівасці псіхалагічнага ўспрыняцця сіняга колеру, колеру спакою, традыцыйнасці: *blue chip*. Цікавым падаецца і тое, што у беларускай мове вылучаюць значэнні з моцным пазітыўным зарадам, такія як ‘яркі, ясны, светлы, пачэсны’ і ‘новы, прыгожы, цудоўны’, якія абумоўліваюцца гістарычным развіццём каляроніма *чырвоны* ў агульнаславянскай культуры.

Разам з тым пэўны рад каляронімаў-характарыстык аб’екта абумоўлены сацыяльна і звязаны з лінгвістычнай традыцыяй, якая існуе сярод прадстаўнікоў дадзенага грамадства.

## Т. А. Сысоева

### АКТУАЛІЗАЦІЯ КАТЕГОРИИ АВТОРА В ПЕЧАТНОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Известно, что тексты аналитического характера (письма, комментарии, статьи) тяготеют к открытой манифестации авторского «Я». Степень авторского присутствия может варьироваться в зависимости от жанра, однако неизменным является открытое выражение отношения к сообщаемому. Такой порядок вещей обусловлен процессами, происходящими в современной медиасфере, а именно персонификацией и субъективизацией медийных жанров. Изображение событий в газетно-публицистических текстах дается через опыт, мировоззрение адресанта, усиливая роль личностного начала в тексте и подчиняя его форму и содержание глобальной целеустановке – выражению мнения автора по поводу актуальной проблемы.

С целью анализа средств, способных вербализовать категорию адресанта в медийных сообщениях, обратимся к текстам жанра «газетная дискуссия».

Исследуемые публикации из белорусского издания «Народная газета» и американских изданий «The Washington Post», «USA today» за 2016–2018 гг. посвящены обсуждению социально-экономических и социально-бытовых проблем. Источником послужили как печатные издания, так и их интернет-версии.

Анализируемый тип текста обладает сложным характером, сочетая в себе признаки аналитических статей и диалогических жанров: каждая публикация тематически связана с другими и выражает одну из возможных точек зрения на существующую проблему. При этом статьи, в которых высказываются альтернативные точки зрения, могут размещаться на одной газетной странице (как это делается в рубрике *Спор* в белорусском издании) или в разделе *Opinion* на веб-портале (как это делается на сайтах американских изданий). Переходя по ссылкам *Read more on the topic* или *Our view/Opposing view*, читатель сравнивает разные точки зрения и определяет для себя победителя «виртуального спора», чье субъективное мнение кажется ему наиболее весомым.

Обратимся к рассмотрению средств авторской репрезентации, а также выявлению репертуара ролей, реализуемых адресантом в текстах на двух языках. Русскоязычные публикации отличаются тем, что их авторами выступают приглашенные эксперты, профессионально связанные с обсуждаемой сферой деятельности. Сказанное объясняет, почему статьи сопровождаются точным указанием должности, занимаемой участниками дискуссии: *председатель Белорусской ассоциации экспертов и сюрвейеров на транспорте, начальник главного управления по наркоконтролю и противодействию торговле людьми МВД, депутат Палаты представителей Национального собрания, исполнительный директор Международной ассоциации менеджмента недвижимости*. Несмотря на свою «громоздкость», подобные наименования уместны в указанном контексте и призваны реализовать тактику апелляции к авторитету. В других случаях в инициальной позиции текста указывается профессия (*психолог, психотерапевт*) или ученая степень, звание (*кандидат экономических наук, доцент*). В самой статье автор также может упоминать занимаемую должность, избегая при этом излишне подробной информации: *В 2014 году я была одной из тех **депутатов**, которые голосовали за ужесточение законодательства; Я в бытность **директором предприятия ЖКХ** всегда просил своих подчиненных: вы лучше вообще ничего не делайте, чем сделаете плохо, а потом придется переделывать*. Очевидно, в данном случае апелляция к наличию опыта и соответствующей компетенции важнее, нежели детализация (указание точного названия учреждения и т.д.). Наконец, в ряде примеров дается отсылка к более широкой социальной группе или даже к абстрактной сущности «человек»: *Я, как и большинство **водителей**, безусловно, не могу не замечать, как с каждым годом усложняется обстановка на дорогах; Скажем, как **мужчина** я не против сближения пенсионного возраста мужчин и женщин; Все мы **люди**, и у самого неподкупного из нас при определенном стечении обстоятельств могут мелькать всякие мысли*. Роль может не маркироваться соответствующей лексемой, однако

легко определяется по контексту. Так, в следующих отрывках речь идет о роли семьянина, отца: *О проблемах многодетности я знаю не понаслышке, поскольку сам воспитываю четверых детей; Да, есть послабления по налогам. Но все остальное оказалось лично для моей семьи неважным.* Делясь с читателями собственным опытом, адресант позиционирует себя как эксперта, советчика или наблюдателя, владеющего важной информацией: *Ко мне часто обращаются обиженные люди, попадающие в казусные ситуации; А мне довелось наблюдать, как система господдержки работает в США, и меня это очено впечатлило.*

Исследуемые публикации из американских изданий в большинстве своем написаны членами редакции, о чем свидетельствует информация, указанная в вводной или завершающей части статьи и обладающая той или иной степенью детализации: *Editorial Board, Columnist, Opinion writer, Opinion contributor.* Однако случаи «выступления» приглашенных экспертов также нередки: *D.C. mayor, a former chief economist to Vice President, Director of the federal Bureau of Safety and Environmental Enforcement, president and CEO of Healthcare Distribution Alliance, a senior fellow at The Heritage Foundation.* Обращаясь к собственному опыту в тексте статьи, авторы могут указывать на занимаемую должность или принадлежность к более широкой социальной группе: *As a Louisiana native, and my state's interim lieutenant governor at the time of the Deepwater Horizon tragedy, I fully understand the importance of worker safety and environmental protection; That is why, as a progressive businessman, I welcome efforts to change the way business is conducted here.* Апелляции к более абстрактным категориям для англоязычных статей не характерны. Роль советчика также не всегда маркирована, однако легко определяется по контексту: *To my generation, I say: Learn how to poach your eggs. And then learn how to cook something else.*

Эксплицировать мнение касательно обсуждаемой проблемы в русскоязычном тексте позволяет местоимение первого лица в сочетании с глаголами речемыслительной деятельности или краткими прилагательными (*я знаю, я понимаю, я считаю, мне кажется, я убежден*). Употребительны глаголы с семантикой одобрения (*я защищаю, я поддерживаю*), а также существительные «взгляд», «мнение» в сочетании с притяжательным местоимением (*по моему мнению, на мой взгляд*): *Однако за прошедшее время мое мнение по этому вопросу существенно изменилось.* В англоязычных текстах в целом используются глаголы и прилагательные с аналогичной семантикой (*I think, I believe, I suppose, I understand, I mean, I say, I am confident*), однако специфичным является выражение призыва к действию: *I urge business associations, the mayor and the D.C. Council to press forward on these issues.*

Таким образом, авторы статей подчеркивают несколько исполняемых ими ролей, для обозначения которых используется весь арсенал маркеров – от точного наименования занимаемой должности до апелляции к более общей социальной группе, которая определяется по профессиональному, гендерному, территориальному, семейному или иному признаку. При этом в русскоязычных публикациях встречается более разнообразный комплекс средств, позволяющих осуществить детализацию в одних случаях и отсылку

к самым абстрактным категориям – в других. Роль эксперта, советчика эксплицируется в двух языках и может маркироваться лексемами с соответствующей семантикой или быть контекстуально обусловленной.

Слова, сочетающиеся с местоимением первого лица и призванные подчеркнуть субъективное мнение автора, в целом сходны по значению в двух языках и различаются только в силу разноструктурного характера последних. Единственным релевантным различием можно считать то, что в американских изданиях не только выражается точка зрения автора, но и осуществляется призыв к действию.

Выявленный комплекс средств экспликации мнения автора и маркеров его ролевого набора позволяет говорить, с одной стороны, о жанровой специфике газетной дискуссии как конкретного типа текста, а с другой – об особенностях репрезентации категории адресанта в двух лингвокультурах.

**Д. Л. Тригубова**

#### ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛОГЛАЙНА КАК ТИПА АННОТАЦИИ К КИНОФИЛЬМУ

Логлайн (англ. logline) определяется как краткая аннотация к кинофильму, передающая суть сюжета, его основную драматическую линию. В логлайне раскрывается основная идея, но не описываются детали сюжета и развязка.

Британский писатель Г. Шиммин предложил свою формулу успешного логлайна, назвав ее Киллогатор (Killogator). Формула включает в себя шесть компонентов: место и время событий, протагонист (главный герой), проблема, антагонист (противник), конфликт и цель. Г. Шиммин располагает эти компоненты следующим образом: «В (место и время) (протагонист) имеет (проблему), спровоцированную (антагонистом), и сталкивается с (конфликтом) в процессе попытки (добиться цели)».

Анализ логлайнов к 50 художественным фильмам производства США, релиз которых состоялся в конце 2018 г. – начале 2019 г., показывает, что логлайнов, составленных по данной формуле и включающих все вышеперечисленные компоненты, среди изученных логлайнов не выявлено. В качестве наиболее близких к формуле логлайнов рассмотрим следующие примеры. Логлайн к кинофильму «Mortal Engines» ‘Хроники хищных городов’ звучит так: *In a post-apocalyptic world where cities ride on wheels and consume each other to survive, two people meet in London and try to stop a conspiracy* ‘В постапокалиптическом мире, где города ездят на колесах и поглощают друг друга, чтобы выжить, два человека встречаются в Лондоне и пытаются остановить заговор’. Данный логлайн содержит четыре из шести компонентов формулы: информацию о месте событий (постапокалиптический мир), главных героях (два человека), общей проблеме (города поглощают друг друга, чтобы выжить), цели (остановить заговор). В приведенном логлайне нет прямого упоминания антагониста и конфликта.