

**В. В. Новиков**

## СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПРЕПОЗИТИВНОГО СОГЛАСИЯ В ТОК-ШОУ ГЕРМАНИИ

*Ток-шоу* – жанр аналитической журналистики, который характеризуется высокой степенью востребованности и динамикой развития. На современном телевидении представляет собой публичный экспертный обмен мнениями по темам с наибольшей общественной актуальностью.

*Мнение* – суждение одного из участников телевизионного дискуссионного ток-шоу, которое включает в себе оценку каких-либо обстоятельств и выражается как отдельный взгляд на сложившееся положение вещей.

*Оценка* – осознанная интерпретация говорящим полученной в процессе дискуссии информации.

*Согласие/несогласие* – коммуникативные смыслы, которые возникают в ток-шоу в процессе столкновения однополярных и разнополярных точек зрения и представляют собой совпадение/несовпадение позиций собеседников, принятие/непринятие ими взглядов друг друга.

Выражение согласия/несогласия в ток-шоу происходит как *имплицитно*, так и *эксплицитно*.

Для *имплицитного* способа характерным является использование темы программы в качестве основного речевого стимула говорящих. Реагирующие реплики в таком случае не несут никакой отсылки к взглядам и мнениям кого-либо другого и состоят лишь из частной оценки анализируемого вопроса.

Для *эксплицитного* выражения обязательным является наличие дополнительных речевых стимулов: точек зрения собеседников по теме передачи. В реплике-реакции тогда возникает *2 типа оценок*: оценка позиции другого говорящего и собственная оценка ситуации.

По наличию/отсутствию этих оценок выделяются: *распространенный* и *нераспространенный* типы выражения согласия/несогласия.

При *нераспространенной* экспликации реагирующая реплика состоит лишь из оценки мнения собеседника с помощью устоявшихся коммуникативных формул: *Ja* ‘Да’, *Nein* ‘Нет’; *Ich stimme zu* ‘Согласен/Согласна’, *Ich stimme nicht zu* ‘Несогласен/Несогласна’ и т.п.

*Распространенный* тип характеризуется наличием в реплике-реакции сразу двух оценок. По их взаимному расположению выделяются 5 структурных типов:

1) препозитивный (оценка слов другого участника предшествует своей оценке ситуации);

2) постпозитивный (оценка слов другого участника следует за своей оценкой ситуации);

3) интерпозитивный (оценка слов другого участника разрывает свою оценку ситуации);

4) опоясывающий (оценка слов другого участника вводит и заключает свою оценку ситуации);

5) смешанный (оценка слов другого участника выражается как в интерпозиции, так и в одной из крайних позиций).

К основным средствам выражения пр е п о з и т и в н о г о с о г л а с и я относятся:

1) положительная оценка слов собеседника с помощью:

а) наречий *richtig* ‘правильно, верно’, *genau* ‘точно’;

б) выражений типа *das ist eine sehr gute Idee* ‘это очень хорошая идея’;

в) конструкции с глаголом *zustimmen* ‘соглашаться, одобрять’;

г) конструкции с выражениями *recht haben* ‘быть правым’, *recht geben* ‘соглашаться, признавать чью-либо правоту, отдавать должное’;

д) маркеры уверенного согласия: наречия *unbedingt* ‘безусловно, безоговорочно, непременно’, *natürlich* ‘конечно, естественно, разумеется’;

е) конструкция *der Meinung sein* ‘придерживаться мнения’ с притяжательным местоимением;

ж) конструкция *einig sein mit jemandem* ‘быть одного мнения с кем-либо, быть едиными с кем-либо, быть согласным с кем-либо’;

з) конструкция *bei jemandem sein* ‘быть на чьей-либо стороне’ и т.п.

Изучение согласия/несогласия, их структурно-семантических типов и средств выражения способствует более глубокому пониманию механизмов диалога, что особенно важно в институциональном (статусно-ролевом) дискурсе с точки зрения нивелирования разногласий и достижения коммуникативного консенсуса между участниками общения.

**Г. Л. Руденя**

## СОБЫТИЙНЫЙ ДИСКУРС КАК РЕСУРС ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ (на примере французских средств массовой информации)

Участие в знаковых спортивных событиях предоставляет государству возможность через спортивные достижения заявить о себе на внешней арене. Представляется целесообразным проследить, как на примере освещения Чемпионата мира по футболу 2018 года французские средства массовой информации интерпретируют спортивные достижения сборной команды своей страны и проецируют их на имидж государства.

Так газета «Le Monde» в своей традиционной рубрике «Sport – Football» для Чемпионата мира по футболу выделяет подрубрику «Russie 2018» ‘Россия 2018’, в которой внимание обращается на серию статей, объединенных общей сюжетной линией «Coupe du monde» ‘Кубок мира’.

Сборная Франции до начала чемпионата мира представлена в периодической печати с преобладающей информационной доминантой. Газетные статьи приводят данные социологических исследований, мнения спортивных экспертов с указанием на источник и с представлением цифр и количественных данных, демонстрируют различные механизмы и различные методики проведения исследования:

*Les Français sont les plus cotés sur le marché des transferts.*