

8. *Женетт, Ж.* Палимпсесты: литература во второй степени / Ж. Женетт. – М. : Наука, 1982. – С. 213.
9. *Бахтин, М. М.* Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с.
10. *Olsen, M.* Remarques sur le dialogisme et la polyphonie / M. Olsen // Polyphonie – linguistique et littéraire: Documents de travail. – Nov. 2002, No 6: Les polyphonistes scandinaves. – Samfundslitteratur Roskilde. – P. 1–3.
11. *Ducrot, O.* Description argumentative et description polyphonique: le cas de la négation / O. Ducrot, M. Carel // Le sens et ses voix: dialogisme et polyphonie en langue et en discours : actes du colloque / ed. L. Perrin. – Paris, 2006. – P. 215–242.
12. *Anscombe, J.-Cl.* Les objets de la polyphonie / J.-Cl. Anscombe // Français moderne. – 2006. – Vol. 74. – P. 30–61.
13. *Nólke, H.* Types d'êtres discursifs dans la ScaPoLine / H. Nólke // Lang. française. – 2009. – Vol. 164. – P. 61–97.
14. *Харитонов, О. А.* Композиционный полифонизм: генезис и структурные модификации: на материале романной прозы XIX–XX веков : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08 / О. А. Харитонов. – Елец, 2009. – 170 л.
15. *Лопунова, О. В.* Полифоничность французского новостного телевизионного дискурса в функциональном аспекте: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.05 / О. В. Лопунова. – Минск, 2014. – 129 л.
16. *Караулов, Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : URSS, 2010. – 264 с.
17. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов / В. В. Красных [и др.] // Язык, сознание, коммуникация: сб. науч. ст./ редкол.: В. В. Красных [и др.]. – М., 1997. – С. 82 – 103.
18. *Слышкин, Г. Г.* Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 139 с.

The notions of dialogism, polyphony and precedence are associated with the idea of intertextual interrelation put forward by M.M. Bakhtin. The use of these terms is not synonymous and is connected either with the identification of their hidden meanings or with their differentiation on the basis of contradictory criteria. The aim of the article is to define the content of the terms *dialogism*, *polyphony* and *precedence* and suggest criteria for their differentiation.

Поступила в редакцию 26.07.18

Т. А. Сысоева

ПРИМЕР В ПОДДЕРЖКУ АВТОРСКОГО МНЕНИЯ: АПЕЛЛЯЦИЯ К ФАКТУ В МЕДИАТЕКСТЕ

В статье рассматривается апелляция к факту как необходимое условие успешной аргументации в медиатексте аналитического характера. Сопоставление текстов жанра газетной дискуссии из белорусских и американских изданий позволило заключить, что в ходе рассуждений авторы публикаций приводят примеры, маркируя их соответствующими языковыми средствами, при этом они обращаются как к личному опыту, так

и к чужому, зачастую противопоставляя их. Однако в русскоязычных текстах больший акцент делается на обобщениях без конкретизации, опыте не только отдельных людей, но и целых групп. В свою очередь, для англоязычных публикаций характерна апелляция к опыту конкретного человека, его детализация, приведение количественных данных, сведений о противоборствующих силах при описании участников конфликта.

Интерес исследователей к медиатекстам разных жанров обусловлен рядом факторов, среди которых – их роль в жизни социума: в микро- и макроструктуре текста фиксируется «то, как ментально обрабатываются сведения о мире, и то, какие цели преследуют коммуниканты, решая конкретные когнитивные и коммуникативные задачи» [1, с. 24–25]. Массмедиа позволяют координировать деятельность разных общественных институтов, но в то же время медийная сфера становится «центром столкновения интересов влиятельных субъектов социального пространства» [2, с. 105]. Таким образом, медиатексты отражают частные точки зрения различных социальных групп или даже индивидов, благодаря чему мы можем наблюдать в них целый спектр мнений [Там же, с. 107]. В подобных условиях фундаментальным свойством медиатекста становится диалогичность, т.е. «выражение в речи взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций, многоголосия общения» [3, с. 28].

В результате анализа и сопоставления медийных сообщений, порожденных «в разных языковых культурах в разных дискурсивных условиях по разным поводам и для разных целей» [1, с. 23–24], был выделен ряд параметров, общих для актуальных медиатекстов: безапелляционность суждений, доминирование генерализации (обоснованной или необоснованной), ориентация на одну версию, интерпретацию события, подаваемую как единственно возможную, и др. Иными словами, субъективность может быть обозначена как определяющий признак современного медиадискурса.

Данное явление часто анализируется в свете категории субъективной модальности, которая передает отношение говорящего к содержанию высказывания и создается специфическими словами с модальным значением (*к счастью, к сожалению, увы, ведь* и др.) [4, с. 64]. Субъективная модальность «выражает оценку говорящим описываемых фактов (в плане уверенности или неуверенности, согласия или несогласия, положительной или отрицательной оценки)» [5, с. 641]. Арсенал языковых средств, актуализирующих категорию субъективной модальности на уровне текста, весьма богат и во многом определяется личностью его автора. «...Под давлением жизненного материала (идеи, содержания, которые уже сложились в сознании, в воображении) автор ищет, нащупывает соответствующую ему форму, т.е. форму представления этого материала. Как писать? Выявляя свое личностное начало или скрывая его, отстраняясь от написанного, будто бы это вовсе и не его, автора, создание» [4, с. 65]. При этом исследователи признают эксплицитную манифестацию авторского «я» в газетном тексте закономерной: «изображение событий <...> дается через “призму” автора, через его опыт, мировоззрение. <...> Вполне естественно, что автор публикации

подает сообщение, сопровождая его своим субъективным отношением» [6, с. 287]. Такая открытая субъективность медиатекста объясняется принципиальным совпадением производителя речи и ее субъекта. «Автор медиатекстов, в отличие, например, от автора художественного произведения, не условный образ, это конкретная личность со своими вкусами и пристрастиями» [2, с. 106]. Максимально выраженное авторское присутствие закономерно находим в аналитических медиажанрах – корреспонденции, комментарии, статье [7, с. 108].

Статья – это «аналитический жанр, в котором представлены результаты исследования, события или проблемы» [8, с. 103], а ее основная целевая установка состоит в том, чтобы убедить читателя согласиться с мнением автора, продемонстрировать причинно-следственные отношения событий, показать их взаимосвязь, а также спрогнозировать возможные варианты развития событий. Несмотря на то, что доминантой жанра выступает субъективность, персональное мнение автора должно подкрепляться наглядными примерами из жизни, чтобы быть достаточно убедительным. В целях аргументации могут приводиться непреложные истины, мнения авторитетов, статистика, ссылки на первоисточники и т.д. [Там же, с. 107–111], при этом действенным средством выступают отсылки к собственному опыту автора сообщения или опыту его знакомых. Далее на примере газетных текстов жанра *дискуссия (спор)* рассмотрим, какие именно средства апелляции к факту позволяют адресанту наиболее выигрышно представить собственную точку зрения и, возможно, победить в «виртуальном» споре.

Материалом исследования послужили публикации из американских изданий «The Washington Post», «USA Today» и русскоязычного белорусского издания «Народная газета» (а также их интернет-версий) за 2016–2018 гг. Анализируемые тексты относятся к «гибридному» жанру газетной дискуссии. С одной стороны, они представляют собой статьи аналитического характера, посвященные актуальным проблемам, в которых авторы высказывают собственное мнение по поводу обсуждаемой темы. С другой стороны, эти публикации не являются самостоятельными: они тематически связаны с другими статьями, в которых предлагаются альтернативные точки зрения по тому же самому вопросу. Такой «обмен мнениями» – это своего рода виртуальный диалог, который может осуществляться в разных форматах. Издание «Народная газета» отличается тем, что в споре принимают участие два эксперта, профессионально связанные с определенной сферой деятельности (медицина, образование, экономика, искусство и пр.). Приглашенные высказывают собственную точку зрения самостоятельно, однако затем две публикации размещаются в рубрике *Спор* на одной газетной странице под общим заголовком. Это могут быть как «полярные» точки зрения, так и взаимодополняющие. В свою очередь, на сайте американского издания «The Washington Post» статьи размещаются в разделе *Opinion*, где читатели могут ознакомиться с разными точками зрения по поводу актуальной проблемы, перейдя по ссылке *Read more on the topic*. Издание «USA today»

действует аналогичным образом, однако помечает высказываемые мнения как *Our view* и *Opposing view*. Читатель может сравнить альтернативные статьи, оценить убедительность подачи разных мнений и таким образом определить для себя победителя виртуального спора.

Как отмечалось выше, аргументация не будет успешной без иллюстративного материала: конкретных фактов, статистики и даже примеров из личного опыта автора. Рассмотрим, каким образом маркируются приводимые адресантом примеры на двух языках. Прежде всего, это вводные слова (*for instance; например, в частности*): Меня, **например**, не все спектакли этого года на фестивале «Teaprt» устроили. В русскоязычных статьях это также могут быть различные словосочетания с существительным *пример*: **Приведу поучительный пример из истории**. Иллюстрация может маркироваться формой повелительного наклонения (*take the case of, just look at; представьте*) или придаточным предложением времени (*When I worked...; Когда мы жили...*): **When I went** to college there were no degrees in editorial cartooning. О том, что автор сообщения приводит пример, свидетельствуют соответствующие обстоятельства времени, причем речь может идти как о прошлом (*last week, last summer, last year, in 1938; раньше*), так и настоящем либо относительно недавнем периоде (*today, this year, so far this year, lately; сегодня, сейчас, на данный момент, в последние годы*): **Сегодня** подобные объекты продаются на аукционах. Иногда автору важно подчеркнуть длительность, повторяемость, периодичность происходящего (*every month, every so often; всегда, во все времена, порой, долгие годы*), указать место происходящих событий (*на Западе*) или акцентировать распространенность, повсеместность некоторого явления (*Many families...*). При этом для англоязычных текстов специфична конструкция с формальным подлежащим *There was*, тогда как в русскоязычных текстах употребительно сочетание местоимения первого лица с глаголами речемыслительной деятельности (*Я помню...*).

Отдельно стоит выделить маркеры, вводящие статистику, количественные данные или указывающие на источник информации. Для англоязычных текстов это следующие существительные: *investigation, survey, studies, report, research, statistics, figures, numbers, data, evidence*. Приведем примеры их контекстного употребления: *According to **data** from the Economic Policy Institute, the real earnings of low-wage workers in Alabama are down 6 percent compared with 1979...; According to a **report** filed by the Westlake Police Department...; But, as the **report** noted, only in 29 percent of the relevant **cases** studied....* В русскоязычных текстах набор подобных существительных ограничен (*данные, количество, исследования*): По **данным** доктора наук Анатолия Тарасовича Федорука, на Гродненщине сохранилось около 600 усадеб и дворцово-парковых комплексов. Выявленное различие связано с тем, что для статей из белорусских изданий более характерны обобщения, генерализация (*Исследования показали, что...*) в противовес большей детализации и конкретизации, свойственным американским изданиям, в которых чаще упоминается точное название или имя, дата публикации каких-либо сведений и т.д.

Приведение примера неизбежно связано с указанием исполнителя действий, причем речь не обязательно идет о конкретном человеке. Автор обозначает определенные социальные группы, выделенные по профессиональным (*doctors, physicians, medical practitioners, educators, academics, professors, students, lawmakers, police, cops*; ученые, промышленники, инвесторы, музыканты, певцы, актеры, филологи, демографы, социологи, философы, психологи, методисты, диетологи, предприниматели, чиновники, работники), гендерным (*women*), возрастным (*kids, young people, older people*; люди среднего или старшего поколения, старики) и иным признакам: ***Police, judges and the government*** have joined in that effort; ***City lawmakers*** began to adopt higher wage floors at the local level more than a decade ago; Barely a third of ***Millennials*** in the *Porch.com* survey knew how to cook poached eggs; Сегодня многие ***артисты***, наверное, в глубине души пытаются повторить успех «Песняров»; Сегодня подобные объекты продаются на аукционах, но условия, на которых это происходит, совершенно неприемлемые и неподъемные для ***инвесторов***. Речь также может идти о политических предпочтениях, гражданской позиции, правовом статусе (*citizens, voters, administration, officials, community leaders, conservatives, democrats, conservative Christians, environmentalists*; граждане, меценаты, патриоты) или семейном положении (*parents, families, lonely people*; родители, дети, супруги). Для исследуемых англоязычных текстов специфична отсылка на поколенческую теорию при указании возраста (*Baby Boomers, Millennials*), тогда как в русскоязычных текстах употребительны существительные, выражающие идею собирательности, обозначающие совокупность лиц: *государство, бизнес, обслуживающий персонал, общество, общественность, руководство, большинство, молодежь*. Если для англоязычных текстов характерно описание расстановки сил в сложившейся конфликтной ситуации (*activists, supporters, proponents, opponents, critics, competitors*), то в русскоязычных текстах на первый план чаще выходят ситуативные роли участников: *туристы, посетители кафе, гости и организаторы торжества*. Общим является то, что в обоих языках используются существительные, передающие авторскую субъективную оценку участников событий или их действий: *smart people, intelligent people, experts, pundits*; *эксперты, специалисты, эстеты, творцы, бандиты*.

Говоря об апелляции к опыту, следует отметить, что для статей из американской периодики одинаково характерны отсылки как на собственный опыт автора, так и чужой (по 50 % исследуемых примеров соответственно). В статьях из белорусской периодики наблюдается небольшой перевес случаев апелляции к личному опыту (56 % примеров по сравнению с 44 % соответственно). Автор может рассуждать о своем далеком или недавнем прошлом: *Over the past year, I have spoken to dozens of college students from the heartland to the coasts about their career aspirations*; *Сам недавно с этим столкнулся*; *Помню, произошел у меня забавный случай*; *В Несвиже я видел макеты приспособлений, которые использовались в XVII–XVIII веках для создания театральных эффектов*. Однако гораздо важнее то, что адресант

рассматривает имеющийся у него опыт как достаточное основание для выражения субъективной точки зрения: *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; But as a proud parent of three college graduates, I have wondered if we'd really gotten our money's worth; Я могу утверждать на собственном опыте, что нам есть чем гордиться; Достаточно долго я проработала актрисой, у меня был большой актерский опыт в театре.*

Если в том, как авторы статей на двух языках апеллируют к собственному опыту, выявлено больше сходств, нежели различий, то апелляция к чужому опыту специфична для представителей двух лингвокультур. Так, при отсылке к чужому опыту в статьях из американских изданий речь идет о персоне (друге, знакомом автора и т.д.): *One friend spent a year working as a paralegal, which confirmed she didn't want to be a lawyer; As an employer who has interviewed thousands of people over the years, he said he was never interested in "what did you study or what degree do you have".* В свою очередь, в статьях из белорусских изданий авторы приводят в пример опыт целой страны, региона и др.: *В качестве примера можно рассмотреть американский опыт; Для этого надо изучить опыт соседей – Польши, Литвы; Опыт ЕС широкого притяжения трудовых мигрантов показывает....* При этом для статей на обоих языках характерны противопоставления, когда личный опыт автора сравнивается с чужим опытом (*I've been taunted and threatened in bathrooms many times, and, while I've never been assaulted, some of my friends have been*) или события в стране сравниваются с опытом зарубежных стран: *The United States took the opposite approach in the past; У нас ситуация диаметрально противоположная; Во многих европейских странах он [туризм] привязан к культуре, событиям. У нас – больше к спорту; В Беларуси в отличие от стран Центральной Европы почти каждый многоэтажный дом является совместным домовладением...* Противопоставление опыта разных стран чаще приводится в русскоязычных текстах.

Таким образом, аналитическая статья как жанр характеризуется не только апелляцией к мнению, но и апелляцией к факту. Приведение примера из жизни, статистики и иных сведений абсолютно необходимо для повышения убедительной силы текста, даже если категория субъективности является его доминантой. Сказанное в полной мере справедливо и в отношении исследуемых статей из американской и белорусской периодики, носящих сложный характер. Будучи аналитическими по своей сути, они в то же время не являются самостоятельными и могут быть в полной мере восприняты и оценены читателями только в контексте «виртуального спора», разворачивающегося между экспертами из разных сфер деятельности или журналистами издания. При этом сам процесс приведения примера сходен в двух лингвокультурах и характеризуется рядом общих признаков. Во-первых, пример маркируется посредством вводных слов, наречий, существительных с соответствующей семантикой. Во-вторых, в тексте дается указание на исполнителей действий

или участников событий (как правило, некую группу людей, выделенную по тем или иным социальным признакам). В-третьих, авторы текстов на двух языках апеллируют как к собственному опыту, так и чужому. Вместе с тем был выявлен ряд различий, обусловленных лингвокультурной принадлежностью адресанта. Так, для русскоязычных текстов характерна генерализация, отсылка на ситуативные роли участников, обращение к опыту целых государств (в первую очередь, соседних), тогда как англоязычные тексты отличаются большей детализацией в плане приведения статистики, конкретных сведений. Для них также более характерно указание противоборствующих сил, участвующих в конфликтной ситуации, и апелляция к опыту конкретного человека, будь то сам автор статьи или его знакомый.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гришаева, Л. И.* Соотношение эксплицитного и имплицитного в актуальных медиатекстах / Л. И. Гришаева // Эксплицитное и имплицитное в языке и речи : тез. докл. Междунар. науч. конф., Минск, 10–11 мая 2017 г. / редкол.: Л. М. Лещёва (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2017. – С. 23–25.
2. *Байдина, В. С.* Свойства медиатекста и свойства социального времени: проблематика отражения и восприятия темпоральности в журналистике / В. С. Байдина // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 105–108.
3. *Мельник, Г. С.* Медиатекст как объект лингвистических исследований / Г. С. Мельник // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 27–29.
4. *Валгина, Н. С.* Теория текста / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280 с.
5. *Сподарец, О. О.* Субъективное и объективное в новостном жанре / О. О. Сподарец // Вестн. Башкир. уни-та. – 2010. – Т.15, №3. – С. 641–643.
6. *Ткаченко, А. И.* Textoобразующая роль модальности в газетной статье / А. И. Ткаченко // Учен. зап. Казан. уни-та. Сер.: Гуманитарные науки. – 2011. – Т. 153, № 2. – С. 286–291.
7. *Медведева, Е. А.* Современные медиатексты в аспекте стилеобразующих категорий «автор» и «адресат» / Е. А. Медведева, Н. В. Соловьёва // Вестн. Челяб. гос. уни-та. Сер.: Филология. Искусствоведение. – 2012. – № 32 (286), вып. 71. – С. 107–111.
8. Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

The paper considers appealing to facts as tactics indispensable for opinion articles. A comparison of American and Belarusian printed editions reveals some common principles as well as culturally specific ways of providing examples to illustrate the author's point of view.

Поступила в редакцию 20.09.18