

3. Волошинов, В. Н. (Бахтин, М. М.). Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологического метода в науке о языке / В. Н. Волошинов (М. М. Бахтин). – М. : Лабиринт, 1993. – 189 с.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова ; Ин-т рус. яз. им. В. Виноградова РАН. – 4-е изд., доп. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
5. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова [и др.]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 840 с.
6. Мартысюк, Н. П. Прагмалингвистическое моделирование эффективности речи / Н. П. Мартысюк // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. – 2018. – № 2 (213). – С. 67–74.
7. Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1984. – 268 с.

Г. А. Назина

г. Минск, Беларусь

ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВОЕННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТОТИПА МЕДИАДИСКУРСА

Исследования показывают, что любой материал в СМИ следует относить к полю или пространству массмедиального дискурса. Это означает, что в нем проявляются практически все другие типы дискурсов [1, л. 14], которые приобретают новые качества и свойства, обусловливаемые спецификой прагматических установок и содержательно-тематическими параметрами.

В рамках дискурсивного анализа это означает, что исследование той или иной разновидности медиадискурса предполагает «дедуктивную ступенчатость в систематизации и иерархизации параметральных признаков текстов, в особенности тех из них, которые функционируют на стыке коммуникативных сфер» [2, с. 80].

Объектом нашего исследования является англоязычный аналитический медиатекст о военно-политическом конфликте. Мы полагаем, что ввиду своей функционально-тематической специфики такой текст представляет собой особый текстотип медиадискурса, поскольку глобальные параметральные признаки аналитического медиатекста о военно-политическом конфликте специфическим образом модифицируются под влиянием двух факторов – глобальной темы «Военно-политический конфликт» и доминирующей персуазивной функции.

Типичные характеристики исследуемой разновидности медиадискурса образуют три уровня абстракции, обусловливаемые тремя факторами – дискурсивно-стилевым, текстотипологическим и функционально-тематическим. Первый уровень абстракции складывается из дискурсивно-стилевых

инвариантных параметров, характерных для всех типов медиатекста; второй уровень абстракции состоит из текстотипологических инвариантных параметров, присущих аналитическому типу медиатекста, и третий уровень абстракции включает в себя вариативные характеристики, типичные для репрезентации военно-политического конфликта в массмедиа.

В настоящей статье рассмотрим дискурсивные признаки исследуемого текстотипа, включающие в себя первые два уровня абстракции. Согласно принципам методологического аппарата современной дискурсивно-стилистической парадигмы, комплексный дискурсивный анализ отдельного вида текста выстраивается через рассмотрение параметров того дискурса, к которому он относится. Поскольку анализируемые тексты существуют в рамках аналитической разновидности медиадискурса, проанализируем их, следуя модели социолингвистической типологии дискурса В. И. Карасика, исходя из которой медиадискурс представляет собой институциональный тип дискурса, где адресант выступает как лицо, представляющее один из социальных институтов и, соответственно, действующее в рамках статусно-ролевых отношений. Институциональный дискурс противопоставлен персональному/личностно-ориентированному дискурсу, при котором адресант раскрывает свой внутренний мир.

В ходе исследования того или иного институционального дискурса В. И. Карасик предлагает учитывать следующие параметры: 1) участники, 2) хронотоп, 3) материал / тематика, 4) стратегии, 5) цели, 6) разновидности и жанры, 7) ценности (в том числе ключевой концепт), 8) прецедентные тексты, 9) дискурсивные формулы [3].

В процессе анализа практического материала нашего исследования выявлен определенный набор дискурсивных характеристик аналитического медиатекста о военно-политическом конфликте, который представлен ниже.

Участниками медиадискурса являются автор – журналист, который в аналитическом типе текста может быть либо журналистом-аналитиком, специализирующимся в определенной области, либо экспертом этой же области, и его читатель (адресат).

Адресант в таких текстах существует как бы в двух ипостасях: сам журналист-эксперт и автор/авторы ранее созданных текстов, к которым он апеллирует и которыми в целом изобилует журналистский текст [4]. Специфика адресата в исследуемых текстах заключается в том, что здесь он больше специализированный, чем массовый. Данный реципиент хорошо информирован об обсуждаемом событии, образован и заинтересован в получении дополнительной аргументированной информации, а не «голых фактов», чтобы сформировать свое отношение.

Отношения между адресантом и адресатом представляют собой опосредованный диалог, который предполагает дистанцию между адресантом и адресатом в пространстве и/или во времени. По этой причине отмечается многоступенчатый характер прохождения любой информации, что определяет не прямое, разделенное в пространстве и во времени воз-

действие на адресата. В статусной иерархии участников общения ведущая роль принадлежит адресанту как инициатору диалога, который подобрал ссылочный материал в необходимом ключе.

Следующей описываемой дискурсивной категорией является хронотоп, под которым понимается время и место освещаемых событий. Хронотоп медиадискурса характеризуется репрезентацией актуальных событий «здесь и сейчас».

Экспликация насущных проблем происходит с помощью наречий времени *today* ‘сегодня’ (здесь и далее перевод наш. – Г. Н.), *now* ‘сейчас’; обстоятельства времени *this time* ‘на этот раз’, *at present* ‘в настоящее время’, *at the moment* ‘на данный момент’; а также словосочетаний, состоящих из прилагательных с семантикой настоящего времени (*current* ‘нынешний’, *present* ‘настоящий’, *existing* ‘настоящий’) и существительных, обозначающих определенное время (*time* ‘время’, *period* ‘период’, *decade* ‘десятилетие’, *year* ‘год’, *month* ‘месяц’, *week* ‘неделя’) типа *the present time* ‘настоящее время’ в предложениях во временных формах Present Continuous, Present Indefinite и Present Perfect: *Having started well, the current decade is drawing to a ragged, tensely confrontational close across the western Balkans* ‘Начавшись хорошо, нынешнее десятилетие приближается к концу, измотанному напряженными столкновениями по всему западному Балканскому региону’ [5]. В вышеприведенном примере журналист с помощью словосочетания *the current decade* ‘нынешнее тысячелетие’ обозначает актуальность проблемы в рамках военно-политического конфликта в Косово, которая заключается в том, что после объявления односторонней независимости Косово на территории западного Балканского региона происходит множество конфронтаций между различными нациями.

Категория места используется, главным образом, при обозначении местности/типа местности освещаемых событий с помощью топонимов *Kosovo* ‘Косово’, *Syria* ‘Сирия’, *Aleppo* ‘Алеппо’, *the Balkans* ‘Балканы’, *Russia* ‘Россия’, *England* ‘Англия’, *the US* ‘США’, *Canada* ‘Канада’, *Washington* ‘Вашингтон’, *Moscow* ‘Москва’, *the Middle East* ‘Ближний Восток’ и существительных с семой места / пространства *area* ‘район’, *country* ‘страна’, *region* ‘регион’, *province* ‘провинция’, *zone* ‘зона’, *territory* ‘территория’.

Характер тематики медиадискурса заключается в злободневности и актуальности освещаемых событий и явлений. Это означает, что цель журналиста – детально изложить и разобраться с насущными проблемами, которые интересуют общественность.

Маркерами важности и остроты тематики медиадискурса могут быть: лексические единицы с семантикой противоречия (*rift* ‘разрыв’, *dispute* ‘спор’, *confrontation* ‘противостояние’, *resistance* ‘сопротивление’, *to oppose* ‘возражать’, *contradictions* ‘противоречия’, *conflict* ‘конфликт’) и лексические единицы с семантикой проблемности и беспокойства (*things go wrong* ‘все идет не так’, *crisis* ‘кризис’, *tragedy* ‘трагедия’, *problem* ‘проблема’, *trouble* ‘трудности’, *chaos* ‘хаос’, *hell* ‘ад’, *war* ‘война’), среди которых лексические единицы *crisis* ‘кризис’, *tragedy* ‘трагедия’, *chaos* ‘хаос’, *hell* ‘ад’ являются метафоричными.

В следующем примере из текста о Сирии видно, как автор обозначает злободневность войны в Сирии с помощью существительных *crisis* ‘кризис’ и *tragedy* ‘трагедия’ и, как следствие своего утверждения, призывает мировое сообщество помочь в разрешении этой проблемы. *The crisis in Syria worsens by the day. < > Faced with a tragedy on this scale, there is only so much the world can do to help* ‘Кризис в Сирии ухудшается с каждым днем. < > Перед лицом трагедии такого масштаба мировое сообщество может сделать многое, чтобы помочь’ [6].

Еще один важный параметр медиадискурса – это его основная стратегия воздействия. Она реализуется посредством функции воздействия, традиционно выделяемой при функциональном описании языка. Раскрывая проблему языкового/речевого воздействия, В. Е. Чернявская говорит о персуазивной функции некоторых типов текстов, а именно текстов аналитического характера [7, с. 34]. Под персуазивностью/персуазией понимается воздействие адресанта на адресата с целью его убеждения в чем-либо, призыва к совершению/не совершению определенных действий. Стратегия такого плана в наибольшей степени, тесно переплетается с интерпретационной или идеологической функцией средств массовой коммуникации, что обусловлено непосредственно аналитическим характером текста.

Медиадискурс обладает довольно развитой жанровой системой, состоящей из текстов разных типов. Материалом нашего исследования служат тексты аналитического характера, в которых представлена аналитическая интерпретация актуальных событий и точка зрения по той или иной проблеме описываемого явления. Поскольку проблемы в тексте рассматриваются с использованием экспрессивных языковых средств и аргументативной канвы, ему присущи определенные экспрессивные приемы и средства и особая композиция с преобладанием композиционно-речевой формы «рассуждение», состоящая из характерных логических приемов.

Выявленный набор экспрессивных приемов и средств и логических приемов в ходе нашего исследования мы причисляем к дискурсивным формулам военно-аналитического медиатекста исходя из точки зрения В. И. Карасика, согласно которой под ними понимаются «своеобразные обороты речи, свойственные общению в соответствующем социальном институте» [8, с. 233].

Основной ценностной категорией медиадискурса является мнение. Поскольку в средствах массовой информации представление о том или ином событии или явлении закрепляется в сознании масс посредством их многократной и подробной репрезентации, именно с помощью мнения у адресата формируется определенная картина, особенно это релевантно в отношении аналитических текстов.

Любое мнение предполагает оценочность. Оценка в журналистских текстах обладает своей спецификой, которая точно и полно раскрыта А. А. Тертычным. Он считает, что в таких текстах «...устанавливается “соответствие или несоответствие” фиксируемых событий, ситуаций, процессов, характеристик личности, а также чужих смысловых позиций потребностям, интересам, представлениям (критериям оценки) тех или иных социальных групп» [9].

В этой связи отметим, что в социуме определенные события и явления осуждаются обществом, как например, военно-политический конфликт. Тем не менее всегда существовали и существуют определенные группы людей, для которых они могут быть выгодными. Этот факт, на наш взгляд, необходимо учитывать при исследовании категории оценочности. Принимая во внимание вышесказанное, можно сделать вывод, что аналитические медиатексты обладают аксиологической направленностью.

Кроме оценочности с мнением в медиадискурсе тесно связана категория интертекстуальности, под которой в самом общем виде понимается «наличие одного (или нескольких) предтекстов в другом и как отношение, возникающее между текстом и его предтекстом(-ами)» [10, с. 77]. Интертекстуальность является специфическим свойством медиатекста и реализуется в нем в виде цитаты, намека или образа как непосредственное сосуществование двух или более текстов в одном. Цитатный материал в аналитических медиатекстах может быть двух разновидностей: формирующий описательный слой текста («содержательно-фактуальную информацию», по И. Р. Гальперину), предназначение которого делать текст объективным и достоверным; и создающий «содержательно-концептуальную информацию» с помощью образа и эмоционально-экспрессивной оценки. Первый вид цитатного фонда включает в себя цитаты речей политиков и общественных деятелей, отсылки к мнениям экспертов и источникам информации; второй вид – это цитаты, обладающие лингвокультурологической ценностью, которые описываются в таких терминах, как прецедентный текст, культурный знак, текстовые реминисценции, аллюзии и др. (В. Г. Костомаров, Г. Г. Слышкин, С. И. Сметанина и др.).

Подводя итог, отметим, что в набор дискурсивных характеристик аналитического медиатекста о военно-политическом конфликте входят следующие: персуазивный характер; диалогичность, проявляемая в гипотетическом диалоге между адресантом – журналистом-аналитиком или экспертом и заинтересованным адресатом; аксиологическая направленность; специфический хронотоп, обусловленный актуальностью представляемого события; проблемный способ отражения тематики; особая композиция с преобладанием композиционно-речевой формы «рассуждение»; логичность и экспрессивность при выстраивании аргументации; особый характер реализации категории интертекстуальности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / М. Р. Желтухина. – М., 2004. – 358 л.
2. Крохалева, Л. С. Возможные подходы к типологическому изучению маргинальных жанров / Л. С. Крохалева // Постклассическая стилистика и дискурсивный анализ текста : материалы межвуз. круглого стола (кафедра стилистики англ. яз.), г. Минск, 11 дек. 2008 г. / МГЛУ ; редкол.: С. Е. Кунцевич (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – Вып. 2. – С. 79 – 82.

3. *Карасик, В. И.* О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / Волгогр. гос. пед. ун-т ; под ред.: В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
4. *Чистая, С. Ф.* Фактор проксемики в диалогическом измерении публицистического текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С. Ф. Чистая. – Минск, 2004. – 110 л.
5. *Smith, G. S.* Tensions rise as Kosovo awaits word on its future [Electronic resource] / G.S. Smith, N. Wood // The New York Times. – 2007. – 25 June. – Mode of access: <http://www.nytimes.com/2007/06/25/world/europe/25kosovo.html>. – Date of access: 20.02.2020.
6. *Cooke, M.* How Canada can redefine its role in Syria [Electronic resource] / M. Cooke, A. Phillips // The Star. – 2016. – 7 Feb. – Mode of access: <https://www.thestar.com/opinion/editorials/2016/02/07/how-canada-can-redifine-its-role-in-syria-editorial.html>. – Date of access: 22.02.2020.
7. *Чернявская, В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 128 с.
8. *Карасик, В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
9. *Тертычный, А. А.* Жанры периодической печати : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / А. А. Тертычный. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 348 с.
10. *Чернявская, В. Е.* Лингвистика текста. Лингвистика дискурса : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2013. – 208 с.

Е. В. Романаускас
г. Минск, Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПАРЕМИЙ С КОМПОНЕНТОМ ‘ИМЯ СОБСТВЕННОЕ’ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Под термином *паремия* большинство современных исследователей понимает афоризмы народного происхождения. Афоризмами принято называть «краткие, глубокие по содержанию и законченные в смысловом отношении суждения». С самых древних времен они постоянно сопутствовали всем цивилизациям мира, синтетически обобщали мудрость народа, отображали его интересы и чаяния, будучи своеобразными сгустками общественного мнения [1, с. 3]. Решающим фактором в разделении понятий *афоризм* и *паремия* является их генезис: афоризмы – литературного происхождения и имеют определенного автора, а паремии, к которым относят пословицы и поговорки, – продукт народно-поэтического творчества.