

9. *Кожемякин, Е. А.* Институциональные дискурсы : программа сравнительных исследований / Е. А. Кожемякин // Человек. Сообщество. Управление. – 2007. – № 2. – С. 96–106.
10. *Русакова, О. Ф.* Критический дискурс-анализ / О. Ф. Русакова, Е. В. Ишменев // Современные теории дискурса : мультидисциплинарный анализ. Сер. Дискурсология. – Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2006. – С. 36–48.
11. *Олешков, М. Ю.* Универсальная модель дискурса : проблемы парадигмы / М. Ю. Олешков // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2012. – № 14. – С. 182–188.
12. *Ромашова, И. П.* Модель институционального дискурса с позиций социодинамического подхода / И. П. Ромашова // Вестн. Ом. гос. ун-та., 2013. – № 1 (67). – С. 94–100.
13. *Кожемякин, Е. А.* Медиакритика и дискурс-анализ / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. – 2010. – Вып. 7. – № 18(89). – С. 198–203.
14. *Негрышев, А. А.* Текст в четырехмерном пространстве дискурса / А. А. Негрышев // Актуальные проблемы стилистики. – 2017. – № 3. – С. 97–107.

The article deals with the definitions of the “institutional character” and “institutional type of discourse”. Functions, characteristics and features of institutional discourse are described. Some models of institutional discourse developed by prominent researchers are represented. The media discourse is described as an institutional type of discourse.

Поступила в редакцию 11.09.2020

Т. А. Сысоева

ИЕРАРХИЯ ДИСКУРСИВНЫХ КАТЕГОРИЙ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ И ЕЕ ФОРМАЛИЗАЦИЯ

Современная медиасфера предполагает диалог, обмен мнениями, однако глобальной интенцией аналитической статьи остается выражение субъективной точки зрения ее автора. Актуализировать субъективное начало позволяют модусные категории (модальность, эмотивность, оценка). На материале публикаций из американской и белорусской периодики выявляется специфика их языковой репрезентации и определяется место в общей системе дискурсивных категорий. Так, эмотивно-оценочные элементы превалируют над маркерами категории модальности в обоих языках. Вместе с тем в американских изданиях заметнее выражен акцент на негативных оценках, тогда как в белорусской прессе преобладают маркеры эмотивности с положительной окраской.

Антропоцентрическая парадигма лингвистических исследований «ставит в центр внимания фактор человека <...> как активного субъекта познания, обладающего индивидуальным и социальным опытом, системой знаний о мире, отраженной в его сознании концептуальной картиной окружающей действительности» [1, с. 236]. Рассмотрение медиадискурса в целом или его

отдельных жанров в рамках данной парадигмы предполагает анализ сообщения с позиции говорящего и других участников коммуникации. Таким образом, одним из ключевых вопросов медиалингвистики является определение глобальной авторской интенции и выявление средств ее вербализации в текстовом пространстве. Актуальны проблемы соотношения субъективного и объективного в медиатексте, обращения к своему или чужому мнению, способов маркирования концептуальной информации.

Интенциональность как глобальная дискурсивная категория «задает тон» всего сообщения, определяет его содержание и форму, структуру и функции. Именно интенция диктует выбор конкретных способов манифестации авторского «Я» (эксплицитных или имплицитных), т.е. выражения позиции говорящего. Совокупность всех возможных форм участия говорящего в высказывании входит в объем понятия *субъектности*, которое представляет собой коммуникативную категорию самого общего плана. Субъектность включает в себя «субкатегории адресанта, адресата, а также всех других участников дискурса» [2, с. 13], поскольку в роли говорящего субъекта может выступать не только адресант, но и другие участники коммуникации, чье мнение цитируется в сообщении в том или ином виде. Следовательно, современный медиатекст диалогичен: в нем выстраивается своеобразный диалог между автором и читателем, а также между автором и «третьими лицами», разделяющими его точку зрения или опровергающими ее.

Дискурсивные категории, «отвечающие» за реализацию субъективного начала при выражении объективной реальности, получили название модусных. К ним относятся, прежде всего, категории модальности, оценочности, эмотивности [3, с. 91–92]. Эти категории переплетены между собой, вместе работают на достижение глобальной цели и помогают воплотить авторский замысел.

Модальность – наиболее яркая и широко употребляемая категория, которая представлена в разных формах выражения (сослагательное наклонение, модальные глаголы, междометия, частицы и др.) [Там же]. При анализе модальности дискурса исследователи учитывают ее двуаспектную природу, когда каждому высказыванию присущи два глобальных уровня смысла: «объективный, являющийся отражением внеязыковой действительности, и субъективный, являющийся рефлексией отношения мыслящего субъекта к данной действительности» [4, с. 21]. Сказанное обусловило разграничение объективной и субъективной модальности. Если первая квалифицирует сообщаемое в плане его реальности или ирреальности, то вторая выражает отношение говорящего к сообщаемому (уверенность или неуверенность, согласие или несогласие и т.д.). При этом важно понимать, что диктумный и модусный (т.е. объективный и субъективный) компоненты смысла взаимозависимы: информация о некоем событии действительности обязательно влечет за собой модусную квалификацию этого события адресантом, которая может быть выражена эксплицитно или имплицитно.

Субъективная модальность предполагает отношение говорящего к описываемым фактам (положительное или отрицательное), поэтому модальность сопряжена с оценкой. Вообще оценочность – не просто категория модуса. Она сама по себе является неотъемлемой составляющей деятельности человека и наиболее ярко вербализуется посредством оценочной лексики и интонации [3, с. 93]. Помимо общих типов субъективной оценки, которые сводятся к маркерам «хороший/плохой», существует многообразие частных оценочных типов, включающих эмоциональную, эстетическую, этическую, сенсорную, количественную, рациональную, логическую оценку. Они актуализируются в тексте лексемами с коннотативным значением и особенно ярко проявляются на фоне нейтральной лексики [5, с. 235]. В свою очередь, категория эмотивности выражает эмоциональное состояние говорящего и может проявляться на всех уровнях языковой системы: фонологическом, лексическом, синтаксическом. «Важным компонентом при рассмотрении категории эмотивности является, бесспорно, контекст, без которого трудно выявить проявление эмотивности не только на уровне текста, но и на уровне простого высказывания» [3, с. 94]. Подчеркнем, что проявление эмоций в языке также влечет за собой оценку, позволяя говорить о сочетании (или даже слиянии) эмотивных и оценочных элементов в семантической структуре слова. Сказанное обуславливает рассмотрение оценки и эмотивности в комплексе, при этом, однако, необходимо установить конкретную роль субъективной модальности и эмотивности в реализации замысла говорящего субъекта и определить их место в общей иерархии дискурсивных категорий.

Обратимся к выявлению средств манифестации модусных категорий в аналитической статье. Материалом для проведения анализа послужили публикации с сайтов американских изданий «The Washington Post», «The Seattle Times», «The New Yorker» и русскоязычных белорусских изданий «Народная газета», «СБ. Беларусь Сегодня» за 2020 г. Отметим, что современная аналитическая статья отличается наивысшей степенью выраженности авторского присутствия и может быть условно отнесена к диалогическим жанрам, поскольку предполагает своеобразный обмен мнениями. Главным предметом обсуждения в анализируемых текстах являются социальные проблемы, связанные со сферами политики, экономики, здравоохранения, образования, культуры, спорта и туризма. Затрагиваются такие темы, как государство и право, социальная справедливость, благосостояние граждан, забота об окружающей среде. Однако задачей подобных сообщений является не только всестороннее, многоплановое рассмотрение «горячих» тем, но и поиск путей решения вопроса. Таким образом, глобальная интенция автора может быть обозначена как субъективная оценка актуальной проблемы и формулировка эффективного решения.

Авторское присутствие выражается максимально «громко», и основным способом его экспликации выступает местоимение первого лица в сочетании с глаголами речемыслительной деятельности или лексическими единицами, указывающими на эмоциональное состояние адресанта, его отношение к

предмету речи: *I also **think** these protests are as essential today as similar protests were in August 2010, after the killing of John T. Williams; I am concerned that we have made so little progress; I am fortunate to work alongside a diverse group of judges; Я даже подумал...; Для меня все образы за стеклом... узнаваемы с первого взгляда; И это радует, на моей памяти подобное происходит впервые.* Однако, как уже отмечалось выше, категория субъектности выходит за рамки сугубо авторской точки зрения и включает в себя мнения и оценки других участников коммуникации, приводимые в сообщении. В этом «диалоге» чужие слова зачастую цитируются дословно: *“There’s still a lot of virus,” warns Anne Schuchat, principal deputy director of the Centers for Disease Control and Prevention; «Мы старались выбрать самые живописные места подальше от оживленных улиц», – рассказывал главный архитектор проекта Виталий Руцкий.* Мнения других говорящих субъектов также могут приводиться в пересказе, в форме косвенной речи: *По словам руководителя ГКСЭ Андрея Шведа, эти экспертизы сейчас становятся все более востребованными; Посуду из отрубей, описывает Анастасия, можно будет использовать для сухой и жидкой пищи.* Иногда источник информации (т.е. в нашем случае субъект мнения) отождествляется с организацией в целом или ее подразделением: *But in the United States, testing began in chaos..., according to a useful analysis just published by the Harvard Global Health Institute and NPR; «Здесь подыскать строительный материал несложно. Он буквально у строителей под ногами», – утверждают в отделе культуры Сморгонского райисполкома.* Субъект мнения не обязательно указывается точно (*Some say nothing has changed. Some say reform has done its job*) и даже может быть неличным. В последнем случае в статье приводится лишь название издания (книги, документа, журнала или газеты): *Недавно «Народная газета» писала про гомельскую школьницу Викторю Сидоренко и ее стартан.* Подчеркнем, что, несмотря на многочисленные цитаты, отсылки к различным источникам информации и субъектам других мнений, смысловым ядром аналитической статьи выступает именно авторская точка зрения.

Далее определим языковые маркеры модальности и эмотивности (положительной/отрицательной оценки) – слова с модальным значением и эмотивно-оценочные лексические единицы. В исследуемых англоязычных текстах преобладающие значения модальных слов и выражений – предположение (33 % случаев) и необходимость (67 %). Основными маркерами первой группы выступают такие единицы, как *may, could, seem, to be likely: A vaccine may still be a long way off; The summer of 2020... could mark the death of a specific vision of history; Societies and minds seemed to be opening; It’s not possible to predict that a young person who committed a violent crime is likely to commit another.* Для второй группы, более многочисленной, формальные показатели, соответственно, более разнообразны: *must, need, should, demand, require, it is time, to be worth.* Полученный результат объясняется присутствием в статье семантического компонента *решение проблемы*, в котором автор призывает других читателей (или ответственных лиц) совершить

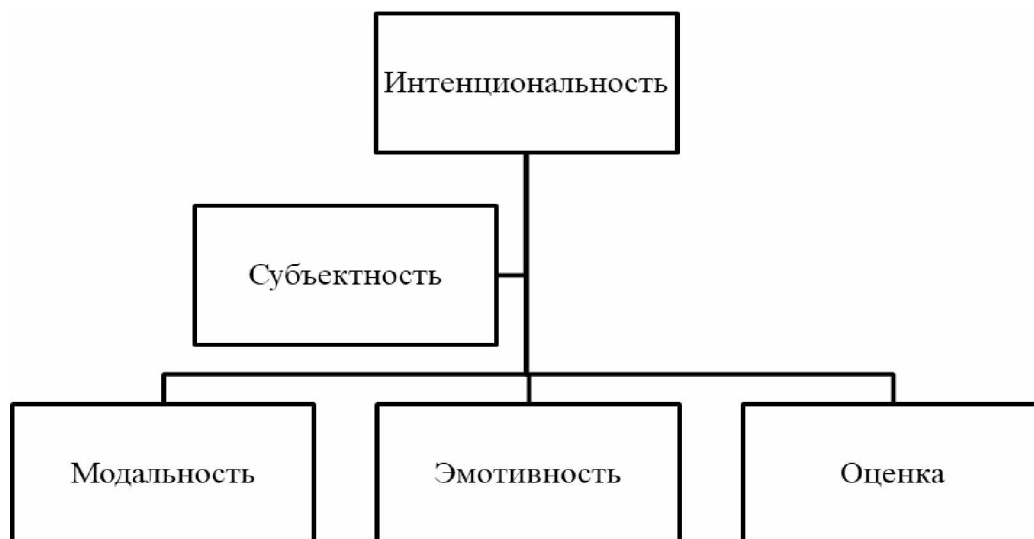
определенные действия, обосновывая необходимость принятия подобных мер. Приведем несколько примеров: *The ongoing reform efforts and today's protests, if each are to succeed, **must** mutually reinforce each other; Voters **should** remember this attack on decades of federal and state abortion protections even though it fell short; For Black lives to really matter, white people **need** to listen to Black people; **It is time** to return to first principles.* В русскоязычных статьях из белорусских изданий ключевыми модальными значениями также выступают предположение (24 % примеров) и необходимость (76 %), однако в целом употребительность языковых единиц с модальной семантикой в два раза меньше, и они не отличаются большим разнообразием. Формальными показателями для первой группы являются слова *может, вряд ли* (*Опасной **может** оказаться для потребителя и посуда из пластика*), а для второй – *нужно, необходимо, должен, следует, стоит*: *Кроме того, **нужно** сменить название на более логичное; Эти расходы турагентство **должно** доказать документально; Важно также отметить, что во время онлайн-конференций **следует** придерживаться определенных правил; Основные вопросы и материалы **стоит** подготовить заранее.* Таким образом, проведенный количественный и качественный анализ показывает: несмотря на то, что решение проблемы предлагается и в белорусской периодике, авторы статей из американских изданий уделяют этому вопросу больше внимания.

Эмотивно-оценочные единицы более многочисленны в сообщениях на обоих языках, что свидетельствует о большей релевантности семантического компонента *авторская точка зрения* по сравнению с *решением проблемы*, в котором сосредоточены модальные элементы. С опорой на анализ словарной дефиниции для англоязычной выборки был составлен список из 170 формальных маркеров категории эмотивности, который может быть использован при автоматической обработке текста с целью определения авторского отношения к обсуждаемой проблеме. Подчеркнем, что в список попали только те языковые элементы, семантика которых очевидна, а конкретная интерпретация не зависит от контекста. В исследуемом материале представлены следующие группы эмотивной лексики: оценочные прилагательные (*enormous, useful, impressive; devastating, farcical, unpleasant*), существительные, в семантике которых присутствует эмотивно-оценочный компонент (*wisdom, sophistication, effectiveness; dejection, injustice, slaughter*), глаголы (*disregard, threaten, perpetrate*). Приведем примеры их использования в сообщении: *He is now a **thoughtful** and **responsible** man – a man of **good** and **admirable** character; Bowman's victory mirrored other **progressive successes** in New York.* Подчеркнем, что слова, выражающие отрицательную оценку, преобладают (58 %), поскольку рассмотрение актуальных проблем в современной медиасфере зачастую влечет за собой резкую критику и открытое осуждение тех или иных действий главных участников событий: *We must move beyond Mr. Trump's **devastating** leadership vacuum; Polls show voters prefer Biden's calm competence over Donald Trump's **calamitous, divisive** and **incompetent** presidency.*

Что касается русскоязычных статей, то для них список маркеров категории эмотивности оказался значительно беднее и представлен 80 единицами, из которых 80 % составляет положительно окрашенная лексика: *А так всем выгодно: для сельхозпредприятия – рабочие руки, а для новых специалистов – прекрасные условия; А вот Новогрудский замок – это фактически руины. Но руины знаковые, важные и узнаваемые.* Подобный результат количественного и качественного анализа свидетельствует не только о большей сдержанности белорусских авторов в плане открытого выражения своих эмоций по сравнению с американскими, но и о явном стремлении сгладить острые углы при обсуждении особо болезненных тем. Как и в англоязычном материале, среди групп эмотивной лексики можно выделить оценочные прилагательные (*инновационный, интересный, необычный, уютный, приятный, живописный, уникальный*), а также эмоционально окрашенные существительные (*шарм, красота, шедевр*) и глаголы (*впечатлять*).

Завершающим этапом проведенного исследования стал расчет соотношения формальных маркеров модальности и эмотивности в каждом языке. Подобная процедура позволит определить статус модальных категорий, их конкретное место в системе дискурсивных категорий аналитической статьи. Было установлено, что в американских изданиях на долю языковых единиц с модальной семантикой приходится 15 %, тогда как эмоционально окрашенные единицы составляют 85 %. В белорусских изданиях маркеры распределились аналогичным образом: 20 % и 80 % соответственно. Таким образом, для публикаций на двух языках характерна общая тенденция: эмотивно-оценочные элементы количественно преобладают над модальными.

Полученные результаты исследования позволяют представить отношения между дискурсивными категориями, актуализированными в американской и белорусской периодике, следующим образом (рисунок):



Дискурсивные категории аналитической статьи

Вершиной «пирамиды», т.е. глобальной дискурсообразующей категорией выступает интенциональность. Она задает степень авторского присутствия в сообщении и конкретные способы манифестации авторского «я», а также определяет долю участия других говорящих субъектов в дискурсе, отвечая таким образом за актуализацию категории субъектности. Несмотря на то, что современная аналитическая статья – это фактически диалог мнений, в нем преобладает голос автора. В свою очередь, выразить субъективную точку зрения адресанта позволяют модусные категории (модальность, эмотивность, оценка). Подчеркнем, что в исследуемом материале эти категории, во-первых, не являются равнозначными, а во-вторых, их репрезентация определяется лингвокультурной спецификой. Фактически сливаясь с оценкой, категория эмотивности выражена сильнее, чем модальность, а ее формальные маркеры более многочисленны и разнообразны в обоих языках. При этом публикации из американских изданий отличает бóльшая употребительность модальных элементов с семантикой предположения и необходимости, что, вероятно, свидетельствует о более пристальном внимании авторов статей не только к описанию проблемы, но и к ее решению. Также сообщения на английском языке характеризуются частым использованием негативно окрашенной лексики, тогда как в русскоязычных текстах количественно преобладает положительно окрашенная лексика. Очевидно, авторы статей из белорусской периодики деликатнее подходят к обсуждению острых тем, акцентируя внимание на позитивных моментах и избегая резкой критики.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Макшанцева, Ю. В.* Категория субъектности в условиях информационного воздействия / Ю. В. Макшанцева // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. – Сер. 2, Языкознание. – 2009. – № 2(10). – С. 236–239.
2. *Карпилович, Т. П.* Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск: МГЛУ, 2018. – 160 с.
3. *Кобрина, О. А.* Модусные категории как способы выражения субъективного отношения человека к высказыванию / О. А. Кобрина // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2006. – № 2(008). – С. 90–100.
4. *Дубовик, Е. И.* Диктумно-модусная организация предложений с модальным значением целесообразности в современном русском языке / Е. И. Дубовик, И. А. Нагорный // Науч. вед. Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2011. – № 12(107). – Вып. 10. – С. 21–28.
5. *Каштанова, П. В.* Эксплицитные и имплицитные средства реализации субъективной модальности в художественном тексте / П. В. Каштанова, Г. П. Мосолова // Вест. Челяб. гос. пед. ун-та. – 2013. – № 9. – С. 231–239.

The paper identifies subjectivity markers in analytical articles from Belarusian and American periodicals and their interrelation. Although emotive elements outweigh modal elements in both languages, it is demonstrated, that American authors tend to provide negative evaluation of the subject matter, while Belarusian authors stick to positively coloured words.

Поступила в редакцию 23.09.2020