

Т. А. Сысоева
Минск, МГЛУ

МАРКЕРЫ АКТУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СТРУКТУРЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ

Аналитическая статья характеризуется открытой манифестацией авторского «я», ярко выраженной тенденцией к субъективизации жанра. Поскольку в подобных публикациях информация сопровождается ее интерпретацией и оценкой, они представляют интерес в плане изучения субъективной модальности и средств ее манифестации. Сопоставительный анализ статей из белорусской и американской периодики позволил выявить комплекс языковых маркеров, определяющих обсуждаемую в тексте социальную проблему как актуальную. Подобные лексические средства обозначают время, место событий, а также выражают авторскую оценку происходящего. Установлено, что в американском издании главный интерес связан с масштабными проблемами, тогда как в белорусском – с локальными. Однако статьи на двух языках продемонстрировали общую тенденцию в распределении маркеров актуальной информации, которые концентрируются в инициальной части как «сильной позиции» текста.

Современная публицистика ставит во главу угла обсуждение актуальных социальных проблем с целью поиска их возможных решений. Под проблемной обычно понимается такая ситуация, которая характеризуется несоответствием между ожиданиями аудитории и реальным развитием событий, вследствие чего требует немедленного вмешательства [1, с. 153]. При этом медиатексты аналитического характера отличаются от других жанров тем, что предполагают глубокое, всестороннее, многоплановое рассмотрение актуальной проблемы, зачастую с отсылкой к разным источникам и мнениям.

Несмотря на то, что «СМИ играют решающую роль в формировании информационной картины мира» [2, с. 35], их функция не сводится к простому отражению окружающей действительности. Массмедиа не только тиражируют информацию, но и транслируют ее интерпретацию. Этим объясняется иллюкативная сила, которая скрыта в самом предназначении публицистического текста: сообщение в СМИ имманентно направлено на изменение сознания адресата, на мотивирование его к совершению определенных действий [3, с. 225]. Сказанное коррелирует с общеизвестным фактом: восприятие окружающей действительности не может осуществляться без участия чувств, поэтому автор медийного сообщения сопровождает информацию своим субъективным отношением к ней, и все обсуждаемые в тексте события изображаются с позиции адресанта, его личного опыта, мировоззрения [4, с. 287]. При этом степень авторского присутствия варьируется в зависимости от жанра. Если тексты аналитического характера (письма, комментарии, статьи) тяготеют к открытой манифестации субъективной позиции адресанта, то короткие информационные жанры (заметки, новостные сообщения) отличаются минимальной степенью авторского присутствия.

Таким образом, проявление авторского начала определяется конкретной жанровой принадлежностью медийного сообщения, однако неизменно одно: на современном этапе активно идут процессы персонификации, субъективизации медиатекстов, при которых «категории автора и образа автора приобретают особое значение как конструктивные признаки публицистического текста, его организующее начало» [5, с. 19]. Субъективный фактор накладывает отпечаток на всю организацию сообщения, диктуя его форму, содержание и функции, определяя выбор языковых средств разных уровней и специфику их распределения в структуре текста.

Категория адресанта самым тесным образом связана с категорией субъективной модальности, которая передает оценку говорящим описываемых фактов (в плане уверенности или неуверенности, согласия или несогласия, положительного или отрицательного отношения). Интересно то, что в тексте как целостном произведении позиция автора ярче проявляется в одних текстовых фрагментах и слабее – в других. Несмотря на то, что субъективная модальность может быть реализована при помощи целого арсенала средств (оценочной лексики, модальных слов, междометий и др.), которые в открытой или завуалированной форме передают субъективное отношение автора на фоне объективного изложения фактов [6, с. 641–643], в первую очередь модус

вербализуется (эксплицируется) в определенных позициях текста, где речь идет, по мнению его автора, о самом существенном [7, с. 26]. Следовательно, при изучении категорий адресанта, субъективной модальности, оценочности и др. необходимо не только выявить конкретные языковые средства их манифестации, но и обратиться к вопросу организации текстового пространства в целом.

С целью определения маркеров актуальной информации в аналитической статье и установления особенностей их распределения в тексте был осуществлен анализ публикаций с веб-сайтов белорусского издания «СБ. Беларусь сегодня» и американского издания «The Washington Post» за 2019 г. Для исследования были отобраны сообщения, посвященные обсуждению актуальных вопросов политики, экономики, законодательства, современных технологий, промышленности, сельского хозяйства и т.д. Концептуальной доминантой статей является социально значимая проблема, а ее постановка в тексте маркируется соответствующим словом-репрезентантом: *проблема* *рассылка сообщений об опасности*, *проблема* *приобрела массовый характер*; *the problems of immigration and work*, *the problems have worsened*, *dealing with the problems*. Подчеркнем, что речь не обязательно идет о неразрешимых проблемах или неудачах. Наоборот, в статье могут обсуждаться положительные моменты и приводиться примеры успешного решения проблемной ситуации.

О том, что обсуждаемый вопрос является актуальным, свидетельствуют лексические единицы, указывающие на текущий момент, недавнее прошлое или ближайшее будущее: *в этом году*, *в эти выходные*, *сегодня*, *сейчас*, *теперь*, *с начала текущего года*, *в последнее время*, *недавно*, *в 2018–2019 годах*; *today*, *these days*, *currently*, *recently*, *in 2017*, *for years to come*. Приведем несколько примеров, иллюстрирующих контекстуальное употребление подобной лексики: *Такую технологию все чаще применяют в Кобринском районе, получая отменные корма. В нынешнем сезоне* для этой цели приобрели две новые плюшцилки; *Белкоопсоюз закупил в этом сезоне* уже более 3,4 тысячи тонн томатов, закупочная цена на которые – 0,5–0,7 рубля; *The skylines of metropolitan areas such as ours have been transformed over the past quarter-century* by new construction, with immigrants providing a considerable share of the labor; *Let's start with where we are today*; *And as for the nation's debt, it currently exceeds \$22 trillion, with annual deficits of \$1 trillion*. В русскоязычных текстах употребительны маркеры, обозначающие регулярный, повторяющийся характер описываемых событий (*постоянно*, *периодически*, *очень часто*, *ежедневно*, *трижды в неделю*, *в очередной раз*): *В очередной раз* Минск столкнулся с телефонным терроризмом; *Несмотря на то, что правоохранители постоянно* совершенствуют навыки в борьбе с подобными преступлениями, обновляя свои технические средства для борьбы с телефонными террористами, злоумышленники *периодически* продолжают испытывать на прочность наши нервы и терпение; *Комбинат хлебопродуктов ежедневно* принимает 1200–1300 тонн зерна на чистку, сушку и хранение. В американских изданиях подобная лексика также встречается, однако ее арсенал намного беднее (*always*, *regularly*): *Although they*

[immigrants] are **regularly** slandered – by the president, among others – as a source of crime and as living off the dole, they are, for the most part, as law-abiding as the general population and are eligible for few government benefits.

Следующей группой маркеров актуальной информации являются обозначения мест событий, названия населенных пунктов или регионов, для которых обсуждаемая проблема релевантна (страна, штат, город и пр.). Это могут быть как имена собственные, так и нарицательные (*в стране, на Брестчине; in the District*): *Пример неэффективной работы райагросервиса журналисты увидели в Березино; New York is not the first state to open such a window: California, Minnesota, Delaware and Hawaii led the way.* Интересным различием является то, что в белорусском издании преимущественно фигурируют названия районов, мелких населенных пунктов или даже конкретных организаций (*Климовичский район, горпоселок Ружаны Пружанского района, Оршанский комбинат хлебопродуктов*), тогда как в американском издании акцент делается на проблемах общенационального характера: *Deficit-financed consumption has left America with worryingly large deficits that grow larger as baby boomers retire.* Сказанное позволяет сделать вывод о том, какие именно новости или события рассматриваются как наиболее значимые в каждой из двух лингвокультур. Если в американской периодике обсуждаемые проблемы оцениваются в масштабе страны или хотя бы штата, то в русскоязычном белорусском издании преобладают локальные новости.

Как уже отмечалось выше, жанры аналитического характера предполагают экспликацию авторского отношения к сложившейся ситуации, и указать на субъективное восприятие проблемы как актуальной позволяют оценочные прилагательные с соответствующей семантикой (*новый, важный, серьезный, оперативный; new, important, critical*): *Как будет идти призыв по **новым** правилам?; It's an **important** First Amendment case for the digital age; It is **critical** we ensure that these virtual public forums are protected just as older formats – think town halls – have been.* При этом, как видно из приведенных примеров, в фокусе может быть как новизна, так и важность, значимость принимаемых мер.

Обращаясь к вопросу организации текстового пространства, проследим распределение маркеров актуальной информации в структуре статьи. Подобная процедура позволит выявить компоненты текста, содержащие концептуальную информацию и реализующие глобальный авторский замысел в первую очередь. Именно в них категория адресанта выходит на первый план, а форма выражения субъективной модальности является максимально открытой.

Полученные количественные данные демонстрируют, что в русскоязычных статьях слова, указывающие на актуальный характер обсуждаемой проблемы, распределяются в тексте следующим образом: инициальная часть – 39 %, основная часть – 54 %, заключение – 7 % маркеров. В англоязычных статья выявлена аналогичная тенденция: инициальная часть – 29 %, основная часть – 55 %, заключение – 16 %. Несмотря на то, что чуть более половины маркеров сосредоточено в основной части текста, можно сделать вывод о наибольшей концентрации подобных средств именно в инициальной части статьи, вклю-

чающей заголовков, подзаголовков и вводный абзац. Основная часть – самая большая по объему, поэтому высокие абсолютные показатели вполне ожидаемы для этого текстового фрагмента. В данном случае большего внимания заслуживает распределение маркеров в так называемых «сильных позициях» текста. Совершенно очевидно, что их концентрация в инициальной части в несколько раз выше, чем в завершающей, при сопоставимом объеме двух компонентов текста. Сказанное позволяет обозначить заголовочный комплекс аналитической статьи как текстовый фрагмент, содержащий главную, по мнению адресанта, идею сообщения, его замысел. Следовательно, размещение информации именно в начале статьи позволит маркировать ее как актуальную, давая читателям мощную «подсказку» и тем самым облегчая понимание сообщения.

В свою очередь, завершающая часть также является «сильной позицией» текста, однако с точки зрения прагматических функций преследует несколько иные цели. В ней излагаются варианты решения проблемы, содержатся призывы к действию, даются советы, анализируются результаты внедренных мер: *Поэтому, может быть, не стоит шутить по такому поводу?; Сколько кукурузы убирать на силос, сколько – на зерно, решают специалисты каждого отдельного хозяйства. Главное, чтобы при этом соблюдался кормовой баланс, а в зимне-стойловый период у животных был полноценный рацион; После модернизации путепровода возле железнодорожного вокзала изменится не только его пропускная способность, но и внешний вид. Здесь появятся фонари, малые архитектурные формы и городская символика; We should all be wary when an entity that was supposedly created to democratize speech actually wants to control it; We need serious bipartisan deliberation and action from our leaders, not more gimmicks and broken promises.* Средства вербализации актуальной информации отходят здесь на второй план.

Проведенный анализ англоязычных и русскоязычных статей в контрастном аспекте показал, что тенденции в использовании маркеров актуальной информации больше сходны, нежели различны. Автор аналитической статьи указывает на значимость обсуждаемой проблемы «здесь и сейчас», апеллирует к повторяющемуся характеру проблемной ситуации, обозначает конкретный регион, для которого проблема релевантна. Лингвокультурные различия связаны с тем, что американские издания уделяют больше внимания вопросам национального масштаба, тогда как авторов статей из белорусских изданий преимущественно интересуют локальные события.

Распределение маркеров актуальной информации в корпусе текста также сходно и демонстрирует очевидную тенденцию к концентрации подобных средств в инициальной части, а именно в заголовочном комплексе. Таким образом, вводная часть становится главным текстовым фрагментом, воплощающим авторский замысел – раскрытие сущности социально значимой проблемы и выражение авторского отношения к ней как к важной, требующей немедленного решения. Завершающая часть текста реализует иные прагматические функции, среди которых – оценка результатов деятельности, призыв к решению проблемы или совет.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Дмитровский, А. Л.* Жанры журналистики / А. Л. Дмитриевский // Ученые записки Орловск. гос. ун-та. Сер. Гуманит. и соц. науки. – 2014. – Вып. № 4. – С. 149–158.
2. *Костяшина, Е. А.* Тематическое единство как фактор организации медиадискурса / Е. А. Костяшина // Язык и культура. – 2009. – № 3(7). – С. 34–40.
3. *Копытов, О. Н.* Модус публицистического текста / О. Н. Копытов // Политическая лингвистика. – 2011. – № 1(35). – С. 224–230.
4. *Ткаченко, А. И.* Textoобразующая роль модельности в газетной статье / А. И. Ткаченко // Ученые зап. Казанск. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2011. – Т. 153, № 2. – С. 286–291.
5. *Казимирова, О. В.* Коммуникативные аспекты медийного дискурса / О. В. Казимирова. – Витебск : ВГУ им. П. М. Машерова, 2018. – 188 с.
6. *Сподарец, О. О.* Субъективное и объективное в новостном жанре / О. О. Сподарец // Вестн. Башкирск. ун-та. – 2010. – Т. 15. – № 3. – С. 641–643.
7. *Копытов, О. Н.* Замечания об общих методах филологического анализа как методических источниках построения модусно-диктумных моделей текста / О. Н. Копытов // Вестн. Томск. гос. ун-та. – 2012. – № 365. – С. 23–29.

Opinion articles from both American and Belarusian printed editions are associated with open manifestation of the author's point of view, thus demonstrating common tendencies in the usage of linguistic means which mark information as relevant. The distribution of markers in the text is similar as well, the initial part performing the function of expressing the main idea of the article. Cultural differences are connected with the scale of the problem under consideration, as Belarusian editions pay more attention to local rather than global news.