

**Т. А. Сысоева**

*Минский государственный лингвистический университет  
Минск, Республика Беларусь  
e-mail: tanyaSys@tut.by*

## **ЧУЖАЯ РЕЧЬ В ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА**

Будучи одним из постоянных признаков медийного дискурса, чужая речь представлена в печатной периодике во всем многообразии структурных форм и выполняемых ими функций. Вместе с тем сопоставительный анализ статей из белорусских и американских изданий позволил выявить лингвокультурные особенности выбора средств, передающих чужую речь в тексте.

*Ключевые слова:* медиадискурс; субъективность; чужая речь; прямая и косвенная речь; цитата.

**T. A. Sysoyeva**

*Minsk State Linguistic University  
Minsk, Republic of Belarus  
e-mail: tanyaSys@tut.by*

## **QUOTED AND REPORTED SPEECH IN PRINTED MEDIA: LINGUOCULTURAL PECULIARITIES**

As a constant parameter of mass-media discourse, quoted or reported speech has a variety of forms and takes on manifold roles in printed media. Contrastive analysis of Belarusian and American press reveals linguocultural peculiarities of quoted and reported speech in newspaper articles, though.

*Key words:* mass-media discourse; subjectivity; quoted/direct speech; reported/indirect speech; citation.

Активный рост межкультурных контактов в современном обществе стимулировал исследовательский интерес к выявлению особенностей коммуникации представителей различных социальных групп в самых разных сферах, в том числе медийной. Подобные исследования, как правило, осуществляются в контрастивной парадигме, позволяющей сопоставить ценности, мировоззрения, нормы поведения носителей разных культур, а также проследить их манифестацию в языке.

В настоящей публикации обратимся к анализу медиатекста в американской и белорусской лингвокультурах, выбрав в качестве материала исследования статьи, опубликованные на сайтах американских периодических изданий «The Washington Post», «The Seattle Times», «The New Yorker» и русскоязычных белорусских изданий «Народная газета», «СБ Бела-

речь Сегодня» в 2020 г. Предметом исследования послужила чужая речь и ее вербальные индикаторы.

Традиционно исследование чужой речи ассоциировалось с художественным дискурсом. «В художественном тексте, отражающем динамизм экстралингвистической действительности и множественность точек зрения на нее, одна и та же реальная ситуация представляется с точки зрения внешнего (автор) и внутреннего (персонаж) интерпретаторов, что и создает полифонию повествования» [1, с. 88]. При этом в тексте могут звучать голоса нескольких субъектов, подчеркивая субъективность отдельных фрагментов действительности и определяя многоплановость описания. Однако многочисленные исследования доказывают, что медийный текст также полифоничен по своей природе, даже если это многоголосие обладает иным характером. Сказанное обусловлено тем фактом, что тексты СМИ посвящены социально-значимым вопросам, и обсуждение подобных проблем неизбежно влечет за собой столкновение интересов, контраст высказываемых точек зрения. «Известно, что взаимодействие «своего» и «чужого» активизируется в среде социальной борьбы и полемики, в спорах о мнениях и нравственных позициях» [2, с. 107]. В печатном издании чужое мнение, как правило, воплощается в виде цитации, которая является одним из структурно-содержательных компонентов сообщения. «Наличие прямых и не прямых цитат признается константным признаком функциональной сферы газетного текста» [там же].

И все же формально чужая речь может быть выражена по-разному, начиная от средств прямой передачи до способов косвенной передачи и многочисленных контаминированных форм. Иногда чужая речь редуцируется до простого упоминания предмета или темы обсуждения. Многообразие способов передачи чужой речи в том числе обусловлено тем, что «материалы, содержащие прямую речь, принадлежат к разным жанрам и типам текстов» [3, с. 311]. Это могут быть как большие, так и малые фрагменты прямой речи, сопровождаемые предваряющими или заключающими ее комментариями другого лица – журналиста, рассказчика и т.д. Таким образом, цитироваться может любой текстовый фрагмент – от отдельного слова до всей речи целиком.

С функциональной точки зрения чужая речь призвана решить целый ряд задач. «...Журналисты используют различные способы передачи чужой речи, преследуя весьма конкретные цели и задачи, выполнение которых возможно только при включении в текст подобных конструкций» [4, с. 52]. Основные цели таковы: точное воспроизведение фактической информации, объединение «старого» и «нового» текста, создание впечатления беспристрастности и объективности журналиста, создание своеобразного эффекта присутствия [2]. Все эти способы в той или иной степени

помогают усилить воздействие на адресата, направляя интерпретацию текста в нужное русло.

Однако в репрезентации чужой речи не менее важное место занимают вводящие ее слова. Их цель – «указать на факт прямой речи, а иногда и прокомментировать, как именно она была произнесена» [3, с. 311]. При этом автор текста может солидаризироваться с говорящим субъектом и представлять его слова как достоверные, а может и дистанцироваться от приводимого чужого мнения, критиковать его, опровергать, вступать в полемику. Если в первом случае чужие слова – еще один аргумент в пользу правильности авторской точки зрения, то в последнем случае возникает оппозиция своего мнения и чужого, и чужое видение проблемы признается несостоятельным.

Проведенное исследование доказывает, что чужая речь является неотъемлемой частью медиажанра «статья». С одной стороны, ядром исследуемых публикаций из белорусской и американской периодики выступает собственная точка зрения автора, выраженная максимально эксплицитно: ***Без сомнения**, этот замок – самое мистическое место среди архитектурных жемчужин нашей страны; И это радует, на моей памяти подобное происходит впервые; I love the will of the voters, and truly I cannot think of anything that would overturn it more than an election; We can be sure the virus will continue to spread.* С другой стороны, автор публикации является не единственным говорящим субъектом, который высказывает свое мнение в статье: ***По словам** Андрея Шведа, иностранные специалисты отмечают высокий уровень обучения у белорусских экспертов; I knew about Harvey's reputation as a womanizer; tales of his trying to seduce every young actress in town were infamous», Lowell said.* Обратимся к рассмотрению способов передачи чужой речи в сопоставительном аспекте.

Соотношение прямой и косвенной речи в белорусских изданиях составляет 50 на 50: *На пресс-конференции в БЕЛТА начальник управления жилищной политики Минстройархитектуры Александр Авраменко отметил: «Идеальный вариант – когда наравне с государством (или даже больше) арендное жилье будут возводить для своих сотрудников предприятия и организации, в том числе частной формы собственности»; Между тем вчера к вечеру Министерство здравоохранения порекомендовало нашим гражданам воздержаться от посещения еще двух стран – Южной Кореи и Ирана.* Практически во всех случаях чужая речь выполняет функцию апелляции к фактам или чужому мнению с целью поддержки авторской точки зрения. Открытая полемика, столкновение мнений для исследуемой выборки не характерны, однако специфичным является сочетание прямой и косвенной речи на одном текстовом отрезке. Как

правило, косвенная речь предшествует прямой, а сама цитата выделяется графически (шрифт, отступ).

*Заместитель директора по эксплуатации жилищного фонда и строительству Слонимского ГУП «ЖКХ» Людмила Пашкевич убеждена: процесс старения панельных жилых домов 1980–1990-х годов постройки необратим и требует срочного принятия кардинальных мер:*

*– Еще работая главным инженером в ЖЭСе в конце 1990-х – начале 2000-х, я постоянно сталкивалась с необходимостью ремонта протекающих стыков.*

Субъектом мнения (или источником информации) являются как личные, так и неличные источники. Имя говорящего обычно сопровождается указанием занимаемой им должности (*пресс-секретарь Министерства спорта и туризма Владимир Нестерович*) или других релевантных социальных параметров (*минчанка Анастасия Петрова*): **Но заместитель председателя Государственного комитета по стандартизации – директор Департамента по энергоэффективности Михаил Малащенко убежден:** *«Первое время нужно будет проводить разъяснительную работу. Но как только проект будет реализован в первых домах, заинтересованность жильцов возрастет».* В качестве говорящего субъекта может выступать организация (*министерство здравоохранения, министерство спорта и туризма, министерство архитектуры и строительства*) или ее подразделение (*пресс-служба авиакомпании, отдел культуры Сморгонского райисполкома*): **Агентства недвижимости отмечают,** *по сравнению с первым кварталом прошлого года спрос на аренду дач увеличился на 30 %.* В роли коллективного субъекта мнения или источника информации рассматриваются СМИ в целом, конкретные издания (*«Эль Эспанол», «Народная газета», «СБ» за 2003 год*) или их представители (*корреспондент «НГ»*). В ряде публикаций дается отсылка на документ (*Указ № 327, постановление Совета Министров*), однако обобщения также характерны для белорусской периодики. Генерализация делается в случае указания как на личные (*эксперты*), так и неличные источники (*исследования*): **Эксперты считают,** *что в тех сферах, где это возможно, снизится и доля приезжающих в большие города на заработки.* Наконец, источником информации может выступать онлайн-ресурс (*официальный сайт райисполкома, Национальный правовой интернет-портал*).

Что касается слов, вводящих чужую речь, то для исследуемого материала был составлен список, состоящий из 30 вербальных маркеров. Среди них – глаголы речемыслительной деятельности: *говорить, рассказывать, сообщать, отмечать, подчеркивать, утверждать, констатировать, комментировать, пояснять, описывать.* Иногда в высказывании дается указание на смену ролей коммуникантов (*спрашивать, отвечать*)

или форму коммуникации (*писать*). Встречаются глаголы, эксплицирующие иллокутивный акт совета, просьбы и др. (*советовать, рекомендовать, просить*). Употребительны краткие формы прилагательных и причастий, выражающие субъективное отношение говорящего (*убежден, уверен*), а также вводные слова и обороты, указывающие на источник информации (*по словам, по мнению, по данным, согласно*): **Согласно этому документу** половину затрат должны внести собственники жилья на условиях 10-летней рассрочки. Для русскоязычных публикаций специфичен эллипсис глагола, как в следующем примере.

*Владимир Кравцов, председатель Гродненского облисполкома:*

*– В Принеманском крае сохранилось более 1500 памятников истории и культуры.*

В американских изданиях прямая речь преобладает над косвенной в соотношении 56 % к 44 %: «*There's still a lot of virus*», **warns Anne Schuchat, principal deputy director of the Centers for Disease Control and Prevention; Several sources have said that candidate is Singapore's candidate.** При этом чужая речь приводится как с целью поддержки собственной точки зрения автора, так и в рамках спора, полемики (30 % рассмотренных примеров). В этом случае чужая точка зрения маркируется как несостоятельная: *Biskind couldn't have been more wrong; Some say nothing has changed. Some say reform has done its job and the protests have gone, or risk going, too far.... So to those who say nothing has changed, it's simply factually wrong....* Еще одной особенностью англоязычных публикаций является более широкий диапазон размеров цитируемого отрезка – от отдельного слова или фразы до развернутого высказывания или даже сверхфразового единства: *They are what W. E. B. Du Bois once called, in 1901, our «present-past»; Justice Kennedy wrote then that prisoners «must be given the opportunity to show their crime did not reflect irreparable corruption; and, if it did not, their hope for some years of life outside prison walls must be restored».*

При обозначении субъекта мнения (источника информации) приводятся конкретные детали – имя, звание, должность, название организации, заголовок произведения, дата публикации и т. д. (*Christopher Walker, vice president for studies at the National Endowment for Democracy; New York Times columnist David Brooks*): **Dr. Martin Luther King Jr.** asked in a book written in 1967, «*Where Do We Go From Here?*». Однако обобщенные отсылки к социальным группам или их представителям также встречаются в американских изданиях (*journalists, reviewers, researchers, experts, supporters of the study; an editor at the journal, a young Black boy*). В целом они отличаются бóльшим разнообразием, чем в белорусской периодике, а наивысшей степенью генерализации является апелляция к мировому обществу как говорящему субъекту: *As the coronavirus spreads beyond*

*China, the world is asking*, «Are we on the verge of our next global pandemic?». Как и в белорусских изданиях, источником информации может выступать организация (*the U.S. government, the Harvard Global Health Institute*) или документ (*report, study, record, decree, petition*): *The U.S. government has singled out China as the leading source of intellectual property theft in the world; Last February, reports revealed the ICAO hid for months a major hack of its servers that originated from China*. Отличием американских изданий является то, что в качестве онлайн-источников выступают не сайты организаций, а социальные сети (*Facebook, Twitter*): *Facebook announced this week that it would remove some posts, photographs and videos pushing misinformation about the epidemic*.

Список вербальных маркеров, вводящих чужую речь в англоязычных текстах, количественно сопоставим с русскоязычным материалом (32 единицы). Однако среди них помимо традиционных глаголов говорения (*say, tell, talk, declare, claim, announce, explain*) встречается гораздо больше глаголов, указывающих на письменную форму коммуникации (*write, publish, post, tweet*): «*Their money*», *Ocasio-Cortez tweeted*, «*couldn't buy a movement*». Учитывая контраст мнений, который ярче представлен в американской периодике, употребительны слова, обозначающие противодействие (*reject, argue, retaliate*). Может подчеркиваться повторяющийся характер актов говорения (*add, repeat, recount*) или выражаться волеизъявление говорящего (*demand, urge*).

Таким образом, при всей общности выявленных тенденций функционирования чужой речи в печатном медиадискурсе, публикации из белорусских и американских периодических изданий характеризуются заметной лингвокультурной спецификой. Во-первых, различается протяженность прямой речи. Если в отечественных изданиях преимущественно встречаются длинные цитаты или сложные «комплексы» из прямой и косвенной речи, то в англоязычном материале объем цитаты варьируется от слова до сверхфразового единства. Во-вторых, американские авторы чаще прибегают к дословному цитированию и предваряют его большим количеством деталей, называя имя говорящего субъекта и сообщая конкретную информацию о нем. Генерализация в целом больше свойственна русскоязычным статьям, однако в американской периодике арсенал ее вербальных маркеров богаче. В-третьих, столкновение мнений, полемика более характерны для американской периодики, тогда как авторы статей из отечественных изданий предпочитают обращаться к различным ресурсам с целью поддержки собственной точки зрения. Наконец, в двух лингвокультурах различается функциональное назначение вербальных маркеров, вводящих чужую речь.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Согомонова, Л. Е. Цитация как условие формирования текста / Л. Е. Согомонова // Научная мысль Кавказа. – 2008. – №3. – С. 87–90.
2. Терентьева, Е. Д. Различные виды цитации в тексте испанской газеты / Е. Д. Терентьева // Приволжский научный вестник. – 2013. – № 8 (24), т. 1. – С. 106–111.
3. Пержан, Н. Н. Особенности передачи чужой речи в публицистическом тексте / Н. Н. Пержан // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 3–1. – С. 311–313.
4. Езан, И. Е. Цитированный способ передачи информации в немецкой журнальной публицистике / И. Е. Езан // Вестник ОмГПУ. – 2014. – № 3 (4). – С. 51–54.