

Влияние языковой личности на жанровую организацию медiateкстов

Елена Ивановна Калечиц
Alena Kalechyts
Katedra slovanských filológií
Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre

The Influence of Linguistic Personality on the Genre Organization of Media Texts

Litikon, 2024, Vol. 9, No. 2, pp. 154-169

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-578-7168>

The article examines the linguistic personalities of journalists publishing their works in the newspaper Arguments and Facts in the period 2023/2024. We assume that this discourse reflects the essential properties of the linguistic personality, since it is the creator of the discourse and its products, i.e. texts. Their structure and types depend not only on the choice of a specific text genre, but also on the individual speech characteristics and strategies of the addressees, which affect the success of communication. In addition, specific techniques of meta-activity used by the linguistic personality, directly related to the modus category of authorization, also affect the formation of genre models of media texts.

Keywords: linguistic personality, subject of speech, category of authorization, techniques of meta-activity, genre models of media texts

Введение

Антропоцентричность речи, как правило, выразительно проявляется в авторских интенциях, благодаря которым адресант с целью передачи какой-либо информации выбирает определенные языковые средства, формирующие высказывание. Каждое сообщение, по мнению немецкого психолога Ф. Ш. фон Туна, имеет многоуровневый характер: степень факта, призыв к действию, выражение отношения к собеседнику и уровень откровения, т.е. Я-сообщение (Thun, 1981). Соответственно, именно на ступени откровения речевого сообщения (сознательно или бессознательно) говорящий демонстрирует свои мотивы к высказыванию, эмоции, выражает отношение к самому себе, отражает свои моральные и культурные ценности и т.п. – невольно раскрывает свой внутренний мир или специально создает о себе какое-то впечатление, формирует определенный имидж. Данная структура сообщения называется моделью четырех каналов.

Личностный характер речи, по мнению некоторых ученых, влияет на образование различных стилей текстов, а на наш взгляд, и их жанров.

Согласно М. П. Котюровой, избранные адресантом языковые средства образуют особый план текста, отражающийся в его структуре (Котюрова, 2011). Таким образом, главным положением, на которое мы опираемся в своей работе, является то, что выбор определенных приемов метадеятельности зависит от конкретных целей и стратегий языковой личности, поскольку приемы метадеятельности выполняют текстообразующую функцию в каждом жанре медиатекста. С целью проверки вышеназванного аргумента были проанализированы различные статьи нескольких авторов, публиковавших свои тексты в газете «Аргументы и факты» с марта 2023 года по апрель 2024 года.¹ На выбор конкретных имен журналистов повлиял фактор частотности выхода их материалов в таких интересующих нас рубриках, как «Образование», «Наука», «Природа» и «Экология». По этой причине мы остановились на медиатекстах Юлии Борты, Юлии Герасимовой и Дмитрия Писаренко. Как показал собранный нами материал, Юлия Борта и Юлия Герасимова публикуют материалы, посвященные преимущественно вопросам образования, а Дмитрия Писаренко интересует более широкий спектр тем, а именно наука, природа и экология.² Предметом исследования являются приемы метадеятельности, употребляемые языковыми личностями журналистов в своих медиатекстах.

Теоретической базой работы выступает теория языкового антропоцентризма и концепция структуриализма, а также публикации различных ученых, занимающихся исследованиями проблем лингвистики текста и дискурса (прежде всего стилистики текста), прагмалингвистики и эгопрезентации, проявляющихся на уровне авторизации текста (см. библиографию). Основными методами, используемыми в работе, являются прагмалингвистический анализ текста в комбинации с компонентным анализом, описательный и сравнительный методы, а также прием моделирования.

Главная цель работы – показать влияние конкретной языковой личности на выбор определенных приемов метадеятельности, играющих существенную роль в образовании медийных жанров.

Вначале обратимся к толкованию ключевых терминов, используемых в настоящей статье.

Определение основных понятий

В лингвистической литературе употребляется несколько терминов, которые применяются для называния адресанта: *«Говорящий, а также передающий, производитель, действующее лицо коммуникации, комментатор, наблюдатель, субъект, оратор [...]»*

¹ Архив электронной версии номеров газеты «Аргументы и факты» можно найти по ссылке, доступной онлайн: <https://aif.ru/gazeta/archive/edition/1/year/2024>.

² Согласно данным об авторах еженедельника «Аргументы и факты», опубликованным на официальном сайте газеты, Юлия Борта пишет медиатексты, касающиеся проблем медицины, образования и психологии. Дмитрий Писаренко является научным обозревателем еженедельника – освещает темы науки, космоса и энергетики (см. на платформе Google: aif.ru/opinion/author/27; aif.ru/opinion/author/1715). Предполагаем, что Юлия Герасимова является внештатным сотрудником газеты, поэтому в Интернете о ней мы не находим никаких сведений.

(Sokolová, 2021, s. 15).³ В русскоязычной лингвистике *говорящий (адресант)* чаще всего обозначается термином *языковая личность*, достаточно близко к которому (особенно в публицистике) стоит понятие *субъект речи*. Так, согласно исследованию Н. М. Боголюбовой и Ю. В. Николаевой, термин *языковая личность* впервые был употреблен немецким ученым Л. Вайсгербером, однако научное обоснование данному понятию дали российские исследователи Г. И. Богин и Ю. Н. Караулов (Боголюбова – Николаева, 2022, с. 45 – 46). По мнению Ю. Н. Караулова, *языковой личностью* можно называть человека, обладающего способностью создавать и воспринимать тексты (Караулов, 2010, с. 245). Тождественными считает понятия *автор текста* и *субъект речи* Н. С. Валгина (2019). Однако, например, Г. Я. Солганик с этой позицией не соглашается: он пишет, что субъект речи – это всего лишь посредник между производителем (автором) и его высказыванием, т. е. тот, кто представляет в речи говорящего, «от лица которого ведется речь» (Солганик, 2014, с. 92). Судя по вышеприведенным мнениям ученых, *субъект речи* и *языковая личность* – это все-таки неравнозначные понятия. Хотя согласно последующим рассуждениям Г. Я. Солганика как создатель сообщения, так и субъект речи являются его обязательными компонентами, которые в реальной коммуникации и в публицистическом стиле, как правило, совпадают. Значит, обособление данных терминов аргументировано только при передаче (пересказе) обстоятельств какой-либо ситуации общения. При этом автор рассматриваемой статьи в понятие *субъект речи*, или «Я публициста», вкладывает более широкое содержание: помимо индивидуальных свойств языковой личности, наделяет его «социальными, этическими, идеологическими смыслами» (там же, с. 99). Поскольку журналист чаще всего является сильной языковой личностью, отражающей различные морально-этические установки общества, политические приоритеты государства, в котором живет и работает, той социальной группы, с которой себя идентифицирует, то вслед за В. И. Карасиком можно говорить также о *модельной личности*. Данный тип языковой личности, как правило, «представляет собой стереотип поведения, который оказывает существенное воздействие на культуру в целом и служит своеобразным символом данной культуры [...]» (Карасик, 2011, с. 11). Как можно заметить, в основу своего определения ученый включает воздействующую или даже манипулятивную роль такой личности.

Поскольку публицистическая речь в какой-то мере характеризуется стандартизованностью, т.е. журналисты в своих работах употребляют различные речевые штампы и клише, происходит «нейтрализация личности», при которой стираются индивидуальные речевые отличия говорящего (там же, с. 12). Языковую личность журналиста считают сложным феноменом, так как она может совпадать с субъектом речи, на который накладываются дополнительные смыслы. Существует также возможность ее нейтрализации, т.е. она становится имплицитной. Однако не стоит забывать, что языковая личность обладает динамическим характером, что подчеркивается коллективом составителей учебного объяснительного словаря по межкультурной коммуникации: «*Языковая личность – индивид, активно проявляющий себя в речевой деятельности и способный к межкультурной трансформации*» (Калечиц и кол., 2022, с. 120). Соответственно, ей свойственны яркие лидерские качества, способные существенным образом повлиять

³ Перевод наш, сравн.: «*Hovoriaci, tiež podávateľ, produktor, aktér komunikácie, komentátor, pozorovateľ, subjekt, hovorca...*»

как на собеседника, так и на то, что он производит, в частности, на его речь – а значит, обязательно в ней проявиться.

Развивая и конкретизируя анализируемое понятие, В. В. Красных предлагает разграничивать следующие специальные наименования: *человек говорящий*, *языковая личность*, *речевая личность* и *коммуникативная личность*. Самым общим из них является первый термин, поскольку в его содержание В. В. Красных включает не только автора высказывания, но и слушателя. Как наиболее узкое исследовательница представляет последнее из названных понятий: оно подразумевает реально действующего в конкретной коммуникативной ситуации участника общения (Красных, 2003, с. 50 – 51). *Языковая* и *речевая личности*, в свою очередь, разграничиваются семантическими компонентами: 1) имеющая знания и представления о фактах действительности и 2) использующая в конкретной ситуации различные стратегии и тактики общения и набор определенных языковых средств (там же). Поскольку объектом нашего анализа будут выступать несколько десятков текстов медийного дискурса и мы намерены обобщить результаты наших наблюдений, то в настоящей статье речь пойдет, вероятнее всего, о *языковой личности* (а не речевой или коммуникативной), обычно выступающей и в качестве *субъекта речи*, несмотря на то, что в работе Е. А. Алексеевой, описывающей концепцию языковой личности Ю. Н. Караулова в дискурсе СМИ, отдается предпочтение термину *речевая личность* (Алексеева, 2013, с. 79 – 85).

Как *языковая личность*, так и *субъект речи* имеют свою особенную модель. Например, Ю. Н. Караулов и В. А. Маслова пишут о трехчленной структуре языковой личности, однако по-разному называют ее компоненты. Ю. Н. Караулов выделяет вербально-семантический, когнитивный и прагматический компоненты (Караулов, 2010, с. 42), а В. А. Маслова – ценностный, или мировоззренческий, культурологический и личностный, или глубинный, слои (Маслова, 2023, с. 92 – 93). Очевидно, что в данные схемы языковой личности ученые включают различные подходы: В. А. Маслова использует лингвокультурологическое направление, а Ю. Н. Караулов вкладывает интегративный аспект, представляя языковую личность как целостный феномен. Вместе с тем В. И. Карасик термин *коммуникативная языковая личность* наделяет обобщающим значением, рассматривая его в аспекте коммуникативной лингвистики. Кроме того, он, как и вышеназванные ученые, пишет о ее трехкомпонентной структуре – ценностной, понятийной и поведенческой составляющих (Карасик, 2011, с. 114). Абстрактное представление о факторе *субъекта речи* имеет также Л. М. Лапп. В содержание данного понятия ученый включает, по существу, также три общих составляющих, раздробленных на пять компонентов: экстралингвистический, соотносимый с реальным автором; экстралингвистический, выделяемый на психическом уровне человека; психолингвистический, связанный с творческой функцией автора текста; лингвистический компонент абстрактно-текстового уровня (металингвистическая модель) и лингвистический компонент конкретного языкового уровня, раскрывающий различные типы отношения автора к действительности (Лапп, 1993). Как мы видим, одним из обязательных компонентов, входящим в структуру как субъекта речи, так и языковой личности, является модальность. Именно на этом уровне текста (точнее, метатекста) выявляются основные авторские смыслы. Нас будет интересовать в первую очередь прагматический компонент языковой личности, или абстрактно-текстовая составляющая субъекта речи.

Категория метатекста тесным образом связана с понятием *авторизации*, поскольку они имеют общие языковые средства, выражающие рефлексия говорящего на самого себя или различные передаваемые автором высказывания смыслы. Данные синкретические элементы речи маркируют «*лексикон определенной языковой личности*» (Гричин, 2020, с. 32). По мнению ученых, авторизация, выделяемая на уровне текста, имеет, как правило, текстообразующую функцию (Копытов, 2010, с. 204; Гричин, 2020, с. 34), основу которой составляет так называемая *модусная рамка* различных форм (Золотова, 2010). *Модусная рамка* предполагает разделение сообщения (предложения) на две части – диктумную (указывающую непосредственно на какой-либо факт действительности) и модусную (определяющую источник информации). Основным признаком модуса синтаксической конструкции, как правило, являются глаголы речи.

В нашей работе различные формы *модусной речевой рамки* (по классификации Г. А. Золотовой) будут называться *дискурсивными маркерами авторизации*, которые в потоке речи языковой личности разделяют собственную (авторскую) и чужую речь. При этом дискурсивные маркеры авторизации образуются в *приемы (способы) метадеятельности*, с помощью которых осуществляется речевая практика определенной языковой личности.

Вслед за Даниэлой Сланчовой жанром мы называем «*обобщенное, абстрактное образование, созданное путем индуктивной генерализации, абстрагирования и обобщения текстов, характеризующихся сходными тематическими, функциональными, композиционными, языковыми и формальными признаками*» (Slančová a kol., 2024, s. 442).⁴ Согласно приведенной выше цитате, в понятие жанра включаются определенные признаки, формирующие его структуру и, соответственно, образующие конкретные текстовые модели – тематический, функциональный, композиционный, языковой, формальный. На эти же критерии мы будем ориентироваться в нашем исследовании.

Современная медиастилистика опирается на достижения функциональной стилистики, в которой уже традиционно различаются три подстиля публицистического стиля речи – информационный, аналитический и художественно-публицистический. На сегодняшний день существует много различных попыток в определении и конкретизации медиажанров, однако в связи с их постоянной эволюцией еще не сформировалась устоявшаяся классификация. Например, на основе анализа структуры медийной деятельности и идеи взаимодействия журналиста со своей целевой аудиторией В. А. Салимовский предлагает иную типологию подстилей медиатекстов, а именно их классификацию на информационные, оценочные и побудительные, что поддерживается и другими ведущими учеными из области медиалингвистики, например, Л. Р. Дускаевой (2012). Композиция жанра, по мнению В. А. Салимовского, является ничем иным, как последовательностью определенных циклов, помогающих достичь цели, а «*вся текстовая ткань произведения представляет собой истинную системность, когда стилистически значимыми оказываются все языковые средства, задействованные в этой текстовой организации, но – что важно – не самим по себе, а в контексте, в единстве целого*» (Салимовский, 2002, с. 5). В свою очередь А. Г. Пастухов говорит

⁴ Перевод наш, сравн.: «Žáner je zovšeobecnený, abstraktný koncept, ktorý sa utvoril indukčnou generalizáciou, abstrakciou, zovšeobecnením textov vyznačujúcich sa podobnými tematickými, funkčnými, kompozičnými, jazykovými a formálnymi znakmi».

о существовании *медийных схем*, а не медиажанров, а также о *медиаформате*, так как в создании медиатекстов ключевую роль играет их форматирование, при котором «*содержание, структура и презентация продукта соотносятся в рамках единой концепции с конкретным сегментом аудитории*» (Пастухов, 2015, с. 151). В настоящей работе мы будем придерживаться классификации жанров публицистического стиля, поскольку речь идет о газетных текстах, функционирующих в электронных СМИ, однако обладающих ключевой особенностью медийности. Именно она, как правило, отличает принтовые дайджесты от интернет-изданий. На этом основании мы используем и синонимичный в данном случае термин *медиажанр*.

Приемы метадеятельности, используемые различными языковыми личностями в информационных медиажанрах

Как известно, главная задача информационных жанров медиатекстов заключается в точном, быстром и беспристрастном освещении фактов и актуальных событий из жизни общества. Для доказательства достоверности передаваемой информации журналист обычно ссылается на ее первоисточник или наиболее авторитетного, разбирающегося в проблеме человека. По этой причине названные разновидности текстов считаются регламентированными, стандартными, а языковая личность при этом «*фактически нивелируется*» (Алексеева, 2013, с. 82). Данный вывод, как правило, подтверждается и нашими наблюдениями. Например, просматривая статьи Юлии Борты и Дмитрия Писаренко, составленные в медиажанре *вопрос-ответ*, можно заметить, что авторы таких медиатекстов чаще всего пользуются одинаковыми приемами метадеятельности. Модель данного медиажанра соответствует его названию: обычно заголовок статьи является вопросом, на который отвечает специалист по рассматриваемой проблематике, т.е. состоит из двух основных частей. Кроме того, обязательной структурной / композиционной составляющей такого жанра медиатекста электронной версии газеты «Аргументы и факты» является интерактивный гипертекст (гипертексты) сходной тематики, ранее опубликованный в данном медиадискурсе. При этом журналист как языковая личность часто дистанцируется от содержания материалов издания, как бы обезличивается, представляя свою работу от лица коллективного автора, т.е. редакции газеты. Например, в работе Юлии Борты мнения производителя текста и субъекта речи совпадают, а в нижеприведенном случае являются тождественными с ответом приглашенного для выражения своей позиции гостя:

Существует ли дресс-код для учителей? (1)⁵

Ответ редакции:

«Жёстких законодательных требований, которые предписывают, что можно, а что нельзя, нет», – говорит директор «Школы будущего» в Калининградской области Алексей Голубицкий⁶.

⁵ Ссылки на примеры из медиатекстов даны в конце библиографического списка и обозначены под порядковыми номерами, взятыми в круглые скобки.

⁶ Здесь и далее по тексту в примерах из медиатекстов курсивом в основном выделены дискурсивные маркеры авторизации.

В вышеприведенном примере используется конкретная ссылка на источник информации, указываются должность, место работы, а также имя и фамилия отвечающего на вопрос. После этого дается интерактивная гиперссылка на ранее опубликованную статью (27.09.2018) с похожей тематикой: «Цвет настроения – школа. Должны ли ученики и учителя соблюдать дресс-код?», автором которой является уже другой человек – Ульяна Цветкова. Таким образом, социальная составляющая субъекта речи Юлии Борты в данном тексте проявляется на вербально-семантическом и прагматическом уровнях, а языковая личность практически нивелирована.

Обратим внимание на такой же медиажанр публикации иной языковой личности, а именно журналиста Дмитрия Писаренко (2):

Зачем Пекин и Москва обменялись лунным грунтом?

Ответ эксперта:

КНР передала российской стороне 1,5 г лунного грунта (реголита) в прошлом году (всего аппарат «Чанъэ-5» «привёз» на Землю 1731 г этого вещества). Советские станции доставляли реголит трижды, и сейчас Китаю передали 1,5 г тех образцов, что прилетели с «Луной-16» в 1970 г.

«Этот обмен имеет большую научную ценность, – объясняет *ведущий научный сотрудник Института космических исследований РАН Натан Эйсмонт*. – Образцы взяты из разных районов, а ведь поверхность Луны неоднородна: она формировалась в разное время и за 4,5 млрд лет её существования подвергалась различному воздействию, например, со стороны солнечного ветра. Поэтому образцы несут разную информацию, которую будет интересно сравнить. Это поможет лучше понять процессы формирования и эволюции Луны. И ещё это жест, чтобы подчеркнуть доверительный уровень отношений между странами».

Как видно, журналист пользуется таким же приемом метадеятельности, однако сначала напоминает читателю о подробностях факта, сформулированного в вопросе. Таким образом, адресант выступает имплицитным субъектом речи, от лица которого ведется повествование. Несмотря на то, что личные местоимения как основные грамматические средства, указывающие на субъект речи, отсутствуют, производитель текста эксплицируется в первом (вступительном) абзаце статьи и дискурсивном маркере авторизации текста, а именно в его модусной речевой рамке. Интересной особенностью, на наш взгляд, является то, что данный субъект речи не отождествляет свою позицию с мнением эксперта, на что указывает название структурной части данного жанра медиатекста: *ответ эксперта*, т.е. ответ другого человека, а не коллективного автора, как это было подчеркнуто в предыдущем примере. Таким образом, в данном случае есть вероятность проявления не только социальной роли адресанта, но и его языковой личности.

А вот еще один пример того же автора:

Зачем имитировать полёт на Луну?

Говорят, проводят эксперименты по имитации полёта человека на Луну. Нужны ли они, если мы даже станцию на Луну не смогли посадить?

Ответ эксперта:

В Институте медико-биологических проблем РАН стартовал эксперимент SIRIUS-23. Он моделирует полёт на Луну. Шесть добровольцев проведут год в комплексе, имитирующем космический корабль.

«Эти исследования нужны для изучения медицинских и психологических проблем, которые могут возникнуть в ходе длительных полётов. Так когда-то отрабатывалось взаимодействие экипажа МКС, – говорит *директор института, академик Олег Орлов*. – Но это нужно и для решения задач земного плана – как в области физиологии экстремальных условий, так и в сфере практического здравоохранения».

Кстати, нынешний эксперимент не первый, до этого устраивали уже три похожие миссии. Дольше всего, а именно восемь месяцев, в изоляции жил экипаж SIRIUS-21 (3).

В данном случае Дмитрий Писаренко придумывает название публикации и делает вывод, в котором уже непосредственно проявляется его языковая личность, на что указывают вводное слово *кстати* (когнитивный уровень) и желание побудить читателя к размышлению (прагматический аспект). Кроме того, здесь он выступает и как субъект речи. Таким образом, на его стратегию в передаче информации оказывает существенное влияние собственная языковая личность, выбравшая тактику эксплицирования субъекта речи, при которой на индивидуальные ментальные особенности накладывается его социальная роль журналиста.

Нетипичной для такого жанра медиатекстов с точки зрения использования приемов метадеятельности является следующая работа Юлии Борты:

Что будет в институтах вместо бакалавриата и специалитета?

Объявили, что в вузах теперь будут учить по новой системе. А что именно изменится?

Ответ редакции:

Глава Минобрнауки Валерий Фальков сообщил, что вместо бакалавриата (учатся 4 года) и специалитета (5–6 лет) будет введено базовое (основное) высшее образование сроком обучения 4–6 лет.

По мнению министра, нужно взять самое лучшее от бакалавриата и специалитета и сформировать новую систему обучения с гибкими сроками и программами.

«Очевидно, что образование должно держать баланс между фундаментальными и прикладными областями знаний в условиях меняющихся задач экономики и рынка труда. При этом одна и та же программа может быть реализована в разные сроки. Надо дифференцировать сроки подготовки специалистов с высшим образованием в зависимости от характера их будущей профессиональной деятельности», – отметил *Фальков*.

Сроки обучения будут устанавливать совместно университеты, работодатели и госорганы, регулирующие высшее образование.

Гипертекст: Отменят ли в России бакалавриат и магистратуру? (4)

Как видно, в данном случае при передаче чужой речи журналист использует не только прямую речь, но и косвенную, при которой модусная рамка предложения является главной частью сложноподчиненной изъяснительной конструкции. Кроме того, в качестве дискурсивного маркера (ссылка на источник информации) автор употребляет и вводное словосочетание. Таким образом, Юлия Борта выбирает тактику имплицитного субъекта речи, а особенности ее языковой личности проявляются в выборе фактически нетипичных для жанра *вопрос-ответ*, однако очень часто встречающихся в газете «Аргументы и факты»

приемов метадеятельности: употреблении косвенной речи и вводного словосочетания в качестве дискурсивных маркеров авторизации. При этом основной стратегией автора текста является нарративность. Основные стратегии текста и его структуры отражены в таблице, помещенной в публикации словацких ученых (Slančová, 2024, s. 402).

Как видно из вышеприведенных примеров, языковая личность журналистов в информационных жанрах медиатекстов в большинстве случаев является имплицитной: производитель текстов, как правило, совпадает с субъектом речи. Однако в некоторых случаях выбор определенных приемов метадеятельности указывает на присутствие в тексте языковой личности. Вероятнее всего, стремление отойти от определенной, уже сложившейся традиции в структуре подачи информации, т.е. замена привычной конструкции с прямой речью в модусной рамке медиажанра *вопрос-ответ* на косвенную речь, является личным (возможно, даже неосознанным) желанием журналиста выделиться, проявить себя как творческую личность. На этом основании можно предположить, что «сильная» языковая личность наблюдается и в таком, казалось бы, строгом медиажанре, как *вопрос-ответ*.

Если Юлия Борта пишет публикации на тему «Образование» в различных жанрах – информационных и аналитических (которые мы опишем ниже), то ее коллега по перу Юлия Герасимова предпочитает свои материалы оформлять преимущественно аналитическими медиатекстами. В них языковая личность (или субъект речи), на наш взгляд, чувствует себя более свободно, поэтому проявляется эксплицитно: в данном случае журналист позволяет себе выразить эмоции, в некоторых случаях открыто высказать свое мнение, указать на свои убеждения, принципы и т.п.

Приемы метадеятельности, используемые различными языковыми личностями в аналитических медиажанрах

Сравним приемы метадеятельности, используемые журналистами в различных аналитических медиажанрах.

Как уже подчеркивалось, Юлия Борта и Юлия Герасимова интересуются вопросами образования. Юлия Герасимова пробует себя также в новом медиажанре *лонгрид-инструкция*. Важной особенностью такого медиатекста является разделение статьи на блоки, выделенные подзаголовками и сопровождаемые гиперссылками, фотографиями и другими визуальными и интерактивными материалами. Кроме того, в таких публикациях автор дает практические рекомендации относительно решения какой-либо насущной проблемы (Ерицян, 2021, с. 32 – 34). Все статьи Юлии Герасимовой сконцентрированы на вопросы культуры речи, в частности, правильности ее употребления, а также некоторые другие филологические темы. Об этом могут рассказать заголовки ее работ: «Коварная туфля. 12 ударений, которые ставят неправильно даже грамотные люди»; «Пожимать плоды и кануть в лето. 7 выражений, которые часто пишут с ошибками»; «На удачу или наудачу? 5 слов, в написании которых ошибаются чаще всего»; «Бить баклуши» и «точить ляды». Как появились известные выражения?» и др. В своих медиатекстах автор чаще всего прибегает к следующим приемам метадеятельности: ссылка на обезличенные, неточные источники информации, в том числе и письменные:

«Сбоку припеку. Так *говорят* о чем-то лишнем, ненужном. «Припёкой» *называли* куски пригоревшего теста. Раньше *словари давали* только один правильный вариант

– «сбоку припёкА». Однако *современные справочники* разрешают писать идиому и так, и так. При этом слово «сбоку» пишется слитно, как наречие» (05.12.2023); «Подготовка к Новому году идет вовсю», «работа кипит вовсю» – так *говорят*, чтобы подчеркнуть: процесс идет изо всех сил. А вот присказка «Во всю Ивановскую», то есть «говорить громко», пишется раздельно» (28.11.2023); «Многие предпочитают ставить ударение на «ю», но это ошибка»; «Но, *согласно словарям*, правильно именно так – ударение на «и» (19.11.2023); «Не случайно *словари фиксировали* выражения «точить балы» (болтовню), «точить балясы», балясничать» (17.03.2023) и т.п.

Как видно, адресант ориентируется на массового читателя (а не специалиста из области филологии), поэтому очень редко использует точные ссылки. Языковая личность Юлии Герасимовой, как правило, также совпадает с субъектом речи. Однако они в данных текстах эксплицитны, если сравнивать с материалами, написанными в стиле информационных медиажанров. На это указывают, например, личное местоимение *мы* и притяжательное *наш*, употребленные автором во вступительной части статьи «Пожимать плоды и кануть в лето. 7 выражений, которые часто пишут с ошибками» (5):

«*Мы* попали впросак, одним словом, ушли несолоно хлебавши». Человек, который это говорит, явно потерпел неудачу. И уже неважно, что такое «просак» и причем здесь «хлебание» – *мы* однозначно понимаем собеседника. Некоторые идиомы так прочно вошли в *нашу* речь, что *мы* прекрасно знаем, когда их нужно использовать».

В языковой личности данного автора ярко выражается стремление разъяснить адресанту, как правильно сказать, пробудить у читателя интерес к устойчивым выражениям. На это указывают риторические вопросы и некоторые другие приемы: *Можно запомнить: «несолоно», то есть «пресно». При чём здесь вообще соль?* и др. Вместе с тем в тексте присутствуют вынесенные в самостоятельные абзацы подзаголовки (структурные части): правильно/неправильно, после которых предлагается нормативная форма употребления фразем. Очевидно, что адресант по образованию является филологом, возможно, даже преподававшим или еще работающим в каком-нибудь учреждении образования. По этой причине главной стратегией текстов Юлии Герасимовой является ответ на вопрос, почему нужно писать или говорить именно так, а не иначе. Она называется экспликативной (разъяснительной) стратегией.

Несомненно, полезным для многих читателей окажется ознакомление с информацией, размещенной в таком же медиажанре публикации с заголовком «На удачу или наудачу? 5 слов, в написании которых ошибаются чаще всего» (6), в который автор включила мнение специалиста Владимира Пахомова – научного руководителя портала «Грамота.ру», кандидата филологических наук (его имя и фамилия, а также место работы и ученая степень являются дискурсивным маркером авторизации). В своем высказывании филолог отсылает читателей к электронной версии полного академического справочника «Правила русской орфографии и пунктуации» под ред. В. В. Лопатина. Кроме того, когнитивный уровень языковой личности Юлии Герасимовой проявляется в названии блока «Кстати», в котором адресант подробно рассказывает об изменениях, произошедших на портале «Грамота.ру». Поскольку поджанры *лонгрида* являются достаточно новыми в журналистике, мы наблюдаем разнообразие в структурной организации таких текстов и смешении различных приемов метадеятельности.

Рассматривая аналитические публикации Юлии Борты, можно заметить, что чаще всего она пишет в медиажанре *аналитического опроса*. При этом журналист, как правило, опирается на мнения компетентных в данной проблематике людей – профессионалов. Ее личная позиция, как правило, выявляется на вербально-семантическом уровне. Так, например, в публикации от 07.04.2024 г. под заголовком «Взять и отменить? Педагоги объяснили, можно ли учить детей без «домишки» (7) автор прибегает к сочетанию таких приемов метадеятельности:

1) конкретная ссылка на мнение авторитетного человека: *считает профессор РГПУ им. А. И. Герцена, замдиректора физ.-мат. лицея № 239 Санкт-Петербурга, народный учитель России Сергей Рукишин; соглашается с коллегой директор московской школы № 109, заслуженный учитель РФ Евгений Ямбург; поделилась директор гимназии № 12 г. Липецка Ольга Уласевич;*

2) ссылка на точный письменный источник информации, в том числе размещенный в Интернете на конкретном сайте: *Согласно СанПиН, методическим рекомендациям для школ и учителей; Но сначала обратимся к самому документу, опубликованному на сайте Кремля.*

А в материалах от 25.04.2024 г. под заголовком «Целевое не оправдывает средства. Приём в вузы по квотам изменится с 1 мая» (8) автор, кроме вышеназванных приемов метадеятельности, употребляет обобщенную ссылку:

«В свою очередь, у компаний будет возможность выбрать наиболее подготовленных молодых людей, так как договор о целевом обучении будет заключаться уже после зачисления человека в вуз», – *объяснили в Минобрнауки.*

Кроме того, в обеих статьях журналист использует результаты социологических исследований. Давая информацию об изменении квот на прием целевых поступлений в вуз, Юлия Борта включает инфографику (см.: Симаклова, 2020, с. 367 – 377) – графический прием в передаче сложной и объемной информации, который в настоящее время используется и как новый медиажанр (9, 10), опубликованную на сайте Минздрава РФ. Описывая количество времени, потраченного на выполнение домашних заданий учениками из разных стран, автор размещает инфографику Анастасии Кондратьевой, созданную специально для этой публикации, согласно нижеприведенному в иллюстрации источнику:



Рис.1: Инфографика

В статьях того же автора, написанных в медиажанре *блиц-опрос*, модусная часть предложения имеет, как правило, постпозицию относительно диктумной составляющей. Однако, например, в публикациях от 20.03.2023 («Балл за стрессоустойчивость. Педагоги дали советы, как успешно сдать ЕГЭ» (11)) и 13.04.2023 («Ухватить задачу за хвост. Как за оставшееся время подготовиться к ЕГЭ» (12)) журналист изменяет свой привычный порядок модусной рамки:

Советует финалист конкурса «Учитель года-2019», призёр конкурса «Классная тема!», учитель географии из Подольска Павел Красновид: «Атлас — главный инструмент географии и наша главная официальная шпаргалка...»;

Советует преподаватель Оксана Ласковская: «Экзамен по русскому языку очень хорошо структурирован. Даже в последние дни помогут занятия по официальным сборникам Федерального института педагогических измерений – ФИПИ (есть на сайте ФИПИ). Чем больше их удастся выполнить, тем лучше»;

Председатель координационного совета Ассоциации учителей русского языка и литературы, член президиума Совета по русскому языку при президенте РФ Людмила Дудова: – В оставшееся время нужно сосредоточиться на том, чтобы систематизировать знания. А родителям не стоит нагнетать обстановку, повторяя, что «от ЕГЭ зависит дальнейшая судьба» и т. д.;

Директор московской школы № 109, доктор педагогических наук, заслуженный учитель РФ Евгений Ямбург: – Нужно расслабиться, в хорошем смысле;

Директор Московского центра непрерывного математического образования Иван Яценко: – Не пытайтесь за оставшиеся недели выучить новую тему и т.п.

Как видно из примеров, во втором случае дискурсивный маркер авторизации является более заметным: модусная часть строится по представительному принципу, т.е. имеет начальную форму и оформляется как в интервью, а прямая речь выделяется графически как диалогическая речь – абзацем и тире. В данном случае адресант сочетает нарративную и экспликативную стратегии.

В медиажанре *аналитического интервью* практикуется журналист Дмитрий Писаренко. Его задачей является не просто рассказать о каком-либо событии, а своими вопросами дать ему оценку, спрогнозировать результаты, направить собеседника на анализ, получить от него развернутый ответ. Рассмотрим публикацию названной языковой личности из рубрики «Экология» от 28.10.2023 г. Медиатекст имеет заголовок «Назад, в пещеры? Эксперт Марцинкевич рассказал, что ждёт «зелёную» Европу» (13). Структура данной статьи состоит из вопросов журналиста и ответов избранного для такой цели специалиста:

Дмитрий Писаренко, aif.ru: – Следите ли вы за судьбой Греты Тунберг? Означают ли наезды на неё, что «зелёную» повестку сливают?

Борис Марцинкевич: – На мой взгляд, больная девушка не может служить индикатором серьёзных политико-экономических раскладов. Давайте оставим её в покое...

Особенностью таких медиатекстов является их рубрикация на блоки, в названиях которых проявляется языковая личность адресанта (*Случилось то, о чем говорили 10 лет назад; Цена «зеленого» перехода – убийство экономики; Самая зеленая экономика была у древних людей*), а также наличие вступительной (а) и заключительной (б) частей:

а) О том, что будет дальше с «зелёной» повесткой Запада, *aif.ru* поговорил с экспертом в сфере энергетики, главным редактором издания «Геоэнергетика» Борисом Марцинкевичем; б) Но даже если нефть внезапно исчезнет, человечество не сможет перейти на возобновляемые источники энергии, как того хочет Фатих Бироль. *Точнее*, перейти может, но ценой уничтожения крупной промышленности и, как следствие, многих благ цивилизации. Потому что тогда у нас не будет сталелитейной промышленности. А если не будет её, *значит*, не будет автомобилестроения, самолётостроения, судостроения и других важнейших отраслей.

Как видно, в данном медиатексте используются приемы, характерные для ставшего уже популярным в современной журналистике медиажанра *лонгрид*, поскольку практически каждый блок, помимо рубрикации, сопровождается мультимедийной визуализацией. Данный вывод можно подтвердить еще одним примером того же адресанта из рубрики «Природа» от 17.11.2023 с заголовком «Станет ли океан *безледовитым*? Океанолог рассказал, что ждёт Арктику» (14). Эта статья имеет такую же структуру аналитического интервью:

Дмитрий Писаренко, *aif.ru*: – Александр, может ли растаять весь лёд в Северном Ледовитом океане, как нас иногда пугают?

Александр Осадчиев: – Арктический регион Земли теплеет очень быстро. В летние месяцы температура воздуха в отдельных районах, например, на Таймыре, увеличилась на 5-7°C за последние 150 лет.

Как уже было подчеркнуто выше, особенностью такого медиажанра публикации является рубрикация представленных материалов по подтемам или ключевой информации (Площадь льда летом и осенью сократилась вдвое, *Загадки* Гольфстрима, «Это *здорово* и *круто*» и др.), а также наличие вступительной (а) и заключительной (б) частей:

а) С 28 по 30 ноября в Парке науки и искусства «Сириус» пройдёт III Конгресс молодых учёных. Это ключевое событие Десятилетия науки и технологий, объявленного президентом страны Владимиром Путиным. Ожидается, что в мероприятии примут участие более 4 тысяч человек. Среди них будет и доктор физико-математических наук из Института океанологии им. П. П. Ширшова РАН и Московского физико-технического института Александр Осадчиев. Он изучает процессы, происходящие в морях Арктики; б) Ключевая тема Конгресса в этом году: «Пространство возможностей и развития».

Из проанализированных материалов следует, что языковая личность Дмитрия Писаренко выявляется на вербально-семантическом, когнитивном и прагматическом уровнях, т. е. в использовании оценочной и окказиональной (в заголовке) лексики в подзаголовках так называемых блоков статей, вводных конструкций во вступлении и заключении, а также специфических приемах метадеятельности, характерных именно для медиажанра *интервью*. Кроме того, в работах медиажанра *аналитического интервью* автор пользуется в основном нарративной и экспликативной стратегиями.

Выводы

Итак, проанализировав более подробно статьи трех языковых личностей журналистов, можно сделать несколько основных выводов:

1. Принятое нами ключевое положение является вполне обоснованным: действительно, несмотря на то, что, например, информационные жанры публицистики отличаются высокой степенью стандартизованности, а языковая личность приобретает, как правило, имплицитный статус, совпадающий с субъектом речи, заметным, как правило, благодаря дискурсивным маркерам авторизации, сильная языковая личность находит ей выход в изменении или сочетании различных приемов метадеятельности или в самой структуре целого текста.

2. Использование определенных приемов метадеятельности влияет на жанровое разнообразие медиатекстов. Для информационных жанров характерны точные ссылки, прямая речь, а для аналитических – сочетание точных и обобщенных ссылок, косвенной и прямой речи и т.п. Причем на выбор подобных дискурсивных маркеров авторизации влияют и стратегии автора текста – в нашем случае информационная, нарративная и экспликативная.

3. Языковая личность журналистов проявляется, как правило, на вербально-семантическом и когнитивном уровнях. А вот субъект речи чаще всего совпадает с языковой личностью на прагматическом уровне, т.е. при авторизации текста.

4. На характеристику языковой личности влияет тематический круг публикаций, жанровое разнообразие текстов и многие другие параметры.

На наш взгляд, самым креативным журналистом среди рассмотренных языковых личностей является Дмитрий Писаренко. Он пишет в различных подстилях, медиажанрах и на разнообразные темы, в том числе пробует себя и в инфографике как новом медиажанре, умеет практически в любом тексте проявить себя в качестве неординарной личности.

ЛИТЕРАТУРА

- АЛЕКСЕЕВА, Елена Аркадьевна. 2013. Концепция языковой личности в исследованиях дискурса СМИ. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология*, 2013, т. 12, вып. 6: Журналистика, с. 79 – 85. ISSN 1818-7919.
- БОГОЛЮБОВА, Наталья Михайловна – НИКОЛАЕВА, Юлия Вадимовна. 2022. *Межкультурная коммуникация*. В 2 частях. Ч. 1: учебник для вузов. Москва: Издательство «Юрайт», 2022. ISBN 978-5-534-01744-1.
- ВАЛГИНА, Нина Сергеевна. 2019. *Теория текста: учебное пособие*. Москва: Альянс, 2019. ISBN 978-5-00106-069-7.
- ГРИЧИН, Сергей Владимирович. 2020. *Авторизационная модель научного текста*. Новосибирск: Издательство РГТУ, 2020. ISBN 978-5-7782-4088-9.
- ДУСКАЕВА, Лилия Рашидовна. 2012. *Диалогическая природа газетных речевых жанров*. Под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., доп., испр. СПб.: СПбГУ: Филологический факультет, 2012. ISBN 9785846512429.
- ЕРИЦЯН, Асмик Егишевна. 2021. Новые жанры журналистики: структурные и стилистические особенности [online]. *Научный журнал «АРХИВАРИУС»*, 2021 [cit. 16. 07. 2024]. ISSN 2524-0935. Dostupné na: file:///C:/Users/RUS-1/Desktop/novye-zhanry-zhurnalistiki-strukturnye-i-stilisticheskie-osobennosti.pdf.
- ЗОЛОТОВА, Галина Александровна. 2010. *Коммуникативные аспекты русского синтаксиса*. 6-е изд., стер. Москва: УРСС, 2010. ISBN 978-5-484-01107-0.

- КАЛЕЧИЦ, Алена – РУДАКОВА, Татьяна – НИКИТЕНКО, Татьяна – ГАЛЛО, Ян – ВЪЕРИКОВА, Луция. 2022. *Русско-словацко-английский объяснительный словарь по межкультурной коммуникации*. Нитра: Философский факультет Университета им. Константина Философа в Нитре, 2022. ISBN 978-80-558-1914-3.
- КАРАСИК, Владимир Ильич. 2011. Языковая личность как предмет изучения антропологической лингвистики. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 2011, т. 62, № 8, с. 109 – 115. ISSN 1815-9044.
- КАРАУЛОВ, Юрий Николаевич. 2010. *Русский язык и языковая личность*. 7-е изд. Москва: ЛКИ, 2010. ISBN 978-5-382-01071-7.
- КОПЫТОВ, Олег Николаевич. 2012. *Модус на пространстве текста* [online]. Хабаровск: Изд-во ХГИИК, 2012 [cit. 11. 07. 2024]. Dostupné na: file:///C:/Users/RUS-1/Desktop/file_1438207414_272.pdf.
- КОТЮРОВА, Мария Павловна. 2011. Субъектность речи (текста). In: *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. 2-е изд., стер. Под ред. М. Н. Кожинной. Москва: Флинта, 2011, с. 517 – 523. ISBN 978-5-89349-342-9.
- КРАСНЫХ, Виктория Владимировна. 2003. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? Москва: ИТДГЛ «Гнозис», 2003. ISBN 5-94244-004-2.
- ЛАПП, Лидия Михайловна. 1993. *Интерпретация научного текста в аспекте фактора «субъект речи»*. Иркутск: ИГУ, 1993.
- МАСЛОВА, Валентина Авраамовна. 2023. *Лингвокультурология. Введение: учеб. пособие для вузов*. У. М. Бахтикиреева (отв. ред.). 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство «Юрайт», 2023. ISBN 978-5-534-06586-2.
- ПАСТУХОВ, Александр Гаврилович. 2015. Медиажанры и медиаформаты: к разграничению понятий. *Ученые записки Орловского государственного университета*, 2015, №5 (68), с. 148 – 153. ISSN 1998-2720.
- САЛИМОВСКИЙ, Владимир Александрович. 2002. *Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст)*: дис. ... доктора филол. наук. Научн. консультант: Н. А. Купина. Екатеринбург: УГУ им. А. М. Горького, 2002.
- СИЛАНТЬЕВА, Марина. 2015. Языковая личность как «генератор» различных типов дискурса. In: *Dyskurs: aspekty lingwistyczne, semiotyczne i komunikacyjne*. Redakcją Aleksandra Kiklewicza i Iriny Uchwanowej-Szmygowej. Olsztyn: Centrum badań Europy Wschodniej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, 2015, с. 199 – 207. ISBN 978-83-61605-70-6.
- СИМАКОВА, Светлана Ивановна. 2020. Инфографика еженедельника «Аргументы и факты»: медиаэстетический потенциал [online]. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 2020 [cit. 16. 07. 2024]. ISSN 2712-7451. Dostupné na: file:///C:/Users/RUS-1/Desktop/infografika-ezhenedelnika-argumenty-i-fakty-mediaesteticheskiy-potentsial.pdf.
- СОЛГАНИК, Григорий Яковлевич. 2014. О структуре речи [online]. *Вестник Московского университета. Серия 9: Филология*, 2014 [cit. 08. 07. 2024]. ISSN 0130-0075. Dostupné na: https://vestnik.philol.msu.ru/issues/VMU_9_Philol_2014_4.pdf.
- GUZI, Ľubomír – KRAEV, Andrey – ŠIPKO, Jozef. 2021. *Analýza, typológia a interpretácia ruskej a rusky hovoriacej jazykovej osobnosti: minulosť a súčasnosť*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, 2021. ISBN 978-80-555-2807-6.
- SLANČOVÁ, Daniela. 2024. Textová štylistika. In: SLANČOVÁ, Daniela – SPÁČILOVÁ, Stanislava – BOČÁK, Michal – BODNÁROVÁ, Martina – GAVUROVÁ, Miroslava – KIČURA SOKOLOVÁ, Jana – KLINGOVÁ, Jana – MERGEŠ, Jozef – TIMKOVÁ LAZUROVÁ, Anna. *Úvod do štúdia interaktívnej štylistiky (I)*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2024, s. 371 – 448. ISBN 978-80-555-3255-4.
- SOKOLOVÁ, Jana. 2021. *Hovoriaci v pragmaticko-sémantických a komunikačných súvislostiach*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2021. ISBN 978-80-558-1750-7.
- THUN, Friedemann Schulz von. 1981. *Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation*. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch, 1981. ISBN 978-3499-17489-8.

Ссылки на использованный в статье фактический материал

- (1) https://aif.ru/society/education/sushchestvuet_li_dress-kod_dlya_uchiteley
- (2) https://aif.ru/society/science/zachem_pekin_i_moskva_obmenyalis_lunnym_gruntom
- (3) https://aif.ru/society/science/zachem_imitirovat_polyot_na_lunu
- (4) https://aif.ru/society/education/chtobudet_v_institutah_vmesto_bakalavriata_i_specialiteta
- (5) https://aif.ru/society/education/pozhimat_plody_i_kanut_v_letu_7_vyrazheniy_kotorye_chasto_pishut_s_oshibkami
- (6) https://aif.ru/society/education/na_udachu_ili_naudachu_5_slov_v_napisanii_kotoryh_oshibayutsya_chashche_vsego
- (7) <https://aif.ru/society/education/vzyat-i-otmenit-pedagogi-obyasnili-mozhno-li-uchit-detey-bez-domashki>
- (8) <https://aif.ru/society/education/celevoe-ne-opravdyvaet-sredstva-priyom-v-vuzy-po-kvotam-izmenitsya-s-1-maya>
- (9) <https://aif.ru/society/science/kak-ustroena-mks-infografika>
- (10) https://aif.ru/society/nature/interesnye_fakty_o_snege_inografika
- (11) https://aif.ru/society/education/ball_za_stressoustoychivost_pedagogi_dali_sovety_kak_ushpeshno_sdat_ege
- (12) https://aif.ru/society/education/uhvatit_zadachu_za_hvost_kak_za_ostavsheesya_vremya_podgotovitsya_k_ege
- (13) https://aif.ru/society/ecology/nazad_v_peshchery_ekspert_marcinkevich_rasskazal_chno_zhdyot_zelyonuyu_evropu
- (14) https://aif.ru/society/nature/stanet_li_okean_bezledovitym_okeanolog_rasskazal_chno_zhdyot_arktiku

.....

Doc. Mgr. Alena Kalechyts, CSc.
Katedra slovanských filológií
Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre
Štefánikova 67
949 01 Nitra
Slovenská republika
akalechyts@ukf.sk