

Е. Н. Широкова

*Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина
ул. Ульянова, 1, Нижний Новгород, 603950, Россия*

shirokelena@yandex.ru

ТЕНДЕНЦИИ ОФОРМЛЕНИЯ ЧУЖОЙ РЕЧИ В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Рассматриваются динамические процессы, происходящие в сфере передачи и оформления чужой речи в масс-медийном дискурсе, а также их корреляция с трансформацией традиционных жанров масс-медиа, в частности интервью. На примере различных дискурсивных жанров в статье исследуется тенденция к активизации знаков пунктуации, находящихся в зоне периферии пунктуационной системы русского языка, – типографских средств членения текста и шрифтовых оппозиций. Кроме того, описываются изменения в употреблении кавычек при оформлении чужой речи и формирующиеся у них новые смысловые функции: указание на изменение речи интервьюируемого с рекламной целью, дистанцированность от чужой речи и некоторые другие. Показывается, что выбор варианта конструкции, передающей чужую речь, определяется интенцией автора и ожидаемым перлокутивным эффектом и, следовательно, может быть рассмотрен в аспекте коммуникативных тактик воздействия на адресата.

Ключевые слова: масс-медиа, дискурсивные жанры, конструкции с чужой речью, пунктуация.

При описании конструкций, передающих чужую речь, в научной литературе отмечаются тенденции: 1) к четкому разграничению чужой и авторской речи и 2) к стиранию границ между ними (см.: [Бахтин (Волошинов), 2010. С. 106–107; Дзякович, 2002. С. 203] и др.). Эти тенденции не конкурируют друг с другом, однако являются взаимно обусловленными, что позволяет исследователям рассматривать конструкции с чужой речью в рамках теории функционально-семантических полей (ФСП), предполагающей структурирование конститuentов поля в соответствии с принципом «центр – ближняя / дальняя периферия». Для ФСП чужой речи такое моделирование осуществляется с учетом различной степени «маркированности границ» и различной степени «взаимопроницаемости своей и чужой речи» [Максимова, 2011. С. 25]. При этом в качестве основного признака, организующего данную полевую структуру, вы-

ступает «обособленность / проницаемость границ своей и чужой речи», в качестве дополнительных – «степень маркированности границ своей и чужой речи и степень развернутости (эксплицированности) “своего” и “чужого”» [Там же].

Вместе с тем, как отмечает В. Н. Волошинов (М. М. Бахтин), «между чужою речью и передающим ее контекстом господствуют сложные и напряженные динамические отношения» [Бахтин (Волошинов), 2010. С. 105]. И в последние десятилетия в художественном и масс-медийном дискурсах активизируется тенденция к размыванию границ между чужой и авторской речью, что обуславливает поиск новых способов пунктуационного оформления таких конструкций. Причем особенности динамических процессов в области пунктуации определяются спецификой коммуникативной сферы, в которой функционируют конструкции, передающие чужую

Широкова Е. Н. Тенденции оформления чужой речи в масс-медийном дискурсе // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2015. Т. 14, вып. 6. С. 191–195.

речь. Целью данной статьи является рассмотрение тенденций оформления чужой речи в масс-медийном дискурсе. Исследование осуществляется с использованием методов полисистемного, контекстуального и дискурсивного анализа.

Формат современных СМИ определяется новыми дискурсивными жанрами (например, СМС-жалобы) и трансформацией традиционных жанров. В частности, в интервью наблюдается асимметричная экспликация позиций сторон коммуникации, проявляющаяся в свертывании речи корреспондента или интервьюируемого, что сопровождается изменением в использовании знаков препинания, в том числе тех, которые находятся в зоне периферии русской пунктуационной системы. К последним относятся типографские средства членения текста и шрифтовая оппозиция [Шварцкопф, 1988. С. 66–68]. Так, в традиционной рубрике «Мысли на ходу» газеты «ПРОГород» интервью, по сути, трансформируется в монолог интервьюируемого, разбитый корреспондентом на микротемы, отделенные друг от друга пробелами без отступов. Каждый абзац при этом имеет одинаковое двухчастное строение: расположенное после знака хэштег (#), набранное полужирным шрифтом и выделенное цветом название микротемы, за которым следует немаркированная прямая речь, например:

Желание выделиться. *Желание сделать ретрокартинку у нас с братом было с самого детства...*

Бизнес и эмоции. *Да, автомобиль получился отнюдь не дешевый. Но мы с братом не собираемся возмещать затраты, сдавая нашу красавицу на свадьбы или праздники. Разве что готовы поучаствовать на каких-либо выставках (PRO Город НН. 20.09.2014).*

Причем авторизация инициальных предложений-заголовков как принадлежащих корреспонденту осуществляется на основе вынесенной в позицию концевой сноски стереотипной для данной рубрики фразы: *Беседовал(а)* (имя, фамилия), *фото автора*.

Наряду с этим в газете «ПРОГород» встречаются интервью со сходным пунктуационным оформлением, но с традиционно-нормативным выделением прямой речи. В таком случае абзац может иметь трехчастное строение: название микротемы, выделенное полужирным шрифтом; заключен-

ный в кавычки монолог, состоящий из ряда предложений (6–11); вводящее прямую речь постпозитивное предложение, например:

Пропали туфельки. *«На кастинг меня отправила мама: она обожает втягивать меня в такие авантюры. Меня и сестру /.../ Кстати, многие участники были с нашего прошлого проекта – “Большие танцы”. Все они танцоры с большой буквы», – говорит Надя (Там же. 27.09.2014).*

Таким образом, наблюдается тенденция к активизации знаков пунктуации, которые относятся к периферии системы современной русской пунктуации.

По-другому оформляются тексты в жанре «Рекламное интервью». В таких текстах заголовки нередко заключаются в кавычки, функция которых оказывается неоднозначной. Формально они остаются знаком выделения прямой речи и отсылают к позиции интервьюируемого. Однако заключенное в них высказывание содержит интерпретацию смысла сказанного и тем самым соотносится с позицией корреспондента. В таком случае кавычки маркируют измененную с рекламной целью прямую речь. Так, в большом блоке рекламных материалов о кредитно-производственной компании «РОСТ» есть интервью с актером Сергеем Ростом. Заголовок интервью *«Я умею играть на сцене, а РОСТ умеет вкладывать деньги и приносить прибыль своим клиентам»* заключен в кавычки и коррелирует с предложением *У меня хорошо получается играть, писать сценарии, шутить, а РОСТ умеет вкладывать деньги и получать большую прибыль* (Там же). При этом, как видим, в заголовке эксплицируется один из возможных интерпретационных вариантов предложения. Так, в тексте интервью используется глагол *получать* с незаполненной позицией адресата действия: субъект производит, добывает, приобретает (*большую прибыль*). Это позволяет отождествить субъекта и адресата и интерпретировать предложение как *За счет большой прибыли компания (ее сотрудники) имеют хорошие доходы*. В заголовке этот смысл снимается за счет мены глагола и заполнения позиции адресата при нем (*приносить своим клиентам*), поэтому кавычки в заголовке можно рассматривать как знак контаминации речи интервьюируемого и корреспондента.

Сами же реплики диалога в интервью четко противопоставлены друг другу с по-

мощью абзаца (без отступа) и шрифтовой оппозиции (полужирный шрифт / нейтральный шрифт), однако вместо знака тире используется точка, например:

• **Сергей, вы стали сотрудничать с компанией РОСТ. Можете это как-то прокомментировать?**

• *Случайно в самолете прочитал про компанию РОСТ... (PRO Город НН. 27.09.2014).*

Также в кавычки может заключаться заголовок при оформлении рекламного текста в форме монолога. При этом формируется оппозиция: маркированная с помощью кавычек чужая речь (заголовок) / немаркированная с помощью кавычек чужая речь (собственно рекламный текст). Такое пунктуационное оформление, а также включение в монологическую речь рекламных фрагментов позволяет авторизировать рекламный текст как принадлежащий корреспонденту или рассматривать его как стигматизированную форму речи, субъекты которой указаны под заголовком, например:

«Теперь у нас потолок с "изюминкой!"»

Ольга Древина

Рассказывает нижегородка Анна Александрова

Наша семья переехала в новую квартиру. В старой – были речные потолки, которые приходилось часто мыть. ... Много положительных отзывов слышали о фирме «Французские натяжные потолки»: профессионализм, гарантия – 15 лет, выгодные акции ... Спасибо за высокое качество работы! (Там же).

Степень объективированности / субъективированности такого рекламного текста может быть разной. Вместе с тем в композиции есть черты, характерные для всех текстов анализируемого типа: заголовок, оформленный с помощью кавычек, указание под заголовком на двух субъектов речи – корреспондента (S_1) и горожанина, от имени которого представлен рекламный текст (S_2), авторизация заголовка как принадлежащего S_2 . В самих рекламных текстах представлены следующие стереотипы: жизнь до обращения к услугам, товарам рекламодателя, с указанием причин, ухудшающих жизнь в этот период; обращение к рекламодателю; улучшение качества жизни после такого обращения. Интенциональность таких текстов, сфера функционирования, включение в их композицию стереотипных компонентов

(прототипичность) позволяют говорить о дискурсивном жанре «Рассказ-реклама», для которого в газете «PRO Город» разрабатывается особое пунктуационное оформление.

Формируется специальное пунктуационное оформление и для жанра «Ответы на вопросы», в котором прямая речь, принадлежащая спрашивающему и отвечающему, нередко разграничивается с помощью абзаца без отступа, а также оппозицией шрифтов и актуализацией вопросительного предложения, маркированного с двух сторон вопросительными знаками, первый из которых выделяется цветом и размером шрифта. Функция такого знака неоднозначна: он замещает собой и название рубрики, и вводящее предложение:

? Требуется эффектный интерьер в спальне. Может быть, надпись? Или рисунок?

Надпись или несколько фраз зададут нужное настроение в интерьере и охарактеризуют владельца (Там же).

При этом факультативным оказывается тире перед ответной репликой, ср., например:

? Подлежат ли возврату товары, которые были куплены с большой скидкой на распродаже?

– Условие продавца о том, что товар со скидкой не подлежит обмену и возврату, незаконно (Там же. 15.11.2014).

Частной тенденцией в оформлении чужой речи является эллипсис вводящих прямую речь предложений. С одной стороны, вводящее предложение сокращается до субъекта речи. При этом между вводящей частью и прямой речью сохраняются двоеточие и прописная буква в начале прямой речи, а выделяющие кавычки оказываются факультативным знаком. Так как в масс-медийном дискурсе в качестве субъекта речи нередко выступает имя собственное – название газеты, журнала и т. п., именно оно может заключаться в кавычки при отсутствии кавычек в правой части предложения. Оформление таких конструкций оказывается асимметричным по отношению к традиционным предложениям с прямой речью, например:

«АВТОПИЛОТ»: Какие машины чаще всего заказывают? (Автопилот. 15.06.2002; НКРЯ).

С другой стороны, осуществляется эллипсис субъекта речи. В результате при от-

существовании выделяющих чужую речь кавычек вводный глагол речи, особенно в интерпозиции и постпозиции, выполняет функцию вводно-модальной конструкции с семантикой авторизации, отсылающей к субъекту, названному в речи корреспондента, например:

Почему одна знакомая мне дама всерьез огорчается, если ей дарят что-то кроме Hermes? Приносите, говорит, что хотите – шарф, ключницу, браслет, тарелку или солонку из коллекции Art des Tables, хоть седло, – только чтобы Hermes (Домовой. 04.01.2002; НКРЯ).

Активность таких вводно-модальных конструкций в современной речи растет, что позволяет говорить исследователям о формировании специфических языковых моделей, организующих периферию поля чужой речи [Максимова, 2006. С. 59].

«Освободившиеся» в таких случаях кавычки начинают использоваться в новых функциях. В художественном и масс-медийном дискурсах они нередко становятся средством маркирования разных временных и модальных планов [Дзякович, 2002. С. 204–205; Николина, 2009. С. 269–271; 2013. С. 16–17]. Кроме того, они служат для разграничения чужой речи, принадлежащей разным субъектам, при ее организации по принципу матрешки (чужая речь включается внутрь чужой речи), например:

АЛЫШЕВ: Сколько людей, столько и приказов. Один говорит: «Хочу как у соседа». Другой – «как в западном журнале». Третий – «чтобы ни у кого такой не было» (Автопилот. 15.06.2002; НКРЯ).

Выполняют кавычки в масс-медийном дискурсе и смысловую функцию – маркируют степень дистанцированности от чужой речи.

Расширение способов оформления чужой речи позволяет пишущему осуществлять выбор варианта с учетом его перлокутивного потенциала. В таком случае использование определенной конструкции чужой речи можно отнести к манипулятивным тактикам воздействия на адресата. Рассмотрим это на примере онлайн-трансляции «Марша мира», который проводился оппозицией и проходил в Москве 21 сентября 2014 г. (транслирующее издание – газета «Коммерсантъ. ru»). Так, для сообщения о количестве участников протестного мероприятия использовалось 4 типа конструкций.

1. Предельно объективированная двухчастная конструкция, в которой левая часть представляет собой название официального органа, правая – официальное сообщение. При этом актуализируются признаки *официальность, строгость изложения*:

МВД: Общее количество участников мероприятия приближается к 5 тысячам человек.

2. Сообщение представителя транслирующего издания передается с помощью конструкции косвенной речи, для которой характерна объективированная форма изложения, что в имплицатуре предполагает такие качества, как *объективность, достоверность, надежность источника*:

Корреспондент «Ъ» Григорий Туманов сообщает, что на акции 8–10 тысяч человек.

3. Сообщение представителя другого издания оформляется как предложение с вводно-модальной конструкцией, актуализирующей субъектный план. При этом в абсолютное начало предложения выносятся союз *как*, а в чужую речь вводится маркер приблизительного количества – разговорный предлог *порядка*:

Как сообщает фотокорреспондент «Новой газеты» Евгений Фельдман, в акции участвует порядка 20 тысяч человек.

Имплицатура этого предложения предполагает такие качества, как *меньшая объективность, меньшая достоверность, меньшая надежность источника* по сравнению с сообщением, переданным косвенной речью.

4. Для передачи речи оппозиционера Б. Немцова используется такая же двухчастная конструкция, как и при оформлении сообщения официального источника, однако правая часть конструкции заключается в кавычки. Причем включенная в речь Б. Немцова чужая речь кавычками не маркируется, поэтому в целом актуализируется только один субъект речи – сам Б. Немцов – и его точка зрения:

Борис Немцов: «Дошли до Трубной – народу более 100 тысяч. Народ скандирует: Хватит врать и воевать».

В имплицатуре такое оформление предполагает: *дистанцированность передающего органа, распределение ответственности за сказанное, субъективность*.

Таким образом, увеличение доли контаминированных форм речи, используемых в ряде дискурсивных жанров, коррелирует с

тенденцией к активизации знаков пунктуации, относящихся к периферии пунктуационной системы. Востребованность вариативных форм оформления чужой речи в масс-медийном дискурсе поддерживается такой функцией масс-медиа, как воздействие на адресата, предполагающей выбор конструкции с ориентацией на перлокуцию.

Список литературы

Бахтин М. М. (Волошинов В. Н.) Антропологистика: Избр. тр. (Серия «Психологистика»). М.: Лабиринт, 2010. 255 с.

Дзякович Е. В. Экспрессивные пунктуационные приемы в сфере передачи чужой речи // Предложение и слово: Межвуз. сб. науч. тр. Саратов, 2002. С. 202–207.

Максимова Н. В. О разнородности форм передачи чужой речи в их языковом, речевом, текстовом статусе // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. 2006. Т. 6, № 16. С. 48–60.

Максимова Н. В. Способы передачи чужой речи: смысл и текст: Учеб.-метод. по-

собие. Новосибирск: Изд-во НИПКиПРО, 2011. 82 с.

Николина Н. А. Активные процессы в языке современной русской художественной литературы: Моногр. М.: Гнозис, 2009. 336 с.

Николина Н. А. Новые тенденции в оформлении чужой речи // Русский язык в школе. 2013. № 6. С. 13–17.

Шварцкопф Б. С. Современная русская пунктуация: система и ее функционирование. М.: Наука, 1988. 192 с.

Список источников

НКРЯ – Национальный корпус русского языка, газетный корпус. URL: <http://www.ruscorgpora.ru>.

Газета «Коммерсантъ.ru». URL: <http://www.kommersant.ru> (дата обращения: 21.09.2014).

Материал поступил в редколлегию 01.12.2014

E. N. Shirokova

*Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University
1 Ulyanov Str., Nizhny Novgorod, 603005, Russian Federation*

shirokelena@yandex.ru

TENDENCIES IN REPRESENTING REPORTED SPEECH IN MASS-MEDIA DISCOURSE

The author analyses the dynamic processes which take place in the sphere of reported speech transferring and representing in mass-media discourse and the correlation of these processes with traditional mass-media genres namely the interview. On the basis of different discursive genres the tendency of active usage of circumference punctuation marks of the Russian language (typographic means of splitting the text and marking-out oppositions) is studied. In addition the change in the usage of quotation marks while representing the reported speech and their new notional functions (the sign of the interviewee's speech change with the advertising aim, distancing from the reported speech and many others) are described. It is shown that the choice of the construction representing the reported speech is defined by the author's intention and expected perlocutive effect and thus may be studied from the point of view of influence on the addressee.

Keywords: mass-media, discursive genres, constructions with reported speech, punctuation.