

**Функциональная специфика цитатной речи в современном англоязычном
новостном медиатексте**

Научный руководитель – Гумовская Галина Николаевна

Недельчева Елена Петровна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет гуманитарных наук, Москва, Россия

E-mail: hydra71@mail.ru

Цитатная речь, как неотъемлемый элемент медиатекста, имеет ряд особенностей: она способствует «диалогу текстов» [2], наполняя авторский текст дополнительными смыслами, а также является эффективным инструментом как для информационного обеспечения, так и для аргументации авторской позиции, что, вследствие, приводит к формированию у читателя определённого отношения к описываемому событию, явлению или предмету. Функциональная нагрузка цитатной речи имеет более сложную форму, чем дихотомия «передача информации - оказание воздействия», представляющая основу для более детальной классификации функций цитатной речи в медиа-тексте [3].

В связи с тем, что цитатную речь начали использовать в качестве метода решения ряда коммуникативных, стилистических и прагматических задач, интерес к изучению специфики функционирования цитатной речи в медиатексте усилился.

Как правило, исследователи выделяют следующие функции цитатной речи в медиатексте: информирующую, иллюстрирующую, апеллятивную, аргументирующую, воздействующую, риторическую, рекламную, эмоционально-оценочную, комическую и характеризующую функции [1]. Если ранее наиболее частотными функциями в информационной и аналитической статьях были информирующая (приведение информации) и апеллятивная (придание авторскому тексту достоверности путём включения мнения эксперта), то на данный момент тенденция направлена в сторону оказания воздействия на реципиента (воздействующая и эмоционально-оценочная функции) при помощи включения цитат с комплексной функциональной нагрузкой, т.е. цитат обладающих комбинацией функций. Таким образом, цитата помимо, к примеру, информирующей функции может иметь имплицитный эмоционально-оценочный или воздействующий элемент.

В качестве материала для изучения функциональной специфики цитатной речи в новостных статьях были взяты статьи из следующих журналов: the Guardian, The New York Times, Observer, Financial Times, the Economist.

Под цитатной речью в настоящем исследовании подразумевается полное или фрагментарное включение текста, изначально представленного в письменной или устной форме, в авторский текст с указанием ссылки на автора источника для исключения вероятности не распознавания «чужого текста» и, как следствие, потери интертекстуального потенциала авторского текста.

Далее я хотела бы остановиться на наиболее репрезентативных примерах функционирования цитатной речи в одной из газет качественной прессы - The New York Times.

“Putin is Russia’s czar and Erdogan would like to be Turkey’s sultan but he is not,” Mr. Trenin said [4].

Следует отметить, что в данном примере цитатная речь обладает синтезом следующих функций: характеризующей функцией (В. В. Путина сравнивают с российским царём, а Эрдогана с турецким султаном), воздействующей (Путин действительно является царём, а Эрдоган лишь хотел бы быть султаном, но им не является) и иллюстрирующей (с

помощью вышеуказанных сравнений Мистер Тренин проиллюстрировал степень влияния каждого из президентов на политической арене каждой из стран).

The expansion of the decree to “round up everyone who should be rounded up” in the Wuhan area of central China has deepened the nation’s sense of anxiety [5].

Данная цитата носит узнаваемый характер. В настоящем примере автор прибегает к включению цитаты “round up everyone who should be rounded up” для создания ассоциативного образа, находя сходства между современной ситуацией в Китае и репрессиями Чэня Цюаньго в Синьцзяне. Это достигается с помощью комбинации эмоциональнооценочной и воздействующей функции.

Анализ показал, что в новостной статье превалирует цитатная речь с комплексной функциональной нагрузкой (т.е. цитата носит более одной функции). Подобная тенденция связана с тем, что автор, как правило, включает цитатную речь для иллюстрации собственных умозаключений, апеллирует к мнению экспертов или зрителей/читателей и может выражать собственную позицию имплицитно с помощью включения цитат с комплексной функциональной нагрузкой (характерная черта информационной статьи), либо эксплицитно (что чаще встречается в аналитических статьях). Как и ожидалось, в новостной статье превалирует информирующая функция, но необходимо отметить, что если для информационной статьи предоставление информации и есть ключевая цель, то в аналитической статье цитату с информирующей функцией вводят текст для последующей апелляции к достоверному источнику информации, или же цитатную речь используют в качестве аргумента для последующего развития хода размышлений в статье. Как в информационной, так и в аналитической статье присутствует рекламная функция, как правило, в сильной позиции - в заголовке статьи для привлечения внимания реципиента. В рамках настоящего исследования было обнаружено, что в новостной статье превалирует эмоциональнооценочная, характеризующая и информирующая функции; также в аналитической статье широко встречаются цитаты с воздействующей и апеллятивной функциями, в то время как в информационной статье более характерно функционирование иллюстрирующей и аргументирующей функций.

Источники и литература

- 1) Варченко В. В. Форма и функции цитатной речи в медиа-тексте// автореф. дисс. канд. фил. наук. М., 2007. С. 23.
- 2) Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман//Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму/пер. с франц., сост., вступ. ст. Косикова Г. К. М.: ИГ Прогресс, 2000. С. 427-457.
- 3) Саблина М. В. Цитата и цитирование в текстах современных российских газет. Автореф. канд. фил. наук. Красноярск, 2011.
- 4) The New York Times: <https://www.nytimes.com/2020/03/05/world/europe/putin-erdogan-syria.html>
- 5) The New York Times: <https://www.nytimes.com/2020/02/13/world/asia/13china-coronavirus-cases.html>