

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Политическая лингвистика. 2022. № 3 (93).
Political Linguistics. 2022. No 3 (93).

УДК 811.161.1'42
ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

Наталья Борисовна Руженцева

Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия, verbalis@mail.ru

Точка зрения в публицистическом дискурсе: речевое представление и аксиологическое содержание

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена проблеме речевой организации и аксиологического содержания точки зрения. Точка зрения является важнейшим компонентом публицистического текста, а трансляция взгляда (или системы взглядов) на тот или иной фрагмент действительности — предметно-содержательной основой аналитических жанров. Анализ проблемных статей, опубликованных в массовой газете «Аргументы недели», позволяет автору утверждать, что точка зрения в аналитических жанрах публицистики соотносима с проблематикой текста. Аналитический текст имеет полисубъектную и оппозитивную организацию: противоположные мнения о проблеме представлены двумя или более группами субъектов. Субъектная и речевая организация таких текстов нетождественна и вариативна, что соответствует жанру проблемной статьи, разнообразному и подвижному по своему языку и стилю. Тексты статей различаются по количеству субъектов (носителей точки зрения) и по форме ее речевого представления. Последнее осуществляется посредством речевых действий, имеющих целью информирование и воздействие, путем использования глаголов речи и восприятия, а также форм чужой речи. Распространенным способом представления точки зрения является использование прецедентных феноменов и различных литературных аллюзий. Автор как субъект речи может одновременно транслировать разные точки зрения, что детерминировано жанрообразующим признаком статьи этого типа — стремлением к объективному рассмотрению проблемы. Анализ текста статей свидетельствует также о том, что точка зрения аксиогенна по своей лингвистической и экстралингвистической природе; ее аксиологическое содержание определяется проблематикой публикации. Точка зрения соотносима как с ценностями, так и с антиценностями, которые полностью или частично коррелируют между собой. Различия между ценностями и антиценностями могут проявляться в количестве точек зрения, соотносимых с ценностями и антиценностями; в отборе субъектов — носителей точки зрения; в речевом представлении точки зрения, а также в дискурсивной специализации высказывания, которая является компонентом аксиологического содержания. В целом продемонстрированная в статье методика анализа может, с точки зрения автора, стать частью комплексного аксиологического исследования текстов СМИ.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиатексты, медиадискурс, газетный дискурс, аксиология, точка зрения, речевое представление, субъектная организация текста, российские СМИ, аналитические статьи, аналитические тексты, публицистический дискурс, аналитические жанры.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Руженцева Наталья Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: verbalis@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Руженцева, Н. Б. Точка зрения в публицистическом дискурсе: речевое представление и аксиологическое содержание / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 3 (93). — С. 12-19.

THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Natal'ya B. Ruzhentseva

Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, verbalis@mail.ru

Point of View in Publicistic Discourse: Linguistic Representation and Axiological Content

ABSTRACT. The article deals with the issue of linguistic organization and axiological content of the point of view. The point of view is the most important component of a publicistic text, and the translation of a view (or a system of views) on a particular fragment of reality is the substantive basis of analytical genres. An analysis of articles on controversial issues published in the popular newspaper "Aargumenty Nedeli" (Arguments of the Week) allows the author to argue that in the analytical genres of journalism, the point of view is correlated with the problems highlighted in the text. The analytical text has a polysubject and oppositional organization: opposing opinions about the problem are represented by two or more groups of subjects. The subject and the linguistic organizations of such texts are not identical and variable, which corre-

sponds to the genre of the controversial article and to its diverse and mobile language and style. The texts of the articles differ in the number of the subjects (persons expressing the point of view) and in the form of its linguistic representation. The latter is carried out through speech acts aimed at informing and influencing, through the use of speech and perception verbs, as well as forms of another person's speech. The use of precedent phenomena and various literary allusions is a common way of presenting a point of view. The author, as a subject of speech, can simultaneously express different points of view, which is determined by the genre-forming feature of the article of this type - desire for an objective consideration of the problem. The analysis of the text of the articles also indicates that the point of view is axiogenic in its linguistic and extralinguistic nature, and its axiological content is determined by the issues of the publication. The point of view is correlated with both values and anti-values, which are fully or partially correlated with each other. The differences between values and anti-values can manifest themselves in the number of points of view correlated with values and anti-values; in the selection of subjects who express the point of view; in the linguistic representation of the point of view, as well as in the discursive specialization of the utterance, which is a component of the axiological content. In general, from the author's point of view, the analytical technique described in the article can become part of a comprehensive axiological study of media texts.

KEYWORDS: journalism, media linguistics, mass media, media texts, media discourse, newspaper discourse, axiology, point of view, linguistic representation, subject text organization, Russian mass media, analytical articles, analytical texts, publicistic discourse, analytical genres.

AUTHOR'S INFORMATION: Ruzhentseva Natal'ya Borisovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

FOR CITATION: Ruzhentseva N. B. (2022). Point of View in Publicistic Discourse: Linguistic Representation and Axiological Content. In *Political Linguistics*. No 3 (93), pp. 12-19. (In Russ.).

Изучение проблемы точки зрения было начато М. М. Бахтиным [Бахтин 1963, 1965] и продолжено Ю. М. Лотманом [Лотман 1965] и Б. А. Успенским. Она имеет отношение «к всем видам искусства, непосредственно связанным с семантикой (т. е. репрезентацией того или иного фрагмента действительности, выступающей в качестве обозначаемого)» [Успенский 1995: 90]. Эту мысль, по нашему мнению, можно отнести не только к художественной литературе, живописи, театру, кино и другим видам искусства, но и к СМИ. Вне репрезентации взгляда на тот или иной фрагмент действительности публицистика, целью которой является как информирование, так и воздействие, в принципе невозможна. Точка зрения в СМИ множественна, неоднородна и динамична. Классическим примером является смена личных имен Наполеона Бонапарта в парижской прессе во время Ста дней: «Корсиканское чудовище высадилось в бухте Жуан» — «Его императорское величество ожидается сегодня в своем верном Париже». Кроме того, точка зрения в СМИ имеет выраженную аксиологическую природу и коррелирует с ценностями общественного порядка [Гертнер 2019; Глебова 2019; Клушина 2019 и др.]. Сказанное определяет цель данной статьи — охарактеризовать феномен точки зрения в популярной прессе по следующей схеме:

1. Проблема, обсуждаемая в тексте.
2. Выразитель точки зрения (субъектная организация текста).
3. Речевое представление авторской точки зрения на проблему.
4. Форма чужой речи, используемая для речевого представления неавторской точки зрения.

5. Аксиологическое содержание точки зрения (с опорой на типологию В. И. Карасика) [Карасик 2019].

В качестве материала для анализа нами взяты три публикации из популярной газеты «Аргументы недели» за 2020—2021 гг., которую, по классификации И. В. Сидорской, можно отнести к еженедельной общенациональной прессе [Сидорская 2010]. Тексты принадлежат перу двух журналистов. По жанровой принадлежности публикации Д. Терентьева стоят ближе всего к проблемной статье. «Проблемная статья выносит на суд общественности актуальные политические, хозяйственные, нравственные, идеологические проблемы. Ее характерные черты — постановка, обсуждение, поиск путей решения злободневных вопросов общественной жизни» [Грабельников 2004: 227]. Материалы Д. Терентьева — это проблемные статьи второго типа — «публикации-размышления, ориентированные на непринужденное, несколько „беллетризованное“ изложение» [Майданова 1987: 26]. В свою очередь, публикация А. Чуйкова сочетает признаки проблемной статьи и журналистского расследования. Материал для анализа отобран нами именно из-за актуальности публикаций для разных сфер общественной жизни:

1. А. Чуйков, «Генно-модифицированные паразиты» (АН. № 3 (47), 27.01.2021).
2. Д. Терентьев, «Постамент без героя» (АН. № 8 (752), 03.03.2021).
3. Д. Терентьев, «Изъять и поделить» (АН. № 35 (729), 09.09.2020).

Предварительно хотелось бы уточнить принципиальные моменты, на которые мы опираемся при характеристике точки зрения авторов. Во-первых, это способы получения

информации от другого лица, к которым мы вслед за Л. Г. Фещенко относим «распространители при глаголах речи или существительном со значением речемыслительном деятельности... вводные конструкции, указывающие на источник информации... частицы, маркирующие присутствие говорящего... синтаксическую структуру прямой, косвенной, несобственно-прямой и несобственно-авторской речи» [Фещенко 2004: 5].

Во-вторых, это типологии аксиологического содержания ценностей, предложенные В. И. Карасиком: «По аксиологическому содержанию, отражающему соотношение общественного и личного блага, различаются ценности моральные и утилитарные, по функции, характеризующей суть жизненных ориентиров, можно противопоставить телесные (витальные) и духовные (смысло-жизненные) приоритеты, по охвату субъектов, разделяющих определенные мотивирующие установки, различаются общечеловеческие, цивилизационные, этнокультурные, макро- и микрогрупповые и индивидуально-личностные ценности, по дискурсивной специализации можно охарактеризовать дискурсивно-специфические и дискурсивно-универсальные ценности (к первым относятся ориентиры политического, научного, педагогического, медийного и других типов общения, ко вторым — ориентиры личностно-обусловленной коммуникации)» [Карасик 2019: 6].

В-третьих, мы придерживаемся мнения о том, что «субъект в современной массовой коммуникации не просто функционален — он выступает как личность со всеми особенностями ее менталитета» [Платонова, Виноградов 1996: 256]. Следствием сказанного является высокая степень авторизации дискурса, связанная со свободой самовыражения журналиста, и в том числе речевого представления материала. Перейдем к анализу публикаций.

1. А. ЧУЙКОВ. «ГЕННО-МОДИФИЦИРОВАННЫЕ ПАРАЗИТЫ»

В статье поднимаются две проблемы: а) ввоз в Россию генно-модифицированных соевых продуктов и б) передача в «пользу глобального рынка» вавиловской коллекции растений. Остановимся на первой проблеме, соотносимой с двумя точками зрения — *за* и *против*.

Субъекты — выразители точки зрения на использование генно-модифицированных продуктов.

ЗА:

• «Молекулярные биотехнологи», исповедующие и пропагандирующие западные технологии.

• Заинтересованные субъекты — транснациональные компании («ребята с Уолл-стрит»). Центр технологического трансфера при НИУ ВШЭ.

• Неопределенные субъекты: *Мощное лобби оказалось у заинтересантов; ...Нынешние считают, что «среда — ничто, гены — все». Такая лысенковщина наоборот.*

ПРОТИВ: автор статьи — журналист А. Чуйков, президент РФ В. Путин, доктор биологических наук Ирина Ермакова, селекционер — профессор РАН Александр Соловьев, академик РАН Виктор Драгавцев, другие специалисты-биологи.

ПОЗИЦИЯ НЕ ОПРЕДЕЛЕНА: совокупность неопределенных лиц: *В последнее время много говорят о генетике и геномной инженерии. Открыли «центры мирового уровня» по генной инженерии. Только открыли и сразу потребовали селекционный результат.*

Речевое представление авторской точки зрения на проблему

• Констатация факта как речевое действие [Коньков 2007: 59]: *...Ввоз соевых гэмэшных бобов без регистрации планировали ограничить 2020 годом. 29 декабря прямо под елочку разрешение продлили на 2021 год.*

• Риторические вопросы: *То есть скот ел и ел корм с измененной ДНК клетки, его откормили, забили, заколбасили и продали. И все нормально? Все безопасно?*

• Вопросно-ответные конструкции: *Что получим в результате? Возможно, что-то получим, но пока не знаем.*

• Ссылки на авторитетные источники в форме прямой и косвенной речи.

• Иронические высказывания: *Так кто теперь претендует на руководство всей селекцией в стране? «Практически никто из руководства (кроме одной единицы „трансфера“) не отличит лопату от грабеля, яблоню — от крыжовника, а пшеницу на поле — от кукурузы».*

Речевое представление неавторской точки зрения

• Глаголы устной и письменной речи: *Губернаторы некоторых животноводческих регионов, поставленные перед фактом, пытались протестовать, но быстро сникли.*

• Прямая речь: *«Пускать в Россию транснациональные компании — преступление...» — говорит бывший директор ВИР академик РАН Виктор Драгавцев.*

• Косвенная речь: *Если Трофим Лысенко был уверен, что только окружающая среда определяет свойства растения, то ны-*

нешние считают, что «среда — ничто, гены — все».

- Несобственно-прямая речь: *Специалисты удивлялись: «генная „инженерия“ отдельно, селекция — отдельно».*

- Вводные конструкции, указывающие на источник информации: *По информации АН, в правительстве готовы подписать новое постановление...*

Аксиологическое содержание точки зрения (ограниченный объем статьи позволяет взять в качестве примера лишь небольшой текстовый материал).

ЗА (ориентир на использование генно-модифицированных продуктов): *«Продовольственные транснационалы» торопятся заявить свое право «первой ночи» на самые потенциально прибыльные куски российского сельхозрынка, чтобы закрепить и остаться здесь навечно... И почему нас собираются кормить фуражной пшеницей, а суперъеду вагонами гнать потенциальному противнику?*

Точка зрения репрезентирует антиценность — утилитарную, витальную (телесную), этнокультурную (отражает интересы российского этноса), дискурсивно-специфическую (бытийный дискурс).

ПРОТИВ (ориентир на использование натуральных, а не генно-модифицированных продуктов): *...Еще в 2016 г. президент Владимир Путин запретил ввозить в Россию, а также выращивать на ее территории семена растений, чья генетическая программа изменена с использованием методов генной инженерии.*

Точка зрения отражает ценность утилитарную, витальную, этнокультурную, дискурсивно-специфическую.

Таким образом, аксиологическое содержание ценности и антиценности в данной публикации идентично, а различие между ними заключается в субъектной организации и речевой представленности последних.

2. Д. ТЕРЕНТЬЕВ. «ПОСТАМЕНТ БЕЗ ГЕРОЯ»

В статье поднята проблема установки памятников в российских городах и репрезентированы три точки зрения на специфику памятных сооружений.

Субъекты — выразители точек зрения на целесообразность установки памятников разного типа.

ЗА (установку памятников «безымянным, былинным или „прикольным“ героям»): официальные органы, руководство регионов и городов, спонсоры, рабочие, авторы памятников, совокупность неопределенных субъектов:

– *А как тут пропишешь критерии? Поэтому дуют на воду: отклонили памятники Галине Старовойтовой и Степану Разину, но **приняли** сырок «Дружба».*

ЗА (установку памятников государственным) — власть:

– ***Власть** хочет видеть на постаменте ярких государственников.*

ЗА (установку памятников, несущих воспитательный смысл) — автор:

– *В прошлом году случился юбилей Чехова, писавшего: «Кому чужда жизнь, кто неспособен к ней, тому больше ничего не остается, как стать чиновником». Где вспомнили о дате? Где поставили Антону Павловичу новый памятник?*

ПРОТИВ (установки памятников, лишенных, по мнению автора, воспитательного смысла):

– автор статьи и разделяющие его мнение читатели: *Привыкнув видеть на постаменте человека с биографией, **мы** бываем озадачены, обнаружив там подопытную кошку, гвоздь или кусок поребрика;*

– совокупность неопределенных субъектов (люди, народ, жители и др.): *Конечно, и на этом пути можно вляпаться в скандал. Как доказали власти Нововоронежа памятником Аленке. «Аленка придет за тобой», — глумились **люди** над inferнальной мегерой, олицетворяющей в теории чистоту и женственность.*

ПОЗИЦИЯ НЕ ОПРЕДЕЛЕНА: СМИ, совокупность неопределенных субъектов:

– *Возможно, одним из символов нашей эпохи **назовут** питерский новодел «Пушкин ушел».*

Речевое представление авторской точки зрения на проблему

- Речевое действие — ироническое информирование: *Москва обогатилась памятником сырку «Дружба», а поселок Мамоново прирос бронзовыми шпротами, выпрыгивающими из банки. В Ижевске появился памятник электрику, в Мытищах — трем запорным кранам, а в Ноябрьске — комару-нефлесосу.*

- Суждение утвердительно-вероятностного характера: *С художественной точки зрения творение Шемякина — далеко не худший экспонат.*

- Ироническое суждение: *Нынешняя мода на прикольные памятники сродни новорусскому угару девяностых: красные пиджаки, барабаны Страдивари и икра на миллион в золотом тазу.*

- Ироническое комментирование: *Памятник оказался под стать герою: летом его не видно в траве, а зимой под снегом.*

● Риторический вопрос: *Является ли он (Ф. Дзержинский) подходящим примером для школьников прямо сейчас?*

Речевое представление неавторской точки зрения

● Глаголы речи и восприятия, краткие причастия: *Когда с работы слетело покрывало, журналисты и похожие слегка отпрянули: на постаменте трехголовый динозавр тянул за собой плуг. А у микрофона уже **разъяснял** свою мысль спонсор — местный предприниматель и политик. Былинный Змей Горыныч, запряженный крестьянским плугом, символизирует три ветви власти (исполнительную, законодательную и судебную) на службе у народа. И мало кто **обратил внимание**, что за плугом никого нет.*

● Критики резонно **отметили**, что Алкоголизм, Наркомания, Проституция, Нищета, Война, Равнодушие, Садизм и есть главные герои композиции, которую в народе **нарекли** «памятником педофилам».

● Глаголы мышления: *Еще к началу XXI века москвичи и гости столицы **осознали** — с памятниками что-то пошло не так.*

● Информирование о реакции на памятник: *Народ в **ужасе** сбежал от оказываемой ему помощи.*

● Ироническое информирование: *Отличился Томск. Здесь есть памятник счастью в виде довольного мультяшного пса с подписью «Щас спою...».*

● Вводные слова и другие виды ссылок на источник сообщения: **по официальной версии**, *памятник символизирует трудности, которые создают добытчикам насекомые тундры, но **многие жители** почему-то уверены, что он посвящен всяким реди-скам, обогатившимся на добыче энергоносителей. Ну из тех, что на службе народа.*

● Прямая и косвенная речь: *Жители Екатеринбурга часто не подозревают, что в их городе существует «Первый в мире памятник Человеку-невидимке», герою новеллы Герберта Уэллса... На бронзовой плите отпечатки двух ступней: левой — 43-го, правой — 41-го размера. «Герой героем, но и себя тоже хотелось увековечить», — честно признают авторы проекта, литератор Евгений Касимов и художник Александр Шабуров. В интервью они сообщают также, что желали **обратить внимание на трагедию одиночества и непонятности, на мир людей, общающихся по Интернету, и бла-бла-бла.***

● Цитирование: *На постаменте начертали цитату из Николая Карамзина: «Добрая слава Иоаннова пережила его худую славу в народной памяти...».*

Аксиологическое содержание точки зрения

1. Точка зрения **за** (ориентир на установку памятников государственным или «безымянным, былинным или прикольным героям»):

В ноябре 2017 г. в парке «Берендеевка» в Костроме открыли первый в мире памятник личной свободе человека.

Аксиологическое содержание: ценность моральная, духовная, макрогрупповая, дискурсивно-универсальная.

2. Точка зрения **за** (ориентир на установку памятников, несущих воспитательный смысл):

В СМИ сообщалось, что практически самовольно устанавливались памятники Данте Алигьери, Виктору Гюго, Юрию Никулину, Михаилу Шолохову, барону Мюнхгаузену.

Аксиологическое содержание: ценность моральная, духовная, макро/микрогрупповая, дискурсивно-специфическая (дискурс культуры).

3. Точка зрения **против** (ориентир на запрет установки памятников, не несущих воспитательного смысла):

В 4-м секторе местного стадиона «Труд» усадили бронзового болельщика: простой мужик, опираясь ногой о кресло впереди себя, сжимает в кулаке газету, а разъяренный рот с папирской в уголке искажен в ярком эмоциональном переживании. Похоже, он выкрикивает те самые слова, которые Роскомнадзор запрещал печатать в газетах.

Аксиологическое содержание: антиценность моральная, духовная, макро-/микрогрупповая, дискурсивно-специфическая (дискурс спорта).

В данном тексте аксиологическое содержание ценности и антиценности идентично лишь отчасти: различия лежат в области дискурсивной специализации высказывания. Кроме того, между ними есть и количественное различие: ценность соотносима с более широким репертуаром точек зрения, нежели антиценность.

3. Д. ТЕРЕНТЬЕВ. «ИЗЪЯТЬ И ПОДЕЛИТЬ»

Проблема статьи — отношение россиян к предпринимателям — обозначена в ее подзаголовке: «Почему в России предпринимателей ненавидят сильнее, чем в СССР».

Субъекты — выразители отношения к предпринимателям.

ЗА (позитивное отношение): автор текста, все умные и предприимчивые, предприниматели, бизнесмены/бизнес, богатые, верхи, олигархи, часть (процент) россиян,

бывший тракторист... который стал в районе главным спонсором и меценатом, эксперты, экономист Григорий Явлинский, колумнисты деловых изданий, исторические личности.

ПРОТИВ (негативное отношение): автор, люди старой закалки, народ в целом, люди, простые люди, бедные, низы, рядовые сотрудники, большинство россиян, часть (процент) россиян, представители русской культуры, пропагандисты, журналист Пол Хлебников, крестьяне перед 1917 годом, Интернет как коллективный автор.

ПОЗИЦИЯ НЕ ОПРЕДЕЛЕНА (двойственная): народ, совокупность неопределенных лиц: *Притом, что народ всегда готов поддерживать раскулачивание очередного олигарха, все поголовно против нарушения государством их личной собственности. Никто не согласен снова стоять в очереди на квартиру, которую в любой момент смогут отобрать. А частный завод — пожалуйста. Владелец ведь чаще всего его не строил. А не строил — значит, вор.*

Речевое представление авторской точки зрения на проблему

- Информирование как речевое действие: *Народ уже лишился невинности с предпринимателем Маероиди и реформатором Чубайсом. Он знал, что в 1996 г. при помощи коробок из-под бумаги для ксерокса «семибанкирица» поддержала Ельцина у власти, чтобы он потом расплатился с ней самыми ценными предприятиями через залоговые аукционы.*

- Оценочное суждение **за**: *Все умные и предприимчивые получили свой шанс разбогатеть — это дорогого стоит.*

- Оценочное суждение **против**: *Происхождение их капиталов настолько мутное, что даже в 2000-е у олигархов так и не появилось респектабельной истории успеха... Владимир Гусинский в 1989 г. создал советско-американское юридическое СП, а спустя 3 года у него уже был холдинг из 42 предприятий...*

- Цитирование (в том числе — трансформированные цитаты): *Аномалия в том, что в конце 1990-х отношение к бизнесу было лучше, чем сегодня. Хотя вот здесь **Россию точно не понять умом.***

- Ссылки на современные и исторические источники: *Умные блогеры-популисты подсчитали, что если раздербанить состояния 200 самых богатых россиян на все 147 млн., то на каждого из нас выйдет больше 3000 долларов. Точно так же крестьяне перед 1917 годом бредили «черным переделом», мечтая, как развернутся на изъятых у богатеев землях.*

Речевое представление неавторской точки зрения на проблему

- Глаголы речи: *К 2005 г. большинство россиян (52,4%) высказывались о частной собственности положительно или соблюдали нейтралитет (23, 9%).*

- Глаголы восприятия и понимания: *Потраченные на зарубежный клуб деньги люди воспринимали не как личные инвестиции Абрамовича, а как средства государства, которыми он временно владеет — до неминуемой экспроприации.*

- Глаголы и существительные со значением эмоционального состояния: *Как ни парадоксально, именно **ненависть** к чужой роскоши потворствует нынче увеличению пропасти между богатыми и бедными.*

- Фразеологические обороты: *И вдруг в золотые 2000 годы... бизнес вдруг **впал у народа в немилость.***

- Оценочные суждения: *Но для пропаганды главная мишень как раз «западные ценности», которые нам якобы не подходят. У них там погоня за прибылью — первое дело, зато мы духовные.*

- Прямая речь: *Как пишет экономист Дмитрий Травкин: «Пореформенный мир, в котором медленно, но верно проступали черты капитализма, обернулся миром униженных и оскорбленных».*

- Косвенная речь: *«Журналист, критик Андрей Архангельский отмечает, что проблема еще шире — в России за 25 лет не сложилась модель мирной жизни, мирной этики.*

- Несобственно-прямая речь: *До начала 2000-х годов россияне размышляли, как и в других бывших соцстранах. **Дескать**, никто не просит любить частного собственника, никто не называет процесс приватизации стерильным. Но государственному добру нужно хоть как коряво найти хозяина.*

- Бессубъектные конструкции — неопределенно-личные и безличные предложения: *В ходе встреч с избирателями губернатору неоднократно **высказывали**: почему, мол, купил футбольный клуб Челси на деньги населения Чукотки.*

- Синтаксические конструкции, передающие смыслы **за** и **против**, **согласен/несогласен**: *Большинство граждан однозначно **против** того, чтобы в России собственность приобретали иностранцы.*

- Цитирование: *В 2000 журналист Пол Хлебников опубликовал книгу «Крестный отец Кремля Борис Березовский, или История разграбления России», где обвил олигарха в мошенничестве, организации убийств... **Цитата**: «Он вцеплялся в крупную компанию, высасывал из нее деньги, превращая в банкрота...».*

Аксиологическое содержание точки зрения

Точка зрения **за** (позитивное отношение к предпринимателям)

Колумнисты деловых изданий напомнили, что, когда в 1908 году Савве Морозову удалось купить на Нью-Йоркской бирже по бросовой цене большую партию хлопка, он отказался ее тут же перепродать и отправил товар на свои фабрики в Россию: «Чай я капиталист, а не спекулянт. У меня 10 тысяч ткачей работают, а у них семьи».

Ценность, т. е. ориентир, который можно обозначить как *ответственность* — *responsibility* [Шварц 1992], может быть, с нашей точки зрения, охарактеризована одновременно как моральная и утилитарная, витальная (материальная) и духовная, микрогрупповая и макрогрупповая (понимание этики бизнеса в целом), дискурсивно-специфическая (экономический и бытийный дискурс).

Точка зрения **против** (негативное отношение к предпринимателям)

Русская культура и до 1917 г. не жаловала дельцов: сатирические образы капиталистов превалируют не только у семинариста Островского, но и у рыночника Чехова.

Антиценность — моральная, духовная, этнокультурная, дискурсивно-специфическая (дискурс культуры).

В этом тексте по аксиологическому содержанию ценности и антиценности находятся в отношениях неполной корреляции; широта и глубина аксиологического наполнения ценности значительно выше, чем у антиценности.

ВЫВОДЫ

Исходя из сказанного выше, структурно-смысловую и аксиологическую организацию точки зрения в публицистическом тексте можно охарактеризовать следующим образом.

1. Точка зрения в аналитических жанрах публицистики соотносима с проблематикой текста. Количество точек зрения на проблему в рамках одного текста аналитической направленности — от двух и более.

2. Аналитический текст имеет полисубъектную и оппозитивную организацию: взгляд на проблему представлен двумя (или более) группами субъектов. Число субъектов, выступающих **за** и **против**, может составлять более 10 с каждой стороны. Можно выделить также группу субъектов, чья позиция не определена или двойственна.

3. Субъектная и речевая организация текстов газетной публицистики нетождественна и вариативна, что соответствует жанру проблемной статьи, разнообразному и подвиж-

ному по своему языку и стилю. Тексты различаются по количеству субъектов (носителей точки зрения) и по форме ее речевого представления. Последнее осуществляется посредством речевых действий, имеющих целью информирование и воздействие, путем использования глаголов речи и восприятия, а также форм чужой речи. Распространенным способом представления точки зрения является использование прецедентных феноменов, в том числе цитирование. Автор как субъект речи может одновременно транслировать разные точки зрения, что детерминировано стремлением к объективному рассмотрению проблемы.

4. Точка зрения аксиогенна по своей лингвистической и экстралингвистической природе. Аксиологическое содержание точки зрения в текстах СМИ зависит прежде всего от проблематики публикации. Точка зрения соотносима как с ценностями, так и с антиценностями, которые полностью или частично коррелируют между собой. Различия между ценностями и антиценностями могут проявляться в количестве точек зрения, соотносимых с ними; в субъектах — носителях точки зрения; в речевом представлении точки зрения и в ее аксиологическом содержании, и в первую очередь — в дискурсивной специализации высказывания.

Разумеется, представленные результаты не имеют исчерпывающего характера, однако предложенная методика может стать частью комплексного аксиологического анализа текстов СМИ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бахтин, М. М. Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин. — Москва : Советский писатель, 1963. — 363 с. — Текст : непосредственный.
2. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. — Москва : Художественная литература, 1965. — 543 с. — Текст : непосредственный.
3. Гертнер, Е. В. Репродукция ценностей культуры гламура в текстах массовой словесности / Е. В. Гертнер. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : Ажур, 2019. — С. 288—290.
4. Глебович, Т. А. Буллинг в повестке российских СМИ: стратегии репрезентации / Т. А. Глебович. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : Ажур, 2019. — С. 123—125.
5. Грабельников, А. А. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. — Москва : Рип-Холдинг, 2004. — 274 с. — Текст : непосредственный.
6. Карасик, В. И. Ценности как культурно значимые ориентиры поведения / В. И. Карасик. — Текст : непосредственный // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике. — Тяньцзинь : Тяньцзиньский ун-т иностр. языков ; Волгоград : Прин-Терра-Дизайн, 2019. — С. 3—11.
7. Клушина, Н. И. Аксиологический аспект медиастилистики / Н. И. Клушина. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : Ажур, 2019. — С. 27—29.

8. Коньков, В. И. Книжное и разговорное начало в средствах массовой информации / В. И. Коньков. — Текст : непосредственный // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — Санкт-Петербург : С.-Петерб. гос. ун-т, 2007. — С. 56—63.

9. Лотман, Ю. М. О проблеме значений во вторичных моделирующих системах / Ю. М. Лотман. — Текст : непосредственный // Труды по знаковым системам. — Тарту, 1981. — Вып. 11. — С. 22—37. — (Учен. записки Тартуского гос. ун-та).

10. Майданова, Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л. М. Майданова. — Свердловск : УрГУ, 1987. — 64 с. — Текст : непосредственный.

11. Платонова, О. В. Прагматика и риторика дискурса в периодической печати. Сфера субъекта и выражение оценки / О. В. Платонова, С. И. Виноградов. — Текст : непосредственный // Культура русской речи. — Москва : Норма-Инфра, 1996. — С. 253—264.

12. Сидорская, И. В. Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии / И. В. Сидорская. — Минск : Изд-во Гревцова, 2010. — 144 с. — Текст : непосредственный.

13. Успенский, Б. А. Семиотика искусства / Б. А. Успенский. — Москва : Школа «Языки русской культуры», июль 1995. — 360 с. — Текст : непосредственный.

14. Фещенко, Л. Г. Чужая речь / Л. Г. Фещенко. — Санкт-Петербург : [б. и.], 2004. — 60 с. — Текст : непосредственный.

15. Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries / S. H. Schwartz. — Text : unmediated // *Advances in experimental social Psychology*. — 1992. — Vol. 25. — P. 1—65.

REFERENCES

1. Bakhtin, M. M. (1963). *Problemy poetiki Dostoevskogo* [Problems of Dostoevsky's Poetics]. Moscow: Sovetskiy pisatel', 363 p. (In Russ.)

2. Bakhtin, M. M. (1965). *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura Srednevekov'ya i Rennansa* [Creativity of Francois Rabelais and folk culture of the Middle Ages and the Renaissance]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura, 543 p. (In Russ.)

3. Gertner, E. V. (2019). Reproduktsiya tsennostey kul'tury glamura v tekstakh massovoy slovesnosti [Reproduction of the values of the culture of glamor in the texts of mass literature]. In *Aksiologicheskie aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy* (pp. 288—290). Ekaterinburg: Azhur. (In Russ.)

4. Glebovich, T. A. (2019). Bulling v povestke rossiyskikh SMI: strategii reprezentatsii [Bulling in the agenda of the Russian media: strategies of representation]. In *Aksiologicheskie aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy* (pp. 123—125). Ekaterinburg: Azhur. (In Russ.)

5. Grabel'nikov, A. A. (2004). *Rabota zhurnalista v presse* [The work of a journalist in the press]. Moscow: Rip-Kholding, 274 p. (In Russ.)

6. Karasik, V. I. (2019). Tsennosti kak kul'turno znachimye orientiry povedeniya [Values as culturally significant guidelines of behavior]. In *Lingvokul'turnye tsennosti v yazykovom soznanii i kommunikativnoy praktike* (pp. 3—11). Tianjin: Tianjin University of Foreign Languages, Volgograd: Prin-Terra-Dizayn. (In Russ.)

7. Klushina, N. I. Aksiologicheskiy aspekt mediastilistiki [Axiological aspect of media stylistics]. In *Aksiologicheskie aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy* (pp. 27—29). Ekaterinburg: Azhur. (In Russ.)

8. Kon'kov, V. I. (2007). Knizhnoe i razgovornoe nachalo v sredstvakh massovoy informatsii [Book and colloquial beginnings in the mass media]. In *Russkaya rech' v sredstvakh massovoy informatsii: stilisticheskiy aspekt* (pp. 56—63). St. Petersburg: St. Petersburg State Univ. (In Russ.)

9. Lotman, Yu. M. (1981). O probleme znacheniy vo vtorichnykh modeliruyushchikh sistemakh [On the problem of values in secondary modeling systems]. In *Trudy po znakovym sistemam* (Academic notes of the Tartu State University, Iss. 11, pp. 22—37). (In Russ.)

10. Maydanova, L. M. (1987). *Stilisticheskie osobennosti gazetnykh zhanrov* [Stylistic features of newspaper genres]. Sverdlovsk: Ural State Univ. Publ., 64 p. (In Russ.)

11. Platonova, O. V., & Vinogradov, S. I. (1996). Pragmatika i ritorika diskursa v periodicheskoy pechati. Sfera sub'ekta i vyrazhenie otsenki [Pragmatics and rhetoric of discourse in the periodical press. The sphere of the subject and the expression of evaluation]. In *Kul'tura russkoy rechi* (pp. 253—264). Moscow: Norma-Infra. (In Russ.)

12. Sidorskaya, I. V. (2010). *Effektivnaya kommunikatsiya so SMI: printsipy i tekhnologii* [Effective communication with the media: principles and technologies]. Minsk: Izd-vo Grevtsova, 144 p. (In Russ.)

13. Uspenskiy, B. A. (1995). *Semiotika iskusstva* [Semiotics of art]. Moscow: Shkola «Yazyki russkoy kul'tury», Yule 1995, 360 p. (In Russ.)

14. Feshchenko, L. G. (2004). *Chuzhaya rech'* [Speech of Others]. St. Petersburg, 60 p. (In Russ.)

15. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social Psychology*, 25, 1—65.