

There is a huge number of researches of emotions within philosophy, logic, medicine, psychology, physiology, sociology, neurophysiology, sociolinguistics, etc. Thus, the only definition of this phenomenon, as well as the general classification and the nomenclature of emotions are impossible.

The highest product of development of emotions of the person – feelings which arise in ontogenesis of emotions which are shown situationally. The created feelings become the main determinants of emotional human life on which emergence and the maintenance of situational emotions depends.

Arising as result of generalization of separate emotions which were created, feelings create the emotional sphere of the person and define dynamics and content of situational emotional reactions.

As for perspective areas of the research it should be noted that ways of verbalizing emotions may be represented in other functional styles, as well as ordering and comparative analysis of linguistic means of representation of emotions on the material of several languages.

Key words: *verbalization, emotion, basic emotion, concept, pleasure.*

УДК 811.133.1

М. Ю. Шевченко

АВТОРСЬКА ПОЗИЦІЯ КОМУНІКАТИВНОГО МЕДІАТОРА У СУЧАСНИХ ФРАНЦУЗЬКИХ СТАТТЯХ

Статтю присвячено дослідженню категорії автора у французьких статтях інформувального спрямування. Зокрема, йдеться про роль комунікативного медіатора, яку автор бере на себе при введенні у текст статті прямої мови; виділено основні маркери авторської присутності в ній; запропоновано чотири основні типи інтродуктивних дієслів, що використовуються у секвенції цитування.

Ключові слова: *категорія автора, комунікативний медіатор, інформувальна стаття, інтродуктивні дієслова, перформативний вплив.*

Дослідженням ролі автора, зокрема, у журналістських статтях займалися такі вчені як І. М. Артамонова, М. Ю. Горохов, Т. М. Каменська, М. В. Луканіна, Г. Я. Солганік, Є. С. Щелкунова.

Енонсіативне позиціонування автора у статті є багатостороннім феноменом. За І. М. Артамоновою [1, с. 121], специфіка категорії автора едіатексту полягає в тому, що він є не умовним образом, а конкретною, реальною особистістю зі своїми поглядами, ментальністю, смаками. Саме принцип збігу творця та суб'єкта мовлення – головна особливість автора медіатексту, що формує такі його якості як достеменність, документальність, емоційність, сугестивність. Є. С. Щелкунова в залежності від ступеня присутності автора в тексті розрізняє персоніфікованого, узагальненого і деперсоніфікованого автора [6, с. 136].

У рамках комунікативної концепції реалізується рольовий підхід до автора й адресата медіатексту. Журналіст часто бере на себе якусь роль, тобто ідентифікує себе з певним соціальним суб'єктом. М. Ю. Горохов виділив такі типи ролей автора

медіатексту: суб'єкт оцінки, каталізатор активності читача, ідентифікаційний знак соціальної групи, гарант достовірності повідомлення [3, с. 9].

Що стосується саме медіадискурсу з інформувальною домінантою, то в ньому, на нашу думку, автор зазвичай не з'являється у різноманітних іпостасях, у його розпорядженні є кілька універсальних позицій, що забезпечують способи подання інформації та різняться за фокусом зору на ситуацію. Оскільки медійний дискурс інформувального спрямування характеризується домінуванням у ньому змістово-фактуальної інформації, це зумовлює найчастіший вибір констативної позиції автора, що забезпечує фактографічність його висловлень. Це забезпечує безсторонній стандартизований спосіб представлення інформації.

Окрім цієї позиції, нами було виділено позицію оповідача-спостерігача ситуації, маркерами якої є елементи суб'єктивного сприйняття людиною емпіричних ознак дійсності. Автор може також приймати позицію аргументатора, що є більш рідкісним явищем для інформувальних статей. Цей тип енонсіативного позиціонування дозволяє зробити експліцитною присутність авторської інстанції у тексті статті завдяки висуванню тези та її подальшій аргументації.

У даній статті мова піде про позицію інформаційно-когнітивного медіатора, яку автор займає при введенні у текст статті прямої мови.

Як зазначає А. О. Негришев, поняття медіації використовується у сучасній комунікативістиці як у значенні «посередництво у сперечаннях чи конфліктах» [4, с. 125–126], так і для характеристики когнітивних функцій ЗМІ у сучасному суспільстві, що полягають у перетворенні інформації про дійсність у процесі її збору, переробки та передачі [5, с. 16]. Медіація розглядається не як безстороннє посередництво, метою якого є об'єктивне відображення дійсності, а як активне її перетворення, спрямоване на досягнення запланованих комунікативно-прагматичних ефектів. Ступінь посередництва ЗМІ варіює від нейтральності до маніпуляції, що було обґрунтовано теоретиком масової комунікації Д. Мак-Куейлом [7]. В його розумінні це посередництво реалізується в різних комунікативних іміджах – способах відображення зв'язків новинного повідомлення з реальністю. Це своєрідна призма, через яку проходить інформація, перетворюючись у кінцеві медіа-повідомлення [5, с. 17]. Це відбувається, зокрема, завдяки елементам соціальної та особистісної оцінності, які, не зважаючи на те, що медіадискурс інформувального спрямування переважно орієнтований на об'єктивізацію висловлень, все ж знаходять у ньому відбиток, щоправда, експліцитно.

За логіко-лінгвістичною традицією пропозиція розглядається як бінарна структура, яка має два логічних компоненти, концепцію яких запропонував Ш. Баллі: диктум – об'єктивна константа і модус – суб'єктивний оцінний елемент [2]. Суб'єктивна позиція автора може виражатися вербальними, а також невербальними засобами. Наприклад, відбір матеріалу для статті відбувається вже під впливом певної прагматичної настанови з боку автора. Сліди модусу автора можна виявити навіть у такому, здавалося б, непридатному для введення оцінних елементів відрізьку медіатексту як секвенція цитування.

Можна виділити два основні маркери авторської присутності під час уведення прямої мови: 1) інтродуктивні дієслова, що вводять мовлення іншого; 2) вербалізація перформативного спрямування висловлення іншого. Розглянемо більш детально ці засоби проявлення авторської присутності в секвенції цитування.

Інтродуктивні дієслова. Вводячи мовлення іншої людини, автор самостійно обирає інтродуктивне дієслово на позначення типу мовленнєвого акту, тим самим задаючи вектор сприйняття аудиторією слів мовця. Семантика цих вставних дієслів

може розкривати справжню прагматичну інтенцію мовця, вказувати на його емоції. Але важливо враховувати роль авторської інстанції, яка є вирішальною у цьому, адже вибір інтродуктивного дієслова – це результат його інтерпретативної діяльності. «*Ces orages s'accompagneront souvent de grêle, de fortes pluies et également de rafales de vent qui pourront atteindre localement, voire dépasser, les 100 km/h*», *prévient Météo-France dans un communiqué* (La Croix. Orages: 21 départements du nord en alerte orange. 23.07.2013). Метеорологічна служба Франції Météo-France передає інформацію про несприятливі погодні умови, а автор, що цитує мовлення служби, інтродуктивним дієсловом «попереджати» підкреслює значення необхідності прийняття до відома цієї інформації читачами, самостійно інтерпретує для аудиторії значення процитованого мовлення.

Нами було виділено наступні чотири основні типи інтродуктивних дієслів для медіадискурсу інформувального спрямування: *рефлексиви* – дієслова вираження думки, рефлексії, висловлення точки зору; *декларативи* – дієслова говоріння; *риторитиви* – дієслова риторичного редагування мовлення; *експресиви* – емоційно забарвлені дієслова. Приклади цих типів інтродуктивних дієслів представлено в наступній таблиці.

Таблиця 1

Основні типи інтродуктивних дієслів для медійного дискурсу інформувального спрямування

Рефлексиви	вважати, гадати припускати	estimer, juger, croire, penser conjecturer
Декларативи	сказати висловитися розказати стверджувати підтвердити констатувати заявити запевнити коментувати відповісти погодитись	dire s'exprimer raconter affirmer confirmer constater déclarer assurer commenter réagir accepter
Риторитиви	відмітити підкреслити уточнити додати продовжити нагадати пояснити аргументувати заклучити	noter, relever, indiquer, remarquer, observer souligner, signaler, démontrer, insister préciser, détailler, stipuler ajouter poursuivre, reprendre rappeler, évoquer, se souvenir expliquer arguer conclure
Експресиви	сказати (як?): - різко - гнівно - задоволено - захоплено - схвильовано - зітхаючи	lancer tonner se féliciter s'enchanter s'énerver soupirer

	- із жалем вигукнути загорлати відрубати скипіти тішитись	déplorer, regretter s'écrier s'époumoner marteler s'emporter s'amuser
--	--	--

Важливо відмітити те, що деякі з дієслів четвертого типу є контекстуальними експресивами, тобто можуть вживатися під таким терміном лише під час розгляду способів введення мовлення різних людей в наративну матрицю журналістської статті. Порівняймо:

Le petit Michel s'enchanté chaque fois qu'il entend parler du cirque. Дієслово *s'enchanter* вказує лише на внутрішні переживання дитини.

Pour certains, ces matches [de boxe – М.Ш.] ont d'ailleurs un goût de nostalgie. Le gala «nous replonge dans les années Houphouët [ancien président du Côte d'Ivoire – М.Ш.]», s'enchanté Vanie Bi Vanie, un policier en civil accoudé à une barrière de sécurité pour suivre les combats (La Croix. Les Ivoiriens rendent l'ex-"Sorbonne" d'Abidjan à la boxe. 23.07.2013). Експресив *s'enchanter* не тільки описує емоційний стан мовця, а й обов'язково передбачає акт говоріння.

Перші три типи дієслів, а саме рефлексиви, декларативи і риторитиви належать до експресивно нейтральних дієслів, їхнє використання пов'язане з мінімальним модальним навантаженням. Експресиви ж є емоційно забарвленими, їхній вибір пов'язаний з виявленням оцінності. Наприклад: «*Londres a repris le travail. La vie des gens continue*», *s'est félicitée lundi Cressida Dick, la patronne de la police londonienne (Le Figaro. Attentat de Londres: l'émotion et la détermination en ce jour d'après. 5.06.2017).* Після терористичної загрози шеф поліції Лондона Крессіда Дік з позитивним наголосом говорить про те, що нарешті місто повернулося до свого звичного життя, категорія емотивності виражається експресивним дієсловом *se féliciter*.

Подібне використання дієслова *déplorer* в наступному прикладі підкреслює наявність емоцій та ідентифікує їх як почуття жалю, прикрасі. Новообраний президент Франції Е. Макрон невдалим жартом образив населення Коморів, і автор у статті про реакцію уряду Коморських островів застосовує експресив *déplorer*, щоб підбити підсумок того резонансу, який викликав цей випадок: *La présidence comorienne a quant à elle déploré une «déclaration inconsidérée» à mettre «sur le compte de la jeunesse» (Le Figaro. Macron et les «kwassa-kwassa»: les Comores exigent des excuses. 5.06.17).*

Причини використання експресиву *soupirer* в наступному прикладі залишають простір для роздумів. Можливо, факт зітхання був помічений автором під час особистої розмови з міністром, або під час прес-конференції. Але, скоріш за все, вибір експресиву, в якому відчувається авторське оцінне модальне навантаження, продиктований бажанням точніше засвідчити, яких великих зусиль коштувало міністру втілити в реальність цю реформу студентських стипендій: «*Vous savez, ce n'était déjà pas facile dans la conjoncture actuelle d'obtenir cette réforme des bourses*», *soupire la ministre (La Croix. Le gouvernement donne un coup de pouce aux étudiants boursiers. 16.07.2013).*

Вербалізація перформативного спрямування висловлення іншого є ще одним маркером авторської присутності в секвенції цитування.

Авторська присутність виявляється не лише у виборі інтродуктивного дієслова для введення чужого мовлення, а також в самостійному резюмуванні цього мовлення безпосередньо перед цитацією. Автор ніби конденсує зміст мовленнєвого акту іншої

людини у власному висловленні. Цей авторський прийом вербалізує перформативне спрямування мовленнєвого акту іншого, уточнює його комунікативну мету, підводить його перформативний підсумок: *De son côté, Didier Deschamps se souvient de ses débuts et analyse*. «Il [Zinedine Zidane – М.Ш.] s'est lancé dans une carrière d'entraîneur après le parcours qu'on lui connaît, il a pris le temps (avant de prendre en main le Real Madrid)», *décrypte-t-il* (Le Figaro. Deschamps et le sacre de Zidane: «C'est fabuleux». 5.06.2017).

Окремо слід відмітити використання перформативних дієслів, що виконують ту ж функцію. Після терористичного нападу на людей у Лондоні мер схвально висловився про дії правоохоронних органів, тобто похвалив їх, оцінив позитивно, висловлення набуває перформативності: *Son maire Sadiq Khan loue la réaction des forces de l'ordre* (Le Figaro. Attentat de Londres: le maire tente de rassurer une ville sonnée. 4.06.2017). Але Дональд Трамп у Твіттері звинувачує мера Лондона в применшенні терористичної загрози у місті. Для введення його цитати автор статті використовує перформатив *accuser*, що в термінах теорії мовленнєвих актів дорівнює дії, виражає мету мовленнєвого акту: *Excuse pathétique du maire de Londres Sadiq Khan qui a dû trouver une explication rapide à sa déclaration "Pas de raison de s'alarmer!"*. *Les médias traditionnels travaillent dur pour vendre cette version, a-t-il accusé* (Le Figaro. Trump s'en prend de nouveau au maire de Londres. 5.06.2017).

Таким чином, як показало дослідження, уведення прямої мови в текст статті є процесом не безстороннім, оскільки особистість автора все одно знаходить своє відображення у мовних засобах, відібраних для презентації секвенції цитування читачам, і дані засоби можуть мати вплив на сприйняття інформації реципієнтом.

Перспективи подальших розвідок вбачаються у продовженні вивчення ролі автора в аналітичному виді статей із використанням набутих цього дослідження.

Список використаної літератури

1. Артамонова І. М. Медіатекст сучасних ЗМІ / І. М. Артамонова // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія : Філологія. – 2007. – № 766, Вип. 51. – С. 120–124; Artamonova I. M. Mediatekst suchasnykh ZMI / I. M. Artamonova // Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina. Serii : Filolohiia. – 2007. – № 766, Vyp. 51. – S. 120–124.

2. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли – М. : УРСС, 2001. – 392 с. ; Balli Sh. Frantsuzskaya stilistika / Sh. Balli. — М. : URSS, 2001. – 392 s.

3. Горохов М. Ю. Автор публицистического текста как субъект высказывания : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 / Максим Юрьевич Горохов ; Воронежский государственный университет. – Воронеж, 2006. – 20 с. ; Gorokhov M. Yu. Avtor publitsisticheskogo teksta kak subekt vyskazyvaniya : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : spets. 10.01.10 / Maksim Yurevich Gorokhov ; Voronezhskiy gosudarstvennyy universitet. – Voronezh, 2006. – 20 s.

4. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. – Москва : Издательство МГУ, 1999. – 301 с. ; Zemlyanova L. M. Zarubezhnaya kommunikativistika v preddverii informatsionnogo obshchestva : tolkovyy slovar terminov i kontseptsiy / L. M. Zemlyanova. – Moskva : Izdatelstvo MGU, 1999. – 301 s.

5. Негрышев А. А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ : учеб. пособ. / А. А. Негрышев. – Владимир : ВГГУ, 2009. – 144 с. ; Negryshev A. A. Aspekty rechevogo vozdeystviya v novostyakh SMI : ucheb. posob. / A. A. Negryshev. – Vladimir : VGGU, 2009. – 144 s.

6. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации : специфика и функционирование : учеб. пособ. / Е. С. Щелкунова. – Воронеж : Родная речь, 2004. – 189 с. ; Shchelkunova Ye. S. Publitsisticheskiy tekst v sisteme massovoy kommunikatsii : spetsifika i funktsionirovanie : ucheb. posob. / Ye. S. Shchelkunova. – Voronezh : Rodnaya rech, 2004. – 189 s.

7. McQuail D. Mass communication theory : an introduction / D. McQuail. – London : Sage Publications, 1996. – 416 p.

Стаття надійшла до редакції 5.06.2017

M. Yu. Shevchenko

THE POSITIONING TYPE OF AN AUTHOR'S SUBJECT AS COMMUNICATIVE MEDIATOR IN THE FRENCH ARTICLES

This paper is dedicated to the study of the concept of the author in the informative type of French articles. It also highlights the positioning type of the author's subject in this kind of articles as well as the role of communication mediator that is taken by author while introducing the direct speech in the text. The mediation is considered as an active transformation of the objective reality representation that is called to lead to the predesigned pragmatic effects. The degree of the press mediation varies from neutrality to manipulation. The following indicators of the author's presence in the text were singled out as the main ones: four special groups of the introductory verbs used in the quoting sequences (reflexives, declaratives, rhetoritives, expressives), the method of verbalization of the performative impact in the direct speech. Reflexives are verbs that express thoughts as well as a reflexion or an opinion (estimer, juger, croire, penser). Declaratives are verbs of speaking (dire, s'exprimer, raconter, affirmer). Rhetoritives are associated with rhetorical editing of what is being said (remarquer, souligner, préciser, ajouter). Expressives are verbs that have affective connotation (lancer, tonner, se féliciter, s'enchanter). The first three types of verbs notably reflexives, declaratives, rhetoritives are neutral in terms of their scope to produce affect or emotion. The choice of expressives, on the contrary, is intended to express one's evaluation of the events. Introducing someone's speech in the text, it is the author who decides about the choice of an introductory verb. Semantics of these verbs, by revealing his or her emotions, can discover the real pragmatic intention of the speaker. Thus, the choice of this verb is the result of the author's interpretative activity.

The method of verbalization of the performative impact in the direct speech is based on the fact that the author intensifies the content of someone's statement by summarizing it. The foresaid author's method is meant to establish the communicative purpose of one's speech act. Thus, the author's use of the direct speech in the article text isn't an impartial process as long as the author's personality can be revealed with the linguistic means that produce an effect on the audience. To continue studying the author's role in the analytical articles based on the results of the present academic work is the prospect of further research work.

Key words: *author's category, communicative mediator, informative type of articles, introductory verbs, performative impact.*