

Научная статья  
УДК 070.19+811.161.1  
doi: 10.17223/26188422/15/5

## Потенциал дискурсных маркеров диалогичности медиатекста в СМИ

Михаил Васильевич Каменский<sup>1</sup>,  
Сергей Николаевич Бредихин<sup>2</sup>, Оксана Сергеевна Шибкова<sup>3</sup>,  
Татьяна Владимировна Марченко<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

<sup>1</sup> mkamenskii@ncfu.ru

<sup>2</sup> sbredikhin@ncfu.ru

<sup>3</sup> oshibkova@ncfu.ru

<sup>4</sup> tmarchenko@ncfu.ru

**Аннотация.** В статье излагаются результаты теоретического осмысления потенциала дискурсных маркеров медийного дискурса, применяемых в российских СМИ в качестве средств диалогизации, направленных на оказание речевого воздействия на целевую аудиторию и изменение общественного мнения или оценки определенных событий или фактов. Устанавливаются когнитивно-функциональные параметры (дискурсивная функция, иллюкутивный потенциал, когнитивная нагрузка) средств диалогизации: 1) разговорная лексика; 2) лексические повторы; 3) цитация; 4) «мы»-форма; 5) риторические вопросы. Научная новизна исследования состоит в установлении и теоретико-методологическом обосновании потенциала лингвопрагматического инструментария речевого воздействия современных СМИ.

**Ключевые слова:** медийный дискурс, дискурсный маркер, диалогизация, речевое воздействие, средства массовой информации

**Для цитирования:** Каменский М. В., Бредихин С. Н., Шибкова О. С., Марченко Т. В. Потенциал дискурсных маркеров диалогичности медиатекста в СМИ // Вопросы журналистики. 2024. № 15. С. 71–89. doi: 10.17223/26188422/15/5

Original article

doi: 10.17223/26188422/15/5

## **Potential of dialogization discourse markers of the media text in mass media**

**Mikhail V. Kamensky<sup>1</sup>, Sergey N. Bredikhin<sup>2</sup>,  
Oksana S. Shibkova<sup>3</sup>, Tatiana V. Marchenko<sup>4</sup>**

*<sup>1, 2, 3, 4</sup> North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russian Federation*

*<sup>1</sup> mkamenski@ncfu.ru*

*<sup>2</sup> sbredikhin@ncfu.ru*

*<sup>3</sup> oshibkova@ncfu.ru*

*<sup>4</sup> tmarchenko@ncfu.ru*

**Abstract.** The article studies the potential of dialogization discourse markers, which are used as means of speech influence aimed at shifting the public opinion and evaluation of certain facts and events, in journalistic discourse. Based on contextual and discursive-modus analysis of microcontexts containing discourse markers of dialogization, the authors determine the potential of the media text in terms of modifying the vectors and dominant evaluation of information guides. The term “dialogization of speech” is defined, and its difference from the term “dialogical character of speech” is discussed. The authors relate the degree of impact of dialogization markers in the institutional journalistic discourse to the level of actual, modal or interpretative significance of particular pertinences in the general blended space of the relevance of the utterance in the target social group. The cognitive load of dialogization discourse markers is associated with the impact on the cognitive background of the recipient in order to change the nature of the interpretation of the information message, involving the recipient in a single cognitive-communicative space with the author of the media text. Interactive discursive markers not only realize the functions of discursivization of individual text fragments, but also create a single topically, emotionally and interpretatively unified narrative. Contextually emerging discursivization contributes to accentuation of the initial vector of evaluation of the described event in a hybrid form of discursive practice, which ultimately leads to an increase in the suggestive potential of an utterance and the generalized sense of a publicistic text. Cognitive and functional parameters (discursive function, illocutive potential, cognitive potential) are established for the following discursive means of dialogization of a journalistic text: (1) the use of colloquial lexical units; (2) the use of lexical repetition; 3) the use of citation; 4) the use of “we”-forms; 5) the introduction of questions into the narration. Cases of intentional use of lexical and syntactical repetition, citation, non-usual lexemes are inevitably associated by a potential recipient with socioculturally determined precedent phenomena, which leads to the appearance of additional overtones of persuasion of the information-perceiving social group in the form of an appeal to collective opinion, if a statement by one of the leaders of public opinion is given, or a precedent statement with an allusive verbalizer ipse dixit. The sci-

entific novelty of the research is seen in the theoretical and methodological justification of the potential of the linguopragmatic means of speech influence in modern news media that can be used to form the public opinion.

**Keywords:** media discourse, discourse marker, dialogization, speech influence, mass media

**For citation:** Kamensky, M. V., Bredikhin, S. N., Shibkova, O. S. & Marchenko, T. V. (2024) Potential of dialogization discourse markers of the media text in mass media. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 15. pp. 71–89. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/15/5

В настоящее время расширение коммуникативного медийного пространства за счет появления новых информационных каналов и цифровых средств передачи информации в виртуальной среде предопределяет существенную трансформацию жанрового состава публицистического дискурса, появление новых форм диалога между акторами данных дискурсивных практик и дальнейшую демократизацию медийной коммуникации. Это, в свою очередь, детерминирует рост исследовательского интереса к вопросу диалогизации публицистических текстов, традиционно носящих монологический характер. Как отмечает Л. Е. Кройчик, «пресса работает в режиме диалога с аудиторией» [1. С. 145], при этом диалогизация публицистического текста предопределяет двустороннее взаимодействие СМИ с аудиторией и наличие обратной связи. В данном случае интенсификация стимул-реактивной интеракции детерминируется иллюкативной целью продуцента с обязательным учетом фокуса гипотетического коллективного реципиента, т.е. основывается на социумной релевантности инфоповодов как генерализованном пространстве индивидуальных пертинентностей различных читательских групп, представленных актуальными, модальными и интерпретационными значимостями [2. С. 120]. Вслед за И. Б. Александровой и В. В. Славкиным считаем необходимым разграничить понятия диалогичности речи как коммуникации «равноправных собеседников, которые имеют общий духовный опыт», и диалогизации речи как процесса превращения «монологической речи в диалог с помощью различных приемов» [3. С. 43]. Именно подобный вариант создания имитативного диалогического общения характерен для институциональных дискурсивных практик в медиапространстве. Под диалогизацией публицистического текста в СМИ мы будем понимать перенесение признаков диалога в монологичные по своему характеру и по своей форме публицистические тексты за счет применения определенных

композиционных форм построения текста (например, вопросно-ответная форма подачи информации), использования специфических тропов и языковых средств. Диалогизация публицистического текста способствует облегчению восприятия информационного контента и создает определенную эмпатию между автором материала и ее читателем (целевой аудиторией). Вместе с тем, благодаря выходу на более доверительный уровень опосредованного контакта автора и читателя, диалогизация может также использоваться с целью воздействия на общественное мнение, что особенно эффективно в случае с неподготовленной аудиторией, не обладающей развитым критическим мышлением, а также для создания особой сферы снижения уровня критического отношения к сообщаемой информации в рамках скрытого суггестивного влияния в формах блендирования ценностных пространств реципиентов.

Исследование проводится в развитие теории неполнозначности слов научной школы Ю. И. Леденева [4, 5] и теории дискурсных маркеров, развитие которой как самостоятельной теории в рамках общей теории дискурса стало возможным благодаря научным трудам Д. Шиффрин, Е. Свитсер, Д. Блейкмор, Б. Фрейзер, Дж. Редекер, И. М. Кобозевой, Л. В. Правиковой, в которых исследователи обращались к проблематике дискурсивных слов и исследования их семантики и прагматики [6–12]. Согласно положениям данных теорий, как полнозначные, так и неполнозначные лексемы могут приобретать статус дискурсных маркеров, заключающийся в их способности выступать средствами обеспечения когезии и когерентности дискурса и управлять ходом дискурсивного взаимодействия. Непосредственной отправной точкой исследования является когнитивно-функциональная модель дискурсных маркеров М. В. Каменского, представляющая дискурсные маркеры как единый гомогенный класс речевых единиц, сгруппированных в функциональные слоты по выполняемой ими дискурсивной функции, реализуемому иллокутивному (речевоздействующему) потенциалу и перлокутивному воздействию на когнитивный фон реципиента (когнитивной нагрузке). Методология и методика предпринятого исследования базируются на когнитивно-дискурсивном подходе к интерпретации и моделированию дискурсных маркеров [13, 14], опирающемся на положения когнитивной лингвистики, предложенных Е. С. Кубряковой [15, 16].

Несмотря на то, что средства диалогизации публицистического дискурса неоднократно становились предметом научного осмысления в

современной журналистике и филологии [17, 18], попытка научно-теоретического изучения их речевоздействующего потенциала в контексте теории дискурсных маркеров ранее не предпринималась. Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что в нем впервые предпринимается попытка обосновать функциональный статус речевых средств диалогизации публицистического дискурса как речевоздействующих средств со статусом и когнитивно-функциональным потенциалом дискурсных маркеров.

С методологических позиций в рамках выявления общего пространства релевантности не только самих инициальных инфоповодов (топикальной релевантности), но и общественной значимости иллюкутивных целей и форм выражения (модальной и внутренней релевантности) используется анализ механизмов блендирования частных (личных) пертинентностей акторов и рецепторов. В рамках социального направления дискурс-анализа [19] концепция конвергенции (блендирования) личных, групповых и социальных значимостей как базового условия создания коллективной релевантности и общего когнитивного актива представляется наиболее востребованной.

Существующие классификации речевых средств воздействия в институциональном публицистическом дискурсе СМИ охватывают достаточно широкий дискурсивный инструментарий, основанный на диалогизации публицистического текста [20]. В частности, в качестве отправной точки мы считаем целесообразным принять за основу классификацию характерных для современного языка медиасредств диалогизации и экспрессивизации, предлагаемую Е. А. Никоновой, в соответствии с которой выделяются разговорная лексика, повторы, цитация, использование риторических вопросов в повествовании, игра слов [21. С. 131–137].

В контексте настоящего исследования интересной в теоретико-методологическом отношении классификацией, содержательно коррелирующей с классификацией Е. А. Никоновой, является классификация С. П. Хорошиловой, разделяющей средства диалогизации на внешние, выполняющие функцию привлечения внимания, которые обеспечивают интенсификацию актуальных значимостей реципиентов в отношении описываемых событий, и внутренние, относящиеся к эмоциональной сфере сознания, способствующие активизации модальных и интерпретационных значимостей адресанта и обеспечивающих интеграцию их в корреляции с актуальной значимостью в общее пространство релевантности всего читающего сообщества. К внешним средствам автор

относит «мы»-формы, обращения, средства авторизации, вопросно-ответные единства, формы повелительного наклонения, вводные конструкции. Внутренние средства диалогизации, по С. П. Хорошиловой, включают метафору, риторические формы (вопросы и восклицания), повторы (анафору), средства модальности [22. С. 132].

Обобщая вышеуказанные классификации, в настоящем исследовании остановимся на обсуждении следующих речевых приемов диалогизации, потенциально заключающих в своей основе лексические единицы со статусом дискурсных маркеров: 1) использование разговорной лексики; 2) использование лексических повторов; 3) использование цитации; 4) употребление «мы»-формы; 5) введение риторических вопросов в повествование.

В качестве материала исследования привлечены материалы медийных статей, размещенных на публично доступных русскоязычных новостных порталах и сайтах электронных изданий и информационных агентств (ТАСС, Лента.ру, Дни.ру, 33Live). Суммарный объем исследовательской картотеки составил 150 микроконтекстов употребления пяти заявленных для исследования речевых приемов диалогизации публицистического дискурса (использование разговорной лексики; использование лексических повторов; использование цитации; употребление «мы»-формы; введение риторических вопросов в повествование), представленных в 23 электронных публикациях.

Если исходить из вышеуказанного тезиса о том, что речевые средства диалогизации публицистического текста носят характер фокусных, экспрессивных элементов, нацеленных на продуцирование определенного перлокутивного эффекта и воздействие на когнитивный фон реципиента с целью создания блендированного пространства пертинентностей, выступающих как общая релевантность сообщения, подчеркивающая не только его значимость для всей читательской аудитории, но и исключительную роль в жизни каждого отдельно взятого реципиента, то логично предположить, что конкретное дискурсивное воплощение обозначенных выше речевых средств воздействия может носить характер дискурсных маркеров. Подобные дискурсные маркеры интеракционального характера не только реализуют дискурсивные функции отдельных текстовых фрагментов, но и создают топиально, эмоционально и интерпретативно единый нарратив.

Под дискурсными маркерами мы понимаем «лексические единицы и их сочетания, характеризующиеся особым дискурсивным статусом»

[14. С. 5], заключающимся в оказании определенного влияния на «развертывание дискурсивного взаимодействия на когнитивном уровне, то есть на уровне восприятия информации реципиентом» [14. С. 5]. Восприятие и членение на значимостные компоненты информационного потока, выделение в нем знаниевых (когнитивных), информационных (оперативных) и импринтных (эмотивных) элементов является институционально оформленным процессом, обеспеченным обязательной реализацией в локуции констант смыслопорождения (ситуативности, модальности, субъективности, темпоральности и т.д.) [23].

Как показало исследование М. В. Каменского, дискурсные маркеры, в том числе реализуемые в пространстве такого специфического гибридного вида институционального типа дискурса, как публицистический дискурс СМИ, подлежат объединению в единую лингвистическую модель по когнитивно-функциональному основанию. Конкретным объединяющим началом для дискурсных маркеров выступает триада их основных когнитивных и прагматических параметров, позволяющих сгруппировать дискурсные маркеры в функциональные слоты когнитивно-функциональной модели, а именно:

1. *Дискурсивная функция* – функция дискурсных маркеров как синтаксических или прагматических элементов дискурсивного взаимодействия: сегментация и структурирование текста, маркирование начала и окончания диалога, а также смены темы, сигнал о понимании либо непонимании и т.п.

2. *Иллокутивный потенциал* – набор интерперсональных и метатекстовых иллокутивных действий, реализуемых посредством дискурсного маркера для достижения коммуникативной цели высказывания.

3. *Когнитивная нагрузка* – концептуальная характеристика способности дискурсного маркера управлять интерпретационным вектором дискурсивного взаимодействия и оказывать влияние на когнитивный фон реципиента в соответствии с маркированной внешней целью коммуникативного действия [14. С. 6–7].

Продемонстрируем интеграцию речевых средств диалогизации публицистических текстов СМИ в когнитивно-функциональную модель дискурсных маркеров на примере пяти заявленных выше речевых средств диалогизации.

**1. Использование разговорной лексики.** Применение разговорной лексики как способа диалогизации публицистического текста является проявлением тенденции к субъективации медийных текстов и

объясняется стремлением автора к более эмоциональной передаче содержания информационных материалов, по жанровой принадлежности обычно подразумевающих объективность и беспристрастность. Автоматическая обработка позволяет достаточно четко делимитировать микроконтексты, содержащие разговорные лексемы, на основании пересечения трех вышеупомянутых когнитивных и дискурсивных параметров, а также реализации функции интимизации (создания пространства частной значимости для реципиента) с помощью применения легитимизированных в лингвокультурном сообществе разговорных элементов.

Рассмотрим примеры употребления разговорной лексики в публикациях информационного агентства ТАСС и новостного портала «Лента.ру»:

(1) *Около 40 % жителей страны готовы получать заработную плату «в конверте», а устроиться на работу с «черной» или «серой» зарплатой готовы 39 % респондентов* [24].

(2) *Кадыров приехал в Ингушетию на разборки с обозвавшим его старейшиной и извинился* [25].

В примере (1) наблюдается использование жаргонизмов «черная зарплата» и «серая зарплата», в то время как в примере (2) имеет место применение разговорных лексем «обозвать» и «разборки», что позволяет авторам сделать заголовки публикаций более экспрессивными и как следствие более заметными для целевой аудитории.

Как показал анализ эмпирического материала, использование в публицистическом тексте СМИ интерферентной лексики, характерной для неинституционального (разговорного) дискурса, позволяет привлечь внимание читателя к маркированному данной лексикой сегменту текста. Проведенный анализ показал, что разговорные лексемы способны приобретать в пространстве публицистического дискурса свойства дискурсивных маркеров, выполняющих *дискурсивную функцию* информационного фокуса высказывания, обладающих *иллокутивным потенциалом*, связанным со способностью концентрировать внимание реципиента на определенной части высказывания, и *когнитивной нагрузкой*, заключающейся в оказании воздействия на когнитивный фон реципиента с целью изменения его оценки по отношению к описываемым в медиа тексте персоналиям или событиям. Таким образом, использование дискурсивных маркеров способствует акцентированию исходного вектора оценки описываемого события в гибридном виде дискурсивной практики, что в конечном счете ведет к усилению

суггестивного потенциала не только конкретного высказывания, но и генерализованного содержания медиатекста.

**2. Использование лексических повторов.** Лексические повторы в публицистических текстах СМИ выступают способом диалогизации, основанным на концентрированном повторении информации, способствующем достижению связности повествования и при этом допускающем использование в качестве стилистического средства передачи авторской оценки и создания экспрессии. Конвергенция аксиологизации и эмотивизации повествования с подчеркиваемой топиальной когерентностью и семантической нагруженностью повторяемых элементов приводит к градационному нарастанию фокусировки внимания читателя на необходимых адресанту оценочных доминантах.

Рассмотрим пример лексического повтора в тексте, размещенном на веб-сайте информационного агентства ТАСС:

(3) Она [Э. А. Памфилова – комментарий наш. – Авт.] подчеркнула, что россияне своим голосованием показали свою свободу и самостоятельность. *«Мы никому ничего не хотели показывать и доказывать. Мы себе доказали, что мы самостоятельный народ, который не оглядывается ни на кого, а делает то, что считает необходимым для развития страны, и невольно показали Западу, что мы тоже едины»*, – сказала Памфилова [26].

В данном примере наблюдаем повтор слова «показать» как вне цитаты, так и в тексте цитаты Э. А. Памфиловой, а также повтор в цитате близкого по форме и контекстуально связанного с ним в смысловом отношении глагола «доказать». Использование подобных лексических повторов в медиатексте направлено на привлечение внимания реципиента и на создание эффекта смысловой и логической завершенности сегмента текста.

Такого рода лексические повторы могут рассматриваться в качестве дискурсных маркеров, выполняющих *дискурсивную функцию* информационного фокуса высказывания. *Иллокутивный потенциал* данных маркеров заключается в концентрации внимания реципиента на определенной части высказывания благодаря усилению экспрессивности выражения. *Когнитивная нагрузка* состоит в оказании воздействия на когнитивный фон реципиента с целью изменения его оценки в соответствии с авторской интенцией.

Отметим также, что интересным приемом диалогизации и речевого воздействия в текстах СМИ является концентрированное повторение языковых средств обеспечения текстовой когезии, таких как союзы,

местоимения, предлоги. В подобных случаях интерес представляют не столько сами повторяющиеся связующие элементы, не обладающие номинативной семантикой, сколько предваряемые и выделяемые ими сегменты текста, содержащие наиболее значимую с позиции автора информацию. Повторяющиеся элементы также приобретают функциональный статус дискурсных маркеров информационного фокуса предложения, как и тип когезивной связки (сочинительный или подчинительный), что дополнительно маркирует степень институционализации в процессе оказания воздействия на коллективного рецептора.

**3. Использование цитации.** Цитация играет существенную роль в диалогизации публицистических текстов в силу ее функционального потенциала в части повышения информативности текста и его достоверности благодаря использованию ссылки на авторитетный источник информации либо на коллективное мнение. Вместе с тем цитация также обладает потенциалом речевого воздействия в силу возможности использования цитат для «выражения авторской оценки и формирования образа описываемого события» [27. С. 71], что становится возможным благодаря экспрессивности используемых цитат либо целенаправленного использования неполных цитат с целью акцентирования внимания реципиента на определенной стороне освещаемых событий.

Рассмотрим пример использования цитации в публикации, размещенной на портале «Дни.ру». В данном примере имеет место ссылка на коллективное мнение пользователей сети Интернет, являющихся регулярными читателями новостного портала:

*(4) Многие пользователи остались под впечатлением от речи российского президента. Один из них считает, что таким образом политик «протянул Польше руку». Другой читатель заявил, что Варшаве «пора перестать обслуживать интересы западных партнеров и заняться собственными». Еще один комментатор призвал польских политиков отказаться от предвзятости и «вспомнить об общем славянском прошлом» [28].*

В данном фрагменте цитаты пользователей из польского медийного источника даны выборочно, что в условиях отсутствия текстовых фрагментов, отражающих противоположное мнение, позволяет акцентированно представить читателю определенную точку зрения посредством использования цитат.

Цитация в медиатексте может также иметь формат ссылки на авторитетный источник, что придает содержанию более убедительный характер. Цитирование также может реализовывать дополнительные

обертоны убеждения коллективного реципиента в форме апелляции к авторитету, если приводится высказывание кого-либо из лидеров общественного мнения или же прецедентное высказывание с аллюзивным вербализатором *ipse dixit*.

Продemonстрируем цитацию как ссылку на авторитетный источник на следующих примерах из материалов информационного агентства ТАСС:

(5) *Такие фейки про вбросы встречаются не впервые. Аналогичные сообщения фиксировались еще в 2021 г. в Единый день голосования. Тогда же глава Центризбиркома Элла Памфилова разъясняла: «Уважаемые коллеги, это стандартная процедура, когда по окончании голосования приходят члены комиссий с переносными ящиками с надомного голосования, и после 20:00, когда заканчивается голосование на стационарном участке, они обязаны в КОИБы опускать эти бюллетени»* [29].

(6) *Технологическое лидерство может стать новой национальной целью и смотивировать молодежь идти в науку, а также создавать новые технологии. Такое мнение выразил в ходе Дня искусственного интеллекта на Международной выставке-форуме «Россия» генеральный директор АНО «Цифровая экономика» Сергей Плуготаренко* [30].

Приведенные примеры показывают, что маркирование цитаты соответствующим графическим образом (с применением кавычек) в дискурсивном пространстве публицистического дискурса СМИ обладает функциональным потенциалом дискурсного маркера. *Дискурсивная функция* данного маркера состоит в создании информационного фокуса высказывания, *иллокутивный потенциал* – в придании убедительности и достоверности передаваемой информации как процитированной дословно. *Когнитивная нагрузка* дискурсного маркера заключается в усилении когнитивных представлений реципиента об информационном содержании медиатекста как достоверном, убедительном, основанном на подтвержденной информации либо на коллективном мнении, переданном в цитируемых речевых сообщениях.

**4. Употребление «мы»-формы.** «Мы»-форма является средством диалогизации публицистического дискурса, основанным на применении обобщающего личного местоимения «мы» с целью погружения читателя в общее с автором публикации дискурсивное пространство, обеспечения более тесного опосредованного контакта и взаимодействия автора и читателя, вовлечения читателя в рассуждения автора, его позицию и оценку описываемых событий и персоналий. Подобная

форма влияния создает в ткани текста некий общий когнитивный актив, который и служит пространством «псевдоколлективной» генерации оценки описываемого события, а значит, придает необходимому продуценту вектора интерпретации большую актуальную значимость в общем пространстве релевантности.

Следующий фрагмент из публикации, размещенной на новостном портале Дни.ру, служит примером диалогизации публицистических текстов на основе применения «мы»-форм, при этом местоимение «мы» в данном случае включает в себя как адресанта, так и адресата речевого сообщения, что служит усилению экспрессии и более эффективной передаче авторской точки зрения:

*(7) Именно тогда, когда мы перестаем жить в иллюзиях и принимаем истину, мы можем что-то изменить. Это путь к счастью в отношениях [31].*

С точки зрения когнитивно-функционального подхода к моделированию дискурсных маркеров местоимение «мы» в рамках приема использования «мы»-формы в высказывании имеет статус дискурсного маркера. Его *дискурсивной функцией* является создание информационного фокуса высказывания, *иллокутивный потенциал* состоит в передаче авторской точки зрения по отношению к сообщаемому. *Когнитивная нагрузка* данного дискурсного маркера заключается в вовлечении адресата речевого сообщения в единое когнитивно-коммуникативное пространство с адресантом.

**5. Введение риторических вопросов в повествование.** Использование риторических вопросов в повествовании является эффективным языковым инструментом диалогизации публицистического текста благодаря вовлечению реципиента в совместное рассуждение с автором. Риторические вопросы также обладают существенным функциональным потенциалом в части усиления эмоциональной и экспрессивной выразительности текста и могут быть использованы как инструмент выражения определенной авторской позиции.

Приведем примеры заголовков публицистических текстов, демонстрирующих использование вопросной формы:

*(8) В МИД России отреагировали на нападки США за Крым: Извинитесь за Хиросиму? [32].*

*(9) Как надо просить прощения? Как быть, если простить нет сил? Отвечают священник и психолог [33].*

Подобные риторические вопросы в заглавии используются как фокусный элемент, направленный на привлечение внимания реципиента

к содержанию медиатекста. Использование интенсификаторов когнитивной деятельности в сильных позициях текста (заглавии, заголовочном комплексе, аннотации и т.д.) в сочетании их с вербальной экспликацией прецедентных феноменов, которые при симультанном ассоциировании приобретают новые обертоны в конситуативной привязке [34], в значительной степени усиливает суггестию институционального медийного дискурса. Использование вопросной формы, обращенной к реципиенту и активирующей когнитивные операции по осмыслению информационного посыла автора медиатекста с точки зрения поставленного риторического вопроса, обладает функциональным потенциалом дискурсного маркера информационного фокуса высказывания. Таким образом, вопросительный знак в данном случае может быть интерпретирован как графический дискурсный маркер, *дискурсивная функция* которого состоит в создании информационного фокуса высказывания. *Иллокутивный потенциал* данного дискурсного маркера состоит в привлечении внимания реципиента к определенному сегменту высказывания, осмысление которого в контексте определенной точки зрения представляется для адресанта данного высказывания важным. *Когнитивная нагрузка* дискурсного маркера состоит в активизации когнитивных операций реципиента по осмыслению авторского посыла, при этом формулировка риторического вопроса может направлять интерпретационный вектор осмысления информационного содержания медиатекста в сторону принятия точки зрения или оценки автора речевого сообщения.

В результате исследования установлено, что в связи со способностью оказания существенного лингвопрагматического воздействия на массовое общественное сознание средства массовой информации обладают существенным потенциалом речевого воздействия, реализуемым, в том числе, посредством дискурсных маркеров.

Проведенный анализ эмпирического материала позволяет констатировать, что в дискурсивном пространстве современных СМИ речевое воздействие реализуется посредством комплекса языковых средств выражения экспрессии и оценки, в том числе с использованием разговорной лексики, лексических повторов, «мы»-формы, цитации и риторических вопросов. Выявленные экспрессивные и оценочные средства направлены на установление доверительных отношений в рамках дискурсивного взаимодействия автора медиатекста и целевой массовой аудитории в СМИ и обеспечение положительного результата передачи информационного посыла адресанта.

Исследование позволило продемонстрировать, что следующие приемы диалогизации потенциально заключают в своей основе лексические единицы со статусом дискурсных маркеров: 1) использование разговорной лексики; 2) использование лексических повторов; 3) использование цитации; 4) употребление «мы»-формы; 5) введение риторических вопросов в повествование.

Результаты анализа фактического материала свидетельствуют о том, что дискурсивная функция дискурсных маркеров диалогичности публицистического текста в СМИ состоит в создании информационного фокуса высказывания. Иллокутивный потенциал такого рода дискурсных маркеров заключается в передаче авторской оценки, придании убедительности и достоверности сообщаемой информации. Когнитивная нагрузка дискурсных маркеров диалогичности связана с воздействием на когнитивный фон реципиента с целью изменения характера интерпретации информационного посыла, вовлечения реципиента в единое когнитивно-коммуникативное пространство с автором медиатекста, активизации когнитивных операций по осмыслению его информационного содержания с изменением точки зрения реципиента, усилении когнитивных представлений реципиента о достоверности информационного содержания медиатекста.

#### Список источников

1. Кройчик Л. Е. Диалоговые ресурсы публицистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 2. С. 139–148. doi: 10/17150/2308-6203.2015.4(2).139-148
2. Бредихин С. Н., Шибкова О. С., Гусаренко С. В. Когнитивный блендинг как основа создания релевантности высказывания // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. № 4. С. 118–128. doi: 10.29025/2079-6021-2023-4-118-128
3. Александрова И. Б., Славкин В. В. Диалогичность как категориальная характеристика речи современного общества // Медиаскоп. 2015. № 4. С. 43–44.
4. Леденев Ю. И. Избранные труды по языкознанию. Ставрополь : Изд-во СГУ, 2007. 456 с.
5. Леденев Ю. И. Неполнозначные слова в русском языке : учеб. пособие к спецкурсу. Ставрополь : Изд-во СГПИ, 1988. 87 с.
6. Schiffrin D. Discourse Markers. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 364 p.
7. Blakemore D. Understanding utterances. Oxford : Blackwell, 1992. 191 p.
8. Fraser B. An approach to discourse markers // Journal of Pragmatics. 1990. № 14. P. 383–395.

9. Redeker G. Linguistic markers of discourse structure // *Linguistics*. 1991. № 29. P. 1139–1172.
10. Кобозева И. М. Полисемия дискурсивных слов и попытка ее разрешения в контексте предложения (на примере слова вот) // *Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии; Диалог* 2007. М., 2007. С. 250–255.
11. Правикова Л. В. Дискурсные маркеры: современное состояние проблемы // *Вестник ПГЛУ*. 2000. № 4. С. 22–34.
12. Правикова Л. В. Современная теория дискурса: когнитивно-фреймовый и аргументативный подходы. Пятигорск : ПГЛУ, 2004. 300 с.
13. Каменский М. В. Дискурсные маркеры: когнитивно-дискурсивный подход. Ставрополь : СКФУ, 2013. 176 с.
14. Каменский М. В. Когнитивно-функциональная модель дискурсных маркеров. Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2014. 186 с.
15. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2004. № 1. С. 6–18.
16. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М. : Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
17. Зиновьев И. В. Диалогизм М. М. Бахтина и современная теория журналистики // *Известия Уральского федерального университета*. 2012. № 2. С. 24–31.
18. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2004. 176 с.
19. Dijk T.A. van. Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. 298 p.
20. Денисюк Е. В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 22 с.
21. Никонова Е. А. Тенденции экспрессивизации и диалогизации в газетном стиле (на примере новостного блока англоязычных газет) // *Научный диалог*. 2020. № 9. С. 128–143. doi: 10.24224/2227-1295-2020-9-128-143
22. Хорошилова С. П. Диалогизация процесса речевого воздействия на аудиторию // *Международный журнал экспериментального образования*. 2010. № 11. С. 131–133.
23. Бредихин С. Н. Константы интенциональности, субъективности и модальности в герменевтическом понимании смысла // *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2015. № 3 (44). С. 54–58.
24. Алешковский Д. П. Почти 40 % опрошенных россиян готовы получать зарплату «в конверте» // ТАСС. 2021. 5 сент. URL: <https://tass.ru/obschestvo/12306477>
25. Кадыров приехал в Ингушетию на разборки с обзовавшим его старейшиной и извинился // *Лента.ру*. 2018. 20 окт. URL: <https://lenta.ru/news/2018/10/20/izvini/>
26. Памфилова назвала явку на выборах президента рекордной в новейшей истории РФ // ТАСС. 2024. 18 марта. URL: <https://tass.ru/politika/20269313>

27. Кузина О. А. Цитирование как средство воздействия в медиадискурсе // Вестник Московской международной академии. 2016. № 1. С. 70–73.

28. Крылова П. Слова Путина об отношениях Москвы и Варшавы впечатлили поляков: Пора перестать обслуживать интересы Запада // Дни.ру. 2021. 19 мая. URL: <https://dni.ru/polit/2021/5/19/478542.html>

29. Демьянчук А. Действительно ли фиксируются вбросы бюллетеней на выборах президента? // ТАСС. 2024. 16 марта. URL: <https://tass.ru/politika/20253375>

30. Эксперт считает, что техлидерство может стать новой национальной целью России // ТАСС. 2024. 13 марта. URL: <https://tass.ru/ekonomika/20222997>

31. Шахов А. Как найти достойного мужчину // Дни.ру. 2020. 13 апр. URL: <https://dni.ru/lifestyle/2020/4/13/447495.html>

32. В МИД России отреагировали на нападки США за Крым: Извинитесь за Хиросиму? // 33 регион в прямом эфире. 2021. 19 мая. URL: <https://33live.ru/novosti/19-05-2021-v-mid-rossii-otreagirovali-na-napadki-ssha-za-krym-izvinites-za-xirosimu.html>

33. Как надо просить прощения? Как быть, если простить нет сил? Отвечают священник и психолог // ТАСС. 2024. 15 марта. URL: <https://tass.ru/obschestvo/17097451>

34. Марченко Т. В., Бредихин С. Н., Лепилкина О. И. Специфика формирования ассоциативного потенциала нового прецедентного феномена и поликодовой объективации в современном британском медиадискурсе // Вестник Калмыцкого университета. 2023. № 3 (59). С. 109–115. doi: 10.53315/1995-0713-2023-59-3-109-115

## References

1. Kroychik, L.E. (2015) Dialogue resources of journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 4 (2). pp. 139–148. (In Russian). doi: 10/17150/2308-6203.2015.4(2).139-148.

2. Bredikhin, S.N., Shibkova, O.S. & Gusarenko, S.V. (2023) Cognitive blending as the basis for utterance relevance generation. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. 4. pp. 118–128. (In Russian). doi: 10.29025/2079-6021-2023-4-118-128.

3. Aleksandrova, I.B. & Slavkin, V.V. (2015) Dialogichnost' kak kategorial'naya kharakteristika rechi sovremennogo obshchestva [Dialogueness as a categorical characteristic of the speech of modern society]. *Mediascope*. 4. pp. 43–44.

4. Ledenev, Yu.I. (2007) *Izbrannye trudy po yazykoznaniyu* [Selected works on language studies]. Stavropol: SSU.

5. Ledenev, Yu.I. (1988) *Nepolnoznachnye slova v russkom yazyke* [Words with incomplete meaning in the Russian language]. Stavropol: SSPI.

6. Schiffrin, D. (1987) *Discourse Markers*. Cambridge: Cambridge University Press.

7. Blakemore, D. (1992) *Understanding utterances*. Oxford: Blackwell.

8. Fraser, B. (1990) An approach to discourse markers. *Journal of Pragmatics*. 14. pp. 383–395.
9. Redeker, G. (1991) Linguistic markers of discourse structure. *Linguistics*. 29. pp. 1139–1172.
10. Kobozeva, I.M. (2007) Polisemiya diskursivnykh slov i popytka ee razresheniya v kontekste predlozheniya (na primere slova vot) [Polysemy of discursive words and contextualization in a sentence (by the example of the word “vot”)]. In: *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nye tekhnologii; Dialog'2007* [Computational Linguistics and Intellectual Technologies; Dialogue'2007]. Moscow. pp. 250–255.
11. Pravikova, L.V. (2000) Diskursnye markery: sovremennoe sostoyanie problemy [Discourse markers: current state of the problem]. *Vestnik PGLU*. 4. pp. 22–34.
12. Pravikova, L.V. (2004) *Sovremennaya teoriya diskursa: kognitivno-freymovyy i argumentativnyy podkhody* [Modern discourse theory: cognitive frame and argumentative approaches]. Pyatigorsk: PSLU.
13. Kamenskiy, M.V. (2013) *Diskursnye markery: kognitivno-diskursivnyy podkhod* [Discourse markers: cognitive-discursive approach]. Stavropol: NCFU.
14. Kamenskiy, M.V. (2014) *Kognitivno-funktional'naya model' diskursnykh markerov* [Cognitive-functional model of discourse markers]. Stavropol: NCFU.
15. Kubryakova, E.S. (2004) Ob ustanovkakh kognitivnoy nauki i aktual'nykh problemakh kognitivnoy lingvistiki [On the principles of cognitive science and current problems of cognitive linguistics]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. 1. pp. 6–18.
16. Kubryakova, E.S. (2004) *Yazyk i znanie: Na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and knowledge: Towards acquiring knowledge about language: Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in understanding the world]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
17. Zinov'ev, I.V. (2012) Dialogizm M. M. Bakhtina i sovremennaya teoriya zhurnalistiki [Dialogism of M. M. Bakhtin and modern theory of journalism]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta*. 2. pp. 24–31.
18. Duskaeva, L.R. (2004) *Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov* [The dialogical nature of newspaper speech genres]. Perm: Perm State University.
19. van Dijk, T.A. (2009) *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge: Cambridge University Press.
20. Denisuyk, E.V. (2004) *Manipulyativnoe rechevoe vozdeystvie: kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt* [Manipulative speech influence: communicative-pragmatic aspect]. Abstract of Philology Cand. Diss. Yekaterinburg.
21. Nikonova, E.A. (2020) Newspaper-Style Expressivization and Dialogization Trends (News Block of English-Language Newspapers). *Nauchnyy dialog*. 9. pp. 128–143. (In Russian). doi: 10.24224/2227-1295-2020-9-128-143.
22. Khoroshilova, S.P. (2010) Dialogizatsiya protsessa rechevogo vozdeystviya na auditoriyu [Dialogization of the process of speech influence on the audience]. *Mezhdunarodnyy zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya*. 11. pp. 131–133.

23. Bredikhin, S.N. (2015) Konstanty intentsial'nosti, sub'ektivnosti i modal'nosti v germenevicheskom ponimanií smysla [Constants of intentionality, subjectivity and modality in hermeneutical conception of sense]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. 3 (44). pp. 54–58.

24. Aleshkovskiy, D.P. (2021) *Pochti 40 % oproshennykh rossiyan gotovy poluchat' zarplatu "v konverte"* [Almost 40 % of Russians surveyed are ready to receive a salary "in an envelope"]. TASS. 5 September. [Online] Available from: <https://tass.ru/obschestvo/12306477>

25. Lenta.ru. (2018) *Kadyrov priekhal v Ingushetiya na razborki s oboznavshim ego stareyshinoy i izvinilsya* [Kadyrov came to Ingushetia for a showdown with an elder who called him names and apologized]. 20 October. [Online] Available from: <https://lenta.ru/news/2018/10/20/izvini/>

26. TASS. (2024) *Pamfilova nazvala yavku na vyborakh prezidenta rekordnoy v noveyshey istorii RF* [Pamfilova called the turnout in the presidential elections a record in the modern history of the Russian Federation]. 18 March. [Online] Available from: <https://tass.ru/politika/20269313>

27. Kuzina, O.A. (2016) Tsitirovanie kak sredstvo vozdeystviya v mediadiskurse [Citation as a means of influence in media discourse]. *Vestnik Moskovskoy mezhdunarodnoy akademii*. 1. pp. 70–73.

28. Krylova, P. (2021) *Slova Putina ob otnosheniyakh Moskvy i Varshavy vpechatlili polyakov: Pora perestat' obsluzhivat' interesy Zapada* [Putin's words about relations between Moscow and Warsaw impressed the Poles: It's time to stop serving the interests of the West]. Dni.ru. 19 May. [Online] Available from: <https://dni.ru/polit/2021/5/19/478542.html>

29. Dem'yanchuk, A. (2024) *Deystvitel'no li fiksiruyutsya vbrosy byulleteney na vyborakh prezidenta?* [Is ballot stuffing really recorded in presidential elections?]. TASS. 16 March. [Online] Available from: <https://tass.ru/politika/20253375>

30. TASS. (2024) *Ekspert schitaet, chto tekhliderstvo mozhet stat' novoy natsional'noy tsel'yu Rossii* [The expert believes that technical leadership can become a new national goal for Russia]. 13 March. [Online] Available from: <https://tass.ru/ekonomika/20222997>

31. Shakhov, A. (2020) *Kak nayti dostoyного muzhchinu* [How to find a worthy man]. Dni.ru. 13 April. [Online] Available from: <https://dni.ru/lifestyle/2020/4/13/447495.html>

32. 33live.ru. (2021) *VMID Rossii otreagirovali na napadki SShA za Krym: Izvinites' za Khirosimu?* [The Russian Foreign Ministry responded to US attacks over Crimea: Apologize for Hiroshima?]. 19 May. [Online] Available from: <https://33live.ru/novosti/19-05-2021-v-mid-rossii-otreagirovali-na-napadki-ssha-za-krym-izvinites-za-xirosimu.html>

33. TASS. (2024) *Kak nado prosit' proshcheniya? Kak byt', esli prostit' net sil? Otechayut syvashchennik i psikholog* [How should you ask for forgiveness? What to do if you don't have the strength to forgive? A priest and a psychologist answer]. 15 March. [Online] Available from: <https://tass.ru/obschestvo/17097451>

34. Marchenko, T.V., Bredikhin, S.N. & Lepilkina, O.I. (2023) Specific Features of Forming the Associative Potential of a New Precedent Phenomenon and Polycode Objectification in Modern British Mediadiscourse. *Vestnik Kalmytskogo universiteta*. 3 (59). pp. 109–115. (In Russian). doi: 10.53315/1995-0713-2023-59-3-109-115.

***Информация об авторах:***

**Каменский М. В.** – д-р филол. наук, доцент, зав. кафедрой лингвистики, лингводидактики и межкультурной коммуникации Северо-Кавказского федерального университета (Ставрополь, Россия). E-mail: mkamenskii@ncfu.ru

**Бредихин С. Н.** – д-р филол. наук, профессор, профессор кафедры теории и практики перевода Северо-Кавказского федерального университета (Ставрополь, Россия). E-mail: sbredikhin@ncfu.ru

**Шибкова О. С.** – д-р филол. наук, профессор, зав. кафедрой английского языка Северо-Кавказского федерального университета (Ставрополь, Россия). E-mail: oshibkova@ncfu.ru

**Марченко Т. В.** – канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода Северо-Кавказского федерального университета (Ставрополь, Россия). E-mail: tmarchenko@ncfu.ru

***Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.***

***Information about the authors:***

**M. V. Kamensky**, Dr. Sci. (Philology), docent, head of the department, North-Caucasus Federal University (Stavropol, Russian Federation). E-mail: mkamenskii@ncfu.ru

**S. N. Bredikhin**, Dr. Sci. (Philology), professor, North-Caucasus Federal University (Stavropol, Russian Federation). E-mail: sbredikhin@ncfu.ru

**O. S. Shibkova**, Dr. Sci. (Philology), professor, head of the department, North-Caucasus Federal University (Stavropol, Russian Federation). E-mail: oshibkova@ncfu.ru

**T. V. Marchenko**, Cand. Sci. (Philology), docent, associate professor, North-Caucasus Federal University (Stavropol, Russian Federation). E-mail: tmarchenko@ncfu.ru

***The authors declare no conflicts of interests.***

*Статья поступила в редакцию 25.03.2024;  
одобрена после рецензирования 09.05.2024; принята к публикации 26.06.2024.*

*The article was submitted 25.03.2024;  
approved after reviewing 09.05.2024; accepted for publication 26.06.2024.*