

Сухомлина Татьяна Александровна

DOI 10.31483/r-74813

## ВНУТРЕННЯЯ ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАТЕГОРИИ БУДУЩЕГО ВРЕМЕНИ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИЙНЫХ ТЕКСТОВ)

**Аннотация:** статья посвящена описанию диалогичности категории будущего времени в медийных текстах. На различных примерах автор приходит к выводу, что внутренняя диалогичность категории как одного из ресурсов словотворчества становится все более яркой для британской массовой прессы. В результате исследования очевидным фактом для автора стало то, что форма преподнесения материала для читателя во всех жанрах публицистики меняется из-за снижения этико-стилистических норм речи, определяемых прогрессирующей демократизацией общения. Результаты новизны работы представлены в описании категории будущего времени как сложного явления, передающего с помощью внутреннего диалога с читателем различные смыслы автора и определяющего отношение журналиста к представленной информации. Автор статьи утверждает, что внутренняя диалогичность категории является стержнем семантики будущего, в основе которого лежит желание автора передать свои убеждения и оказывать воздействие на читателя с помощью языковых средств категории будущего времени.

**Ключевые слова:** категория будущего времени, медийные тексты, внутренняя диалогичность, новые смыслы, формы будущего времени.

**Abstract:** the article describes the internal dialogic nature of the Future Tense category in mass media texts. On the example of various texts, the author comes to the conclusion that the internal dialogic nature of the category as one of the resources of word creation is becoming more and more vivid in the British mass media texts. As a result of the research, it is an obvious fact for the author that the form of presenting the article to reader in all genres of journalism is changing due to the decrease in ethical and stylistic norms of speech, determined by the progressive democratization of communication. The results of the novelty of the work are presented in the

---

*description of the Future Tense category as a complex phenomenon that has different author's meanings because of the internal dialogue with reader, and determines the journalist's attitude to the presented information. The author of the article tells that the internal dialogic nature of the category is the basis of the future semantics, which is based on the author's desire to describe his beliefs and influence the reader using the language means of the Future Tense category.*

**Keywords:** *the Future Tense category, mass media texts, the internal dialogic nature, new meanings, the language means of the Future Tense.*

Публицистика не раз привлекала ученых как материал для исследования языка и речи (Н.И. Клушина, Е.С. Кубрякова, Е.А. Покровская, С.И. Сметанина, Л.Г. Кайда и др.), так как она обладает универсальным качеством отображения в ней всех сторон жизни, интересующих как отдельную личность, так и общество в целом. Публицистика является культурным пространством бытийных тем, которые всегда волнуют людей. В таком ключе газета предстает как культурно-ментальная форма, отражающая и формирующая уклад жизни. Согласно статистике, Британия является читающим государством. Британская газета «The Times» завоевала репутацию хорошо информированного, респектабельного органа информации. Значение прессы подтверждается на сегодняшний момент тем фактом, что примерно половина жителей Великобритании читают газеты ежедневно в отличие от французов, которые к газетам обращаются реже всех.

Категория будущего времени совершенно естественно входит в мир прессы. Она является неотъемлемой частью газетных текстов и оказывает большое влияние на самосознание и язык нации. Языковое представление категории – это целостный, глобальный образ будущего, который является результатом внутреннего диалога между автором и читателем, имеющим место в процессе ознакомления с миром прессы. Познавая этот мир, читатель составляет образное представление о будущем с помощью средств выражения будущего времени, и в его сознании формируется соответствующая картина мира. Она несет в себе представление о будущем как некое понимание действительности в соответствии

---

с временной логикой ее восприятия. Следовательно, описание внутренней диалогичности категории будущего времени в английском языке как специфики языкового сознания представляется особенно актуальным в настоящее время.

Исследование в сфере газетной публицистики позволяют говорить о том, что будущее время является неотъемлемой частью медийных текстов и оказывает большое влияние на самосознание и язык нации. Языковое представление о категории формирует целостный, глобальный образ будущего, который является результатом мыслительной деятельности человека, имеющей место в процессе его взаимодействия с миром прессы. Познавая этот мир, читатель составляет образное представление о будущем и в его сознании формируется соответствующая картина мира. Она несет в себе представление о будущем времени как некое понимание действительности в соответствии с временной логикой ее восприятия. Образ будущего относится к числу важнейших параметров текстовой организации, поскольку он неизбежно отражает события, явления или психическую деятельность человека в их временной ориентированности. Образ будущего в прессе – это универсальная составляющая смысловой структуры текста, которая передает все сложности субъективного будущего времени, а также внутренние смыслы, сопряженные с различными языковыми средствами создания воздействия на читателя.

В многочисленных исследованиях отмечается, что для медийных текстов характерны информативная насыщенность высказывания, логичность, конкретность, лаконичность, экспрессивность и эмоциональность изложения. В реализации этих категорий важную роль играет внутренняя диалогичность категории будущего времени. Так, информативность в подобных текстах обладает определенной спецификой: она включает в себя, среди прочих составляющих, внутренние смыслы, которые возникают как результат наведения контекстом в семантике средств выражения будущего времени дополнительных значений, повышающих информативность текста. Например:

Quatermain: The US government and other governments are being run by those who don't, or *won't understand* economic principles. It's a reason – the only reason –

---

we have runaway inflation. It's why the world's money system is breaking down. It's why everything moneywise can only get worse.

Stonebridge: The way Congress is spending money, you'd think the supply is inexhaustible. We've supposedly sane people in the House and Senate who believe that for every dollar coming in you can safely put out four or five.

Quartermain: Every businessman knows that. Known it for a generation. The question is not if, but when, *will* the American economy *collapse*?

Stonebridge: I'm not convinced it has to. We could still avert it.

Quartermain: Could, but *won't*. Socialism – which is spending money you don't have and never *will* – is too deep-rooted. So there comes a point when government runs out of credit. Fools think it can't happen. But it *will* [8, c. 2].

В данном случае субъективно-оценочный смысл форм будущего времени показывает уверенность собеседников по отношению к обсуждаемой теме. В примере все будущие действия выражаются одной и той же формой, которая имеет нюансы модального характера, зависимые от точки зрения говорящих.

Специфика диалогичности категории будущего времени в медийном тексте заключается в ее частом использовании в разговорной речи. Стремление к разговорности и ее использованию как одного из ресурсов словотворчества становится все более очевидным для британской прессы. Кроме того, форма преподнесения материала для читателя во всех жанрах публицистики изменяется в результате снижения этико-стилистических норм речи, определяемых прогрессирующей демократизацией общения.

Рассмотрим следующий пример, где средство выражения будущего времени прямо выражает оценку в отрицательной форме. Коммуниканты диалога категорично высказывают свое мнение относительно практической стороны деятельности «обновленных» судебных инстанций:

David Lidington (the Conservatives' front-bench spokesman on home affairs):  
It *will be* a torrent of litigation.

---

Lord McClusky (senior Scottish judge): It *will provide* a field day for crackpots and a pain in the neck for judges. The courts *will be* overwhelmed by legal actions, many of them vexatious [9, c. 23].

Предложенный пример показывает, что автор использует конструкцию «*will + инфинитив*» с целью выделить модальное значение сказуемого и увеличить информативность текста. Для человека, принимающего участие в разговоре с целью переубеждения оппонента, характерным является эмоциональность и категоричность. Отметим, что в отрывке также используется метафорический перенос значения: *a torrent (of litigation)* – шквал исков для придания большей отрицательной оценки аргументам говорящего и усиления воздействия на собеседника.

Информативная функция медийного текста обуславливает частое использование авторами информативных выражений, которые сообщают о каком-либо событии или факте. Информация в таких текстах обладает определенной спецификой, которая заключается в передаче автором семантики убеждения посредством диалога с читателем. В следующих примерах формы будущего времени способствуют воздействию информации на читателя с целью убедить его в правильности представленного в статье события:

Mr. Robertson said he would have paid his clients 80 percent of what they are owed by the end of April. Because he has been unwinding his funds' positions over time, he said, 75 percent of the refund *will be* in cash and 5 percent in 11 stocks that Tiger still owns [11, c.11].

The usual problem with universal benefits is the cost, but this reform *will reduce* the government's bill over the long run. Without it, the cost of state pensions would have risen from 6.9% of GDP in the current tax year to 8.5% by 2060. These reforms *will keep* the cost down to 7.9% or 8.1% depending on how generously the flat-rate pension is uprated [9, c. 26].

Внутренняя диалогичность категории будущего времени в представленных примерах способна вызвать у читателя реакцию на сказанное не столько логически обоснованной информацией, сколько силой и эмоциональной

---

напряженностью высказывания, показом тех черт явления, которые наиболее эффективно могут быть использованы для достижения поставленной журналистом цели.

Важно отметить, что семантика убеждения предназначена для широкой читательской аудитории, чтобы сжато и быстро представить информацию в тексте, а также оказать определенное воздействие. Рассмотрим следующий эпизод из интервью с премьер-министром Великобритании Тони Блэйером о проблемах здравоохранения:

JP: Nurses have been undervalued in pay terms alone for a long period of time. *Shouldn't they be treated as an exception in the pay awards this year?*

TB: We accept that pay is an issue for the nurses. We have always anticipated that once we sorted the economic problems out, then in this financial year starting in April we *would put* what is the largest-ever investment into the health service [13, c. 2].

Приведенный отрывок относится к наиболее типичным английским диалогам. Его можно назвать диалогом-фактом, поскольку факт относительно развиваемой темы обсуждения расположен в начале сообщения (*Nurses have been undervalued in pay terms alone for a long period of time*), Далее, в соответствии со стратегией журналиста, следует запрос мнения респондента относительно этого факта, выраженный предложением: *Shouldn't they be treated as an exception in the pay awards this year?* Построение ответа на вопрос с использованием формы будущего времени (...we *would put*...) свидетельствует об информированности ответчика, а также желании введения фоновой информации для журналиста. Сочетание модального смысла оценки факта, выраженного глаголом *should*, и формы будущего времени отражает эмотивную информацию в газетном тексте, переходящую в аспект экспрессивности.

Экспрессивная функция языка в прессе позволяет отразить личность говорящего, его намерения, может иметь явно выраженные черты и быть эмоционально окрашенной по отношению к излагаемым фактам. Примером выражения эмоционального отношения автора к фактам могут служить следующие газетные заголовки с семантикой будущего:

*How will history see me? [9, c. 9]*

*Should You Get a Flue Shot? [11, c. 4]*

*Your daughter won't suffer from being an only child [11, c. 3].*

В представленных примерах будущее время в форме внутреннего диалога между автором и читателем выполняет роль катализатора прагматической функции воздействия. Оно способствует контрастности, парадоксальности и неожиданности предлагаемой для читателя последующей информации в статье.

В процессе исследования английских медийных текстов была выявлена такая особенность внутренней диалогичности категории будущего времени, как ее употребление в цепочке вопросов, формирующих высказывание. Известно, что диалог, строящийся по законам драматургии, обладает жестко фиксированной ролевой структурой и формируется на базе двух неотъемлемых и взаимосвязанных компонентов – реплик журналиста и респондента. Эти реплики идентифицируются как вопросы и ответы, хотя все же термин «вопрос» в прессе весьма условен, поскольку в формальном выражении он не всегда представляет собой вопросительное высказывание. Вопрос – это ряд синтаксических типов предложений с общей семантикой высказывания, служащих решению прагматической задачи получения информации от респондента. Специфика цепочки вопросов с семантикой будущего заключается в заранее спланированном журналистском образе сценария, который выстраивается в результате достаточно глубокой проработки проблематики, а также личности респондента. Жанровая специфика диктует и задает структуру диалога, где вопросы легко интерпретируются. Рассмотрим следующие цепочки вопросов:

*Spain must eventually emerge from all this. But will Spaniards put up with extended pain? → Or will they rebel against a political establishment that has failed them? [9, c. 23].*

*Whom would you have us bomb, administration doves ask more hawkish types: snipers in cities? → How much American power, they demand to know, would be needed to bring peace? [9, c. 34].*

Как видно из примеров, вопросы, содержащие форму будущего времени (...will Spaniards put up; Or will they rebel...; Whom would you have us bomb...; How much American power would be needed to bring peace?), однородны по своему синтаксическому оформлению и представляют собой простые, специального и общего типа вопросительные предложения. Употребление в вопросах форм будущего времени свидетельствует об убежденности журналиста, что обеспечивает предельную ясность и четкость в раскрытии темы обсуждения. Каждый вопрос спланирован заранее и направлен на получение информации с разных точек зрения. Последовательность вопросов не носит принципиального характера: некоторые вопросы можно свободно поменять местами без искажения смысловой структуры разговора.

Исследование показывает, что с помощью форм будущего времени авторы медийных текстов выполняют роль посредников между читателем и реальными событиями, следовательно, излагают материал прессы в соответствии со своими ценностными установками. В результате выражения авторского мировоззрения создается некая картина действительности, которая внедряется в сознание читателей. Если автор стремится к объективному отражению событий в мире, то в тексте публикации можно наблюдать одинаковое соотношение его положительных и отрицательных оценок действительности. Причем, чем объективнее характер публикации, тем меньше в ней авторского «я», и тем меньше автор использует стилистические приемы. Если авторы публикаций употребляют меньшее количество выразительных средств языка в создании текста, то в качестве доводов используются готовые ссылки на авторитетные источники и цитирование. Таким образом, задача журналиста заключается в передаче большей импресивности и достоверности своим словам в тексте.

Яркая диалогичность проявляется при употреблении категории будущего времени в заголовках. Заголовок – это короткое законченное предложение, которое обозначает тему, идею или предмет описания следующей за ним статьи, сообщения. Его функция заключается в выделении, оформлении, членении или обособлении материала как законченного целого. Он заостряет внимание

читателя на происходящих событиях в мире и подводит его к восприятию основного содержания текста. Часто заголовок включает в себя какую-либо существенную информацию, следующую за ним, поэтому, как правило, непрочитанный заголовок означает непрочитанный текст. Любой медийный текст имеет заголовок, который возбуждает читательский интерес. Он может также иметь ознакомительную, поисковую или справочную функции.

*Will Scandal of Der Spiegel Be A Boomerang for Adenauer [12, c. 21]?*

*Will There Be a Major Business Slump in'63 [10, c. 4]?*

*Will it build them safely [10, c. 5]?*

В представленных примерах заголовков категория будущего времени привлекает внимание читателя к последующему материалу, убеждая его и внушая правдивость, актуальность предстоящих событий, излагаемых в статье.

Информационная насыщенность изложения и документальность медийных текстов является следствием разнообразия используемых журналистом форм будущего времени, которые могут иметь в прессе системные значения, отражающие факты действительности. Примером выражения системных значений категории может служить прогноз погоды. Рассмотрим следующие примеры:

Some parts of northern Scotland *will remain* fairly cloudy. However, for many parts of the country, it *will be* dry with some decent spells of warm sunshine, especially early and late [13, c. 6].

The rest of Spain *will be* sunny and hot [10, c. 2].

Spain *will have* thunderstorms from Monday, while northern Europe *will have* rain or showers [10, c. 4].

В данных примерах объективность информации, заключающаяся в информировании читателя о предстоящем прогнозе погоды, обеспечивается видовременными формами глагола (...*will be* dry...; ...*will be* sunny...; ... *will have* thunderstorms...). Для такого вида текстов характерно использование автором основного значения у глаголов будущего времени, а также отсутствие модальной оценки описываемых событий. Следовательно, информирование

---

читателя об интересующем его прогнозе погоды указывает на формальность метеорологических прогнозов и отсутствие новых смыслов у видовременных форм.

Исследование многочисленных примеров заголовков в прессе позволяет утверждать, что категория будущего времени представлена в них с дополнительной оценочной коннотацией для читателя, поскольку для него важно получить информацию о каком-либо событии, основными участниками которого являются представители страны. Отметим тот факт, что в заглавиях газет преобладают полные предложения, что, очевидно, позволяет добиться большей информативности и полноты сообщаемой информации:

America in the Dock, but Rumsfeld *Should* Not Go [8, c. 5].

Who *Would Try* Civilians from US? No One in Iraq [7, c. 12].

The U.S. *Should Tailor* Its Policies Toward Each 'Rogue' State [11, c. 9].

Don't Stop the Music [9, c. 27].

How *Should* a Person Be [9, c. 28]?

Информативность и полнота информации в представленных примерах заголовков обеспечивается полными предложениями, из которых можно легко предположить, о чем пойдет далее сообщение автора. Категория будущего времени передает семантику оценки автора в предложениях и его собственное отношение к предстоящим событиям.

Довольно часто информативность категории будущего времени в английских заголовках обеспечивается сжатостью информации (в рамках одного предложения) о содержании статьи. Зачастую в заголовках также используются цитаты из последующего текста. Например, следующий заголовок из газеты *The Economist*:

How *will history see me* [9, c. 9]?

В дальнейшем представленный заголовок встречается в содержании самого текста статьи, в качестве экспрессивно-стилистического средства, при помощи которого автор проводит параллель между тем, что может случиться с президентом Америки Бараком Обама в будущем и общим развитием

---

человечества. Следовательно, автор статьи увеличивает степень эмоционального воздействия на читателя. Сказанное можно проследить в следующем отрывке:

When he returns to the Oval Office he *will rediscover* a string of problems, from domestic struggles over America's debt ceiling and gun control to bloodier conflicts in Mali and Syria. But now more than ever he *would be* wise to look at the long term. Mr. Obama *will not run* for office again. *How will history see him* [9, c. 9]?

В ходе анализа фактического материала установлено, что сжатое изложение газетного заголовка способствует частому использованию авторами статей инфинитива с семантикой будущего, способствуя максимальному воздействию на читателя:

Laundry Workers To Vote on New Contract [7, c. 14].

Davy Men to Stay Out [10, c. 15].

Ford Men To Meet Today [12, c. 23].

America To Resume Testing [10, c. 25].

Kent Railmen To Fight Closures [10, c. 5].

Britain and Six to Try Again [13, c. 2].

World Unions to Fight Monopoly [9, c. 46].

В примерах заголовков диалогичность категории будущего времени, представленная инфинитивом, воспринимается читателем как особый стилистический прием, заставляющий угадать коммуникативную интенцию автора и, таким образом, лучше понять основной смысл статьи.

Итак, основополагающим фактором при использовании журналистом будущего времени является способность медийного текста правдиво и объективно отражать окружающую действительность, иметь стройную композиционно-структурную организацию. Внутренняя диалогичность категории и порождаемые дополнительные смыслы (уверенность, желательность, убежденность, стремление к продолжению разговора), касаются эмоциональной составляющей формы глагола и способствуют воздействию на читателя с целью его убеждения. Большую роль в выражении новых смыслов играет содержание и сценарий медийного текста. Чем более эмоциональное

---

значение хочет высказать автор по отношению к сообщаемому, тем значительнее их роль в реализации оценочного смысла высказывания, тем ярче и сильнее проявляется синергетическая способность языка.

Важно не только основное значение форм категории будущего времени в медийном тексте, которое описано в традиционной литературе, но и единство представленного материала по своей форме с образом будущего, удовлетворяющего эстетическим чувствам читателя. В этой связи внутренняя диалогичность категории будущего времени представляет особый интерес в плане передачи прагматической и эстетической информации в форме внутреннего диалога между автором статьи и читателем.

Итак, категория будущего времени в прессе является сложным динамическим единством, где семантика будущего формируется, синтезируя свои основные (системные) средства выражения и стилистические приемы как общий экспрессивный конгломерат. Специфика функционирования категории в медийном тексте заключается в ее частом использовании в заголовках. Фактический материал показывает, что стремление к диалогичности и к использованию описываемой категории как одного из ресурсов словотворчества становится все более очевидной для британской массовой прессы. К тому же, очевидным фактом стало то, что форма преподнесения материала для читателя во всех жанрах публицистики меняется в результате снижения этико-стилистических норм речи, определяемых прогрессирующей демократизацией общения. По мнению автора книги У. Райверса «The Mass Media», подача медийных материалов в настоящее время сводится к трем китам: простота, ясность, воздействие [6, с. 96]. Отметим, что выражение трех китов в медийном тексте связано с общенародными языковыми привычками и вкусами, а также широким использованием ресурсов диалогической речи.

В соответствии с вышесказанным, категория будущего времени предстает как сложное объединение, строящееся на единстве внешних системных средств выражения и внутренних смыслов, выражающих отношения журналиста, респондента и читателя. Как правило, общение между журналистом и

респондентом протекает в форме диалога. Оба участника связаны при этом отношениями внутреннего диалога с читателем, так как именно читатель является мотивационным стержнем семантики будущего. Важно отметить, что в текстах массовой коммуникации участниками процесса общения считаются не отдельные люди, а собираетельные субъекты, поэтому внутренняя диалогичность категории будущего времени определяется не только семантикой намерения информирования, но и оказания определенного идеологического воздействия.

### ***Список литературы***

1. Кайда Л.Г. Композиционная поэтика публицистики: учебное пособие. – М.: Флинта, 2006. – 144 с.
2. Клушина Н.И. Публицистический текст в новой системе стилистических координат // Русская речь. – 2008, – №5. – С. 43–46.
3. Кубрякова Е.С. Виды пространств текста и дискурса / Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова // Категоризация мира: пространство и время: мат. науч. конф. / под ред. проф. Е.С. Кубряковой и проф. О.А. Александровой. – М.: Диалог-МГУ, 1997. – 237 с.
4. Покровская Е.В. Понимание современного газетного текста и его языковые характеристики: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. – М., 2004. – 43 с.
5. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры: учебник. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 382 с.
6. Rivers W. The mass media. – N.Y., 1972. – 220 p.
7. The Daily Mail. February 15, 2011. – 23 p.
8. The Denver Post. March 9, 2012. – 24 p.
9. The Economist. January 19th 2013. – 87 p.
10. Financial Times. June 9, 2014. – 26 p.
11. Herald International Tribune. December 3–4/ 12–13, 2014. – 24 p.
12. The Newsweek. June 30, 2014. – 24 p.
13. The Times. Monday, June 5, 2014. – 26 p.

**Сухомлина Татьяна Александровна** – д-р филол. наук, профессор ФГБОУ ВО «Самарский государственный социально-педагогический университет», Самара, Россия

---