

В. В. Козлова

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ВЫСКАЗЫВАНИЙ МНЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННЫХ И АНАЛИТИЧЕСКИХ ЖАНРАХ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

В статье рассматриваются прагматические функции, которые реализуются высказываниями мнения в информационных и аналитических жанрах медийного дискурса на английском и белорусском языках. Выявляются основные прагматические функции данных высказываний, их характерные языковые маркеры и частотность. Отмечаются особенности представления мнений на обоих языках в зависимости от его характерных языковых единиц.

Понимание концепции авторского дискурса, специфики взаимоотношений автора и читателя в тексте СМИ, процесса создания публицистического текста, целей и установок отдельного автора и всего издательства в значительной мере углубляет наши представления о современном медийном тексте. Соответственно, медийный дискурс предполагает интеграцию формы и содержания беседы с текущей ситуацией взаимодействия говорящего и слушающего, и даже более – с ситуацией, обусловленной всей их жизнью до этой встречи.

В более общей форме под *дискурсом* понимают реализацию социального взаимодействия в языковой форме, т.е. коммуникативное действие [1, с. 28–29]. Доминантной характеристикой дискурса является диалогический аспект, рассматриваемый в двух измерениях – индивидуально-личностном и социальном. «Нельзя быть абсолютным хозяином смысла высказывания, история и бессознательное вносят свою непрозрачность в наивное представление о прозрачности смысла для говорящего субъекта» [2, с. 53]. Об этом же говорит и М. М. Бахтин: «Слово нельзя отдать одному говорящему. У автора (говорящего) свои неотъемлемые права на слово, но свои права есть и у слушателя, свои права у тех, чьи голоса звучат в автором слове (ведь ничьих слов нет)» [3, с. 149]. Таким образом, слово к говорящему приходит со стороны общества, уже многократно использованное и несущее разные оттенки смыслов, и структура дискурса отражает, как зеркало, социокультурную среду со всей совокупностью принадлежащих ей идей.

С одной стороны, важно учитывать, как создается и понимается дискурс отдельным участником речевого взаимодействия, а с другой – как он функционирует в социальном контексте. Иными словами, дискурс – это реализация социального взаимодействия в языковой форме. Смысл текста может быть понят индивидуумом только тогда, когда индивидуум имеет соответствующий опыт и возможность расшифровать языковую конструкцию представленного текста.

Восприятие высказываний говорящего слушающим невозможно и без интерпретации, обусловливаемой всем усвоенным до этого набором значений слов, смыслов и идей. В ходе интерпретации проясняется драматургия

всего дискурса, а интерпретатор реконструирует весь дискурс или тот мысленный мир, в котором автор описывает реальное, желаемое или нереальное положение дел [4, с. 34]. Интерпретация услышанного зависит от связности дискурса, способов организации информации, риторических приемов, особенностей лексического выбора, построения пропозиционального содержания высказываний и т.д. Интерпретация услышанного (или написанного) также является продуктом определенного дискурса и управляется множеством факторов (семантических, синтаксических и прагматических) [5, с. 94].

В связи с тем всеобъемлющим влиянием, которое оказывают СМИ на жизнь современного человека, особую роль приобретает грамотная интерпретация и понимание основ массмедиального дискурса: то, как создается массмедийное сообщение (например, текст), каким образом и с помощью каких конкретных языковых средств формируется мнение отдельного человека и общества в целом. В наиболее широком смысле под массмедиальным дискурсом понимаются «все процессы и продукты речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, взятые во всей полноте и сложности» [6, с. 21]. Г. Н. Манаенко определяет массмедиальный дискурс как «общепринятый тип речевого поведения субъекта (субъектов) в сфере массмедиа, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившимися стереотипами организации и интерпретации текстов как компонентов, составляющих и отражающих его специфику» [7, л. 153].

В фокусе нашего исследования находятся высказывания-мнения, которые функционируют в текстах СМИ и являют собой достаточно неоднородное явление, которое имеет ряд разновидностей, и тем самым представляют интерес для научного изучения.

В случае с медийным текстом под *мнением* можно понимать ряд контекстов. Так, контекстом мнения служит предложение или часть предложения, в котором функционирует маркер мнения, т.е. языковая единица, указывающая или на последующее представление точки зрения, или, собственно, на саму точку зрения. Во-вторых, контекстом мнения служат цитаты. В-третьих, – весь текст, поскольку одна из целей медийного дискурса – воздействовать на адресанта, соответственно, для достижения этой цели на этапе формирования медийного сообщения происходит отбор материала, т.е. определяется, какие факты, мнения респондентов, умозаключения автора в итоге попадут в публикацию или же останутся не освещенными. Исходя из этой позиции любой текст, представленный в СМИ, можно рассматривать как контекст мнения.

Как отмечает М. В. Всеволодова, «высказывание неотделимо от прагматической ситуации <...> и обогащается всеми объективными и субъективными смыслами, необходимыми для данного текста в целом» [8, с. 337]. Согласно И. В. Лешкевич, «каждое произведение искусства должно рассматриваться в отношении к эпохе, к исторической современности и в отношении художника к обществу», что справедливо и для медиадискурса как

для особой среды, которая представляет мгновенный снимок актуальной действительности [9, л. 95]. Соответственно, для более полного понимания особенностей функционирования мнений в медийном дискурсе необходимо включить в анализ не только характеристики языковых средств, но и коммуникативно-прагматические установки автора передаваемого сообщения.

В данной статье мы рассматриваем прагматические функции высказываний мнения, которые функционируют в информационных (новостная заметка, репортаж, инфоинтервью) и аналитических (статья, аналитическое интервью, мнения и комментарии) жанрах медийного дискурса. Практическим материалом послужили 200 текстов информационных и аналитических жанров медийного дискурса как национальных, так и региональных британских и белорусских изданий («The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Independent», «The Scotsman», «County Times», «Evening Standard», «Звезда», «Культура», «Вечерний Брест», «Гомельская праўда»). В ходе исследования рассмотрено более 5 000 высказываний мнения, фигурирующих в информационных и аналитических жанрах медийного дискурса (2 550 высказываний мнения на английском языке и 2 311 на белорусском).

Прагматические типы высказываний мнения устанавливались на основе словаря языковых маркеров (733 единицы), сходстве значения данных лексических единиц, их частотности, а также учитывалось воздействие, которое тот или иной контекст способен оказать на адресата.

Для высказываний-мнений как на английском, так и на белорусском языке характерен ряд схожих прагматических функций в зависимости от интенции автора медийного текста. Нами выделены 8 функций высказываний-мнений и их характерные языковые маркеры: функция рационализации, представления эмоционального состояния говорящего, идееполагания, рекомендательная функция, прогностическая функция, установления дефиниционных отношений, санкционирующая функция, интродуктивная и маркирующая функция.

Авторам публицистических материалов информационных и аналитических жанров свойственно представлять мнения в рациональном ключе, предлагать поиск решений на актуальные вопросы с помощью логической аргументации, аналитики, апелляции к интеллекту, из чего следует **функция рационализации** (25,3 % высказываний мнения в англоязычном дискурсе и 19,9 % в белорусскоязычном). Высказывания-мнения представляются как продукт интеллектуальной деятельности, претендующей на достаточно высокую степень достоверности и экспертности, что находит отклик у той части аудитории, которая доверяет именно логическим объяснениям и трактовкам.

В высказываниях-мнениях данного типа встречаются такие маркеры, как глаголы, существительные и служебные слова, выражающие логические взаимосвязи: *to determine* ‘предопределять’, *to compare* ‘сравнивать’,

explanation ‘объяснение’, *reason* ‘причина’, *if* ‘если’, *thus* ‘таким образом’, *заключаўца ў, залежыць ад, разважаўца, довады, падстава, таму, за кошт таго, што* и т.д. Например: *If much can be done from a legal and contractual side without marriage, then marriage loses all credibility* ‘Если многое можно сделать с правовой точки зрения без брака, тогда брак теряет весь авторитет’ («The Guardian»). В данном контексте автор старается представить мнение в логическом ключе, подкрепляя свой тезис о том, что «брак теряет авторитет» именно логической аргументацией и апелляцией к интеллекту, таким образом, читатель принимает собственно тезис и уже задумывается о причинах и следствиях, повлекших такое суждение.

В противовес апелляции к логике в медиадискурсе встречается апелляция к эмоциям, к субъективному восприятию действительности – **функция представления эмоционального состояния говорящего** (6,3 % против 10,2 % высказываний мнения на английском и белорусском языках соответственно). Мнения данного типа призваны задействовать ту часть аудитории, для которых эмоции и чувства важнее «холодной» логики, аналитики, расчетов. Если определенное чувство называется, описывается, то есть вероятность, что и читатель также испытает данное чувство или во всяком случае зафиксирует, что излагаемые события вызывают именно такой отклик у автора материала, или у людей, с которыми он общался. Тем самым у читателя формируется эмоциональный ответ на данный вопрос, а высказывание-мнение воспринимается как верное.

В качестве маркеров задействуются глаголы и существительные, указывающие на эмоции и чувства: *to blame* ‘обвинять’, *complaint* ‘жалоба’, *pledge* ‘обязательство, обещание’ (как правило, эмоциональное), *выклікаць (здзіўленне, абурэнне, бурныя эмоцыі...), непакоіцца, (складаць пэўнае) уражанне* и т.д., вопросительные конструкции, прагматической целью которых является выражение сомнения, авторский комментарий, в котором представлены впечатления автора. Например: «*Кормяць нас усіх аднолькава, а грошы розныя забіраюць*», – *дзеліцца сваёй крыўдай Любоў Іванаўна Гулевіч* («Гомельская праўда»). При этом эмоциональная оценка того, что героиня материала испытывает именно обиду, исходит от автора данного материала. Это же и формирует эмоциональный ответ со стороны читателя, его сопереживание героине статьи.

Следующая прагматическая функция высказываний-мнений, которую мы установили в медийной дискурсе, – это **функция идеоположения** (6,8 % высказываний мнения на английском языке, 13,1 % на белорусском). Авторы публицистических материалов используют мнения, направленные на выдвижение идей, концепций, теорий, мечтаний, желаний, а также на постановку целей и задач, которые, по мнению автора, способны решить некую проблему, либо же такие мнения направлены на озвучивание и разоблачение существующих стереотипов и мифов.

Маркёрами выступают, в первую очередь, существительные, называющие идеи, цели и желания, например, *idea, myth, задача, гіпотэза*, соответствующие глаголы, например, *to aim, to aspire, to want, марыць, хацець*, а также ряд вопросительных конструкций: риторический вопрос, вопрос, в котором предлагаются идеи, альтернативный вопрос. Например, в тексте о передаче белорусскоязычных названий с помощью транслитерации автор предлагает следующую идею, выраженную в форме вопроса: *І чаму б не перакласці мапы на беларускую мову, калі назвы населеных пунктаў Рэспублікі Беларусь замацаваны па-беларуску..?* («Вечерний Брест»).

Следующая функция – **рекомендательная**, она предполагает высказывание рекомендаций и советов (21,8 % высказываний мнения на английском языке и 22,6 % на белорусском). Реализуется в первую очередь посредством модальных языковых единиц, императива, а также глаголов со значением рекомендации, например, *to recommend* ‘рекомендовать’, *to propose* ‘предлагать’, *рэкамендаваць, прапанаваць* и т.д.

Что касается модальных языковых единиц, то в аналитических жанрах англоязычного медийного дискурса рекомендательная функция реализуется чаще всего с помощью модальных глаголов *need* и *should* (в значениях совета и необходимости). Что касается аналитических жанров белорусскоязычного медийного дискурса, то ведущая роль в представлении мнений-рекомендаций принадлежит модальным словам с оттенком обязанности (*трэба, патрабаваць, быць павінным, вымагаць* и т.д.). Например: *Love shouldn't be completely unconditional* и *Менавіта гэтым якасцям [бачыць магчымасці; энтузіязм] павінен навучыць нас Год беражлівасці* («The Guardian», «Культура»). В первом случае мнение подается в форме ненавязчивой рекомендации, а во втором случае как настоятельный совет, из которого каждый должен почерпнуть руководство к действию.

Прогностическая функция заключается в указании на перспективу развития событий (реализуется в 8,2 % и 11,8 % высказываний мнения англоязычного и белорусскоязычного медийного дискурса соответственно). Авторы медийных текстов стремятся высказать некие предположения касательно возможного развития обсуждаемых вопросов, общественных трендов, предсказать исход ситуации в будущем. Соответственно, маркерами в данном случае выступают глаголы в форме будущего времени и условного наклонения, а также глаголы и существительные, в семантике которых содержится компонент «вероятности», например, *to expect* ‘ожидать’, *to plan* ‘планировать’, *tendency* ‘тенденция’, *trend* ‘тренд’, *чакаць, планаваць, верагоднасць, прагноз, тэндэнцыя* и т.д. Например: *Soon the only graduates carrying on their studies will be the sons and daughters of the very rich or those who can secure bursaries, scholarships and grants* ‘Вскоре единственными выпускниками, которые продолжают обучение, будут сыны и дочери очень богатых людей или те, кто может обеспечить себе стипендии и гранты’ или *England will pay a high price for such arrant selfishness* ‘Англия заплатит высокую цену за такой заносчивый эгоизм’ («The Guardian»).

Еще одна функция, которую реализуют высказывания-мнения в медийном дискурсе, – **функция установления дефиниционных отношений** (5,8 % высказываний мнения на английском языке против 3 % на белорусском в медийном дискурсе). Она реализуется в контекстах, в которых авторы с помощью формирования высказывания-мнения стремятся создать новые интерпретации, задать новые характеристики, при этом они подаются в форме определений, хотя ими ни в коей мере не являются, а скорее представляют некий социальный «ярлык». Так, в статье о проекте перевода белорусских географических названий на русский язык посредством транслитерации автор заявляет: *Такая рэформа – гэта яшчэ адзін крок да страты нацыянальнай тапанімікі* («Вечерний Брест»). Очевидно, что в данном контексте автор не ставит перед собой задачу дать строгое научное определение, его целью является представить интерпретацию проекта, добавив личную оценку, в данном случае негативную. В высказываниях-мнениях данного типа часто фигурируют такие языковые маркеры, как *to define as* ‘обозначить как’, *to mean* ‘означать’, *to refer to smth* ‘относиться к чему-либо’, *азначаць*, *з’яўляцца*, *назвацца* и т.д.

Таким образом, прагматический потенциал высказываний мнения, функционирующих в медийном дискурсе на английском и белорусском языках, обусловлен особенностями собственно медийного дискурса. Анализ показал общность прагматических функций, реализуемых высказываниями мнения (установлено 8 функций). Выбор способа представления мнения не случаен и связан с его прагматическими функциями, но способ воздействия на адресата различен для британской и белорусской медиакультур. Для британской медиакультуры более характерно делать акцент на рациональном, интеллектуальном объяснении сложившейся ситуации, представлять интерпретации и обоснования (самый частотный тип – функция рационализации, реализуется в 25,3 % высказываний мнения). Авторам текстов на белорусском языке более свойственно выдвигать рекомендации и идеи и представлять прогноз об их состоятельности (самый частотный тип – рекомендательная функция, 22,6 % высказываний мнения). Основные различия заключаются в выборе языковых единиц представления мнения, которые предпочитают употреблять авторы. В рамках реализации рекомендательной функции англоязычные авторы предпочитают модальные глаголы со значением совета и необходимости *need* и *should*, а белорусскоязычные авторы отдают предпочтение модальным словам с оттенком обязанности – *трэба*, *патрабаваць*, *быць павінным* и т.д.), что говорит о большей категоричности в представлении рекомендации в медийном дискурсе на белорусском языке. Данные особенности объясняются как различиями саморепрезентации, так и сложившимися традициями двух медиакультур в представлении речи автора и других коммуникантов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Задворная, Е. Г.* Дискурс как фильтрующая система и принципы речевого общения / Е. Г. Задворная // *Методология исследований политического дискурса : актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов : сб. науч. труд. / под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой.* – М. : Издат. центр БГУ, 2008. – Вып. 5 : Дискурс в современном гуманитарном знании. – С. 28–36.
2. *Серю, П.* Анализ дискурса во Французской школе (дискурс и интердискурс) // *Семиотика : антология / сост. Ю. С. Степанов.* – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Академ. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 549–550.
3. *Бахтин, М. М.* Автор и герой : К философским основам гуманитарных наук / М. М. Бахтин. – СПб. : Азбука, 2000. – 336 с.
4. *Макаров, М. Л.* Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
5. *Седов, К. Ф.* Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции / К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2004. – 320 с.
6. *Добросклонская, Т. Г.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика.* – 2006. – № 2. – С. 21.
7. *Манаенко, Г. Н.* Информационно-дискурсивный подход к анализу осложненного предложения : дис. д-ра филол. наук / Г. Н. Манаенко. – Краснодар, 2004. – 153 л.
8. *Всеволодова, М. В.* Теория функционально-коммуникативного синтаксиса / М. В. Всеволодова. – М. : URSS, 2000. – 337 с.
9. *Лешкевич, И. В.* Структура, семантика и функционирование оценочных высказываний (на материале англоязычных газетных рецензий) : дис. ... канд. фил. наук / И. В. Лешкевич. – Минск, 2009. – 192 л.

The article considers pragmatic functions performed by the opinions expressed in the informational and analytical genres of the media discourse in English and Belarussian. The article also studies the main pragmatical functions of opinions, their frequency and most recurrent linguistic markers. The author points out some techniques to present an opinion in both languages in accordance with the most frequent linguistic markers.

Поступила в редакцию 30.07.2020