

**В. В. Козлова**

**ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ МНЕНИЯ  
В ИНФОРМАЦИОННЫХ И АНАЛИТИЧЕСКИХ ЖАНРАХ  
МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА  
(на английском и белорусском языках)**

В статье освещаются сходства и различия в представлении мнений в информационных и аналитических жанрах медийного дискурса на английском и белорусском языках. Уделяется внимание количественному и качественному анализу способов представления мнения автора и различных коммуникантов в медийном дискурсе, как в общем плане, так и при освещении одного события, также рассматривается специфика представления мнений в жанрах «Мнения» и «Комментарии».

Современная информационная культура во многом полагается на средства массовой информации, как традиционные, так и технологически новые, которые стали возможны благодаря развитию Интернета. Отмечается «медиазация» языковой личности, когда медийный дискурс становится источником «когнитивных и коммуникативных стратегий освоения мира» [1]. При этом анализ языковых средств, используемых современными медиа, приобретает не только языковедческую, но и общегуманитарную актуальность.

Средства массовой информации выступают в качестве основного ресурса получения знаний об актуальном мире, соответственно, создавая картину мира отдельного человека и всего общества в целом. Согласно М. Р. Желтухиной, «массмедиа используются государством и отдельными личностями для убеждения населения с целью достижения определенных целей политического, социального, экономического, религиозного, культурного плана» [2]. В связи с возрастающей ролью СМИ в жизни общества и активизацией функции воздействия язык СМИ стал объектом изучения психолингвистики, когнитивной лингвистики, текстолингвистики, дискурсивного анализа.

В многочисленных научных работах медийный дискурс понимается как связный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными и другими факторами, выраженный в средствах массовой коммуникации (Н. Д. Арутюнова, Т. Г. Добросклонская, М. Р. Желтухина, В. И. Карасик, Е. А. Кожемякин, Ю. С. Степанов и др.). Медийный дискурс отражает социальное и культурное взаимодействие членов общества, представляет механизмы сознания коммуникантов, являясь при этом вторичным к реальному жизненному событию – к протоситуации, его породившей.

Современные медиа динамичны и активно реагируют на запросы общества о качестве материала и способах его подачи. Так, отмечается диффузия жанров, когда для автора материала более важно донести тему, раскрыть личность собеседника, чем строго соответствовать жанру [3].

М. Монтгомери указывает на нестабильность, подвижность, размытие границ жанров медийного дискурса, появление новых жанров или заимствование институциональных жанров из других сфер деятельности («лекция», «дебаты», «перекрестный допрос», «дискуссия в студии», «политическое интервью») [4]. Л. Е. Кройчик считает, что некоторые жанры уже невозможно воспринимать исключительно как информационные или аналитические («отчет», «интервью», «корреспонденция», «репортаж»), некоторые жанры утрачивают актуальность («фельетон», «обзор печати»), а другие, наоборот, становятся все более востребованными («комментарий», «эссе», «интервью») [цит. по: 5]. Соответственно, в медийных текстах все чаще фигурируют оценки, эмоциональная лексика, а также мнения, как авторов, так и отдельных коммуникантов.

Учитывая рост суггестивной функции современных СМИ, диффузию жанров медийного дискурса и появление новых аналитических жанров «Мнения» и «Комментарии», актуальным является изучение функционирования высказываний-мнений в медийном дискурсе, их идентификация и критический анализ.

В настоящей статье мы рассматриваем сходства и различия в представлении мнений в информационных и аналитических жанрах медийного дискурса. В качестве практического материала нами были отобраны 200 текстов информационных (новостная заметка, репортаж, инфоинтервью) и аналитических (статья, аналитическое интервью, мнения и комментарии) жанров медийного дискурса. Дополнительно мы отобрали 50 текстов жанров «Мнения» и «Комментарии» как эталонных в плане насыщенности контекстами мнения. Источниками послужили британские и белорусские издания, как общенациональные, так и региональные («The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Independent», «The Scotsman», «County Times», «Evening Standard», «Звезда», «Культура», «Вечерний Брест», «Гомельская праўда»). В ходе исследования рассмотрено более 6 300 высказываний мнения и выявлено 733 языковые единицы, маркирующие мнения.

Особенность медийного текста заключается в его вторичности по отношению к некому реальному событию. Если смотреть на медийный текст в широком смысле, то любое высказывание, представленное в нем, можно считать высказыванием мнения. Так, у каждого текста есть автор, который производит отбор фактов и высказываний-мнений с целью достижения нужного прагматического эффекта. И тогда любой медийный текст можно считать отдельным высказыванием мнения.

Если рассматривать медийный текст в более узком смысле, тогда все высказывания можно разделить на сообщения фактологического характера и высказывания мнения (таблица). А последние можно подразделить на мнения различных коммуникантов и мнение автора.

Статистические данные по сообщениям и высказываниям,  
содержащихся в текстах информационных и аналитических жанров  
медийного дискурса, %

Параметр	Жанры медийного дискурса					
	Информационные		Аналитические			
			Всего		«Мнения» и «Комментарии»	
	англ.	белорус.	англ.	белорус.	англ.	белорус.
Сообщения фактологического характера	41	60	15	23	13	26
Высказывания-мнения различных коммуникантов (цитаты)	51	23	16	29	4	4
Высказывания, представляющие мнение автора	8	17	69	48	83	70
Общее кол-во высказываний мнения	59	40	85	77	87	74

Как показал количественный анализ, аналитические жанры медийного дискурса являются более продуктивными в плане представления высказываний мнения по сравнению с информационными жанрами медийного дискурса. Необходимо отметить, что в нашей подборке отдельные тексты жанра «Информационная заметка» оказались на 100 % заполнены высказываниями фактологического характера. И наоборот, ряд текстов жанров «Мнения» и «Комментарии», которые относят к аналитическим жанрам медийного дискурса, на 100 % состояли из высказываний мнения. Тем не менее тенденция такова, что в современном медийном дискурсе доля высказываний мнения достаточно высока: 40–59 % для информационных жанров и 77–85 % для аналитических (включены мнения автора и мнения различных коммуникантов, которые, как правило, графически представлены в цитатах). Это говорит о смешении и трансформации жанров, возникновении единого информационно-аналитического пространства, когда значение приобретает не собственно факт, а его интерпретация.

Наблюдается также возрастающая роль автора текста, его личность и точка зрения. Популярность приобретают жанры «Мнения» и «Комментарии», аналитическая статья может заменяться авторской колонкой [6], отмечается влияние Интернета на современные печатные СМИ, сближение блогосферы и авторской аналитики. Так, в информационных жанрах доля

высказываний мнения автора составляет всего 8–17 %. А в аналитических этот процент достигает 48–69 %, при этом в эталонных жанрах «Мнения» и «Комментарии» показатель еще выше – 70–83 %. В таком случае автор материала становится лидером мнений и транслирует свою точку зрения на широкую аудиторию.

Если говорить о различиях жанров медийного дискурса на английском и белорусском языках, то большая доля высказываний мнений наблюдается в англоязычном дискурсе (51 % цитат против 23 % в текстах информационных жанров; 69 % против 48% высказываний мнения автора в текстах аналитических жанров и 83 % против 70 % в жанрах «Мнения» и «Комментарии»). В белорусскоязычном медийном дискурсе цитатам отводится большая роль в сравнении с цитатами в медийном дискурсе на английском языке. Так, в текстах информационных жанров наблюдаем равномерное распределение мнений автора и мнений различных коммуникантов: 17 и 23 % (для сравнения, на английском языке: 8 и 51 %), а в текстах аналитических жанров количество мнений различных коммуникантов достигает 29 % (на английском всего 16 %). Можно говорить о том, что в англоязычном медийном дискурсе преобладающее значение имеет именно автор материала, в то время как в белорусскоязычном – мнения различных коммуникантов и равномерное их представление в материале.

Интерес для сопоставления особенностей текстов информационных и аналитических жанров вызывают заголовки, поскольку заголовок в компрессированном виде отражает содержание всего материала, а также фокусирует внимание читателя на главной идее. Так, 95 % заголовков медийных текстов аналитических жанров на английском языке и 71,6 % на белорусском языке содержат мнения. Для текстов информационных жанров количество подобных заголовков достигает 59 и 31 % соответственно. Как видим, количественные показатели достаточно высокие, из чего можно сделать вывод, что заголовок современного медийного текста (как аналитического, так и информационного) призван не столько информировать, сколько воздействовать на читателя, мгновенно передать адресату важную мысль, запечатлеть ту ключевую точку зрения, которую читатель должен усвоить и запомнить.

В качественном отношении мнения в заголовках представлены в форме цитат, глаголов в повелительном наклонении, модальных слов и выражений со значением необходимости, высказываний, представляющих характеристику ситуации или явления, дефиниционных конструкций, оценочных суждений. Например, текст, в котором автор критично отзывается о состоянии придорожного сервиса в Беларуси, опубликован под следующим заголовком: *Наш неназойлівы прыдарожны сервіс...* («Звезда»). Так, в лексической структуре отмечаем оценку (прилагательное *неназойлівы*) и специфичное графическое оформление (с помощью многоточия), которое указывает на проблемный характер обсуждаемого вопроса. Наиболее продуктивным способом представить мнение в заголовке является вопросно-ответный

комплекс (21 % заголовков на английском языке и 39,5 % на белорусском; для сравнения, собственно в текстах количество вопросно-ответных комплексов достигает не более 3 %). Заголовок становится вопросом проблемного характера, ответом является весь текстом.

Проследить особенности представления мнений в качественном аспекте можно на примере освещения одного и того же события в информационных и аналитических жанрах медийного дискурса. Так, возьмем резонансное событие, широко освещенное в СМИ, – нападение на офис журнала «Charlie Hebdo» в Париже 7 января 2015 года (24 текста различных жанров).

В текстах информационных жанров мнение автора направлено или на представление интерпретации произошедшего события, или на представление чувств (собственных или других коммуникантов). Например, *I will be called naïve for writing all of this, possibly even someone guilty of tolerating intolerance. But as a person of faith I do acknowledge a conflict between free speech and feelings, even if I come down on the side of free speech every time* ‘Меня назовут наивным за то, что я пишу все это, возможно, даже виновным в том, что я терплю нетерпимость. Но как человек веры я признаю конфликт между свободой слова и чувствами, даже если я каждый раз становлюсь на сторону свободы слова’ (здесь и далее перевод наш. – В. К.) («The Telegraph») или *Мусульмане ў Францыі і ў іншых краінах Еўропы неадназначна паставіліся да публікацыі чарговага выявы прарока на вокладцы Charlie Hebdo* («Звезда»). Как видим из примеров, автор интерпретирует чувства и реакции различных групп общества, при этом среди маркеров мнения отмечены единицы относительно невысокого уровня категоричности и экспрессии: глаголы интерпретационного ряда (*treat* ‘относиться’, *acknowledge* ‘признавать’, *паставіцца*), глагол представление дефиниционных отношений (*to be called* ‘называться’), служебные слова, указывающие на представление логических взаимосвязей (*even (if)* ‘даже (если)’), оценки, предполагающие низкую степень экспрессии (*naïve* ‘наивный’, *неадназначна*).

Несмотря на наличие авторских высказываний мнения, в текстах информационных жанров основным источником мнений становятся цитаты. Как отмечает В. Г. Костомаров, медийный дискурс стремится к имитации живого диалога, но подобный эффект является «кажущимся», поскольку этот тип дискурса ставит перед собой, в первую очередь, задачу воздействия [7]. Так, автор материала сперва просит комментарий у людей, которые являются участниками события, или у лидеров мнений, затем производит отбор необходимых для материала высказываний и располагает их в нужном порядке для достижения того или иного коммуникативного эффекта. В таком случае человек-источник цитаты становится соавтором публицистического текста, его голос заменяет голос автора. И, как правило, этот голос звучит достаточно убедительно и экспрессивно. Для сравнения, автор приводит в тексте высказывание Николя Саркози *This is a direct, savage attack on one of the principles of the French Republic we hold the most dear: freedom of expression* ‘Это прямая, жестокая атака на один из самых дорогих принципов

Французской Республики: свободу слова' («The Telegraph») или высказывание представителя прокуратуры *Такого рода угрозы зусім неданушчальныя* («Звезда»). Перед нами высказывания-характеристики, содержащие оценки высокой степени экспрессии (*savage* 'жестокий', *the most dear* 'наиболее дорогой/ценный', *неданушчальны*).

Помимо прочего, в информационных жанрах медийного дискурса цитаты служат средством создания диалогичности, полемичности, помогают расставить акценты, какой точки зрения придерживаются участники резонансного события, какую сторону они занимают. Для достижения подобного эффекта в структуре высказываний мнения функционируют также маркеры согласия или несогласия, как *(to be) for* 'быть за', *justify* 'одобрять' и т.п., а также ряд устойчивых словосочетаний и глаголов в значении 'сопереживать, сочувствовать', с помощью которых коммуникант выражает согласие с определенной точкой зрения в рамках обсуждаемого события: *(express) condolences* 'выражать соболезнования', *stand with* 'быть вместе', *sympathize with* 'сочувствовать' и т.п. Маркерами несогласия служат такие глаголы и выражения, как *(to be) against* 'быть против', *condemn* 'причитать', *(to) object* 'возражать' и т.п. Рассматриваемые маркеры позволяют обозначить позицию в возникшем диспуте. Например, *John Kerry has added his words of condemnation, saying that while terrorists use guns as weapons, the US like France shares "a commitment to those who wield something much more powerful – the pen"* 'Джон Керри добавил свои слова осуждения, заявив, что в то время как террористы используют ружья в качестве оружия, США, как и Франция, разделяют «приверженность тем, кто владеет чем-то гораздо более мощным – пером»' («The Telegraph»).

Что касается высказываний мнения в аналитических жанрах медийного дискурса, мы наблюдаем полный диапазон языковых средств представления мнения. При этом в жанрах «Мнения» и «Комментарии» основная доля высказываний мнения приходится на слова автора (83 из 87 % в текстах на английском языке и 70 из 74 % в текстах на белорусском языке).

Прежде всего, это единицы, позволяющие строить логические цепочки и объяснять какие-либо закономерности: глаголы *explain* 'объяснять', *attribute (to)* 'приписывать', *звязваць (з)*, *залежыць (ад)*, предлоги *by (doing smth)*, *няглядзячы на*, союзные конструкции со значением следствия *if... (then)* 'если... то', *when... (then)* 'когда...', *калі... (мо)*, собственно существительное *interpretation*. Например, *We explained that the artists working at a magazine printed drawings that made two men angry* 'Мы объяснили, что художники, работающие в журнале, напечатали рисунки, которые рассердили двух мужчин' («The Guardian»).

Также приводятся идеи, советы, рекомендации, которые направлены на решение проблемных вопросов. Языковыми маркерами служат модальные глаголы (*can, must, should, could, need, have to, ought to*), конструкция *it's important (to do smth)* 'важно', вопросно-ответные комплексы, существительное *question* 'вопрос', с помощью которого маркируется контекст,

обозначающий проблему и т.п. Например, автор текста жанра «Comment» выразит свое мнение открыто, в структуре высказывания отмечается модальный глагол со значением обязанности *must*: *We must not allow the assassin's veto* 'Мы не должны позволить убийце наложить вето' («The Guardian»).

В белорусском языке данные функции чаще всего выполняют предикативы с позитивной или негативной оценкой (*можна/нельга, правільна/няправільна*), модальные слова и конструкции *быць павінным, трэба*, существительные *сэнс, пытанне*, глаголы в форме повелительного наклонения, частица *няхай*. Так, автор текста жанра «Меркаванні» задает целеустановки, и в структуре высказываний мнения отмечаем модальную конструкцию (*быць*) *павінным* и глаголы в форме повелительного наклонения, которые представляет достаточно высокую степень категоричности: *Г крытэры свабоды слова і свабоды алоўка павінны пераважаць над меркаваннямі іншага кшталту* или *Не цешце сябе ілюзіямі* («Новы час»).

Таким образом, в современном медийном дискурсе отмечается формирование единого информационно-аналитического пространства. Высказывания мнения составляют его неотъемлемую часть, роль которой возрастает как в текстах информационных, так и аналитических жанров. Ценность представляет не столько сам факт, сколько его интерпретация, при этом в жанрах «Мнения» и «Комментарии» собственно интерпретация становится даже важнее факта. Наблюдается возрастающая роль автора материала, которую можно считать источником или ретранслятором информации, а лидером мнений. Соответственно, увеличивается нагрузка на читателя, которому необходимо четко идентифицировать мнения и факты, уметь их анализировать и на их основе формировать собственную точку зрения.

Медийный текст можно рассматривать как отдельное высказывание мнения, которое содержит ответ на поставленный в заголовке вопрос, или же которое расширяет и углубляет высказывание мнения, представленное в заголовке. В текстах аналитической направленности мнения фигурируют в большом количестве и представлены широким диапазоном языковых маркёров (единицы интерпретационного характера, идееполагающего, прогностического), которые встречаются как в высказываниях мнения автора, так и различных коммуникантов. Информационные жанры налагают на автора некоторые ограничения в плане высказывания собственной точки зрения, тем не менее мнения высокой степени категоричности и экспрессии приводятся в цитатах, которые автор материала предварительно отбирает для достижения необходимого коммуникативного эффекта.

Необходимо подчеркнуть, что белорусский медийный дискурс следует тенденциям развития англоязычного медийного дискурса, при этом сохраняя верность традициям. Вместе с тем медийному дискурсу на обоих языках свойственны черты комментария, эссе, инкорпорация черт блогосферы, возрастание интереса к личности собеседника и возрастание роли автора. Можно предположить, что в будущем подобные тенденции продолжат свое развитие.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Кириллова, Н. Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академ. проект, 2006. – 448 с.
2. *Желтухина, М. Р.* Медиадискурс [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-1>. – Дата доступа : 09.09.2020.
3. *Солганик, Г. Я.* Язык современной публицистики / Г. Я. Солганик. – М. : Флинта, 2007. – 232 с.
4. *Montgomery, M.* Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach / M. Montgomery. – London : Routledge, 2007. – 246 p.
5. *Корконосенко, С. Г.* Основы творческой деятельности журналиста / С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – 272 с.
6. *Темникова, Л. Б.* О многообразии медиа жанров в современной российской и зарубежной журналистике / Л. Б. Темникова // Науч. журн. КубГАУ. Сер. Филол. науки. – 2016. – № 115 (01). – С. 999–1008.
7. *Костомаров, В. Г.* Наш язык в действии : очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров – М. : Гардарики, 2005. – 287 с.

The article discusses similarities and differences in the expression of opinions in information and analytical genres of media discourse in English and Belarusian. The paper also presents a quantitative and qualitative analyses of the ways to represent the opinions of the author and various communicants in the media discourse, both in general terms and while covering a single event; attention is also paid to the specifics of opinions in the media genres “Comments” and “Opinions”.

*Поступила в редакцию 01.10.2020*

**Т. Е. Лаевская**

### ЭВОЛЮЦИЯ ВТОРИЧНЫХ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ (на материале жанра аннотации)

Статья посвящена жанровым трансформациям вторичных жанров в пространстве интернет-дискурса. Рассматриваются примеры нетипичного функционирования текстов аннотаций во взаимодействии с другими текстами, в первую очередь креолизованными. Описываются жанровые модификации, происходящие при этом на различных уровнях – от структуры текстов до их коммуникативных целей. На основании анализа представленного материала намечаются перспективные направления дальнейшего изучения вторичных жанров.

Многообразие жанров интернет-среды до сих пор не получило единой общепризнанной классификации, что связано с такими особенностями интернет-дискурса, как стремление к трансформации уже имеющихся форм и постоянное появление новых жанров. Так, Е. И. Горошко отмечает, что