

УДК 81

Аналитичность как важный элемент массмедиа текстовКоломиец Екатерина Андреевна^(*)

ekatnikon2014@yandex.ru

МГИМО МИД России, Москва, Россия

Аннотация. В фокусе внимания исследования находится текстовая категория «аналитичность», свойственная медиатекстам. В основе аналитичности лежат три компонента — эвиденциальность, оценка и аргументативность, которые в зависимости от жанра текста могут менять свое содержание и быть представлены с разной степенью интенсивности. Вариативность, нефиксированность аналитичности в зависимости от жанра текста, в котором она реализуется, свидетельствует о ее жанродифференциальных свойствах. Исследование выполнено на примере таких жанров, как аналитическая статья (analysis), редакторская статья (editorial) и авторское мнение (opinion) англоязычной прессы. Полученные результаты свидетельствуют о наличии зависимости особенностей реализации аналитичности от специфики и функции жанра.

Ключевые слова: аналитичность, аналитика, редакторская статья, авторское мнение, аналитическая статья, медиатекст, текстовая категория

Analyticity as an integral element of mass-media textsKolomiets Ekaterina Andreevna^(*)

ekatnikon2014@yandex.ru

MGIMO University, Moscow, Russia

Abstract. The article deals with the textual category “analyticity”, which is widely introduced in mass-media texts. Analyticity is built of three components — evidentiality, evaluation and argumentation, which can vary and have different intensity depending on the genre of the text. Such flexibility and variability of the analyticity mean it can be used as an instrument of genre differentiation. The genres that are in the focus of our attention analysis, editorial and opinion. The results of the study prove that there is a relation between the way analyticity is realized in the text and the genre.

Keywords: analyticity, analytics, editorial, opinion, analytical article, mass-media text, textual category

Введение. Хотя на сегодняшний день понятие текстовой категории является достаточно разработанным (Н.Н. Болдырев [1], И.Р. Гальперин [2], З.Я. Тураева [3] и др.), все еще существуют лакуны, требующие пристального научного внимания. Прежде всего это касается исследования текстовых категорий в отношении новых или малоизученных жанров. В этой связи особый интерес представляют массмедиа тексты, многие из которых до сих пор не получили полного освещения, часто отсутствует общее понимание их статуса (напри-

мер, в отношении новости [4]), и характерных черт (например, это касается редакторской статьи [5]). Представляется, что доработка категорий медиатекста позволит облегчить процесс их изучения.

Материалы и методы. Исследование проводилось на примере таких жанров, как аналитическая статья (analysis), редакторская статья (editorial) и авторское мнение (opinion) англоязычной прессы. Выбор данных жанров был обусловлен, с одной стороны, тем фактом, что в научном сообществе нет единого мнения относительно их статуса: исследование позволило уточнить их статус. С другой стороны, проведенные ранее исследования подтверждают наличие аналитической части у каждого из жанров, что делает данные жанры релевантными для целей исследования. В качестве материала исследования послужили статья англоязычной качественной прессы The Economist, The Washington Post, The Guardian за 2024 год.

Результаты. Проведенный анализ показал, что аналитическая статья стремится к использованию сильной аргументации (составляет 85 % всей аргументации) и прямой эвиденциальности (74 % случаев), для нее свойственны в большей степени прямые оценки (встречаются в 68 % случаев), а также оценки сущности явления (79 % случаев). Данные показатели подтверждают открытость, объективность и обоснованность предлагаемой в данном жанре информации. Для авторского мнения, напротив, свойственна слабая аргументация (59 %), косвенная оценка (64 %), а также оценка, выражающая авторское отношение (45 %), и авторская эвиденциальность (39 %), т. е. в большей степени авторское мнение тяготеет к субъективности и трансляции информации, основанной на авторском мироощущении. Редакторская статья в среднем характеризуется балансом объективного и субъективного элемента аналитичности. Так, для данного жанра свойственна как сильная (55,6 %), так и слабая (41 %) аргументация. Что касается оценок, то тут представлены в относительно равных долях эмоциональная (22 %), авторская (45 %) оценка и оценка сущности явления (33 %). Схожую картину наблюдаем и при анализе эвиденциальности: на прямую приходится 35 %, 20 % на имперсональную, 45 % — на авторскую.

Обсуждение полученных результатов. Полученные статистические данные могут быть объяснены жанровыми характеристиками исследуемых жанров, а также их функциональной направленностью. Кроме того, статистически подтверждаемые различия в качестве и интенсивности проявления аналитического элемента в исследуемых жанрах подтверждает гипотезу о жанродифференцирующих свойствах аналитичности для текстов СМИ.

Заключение. Полученные результаты показали, что аналитичность может быть использована в качестве текстовой категории, обладающей жанродифференцирующим потенциалом. Последующие исследования могли бы пролить свет на возможность применения аналитичности в отношении текстов других дискурсов.

Список источников

- [1] Болдырев Н.Н. Языковые категории как формат знания. *Вопросы когнитивной лингвистики*, 2006, № 2, с. 5–22.
- [2] Гальперин И.Р. *Текст как объект лингвистического исследования*. Москва, УРСС Эдиториал, 2008.
- [3] Тураева З.Я. *Лингвистика текста*. Москва, Просвещение, 1986.
- [4] Иванова С.В. Новость как дискурсивный жанр: не отсутствующая структура. *Terza Linguistica*, 2022, т. 13, № 3, с. 7–14.
- [5] Коломиец Е.А. Редакторская колонка: многоликий жанр. *Вопросы когнитивной лингвистики*, 2024, № 1, с. 78–89.