

**Власов М.И., Карданова-Бирюкова К.С.**

**ЖАНРОВО ОБУСЛОВЛЕННАЯ СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ  
РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ  
НОВОСТНЫХ ЗАМЕТКАХ И АНАЛИТИЧЕСКИХ  
КОММЕНТАРИЯХ<sup>©</sup>**

*Московский городской педагогический университет,  
Россия, Москва, vlasovmi@mgpu.ru, kardanova-birukovaks@mgpu.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются основные функции массмедиального текста, предлагается типология медиатекстов в зависимости от их жанровой принадлежности, описывается жанрово обусловленная специфика повествовательной организации медиатекстов жанров «новостная заметка» и «аналитический комментарий» в рамках реализации функции речевого воздействия. На основе анализа выборки текстов соответствующих типов выделяются наиболее частотные инструменты воздействия и их подтипы для каждого жанра, описываются их функции. Авторы сопоставляют жанровую специфику их употребления, с опорой на полученные данные моделируют фокус восприятия.

*Ключевые слова:* медиатекст; речевое воздействие; жанрово-стилевые особенности; психолингвистика; новостная заметка; аналитический комментарий.

Поступила: 12.12.2023

Принята к печати: 30.01.2024

Vlasov M.I., Kardanova-Biryukova K.S.  
Genre-specific linguistic manipulation tools  
in Russian-language news articles and analytical reports<sup>©</sup>

*Moscow City University,  
Russia, Moscow, vlasovmi@mgpu.ru, kardanova-birukovaks@mgpu.ru*

*Abstract.* The paper focuses on the functions of mediatexts, outlines a typology of such texts and describes genre-related narrative specifics of news articles and analytical reports in terms of verbal linguistic manipulation featured in them. The research determines the most commonly used linguistic manipulation tools in the texts of each genre, as well as their subtypes, describes their potential and functions and compares their genre-related specifics with reference to a selection of mediatexts. The authors rely on the analysis made to describe the means of composing or modifying genre-specific narrative and to define manipulative focus of the mediatexts.

*Keywords:* mediatext; linguistic manipulation; genre-specific characteristics; psycholinguistics; news article; analytical report.

Received: 12.12.2023

Accepted: 30.01.2024

## **Введение**

Поскольку в социальной структуре современного общества медиатексты являются основными источниками информации об актуальных событиях, элементах социальной жизни, малодоступных непосредственному наблюдению среднестатистическим индивидом, они в то же время являются мощным инструментом манипулирования общественным сознанием. В связи с этим исследователи отмечают, что тексты СМИ имеют «комплексно организованную структуру вербальной, медийной и гипертекстуальной составляющих текстов СМИ» [Зиновьева, 2016, с. 74–75; Чупрына, Баранова, 2022].

При этом медиатекст можно рассматривать как «разновидность текста, принадлежащую массовой информации, характеризующуюся особым типом автора (совпадением производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (выразительное повествование, широкая включенность личности автора), рассчитанной на массовую аудиторию» [Солганик, 2005, с. 14–15].

Благодаря такой специфике автора тексты данного типа рассматриваются как содержащие определенные средства повествования для эффективной адресации реципиенту [Мельник, 2012, с. 27; Ионина, 2010]. В связи с этим медиатекст прежде всего ориентирован на широкую аудиторию, что требует смещения фокуса повествования и, как следствие, изменения восприятия реципиентом отдельных элементов реальности. Уже в самом смещении такого фокуса потенциально заложено воздействие на реципиента.

Речевой аспект воздействия как в медиадискурсе, так и в коммуникации в целом, предполагает влияние на психику реципиентов с целью изменения их социально-психологического поведения [Леонтьев, 1997, с. 169]. Изменение форм такого поведения естественно предполагает их актуализацию в повседневной жизни индивида и, как следствие, актуализацию социальных, политических и др. ориентиров, задаваемых медиадискурсом и связанных с этими поведенческими моделями. Воздействие невозможно без определенной степени доверия к автору и к транслируемому в тексте содержанию, и это еще раз подтверждает активную вовлеченность читателя в процесс восприятия медиатекста, не исключая критического отношения к получаемой информации: читатель осознает возможность авторской модификации фокуса подачи информации. При этом автор испытывает потребность в успешном оказании воздействия, а читатель ориентирован на получение объективных данных и установление доверия к источнику [Тарасов, 1990, с. 14–17].

С учетом этого необходим ряд общих условий коммуникации для осуществления воздействия: наличие автора медиатекста как инициатора коммуникации, учет потребностей, личностно-психологических качеств и ожиданий реципиента [Ерофеева, 2015]. Таким образом, эффективность воздействия в медиатекстах определяется как автором, так и реципиентом.

С учетом приведенных выше положений можно говорить и о существенном влиянии иных факторов на специфику организации медиатекста и оказываемого через него воздействия; это особенности целевой аудитории, мотивация автора и жанровая принадлежность текста. В психолингвистических исследованиях особое внимание уделяется изучению зависимости специфики реализации речевого воздействия в медиатексте от его жанровой принадлежности.

В исследованиях, проводимых в рамках психолингвистической парадигмы, и смежных направлениях изучается влияние прерывистости восприятия журналистских текстов [Богуславская, 2004], интенсивности реализации в разножанровых текстах функций информирования и воздействия [Добросклонская, 2000], особенностей соотнесения события, описываемого в медиатексте, с реальностью и временными рамками [Дмитровский, 2014] и др.

Большинство исследований преимущественно направлено на рассмотрение отдельных жанров медиатекстов или общего перечня средств воздействия в медиатекстах. Но именно существенные различия в жанрово обусловленной специфике повествования создают возможности для эффективного применения тех или иных средств воздействия в соответствии с жанровыми характеристиками текста. В частности, с опорой на ряд исследований жанровой специфики медиатекстов [Богуславская, 2004; Дмитровский, 2014; Добросклонская, 2000; Кройчик, 2000; Тertyчный, 2000; Тырыгина, 2007] нами была установлена контрастная жанровая пара «новостная заметка – аналитический комментарий». В этой паре отмечаются существенные различия способов и средств реализации речевого воздействия в этих жанрах, в том числе нейтральность / ненейтральность повествования, использование ссылок на сторонние источники, представление релевантности и идеологических коннотаций освещаемого события и др. Все сказанное позволяет считать сопоставительный анализ характера реализации речевого воздействия в медиатекстах разных жанров актуальной исследовательской задачей.

С учетом вышесказанного предметом исследования выступают жанрово обусловленные особенности реализации речевого воздействия в медиатекстах двух контрастных жанров: новостная заметка и аналитический комментарий.

### **Эмпирическое исследование медиатекстов**

Цель исследования заключается в выявлении, систематизации и сопоставлении языковой репрезентации речевого воздействия в новостной заметке и аналитическом комментарии.

Эмпирическую базу исследования составила выборка из 30 текстов жанра «новостная заметка» и 30 текстов жанра «аналитический комментарий», составленная в процессе обработки мате-

риалов с сайтов русскоязычных СМИ «Ведомости», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец» и «РИА Новости», опубликованных с января по май 2023 г. Тематический фильтр специально не задавался: в выборку вошли медиатексты, освещающие различные политические, экономические и социальные вопросы.

Исследовательская процедура включала несколько этапов:

1) составление эмпирической базы исследования, в которую вошли тексты двух рассматриваемых жанров;

2) первичный контент-анализ отобранных для исследования медиатекстов с целью выявления используемых в них инструментов речевого воздействия;

3) систематизация и контрастивный анализ частотности реализации приемов и средств речевого воздействия в медиатекстах анализируемых жанров.

Проведение настоящего исследования включало в себя использование перечня общетеоретических и специальных **методов**, к которым относятся методы контент-анализа и дискурсивного анализа медиатекстов с целью выявления в них системы средств речевого воздействия для определения специфики организации повествования и систематизации отдельных средств речевого воздействия, и их контрастивный анализ.

Анализ аккумулированной выборки новостных заметок и комментариев позволил выделить наиболее частотные средства речевого воздействия, типичные для текстов каждого из рассматриваемых жанров: так, в новостных заметках содержались частотные указания на фиксированность события во времени и ссылки на мнения сторонних источников, тогда как в аналитических комментариях более частотна оценка предпосылок и последствий реального события и наличие множественных идеологических коннотаций. Выделенные группы средств воздействия, безусловно, связаны с жанровыми особенностями реализации речевого воздействия в исследуемых текстах, поскольку новостная заметка имеет меньший объем, чем аналитический комментарий, и характеризуется более высокой информационной плотностью.

На основе анализа выборки, включающей медиатексты двух рассматриваемых жанров, было выделено несколько контрастных пар инструментов речевого воздействия. Так, в отношении локализации события во времени можно отметить следующие тенденции:

в новостных заметках частотно акцентируется процессуальность события («**В настоящее время** сотрудники милиции **оказывают помощь** участникам дорожного движения», «**Нынешний рост** оптовых котировок эксперты объясняют тем, что **горючее отыгрывает** заметное падение цен, наблюдавшееся в прошлом году», «**И без думской инициативы у кабмина сегодня есть все основания держать под неусыпным контролем** потребительские цены»), его длительность («**За период 2023–2025 годов** объем лизинга должен вырасти более, чем в пять раз...», «**Подводя итоги своей почти девятимесячной эпопеи с погружением в долги...**», «**К апрелю-мая** литр топлива может подорожать до 53–54 рублей, а **за весь год** средняя горючего рискует вырасти на 7–11% – до 56–58 рублей за литр»), а также указываются предпосылки («**Проект судебной реформы Израйля был представлен** вновь назначенным министром юстиции Яривом Левином страны **4 января**», «...за торговую неделю **с 13 по 17 февраля** оптовая стоимость бензина **Аи-92 выросла на 10%**») и предполагаемые тенденции развития освещаемого события («**С 1 апреля** чиновники **скорректируют** правила расчета суммы субсидий нефтяникам за отказ от увеличения цен на АЗС», «**Малый и микробизнес в 2023 году сможет получить** 2,4 миллиарда рублей в виде льготного лизинга...»).

Речевое воздействие в **новостях** осуществляется через позиционирование описываемых проблем как наиболее общественно значимых, а также через указание на необходимость скорейшего участия реципиента в их обсуждении и/или решении в силу масштаба самой проблемы. Кроме того, через новостные тексты читатель в большей степени побуждается к принятию продвигаемой точки зрения и ее якобы самостоятельному анализу с опорой на избирательную аргументацию, осуществляемую автором медиатекста.

Напротив, в аналитических **комментариях** предлагается более детальный анализ предпосылок («**Конечно, в 2022 г.** ландшафт несколько изменился, в первую очередь **из-за ухода с** российского рынка зарубежных брендов», «**Конечно, частично это связано с ажиотажным спросом, который сами медицинские учреждения и создают, ожидая** возможные перебои с поставками...») и последствий («**Но с “лихих 90-х”... много воды утекло, и оно не во всем меняло ситуацию в лучшую сторону**», «**Если бы не Китай, выступавший в то время** в качестве локомотива мировой экономи-

ки, гораздо большее количество компаний **скатилось бы** к банкротству») в их связи с современным состоянием описываемой проблемы, ориентированный, скорее, на поддержание авторской точки зрения, нежели на информирование реципиента. Вместе с тем для аналитических медиатекстов характерно частотное применение средств экспликации экспрессивности авторского отношения к проблеме и отношения, ожидаемого от читателя, что выражается в прямой и скрытой формах (для поддержания некоторой степени нейтральности): «Помимо **последствий пандемии**... экономика Шри-Ланки пошатнулась в результате непродуманных, если не сказать **безумных, решений**, принятых президентом», «Как и в случае с Канадой **три года назад**, американская администрация **судорожно пытается**... минимизировать грядущие проблемы»; «Так как **с конца декабря** ежедневная статистика заболевших не публикуется вообще.. можно делать какие угодно заявления, **рисовать** и объявлять с экранов телевизора **любые цифры**»; «Месяц назад Минпромторг предложил (**пока добровольно**) торговым сетям выделить площади для продажи даров с частных огородов», «...**в 2009 году** они выбрали человека, способного, **по их мнению**, стабилизировать страну», «Оттава и Мехико прямо угрожали разорвать торговые отношения с Вашингтоном, который **спустя год все-таки снял ограничения**»). Кроме того, в аналитических комментариях временные рамки события принято описывать с акцентом на его важности лично для читателя и с большим вниманием к отдельным аспектам темы при выстраивании четких прогнозов, которые, как ожидается, реципиент должен воспринимать как объективные.

Описанные примеры позволяют судить о более характерном представлении в новостных заметках обсуждаемой проблемы как значимой для социума в целом. Кроме того, акцентируются срочный характер проблемы, необходимость ее скорейшего решения и глобальность последствий в краткой форме; при этом оценка событий не представляется. Вместе с тем для аналитических комментариев характерно указание на необходимость срочного решения проблемы, но с подчеркиванием ее актуальности лично для реципиента, и потому описание более подробно и эмоционально. Кроме того, аналитические тексты чаще предлагают комплексные прогнозы относительно развития проблемы и целенаправленно

ориентируют реципиента на правомерность мнения, пропагандируемого автором.

Анализируя характер использования ссылок на стороннее мнение в новостных заметках и аналитических комментариях, мы также выделили несколько тенденций. Так, в новостных текстах ссылки характеризуются прямым или косвенным цитированием мнения источников в форме развернутого указания имени, должности и аффилиации («...сообщила и.о. начальника отдела научно-методического обеспечения **ФКЦ Зульфия Хайрова**», «Как полагает эксперт **ИК «ИВА Партнерс» Артем Ключин**...», «По мнению ведущего аналитика **Freedom Finance Global Натальи Мильчаковой**...», «...отметил генеральный директор **Корпорации МСП Александр Исаевич**»), а также рода деятельности спикера («Ранее лидер оппозиции **Яир Лапид** заявил...», «...считает финансовый аналитик **Андрей Плотников**», «...считает кандидат экономических наук **Игорь Абакумов**»), либо обобщенным цитированием в виде ссылки на организацию без указания лица («В свою очередь пресс-служба **минздрава Белоруссии** уточнила...», «...сообщили в Центре общественных связей **Федеральной службы безопасности**», «...пишет газета **The Wall Street Journal**») или неких усредненных представителей общества («**35-летний житель Саратовской области Виталий Щ.** всегда был убежден...», «**Волонтер Михаил** помогает с обустройством вынужденных переселенцев в Анталии...»). Для новостных заметок в целом характерны указания на конкретные источники, опора на их авторитет и знания по обсуждаемой теме, которые повышают объективность их мнения в глазах читателя.

Напротив, в аналитических медиатекстах ссылки ориентированы в основном не на конкретные заявления источников, а на их идеологические установки. Среди ссылок этого типа можно выделить противопоставляющие различные мнения («**В отличие от многих англосаксонских нефтяных компаний и инвестиционных фондов... китайские энергетические компании инвестировали в новые месторождения**», «**Оппозиция атаковала власть за коррупцию... но правящий клан сохранял популярность и прочно удерживал власть**»), эксплицитно описывающие негативные аспекты критикуемых автором мнений («**Эти структуры при каждом удобном случае повышают цены, которые и разгоняют продовольствен-**



ную инфляцию», «Новость эту, как водится, тут же **подхватили** всевозможные свободные и демократические ресурсы, преподнося как очередные **убийственные** санкции из ада», «Лобби торговых сетей в государственных структурах **сделает все, чтобы "похоронить" инициативу Минпромторга**», а также имплицитно поддерживающие продвигаемую автором точку зрения («**Мировой рынок остается системой сообщающихся сосудов, а российские нефтяные компании успешно адаптируются к текущей ситуации, перестраивая логистические цепочки**», «**Подавляющее большинство говорит, что правительство наконец обратило внимание на малый бизнес и своим проектом сделало шаг вперед**», «**Раз президент объявил возврат к прежним срокам обучения в вузах, возврат в образовании должен быть полным**»). В данном случае ссылки характеризуются большей обобщенностью источников и их мнений; на передний план выходит факт поддержки или критики какой-либо точки зрения. Кроме того, в аналитике основным источником передаваемой информации можно назвать самого автора текста, т.к. основное внимание реципиента такого медиатекста привлекается именно к его мнению.

Таким образом, выделенные тенденции использования ссылок позволяют судить о специфике реализации функции воздействия в новостях и аналитике. Для новостных заметок характерно конкретное указание на стороннее мнение посредством ссылок, что обусловлено традиционными представлениями о новостных сообщениях как текстах высокой информационной наполненности, о содержании разных точек зрения, конкретных источников и общей точности данных. В то же время для аналитики характерно более генерализированное описание источников и упор на идеологические коннотации источников в сочетании с их анализом, что определяется высокой вовлеченностью личности автора текста в повествовательный процесс; при этом личность автора полагается в определенной степени основным источником. Кроме того, в рамках ссылок в новостных текстах частотно приводятся нейтральные или позитивные комментарии о мнении, соответствующем источнику, что также соответствует ожиданиям читателя, тогда как для аналитических комментариев характерна экспликация негативных аспектов какой-либо точки зрения, которая критикуется автором и приводимыми им источниками.

## Заключение

В результате анализа было установлено, что тексты жанра «новостная заметка» характеризуются демонстрацией общественной важности и значимости освещаемых в них идей, требующих скорейшего решения в связи с их масштабностью. В то же время в текстах жанра «аналитический комментарий» повествование акцентирует личные нужды и ожидания реципиента, даются прогнозы развития проблем, обобщенно предлагается информация из сторонних источников, при упоминании которых внимание уделяется идеологической составляющей их заявлений. В них четко выражено отношение автора к определенным идеям, и в целом эти тексты отличаются высокой степенью включенности автора в процесс коммуникации. Дальнейшее изучение особенностей реализации речевого воздействия в медиатекстах разных жанров требует проведения комплексного психолингвистического эксперимента для определения степени соответствия интенсивности использования отдельных средств воздействия и специфики восприятия этих текстов реципиентами.

## Список литературы

- Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: анализ журналистских текстов. – Москва : URSS. – 2017. – 280 с.
- Дмитровский А.Л. Проблема факта в медиатексте // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия : Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 1. – С. 203–214.
- Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – Москва, 2008. – 264 с.
- Ерофеева И.В. Лингвopsихологическая модель эффективного медиатекста // Гуманитарный вектор. Серия: Филология. Востоковедение. – 2015. – № 4(44). – С. 98–106.
- Зиновьева Е.С. Изучение дискурса в рамках медиалингвистики // Верхневолжский филологический вестник. – 2016. – №3. – С. 73–80.
- Ионина А.А. Особенности создания и восприятия текста в Интернете // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2010. – № 2(6). – С. 33–39.
- Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. – Санкт-Петербург. – 2000. – С. 125–167.
- Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – Москва : Смысл, 1997. – 287 с.

- Мельник Г.С. Медiateкст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С. 27–29.
- Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «mediateкст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – №2. – С. 7–16.
- Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория // Оптимизация речевого воздействия. – Москва : Наука. – 1990. — С. 5–18.
- Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – Москва : Аспект Пресс. – 2000. – 320 с.
- Тырыгина В.А. Медиажанры в когнитивной интерпретации // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – № 1. – С. 58–69.
- Chupryna O.G., Baranova K.M. Social and cultural values in American web-based discourse // Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics. – 2022. – No. 4. – P. 122–130.

## References

- Boguslavskaya, V.V. (2017). *Modelirovaniye teksta: lingvosociokul'turnaya kontsepciya: analiz zhurnalisticheskikh tekстов*. Moscow.
- Dmitrovskij, A.L. (2014). Problema fakta v mediatekste. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i social'nye nauki*, 1, 203–214.
- Dobrosklonskaya, T.G. *Medialingvistika: sistemnij podhod k izucheniju yazyka SMI (Sovremennaja anglijskaya mediarech')*. Moscow.
- Erofeeva, I.V. (2015). Lingvopsihologicheskaja model effektivnogo mediateksta. *Gumanitarnij vector. Philology and Oriental Studies Series*, 4(44), 98–106.
- Zinov'eva, E.S. (2016). Izuchenie diskursa v ramkah medialingvistiki. *Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik*, 3, 73–80.
- Ionina, A.A. (2010). Osobennosti sozdaniya i vosprajatiya teksta v Internetе. *Bulletin of Moscow City Pedagogical University*, 2(6), 33–39.
- Krojchik, L.E. (2000). Sistema zhurnalisticheskix zhanrov. *Osnovy tvorcheskoj deyatel'nosti zhurnalista*, Saint-Petersburg, 125–167.
- Leont'ev, A.A. (1997). *Osnovy psiholingvistiki*. Moscow: Smysl.
- Mel'nik, G.S. (2012). Mediatekst kak ob'ekt lingvisticheskix issledovanij. *Zhurnalisticheskij ezhegodnik*, 1, 27–29.
- Solganik, G.Ya. (2005). K opredeleniyu ponyatij "tekst" i "mediatekst". *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2, 7–6.
- Tarasov, E.F. (1990). Rechevoe vozdejstvie: metodologiya i teoriya. In *Optimizaciya rechevogo vozdejstviya* (pp. 5–18). Moscow: Nauka.
- Tertychnyj, A.A. (2000). *Zhanry periodicheskoy pechati*. Moscow: Aspekt Press.
- Тырыгина, В.А. (2007). Медиажанры в когнитивной интерпретации. *Вопросы когнитивной лингвистики*, 1, 58–69.
- Chupryna, O.G., Baranova, K.M. (2022). Social and cultural values in American web-based discourse. *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 4, 122–130.

---

*Сведения об авторах*

**Власов Максим Игоревич** – магистрант кафедры языкознания и переводоведения, Московский городской педагогический университет, Россия, Москва, VlasovMI@mgpu.ru

**Карданова-Бирюкова Ксения Суфьяновна** – доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой языкознания и переводоведения, Московский городской педагогический университет, Россия, Москва, kardanova-birukovaks@mgpu.ru

*About the authors*

**Vlasov Maxim Igorevich** – Master's degree student at the Department of Linguistics and Translation Studies, Moscow City University, Russia, Moscow, VlasovMI@mgpu.ru

**Kardanova-Biryukova Ksenia S.** – Doctor of Science in Philology, associate professor, Head of the Department of Linguistics and Translation Studies, Moscow City University, Russia, Moscow, kardanova-birukovaks@mgpu.ru