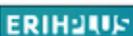




Никонова Е. А. Цитация как основание для дифференциации жанров масс-медиа / Е. А. Никонова // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 5. — С. 243—261. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-5-243-261.

Nikonova, E. A. (2022). Citation as a Basis for Differentiating Mass Media Genres. *Nauchnyi dialog*, 11(5): 243-261. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-5-243-261. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-5-243-261

Цитация как основание для дифференциации жанров масс-медиа

Никонова Екатерина Андреевна
orcid.org/0000-0001-9260-4554
кандидат филологических наук,
старший преподаватель
кафедры Английского языка № 3
ekatnikon2014@yandex.ru

МГИМО МИД России
(Москва, Россия)

Citation as a Basis for Differentiating Mass Media Genres

Ekaterina A. Nikonova
orcid.org/0000-0001-9260-4554
PhD in Philology, Senior Lecturer,
Department of English № 3
ekatnikon2014@yandex.ru

MGIMO University
(Moscow, Russia)

© Никонова Е. А., 2022



ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Рассматривается цитация как инструмент жанровой дифференциации текстов масс-медиа. Проведен качественный и количественный анализ цитирования в жанрах «новостное сообщение», «аналитическая статья» и «мнение», представляющих собой тексты с различной степенью представленности авторской оценки, которая может быть выражена в числе прочего цитацией. Выработана система параметров, на основании которой можно проводить жанровую дифференциацию газетных текстов. В нее включены цитаты, тип глагола, вводящего цитату, наличие и характер дополнительной конструкции, а также источник цитаты. Полученные данные свидетельствуют о том, что в аналитической статье преобладают прямые цитаты, вводимые нейтральными глаголами. Отмечается, что в качестве источника сообщения чаще всего встречаются официальные ресурсы, это соответствует стремлению жанра к объективности и беспристрастности. Показано, что в жанре «мнение» цитаты как вкрапление чужого текста встречаются редко; цитация в основном выполняет оценочную и экспрессивную функции, что подтверждается высоким процентом сегментированных цитат, а также превалированием таких источников информации, как коллективные ресурсы и СМИ. Выявлено, что в новостном сообщении цитирование отвечает таким жанровым требованиям, как сжатый объем, информационная компрессия и обобщение.

Ключевые слова:

цитация; аналитическая статья; мнение; новостное сообщение; оценка.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

Citation is considered as a tool for genre differentiation of mass media texts. A qualitative and quantitative analysis of citation in the genres of “news report”, “analytical article” and “opinion” was carried out, which are texts with varying degrees of representation of the author’s assessment, which can be expressed, including by citation. A system of parameters has been developed, on the basis of which it would be possible to carry out genre differentiation of newspaper texts. It includes quotations, the type of verb introducing the quotation, the presence and nature of the additional construction, and the source of the quotation. The data obtained indicate that the analytical article is dominated by direct quotations introduced by neutral verbs. It is noted that official sources are most often used as a source of information, this corresponds to the genre’s desire for objectivity and impartiality. It is shown that in the genre of “opinion” quotations as interspersed with someone else’s text are rare; citation mainly performs evaluative and expressive functions, which is confirmed by a high percentage of segmented citations, as well as the prevalence of such sources of information as the collective and the media. It was revealed that citation in a news message meets such genre requirements as compressed volume, information compression and generalization.

Key words:

citation; analytical article; opinion; news message; grade.



Цитация как основание для дифференциации жанров масс-медиа

© Никонова Е. А., 2022

1. Введение = Introduction

Сегодня не возникает сомнений, что авторское отношение прослеживается в любом тексте и может быть выражено более или менее открыто в зависимости от типа дискурса, а в случае дискурса масс-медиа — от жанра публикации или рубрики, к которой относится текст. В связи с этим исследование оценки как зонтичного понятия, объединяющего различные способы выражения авторского отношения к повествуемому, может выступать в качестве инструмента дифференциации жанров масс-медиа, на что указывают работы ряда исследователей [Martin et al., 2005, p. 164; Katajamaaki, 2009, p. 205]. Представляется, что условную дифференциацию жанров можно провести не только путем анализа всего комплекса лингвистических маркеров оценки, но и на основе одного из параметров, что позволит сделать вывод об общем, исходя из частного. В рамках настоящего исследования мы остановились на исследовании цитации как средстве выражения авторского отношения или маркере его отсутствия. Поскольку цитация является неотъемлемым элементом журналистского текста, то различные ее аспекты изучения получили достаточное освещение в лингвистике (например, функциональный аспект цитат, в том числе в различных жанрах [Dijk, 1988; Pan, 2010; Smirnova, 2009]; цитирование как инструмент выражения авторского голоса [Pounds, 2010; Sanders, 2010]; цитирование как инструмент реализации идеологического отношения [Sclafani, 2008]; этический аспект цитирования [Fakazis, 2006; Clayman, 1990]; классификация цитат [Алещанова, 2000] и т. д.), однако цитация мало исследовалась с точки зрения основания для жанровой дифференциации текстов масс-медиа. Таким образом, целью данной работы является установление возможности использовать цитацию как инструмент разграничения жанров масс-медиа. Для этого нами были поставлены и решены следующие задачи: 1) проведен качественный и количественный анализ цитирования в жанрах «новостное сообщение», «аналитическая статья» и «мнение», представляющих собой тексты с различным балансом объективное / субъективное, а значит, различной степенью представленности авторской оценки; 2) на основе полученных данных была выработана система параметров, на основании которой можно было бы проводить жанровую дифференциацию газетных тек-



стов. Актуальность работы обусловлена наличием пробела в исследовании жанродифференцирующего потенциала цитации. Новизна исследования заключается в выработке системы параметров, на основании которой можно осуществлять жанровую дифференциацию газетных текстов.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

В рамках данного исследования мы придерживаемся наиболее распространенной точки зрения, согласно которой под *цитатой* понимается отрезок текста-источника, предназначенного для воспроизведения в новом тексте, а под *цитированием* — процесс употребления этого отрезка в принимающем тексте. Поскольку мы фокусируемся на исследовании реализации авторской оценки через цитирование, то нами будет в основном использоваться термин *цитация*, предполагающий включение в оценку наравне с цитатой функционально-прагматического аспекта [Алещанова, 2000, с. 54—55; Комарова и др., 2009, с. 12].

Понятие оценки не сводится к выражению положительного или отрицательного отношения к предмету речи [Харченко, 1976, с. 66] или оцениванию объекта речи по параметру «хорошо / плохо» [Вольф, 2020], но определяется как «широкое понятие, используемое для обозначения отношения говорящего или пишущего к предмету», которое напрямую связано с ценностями [Hunston et al., 2000, p. 5]. Подобное широкое определение оценки наиболее релевантно для исследования текстов масс-медиа, поскольку позволяет выявить имплицитные признаки авторского отношения и оценки в журналистских жанрах, не предполагающих их наличие (например, в новостном сообщении; см. [Bednarek, 2006, p. 12]).

Для реализации цели и задач данного исследования был сформирован корпус цитатного материала путем сплошной выборки, далее применялся количественный метод для подсчета распределения цитат в исследуемых жанрах, а также для выявления закономерностей / тенденций в их использовании. При интерпретации коммуникативно-прагматической направленности цитации проводился анализ содержания конкретного отрезка принимающего текста с последующей многоуровневой текстолингвистической обработкой, включающей учет функционально-целевого аспекта цитирования. При обращении к функциональному аспекту мы исходим из того, что цитация в текстах масс-медиа отличается полифункциональностью, однако при анализе конкретных примеров нами учитывалась наиболее значимая для данного фрагмента / текста функция цитации.

Для выполнения задач исследования методом случайной выборки были собраны тексты жанров «аналитическая статья», «мнение» и «новостные сообщения», посвященные актуальным общественно-политическим вопро-



сам. Отбор производился из текстов наиболее известных англоязычных качественных изданий «The New York Times», «The Independent», «The Economist», «The Week» за 2020—2021 годы. Таким образом, в качестве материала исследования послужили 15 текстов жанра «аналитическая статья», 15 текстов жанра «мнение» и 120 новостных сообщений (количество последних превосходит число аналитических статей и мнений ввиду маленького объема новостных текстов: средний объем аналитической статьи или мнения — 1100 слов, в то время как новостного сообщения — 130 слов).

Цитата — это важнейший инструмент информационного сообщения, повышающий доверие к сообщаемому, позволяющий сделать текст более содержательным [Редакционный стандарт, 2019, с. 84]. Будучи одним из обязательных элементов текста масс-медиа, цитирование отличается полифункциональностью. С одной стороны, оно является традиционным инструментом объективации, обоснования и приведения доказательств. Поэтому наиболее часто цитаты встречаются в информационных жанрах, где они могут составлять большую часть текста и призваны дополнять и расширять описание фактов. С другой стороны, «цитата, попадая в интертекстуальное пространство, приобретает вторую жизнь и в зависимости от установки автора, цели дискурса, конкретных условий контекста может подвергаться существенным смысловым модификациям вследствие неточности в передаче» [Иванова и др., 2014, с. 40], что позволяет использовать цитирование в текстах масс-медиа для выражения авторской оценки и формирования у аудитории определенного образа описываемого события.

О функциональной направленности цитаты можно судить по таким параметрам, как тип цитаты, источник цитирования, глагол, вводящий цитату, а также наличие или отсутствие дополнительных конструкций (табл. 1).

Цитаты разделяются на *прямые, косвенные и сегментированные (фрагментарные)*. *Прямая цитата* представляет собой заковыченную полную цитату, никак не адаптированную под контекст сообщения. По объему такая цитата может представлять собой как одно предложение, так и сверхфразовое единство или абзац. Воздействующий потенциал такой цитаты сведен к минимуму, поскольку практически не допускает каких-то интерпретаций. Как правило, такие цитаты распространены в жанрах, в большей степени нацеленных на информирование. Прямая цитата может быть непрерывной (не содержать комментирующих вставок и не разделяться глаголом-связкой) и прерывной (напротив, иметь комментирующую вставку или быть разделенной глаголом-связкой) [Зайцева, 1987]. Прерывание цитирования нейтральным глаголом-связкой является текстоструктурирующим приемом, позволяющим в определенных случаях четче проследить высказываемую в цитате мысль, в то время как добавление комментария



или эмоционально-оценочного глагола-связки, как правило, способствует приращению воздействующего потенциала и может выражать отношение / оценку автора. **Сегментированные** цитаты представляют собой закавыченные вырезанные из контекста отдельные слова и небольшие по длине словосочетания; цитата получает логическое завершение за счет ближайшего контекста. В соединении с авторской речью и авторскими акцентами сегментированная цитата может не только служить способом лучше, ярче, сильнее выразить авторские мысли, но и стать основой многочисленных интерпретаций и манипулятивных речевых действий. **Косвенная** цитата — это пересказ «чужой речи» авторскими словами. Данный тип цитат применим в случаях, когда цитируемая информация не является важной для читателя и выступает в качестве фона для основного повествования, либо в случае, когда автор хочет обыграть слова в выгодном для него свете. Мы относим косвенную речь к цитированию при том условии, если она включает фрагменты чужих текстов, обладающих ссылкой на автора или источник. Таким образом, мы не считаем скрытое косвенное цитирование, для которого характерно отсутствие ссылки на автора, разновидностью косвенной цитаты и при нашем анализе не учитываем.

Поскольку при цитировании предмет оценки может выступать не только информация, содержащаяся в цитате, но и ее источник, то при определении функциональной направленности цитаты и ее воздействующего потенциала необходимо учитывать данный параметр. На сегодняшний день существует ряд типологий источников цитирования, в том числе выработанных на примере текстов масс-медиа (см., например, М. В. Саблина [Саблина, 2011]). В основе этих типологий лежит дифференциация по признаку текста-источника. При выработке типологии для целей и задач настоящего исследования был учтен фактор надежности источника; в ее основу легла типология источников цитации, основанная на редакционном стандарте ТАСС (табл. 1). В соответствии с данной типологией источники подразделяются на **Официальный источник I уровня, Официальный источник II уровня, Неофициальный источник, Анонимный источник, СМИ, Интернет и социальные сети, Коллективный источник**. Опираясь на эмпирические данные нашего исследования, мы также включили в типологию **Неопределенно-личный источник информации**.

К категории **Официальных источников I уровня** относятся высшие должностные лица, представляющие органы власти, организации, компании и другие структуры, сообщающие информацию открыто, не на условиях анонимности [Редакционный стандарт, 2019, с. 41], и уполномоченные давать комментарий по данному вопросу.



В качестве **Официального источника II уровня** выступают сотрудники какой-либо структуры, которые не уполномочены делать заявления от имени своей организации или не имеют прямого отношения к обсуждаемому вопросу. Тем не менее предоставляемая ими информация может рассматриваться как отличающаяся высокой степенью надежности.

Анонимный источник представляет собой неназванный источник информации и может, с одной стороны, свидетельствовать о желании автора выдать несуществующую информацию за инсайд, с другой стороны, действительно возможна ситуация, при которой редакция вправе обязать журналиста скрыть свой источник, однако данные случаи редки, касаются резонансных дел и, как правило, оговариваются. Кроме того, использование информации, полученной из анонимного источника, более характерно для таких жанров, как расследование, репортаж, а в исследуемых нами жанрах, как правило, анонимный источник обладает невысокой степенью надежности, поскольку отсылка к нему предоставляет автору широкие возможности для манипулирования информацией.

Неофициальный источник представляет собой человека, который не является сотрудником структуры, связанной напрямую с рассматриваемым вопросом, и не принимает значимых решений по вопросу, о котором идет речь в сообщении [Там же]. В качестве неофициального источника часто используются люди, имена которых находятся на слуху, что увеличивает доверие читателей к информации, а также кликабельность сообщения. Однако в большинстве случаев использование неофициального источника свидетельствует о желании автора «подтасовать» мнение. Реципиенту информации навязывается уже сформированная нужным образом оценка описываемого факта, замаскированная под авторитетную, достоверную точку зрения. Приведение цитат со **ссылками на другие СМИ** является привычным приемом для газетных текстов, позволяющим продемонстрировать высокую степень авторской осведомленности и создать транстекстовое единство по данной проблематике. Что касается надежности СМИ как источника информации, то следует учитывать, на какой именно текст (а точнее — жанр) ссылается автор. Частотны случаи приведения цитат из статей-мнений авторитетных изданий, что позволяет создать «эффект объективности» повествования. В случае ссылки на аналитические исследования, в которых приведена выверенная надежная информация, подобное цитирование не следует рассматривать как инструмент воздействия.

Использование **ссылок на информацию из интернета или социальных сетей** является относительно новым явлением, функциональный аспект которого еще предстоит изучить в полной мере. Мы исходим из того, что если какая-то информация появилась в частных социальных се-



тых официального лица, то она может представлять его частное мнение, а не официальную позицию структуры, которую он представляет, в связи с чем данный источник не является абсолютно достоверным (однако стоит учитывать, что если речь идет о представителях каких-то крупных (например, государственных) структур, то их должность предусматривает ряд ограничений в свободе выражения частного мнения; как правило, публикуемые посты в социальных сетях отличаются большей эмоциональностью, но в целом соответствуют заданному официальному курсу).

Коллективный источник представляет собой безличную форму включения цитат в текст и построен на суммировании мнений аналитиков, официальных представителей или специалистов в определенных областях знаний. Отсутствие четкого указания на источник полученной информации делает подобные цитаты недостоверными, предполагающими предвзятость и субъективность.

Неопределенно-личный источник предполагает отсылку к неопределенно-личному объекту как источнику информации (включаем сюда также пассивные предложения типа *it's believed that* (считается) (здесь и далее перевод наш. — *Е. Н.*). Мы не рассматриваем в качестве источников цитирования пословицы, поговорки, крылатые выражения, считая их разновидностью прецедентных текстов, не обладающих признаками цитаты.

Еще одним существенным параметром, который необходимо учитывать при анализе цитат, является использование для передачи чужой речи глагола с примыкающей к нему конструкцией. За основу типологии глаголов, вводящих чужую речь, была взята классификация М. Беднарек, в соответствии с которой глаголы подразделяются на следующие группы:

— нейтральные (призваны сигнализировать об использовании чужой речи в тексте; они не несут никакой дополнительной информации о говорящем);

— иллокутивные (дают представление о цели (предполагаемой цели) говорящего; подобные глаголы передают «авторский голос» и обладают высокой степенью интерпретативности, поскольку обозначают предполагаемую ситуацию общения, а также проясняют иллокутивную силу цитаты, к которой относятся [Caldas-Coulthard, 2002, p. 305]);

— декларативные (используются при передаче актов речи, возможных только в определенных культурно-институциональных условиях, когда имеются «ограничивающие» факторы, например, только судья может *вынести вердикт*; выделение этого глагольного типа необходимо, потому что один и тот же глагол может выступать в качестве иллокутивного (и нести дополнительную смысловую нагрузку) и декларативного (в таком случае дополнительная смысловая нагрузка отсутствует);

— связующие (определяют связь цитаты с другими частями дискурса);

— невербальные (вводят паралингвистические аспекты высказывания) [Bednarek, 2006, с. 57—58].

Конструкции, дополняющие глагол для передачи чужой речи, в ходе анализа мы разделяем на *информативные* (когда задается какая-то уточняющая нейтральная информация, например, в отношении должности говорящего) и *маркирующие* (передают авторское отношение к предмету речи или говорящему) или указываем на их отсутствие.

Таблица 1

Параметры дифференциации цитат

Тип цитаты	Тип глагола, вводящего цитату	Дополнительная конструкция	Источник цитаты
— прямая; — косвенная; — сегментированная.	— нейтральный; — иллокутивный; — декларативный; — связующий; — невербальный или отсутствует	— маркированная; — информативная или отсутствует	— официальный источник I уровня; — официальный источник II уровня; — неофициальный; — анонимный; — СМИ; — интернет и социальные сети; — коллективный; — неопределенно-личный.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

Результаты проведенного исследования показали (табл. 2), что в текстах аналитических статей и новостных сообщений цитация встречается чаще, чем в текстах жанра «мнение». Так, в ходе анализа было обнаружено 189 цитат в тексте аналитической статьи (на одну аналитическую статью приходится в среднем 13 цитат) и 204 цитаты в текстах новостных сообщений, в то время как в «мнении» — только 96 (что почти в два раза меньше). Причина этого видится в специфике жанра. Поскольку он нацелен на передачу позиции автора по определенному проблемному вопросу, то в центре внимания находится сам автор, а цитата как отсылка к мнению других лиц играет вспомогательную роль и поэтому менее частотна. В текстах аналитической статьи и новостного сообщения присутствие голоса автора, напротив, сведено к минимуму, поэтому, помимо информативной и аргументативной функций, цитаты здесь могут выступать в качестве инструмента маскировки авторской оценки. Кроме того, цитаты отличаются высокой степенью информативной плотности [Алещанова, 2000, с. 59], поэтому для новостного сообщения, жанра, ограниченного по объему, они выступают наиболее эффективным



средством, оптимизирующим организацию разносторонней информации, в том числе с целью вызвать требуемую реакцию со стороны читателей.

Таблица 2

Распределение видов цитат по жанрам
«аналитическая статья», «мнение», «новостное сообщение»

Жанр	Прямая	Сегментированная	Косвенная
Аналитическая статья	35 %	32 %	33 %
Мнение	25 %	47 %	28 %
Новостное сообщение	6 %	32 %	62 %

Что касается представленности различных видов цитат (прямая цитата, косвенная цитата, сегментированная цитата) в текстах жанров «аналитическая статья», «мнение» и «новостное сообщение», то результаты нашего исследования демонстрируют их равнопредставленность в тексте аналитической статьи. Отметим, что аналитическая статья имеет наиболее высокий процент прямых цитат, что объясняется стремлением автора к обеспечению надежности транслируемой информации, поскольку любой инвариант цитаты может быть нетождественным исходнику по форме и по смыслу.

В текстах мнения наиболее частотны сегментированные цитаты (47 %). Поскольку журналист, пишущий в жанре «мнение», должен демонстрировать личную точку зрения, давать эмоциональную оценку событий, осмысливать ситуацию в контексте своего мнения, то использование именно сегментированных цитат позволяет ему выразить определенные позиции более эмоционально и экспрессивно.

Новостное сообщение характеризуется ограниченным объемом и строгой направленностью на информирование, что не предполагает использование цитат [Беляевская, 2015, с. 9—10]. В связи с этим вводимая прямая речь нуждается в корректировке и в большинстве случаев репрезентируется в новостных сообщениях в формате косвенной речи (составляет 62 % случаев), представляющей собой упрощенный, сокращенный вариант прямой речи, где сохраняется только информативный элемент. Прямая речь в новостных сообщениях составляет только 6 % и, как правило, выступает поводом для новостного сообщения. Сегментированные цитаты встречаются в 32 % случаях. Относительно высокая их частотность объясняется, с одной стороны, тем, что они характеризуются небольшим объемом (представлены отдельными словами или словосочетаниями, отражающими смысл цитируемого высказывания), а с другой — являются практически единственным доступным инструментом формирования оценочности всего текста [Там же, с. 10]. Таким образом, в новостном сообщении сег-



ментированная цитата призвана не столько обеспечить точность передачи предполагаемой информации, сколько создать определенную оценочную модальность текста.

3.1. Результаты исследования: глаголы, вводящие чужую речь

Слова автора, вводящие или комментирующие чужую речь, обладают значительным прагматическим потенциалом, поскольку могут переходить в авторский комментарий, содержащий журналистскую оценку цитаты [Варченко, 2007, с. 30], и, таким образом, способны повлиять на восприятие читателями описываемых событий. Через глаголы, вводящие чужую речь, автор может, например, дать характеристику манере, в которой презентовалась информация, или дать оценку самому высказыванию. Например:

(1) *He (Biden — примечание наше. — E. A.) cited the 120,000 Americans and Afghan allies evacuated in the two weeks since the Taliban seized power in Kabul, **boasting** that “no nation has ever done anything like it in all of history”* [The New York Times, 31.08.2021] / Он упоминал 120 000 американских и афганских союзников, эвакуированных в течение двух недель с тех пор, как Талибан захватил власть в Кабуле, хвастаясь, что «ни одна нация никогда не делала ничего подобного на протяжении всей истории». Так, в данном примере глагол *boast* (хвастаться; to speak too proudly or happily about what you have done or what you own [Cambridge Dictionary] / говорить чересчур гордо или счастливо о том, что ты сделал или чем владеешь) характеризует высказывание Байдена как заносчивое.

(2) *They (Rohingya refugees — примечание наше. — E. A.) are seeking \$150bn in compensation, **alleging** that the company did not do enough to stop others from using its platform to incite violence against Rohingyas in Myanmar* [The Economist, 11.12.21] / Они требуют 150 млрд долл. в качестве компенсации, утверждая, что компания не сделала достаточно, чтобы предотвратить использование платформы для распространения жестокости в отношении Рохинджи в Мьянме. Здесь глагол *allege* (утверждать; to say that someone has done something illegal or wrong without giving proof [Cambridge Dictionary] / заявлять, что кто-то сделал что-то нелегальное или неправильное, не предоставляя доказательств) характеризует информацию, вводимую при помощи цитации как недостоверную, непроверенную [Biber et al., 1999, p. 975].

В аналитической статье на долю глаголов, не имеющих эмоционально-оценочного значения, приходится 68 % (нейтральные глаголы составляют 57 %, связующие — 11 %), а также 5 % приходится на цитаты без вводящего глагола / конструкции (см. табл. 3). Данный показатель можно считать существенным, демонстрирующим последовательное желание автора оставаться в роли беспристрастного посредника при передаче чужой речи. В «мнении» сохраняется некий баланс между глаголами без дополнитель-

Таблица 3

Распределение глаголов, вводящих чужую речь, в жанрах
 «аналитическая статья», «мнение» и «новостное сообщение»

Тип глагола	Аналитическая статья	Мнение	Новостное сообщение
Нейтральный	57 %	51 %	33 %
Иллокутивный	27 %	46 %	55 %
Декларативный	—	3 %	6 %
Связующий	11 %	—	3 %
Отсутствует	5 %	—	3 %

ной эмоциональной нагрузки (51 % составляют нейтральные глаголы и 3 % — декларативные глаголы) и глаголами, задающими оценочную рамку высказыванию (иллокутивные глаголы составляют 46 %); доминирование первых подтверждает мысль о том, что журналист, пишущий текст в жанре «мнение», не нуждается в использовании цитат с целью вуалирования собственной оценки. Особый интерес представляют полученные результаты анализа глаголов, вводящих чужую речь, в новостных сообщениях: наблюдается доминирование иллокутивов, на которые приходится 55 % всех глаголов. Это может быть объяснено несколькими факторами. С одной стороны, использование иллокутивных глаголов, таких как *claim* (заявлять), *suggest* (предлагать), *declare* (провозглашать), etc., свидетельствует о желании автора дистанцироваться от высказывания, подчеркнуть нейтральность своей позиции. Так, в следующем фрагменте для передачи позиции китайских властей автор использует глагол *claim*:

(3) *Tehran is not the only government to have spread disinformation about the pandemic's source. A Chinese official recently **claimed** that the virus had been brought to Wuhan by the US army* [The Week, 28.03.2020] / Тегеран не единственное государство, которое распространяло дезинформацию относительно источника пандемии. Правительство Китая недавно заявило, что вирус был завезен в Ухань армией США.

Данный глагол в Кембриджском словаре получает дефиницию ‘to say that something is true or is a fact, although you cannot prove it and other people might not believe it’ [Cambridge Dictionary] (утверждать, что что-то верно или является фактом, хотя ты не можешь доказать это и другие люди могут этому не поверить). Введение цитаты именно этим глаголом-скрепой (термин В. В. Варченко [Варченко, 2007]) указывает на желание автора продемонстрировать дистанцию между автором и субъектом речи (анализ причинно-следственной связи предложений в примере (3) подтверждает несогласие



автора с мыслью, что коронавирус был завезен в Китай американскими солдатами). Использование более нейтрального глагола *said* (сказал) (to think or believe [Cambridge Dictionary] / думать или верить) не позволило бы реализовать данный коммуникативно-прагматический замысел.

С другой стороны, иллокутивные глаголы могут выступать в качестве эффективного инструмента интерпретации, что касается прежде всего глаголов, описывающих неречевые действия. В примере (4) косвенную речь вводит глагол *hint* (намекать):

(4) *Lieutenant-General Kainerugaba has hinted on Twitter that he might like to succeed his ageing father at the next election, in 2026* [The Economist, 04.06.22] / Генерал-лейтенант Кайнеругаба намекнул в Твиттере, что он, возможно, захочет сменить своего стареющего отца на следующих выборах в 2026 году.

Глагол *hint*, получивший определение ‘to say or do something that shows what you think or want, usually in a way that is not direct’ [Cambridge Dictionary] (сказать или сделать что-то, что показывает (обычно не прямо), что ты думаешь или хочешь), уже в своей семантике предполагает интерпретацию слов субъекта речи. Поскольку в новостном сообщении не приводится весь пост генерал-лейтенанта Кайнеругаба, для того чтобы читатель мог сделать самостоятельный вывод, содержала ли речь намек на его желание участвовать в выборах или нет, косвенную цитату автор вводит, можем предположить, как инструмент маскировки своего мнения.

Таблица 4

Распределение конструкций, дополняющих глагол, вводящий цитаты в тексты аналитической статьи, мнения и новостного сообщения

Дополнительная конструкция	Аналитическая статья	Мнение	Новостное сообщение
Маркированная	11 %	22 %	14 %
Информативная	65 %	28 %	11 %
Отсутствует	24 %	50 %	75 %

Результаты, полученные на основе анализа аналитической статьи, подтверждают ориентированность жанра на беспристрастное информирование, поскольку лишь 11 % конструкций, дополняющих глагол, вводящий цитату, являются маркированными (табл. 4). В большинстве случаев эта конструкция вводит дополнительную уточняющую информацию (65 %); в 24 % случаев — отсутствует. В «мнении» наблюдаем определенный баланс между маркированными (22 %) и информативными (28 %) конструкциями, что свидетельствует о свободе выражения авторской мысли. Отсутствие кон-



струкций, дополняющих глагол в новостных сообщениях, в 75 % случаев объяснимо, с одной стороны, ограниченным объемом такого текста: любые дополнительные конструкции могут привести к информационной избыточности. С другой стороны, данная тенденция может быть результатом того, что жанр стремится к отсутствию эксплицитно маркированных зон. Практически равное процентное соотношение маркированных и информативных структур (14 % и 11 % соответственно) говорит о равнонацеленности автора на информирование и оказание воздействия на реципиента.

Таблица 5

Распределение источников чужой речи в текстах
аналитической статьи, мнения и новостного сообщения

Источник цитаты	Аналитическая статья	Мнение	Новостное сообщение
Официальный источник I уровня	30 %	16 %	32 %
Официальный источник II уровня	37 %	—	—
Неофициальный	11 %	22 %	—
Анонимный	—	3 %	3 %
СМИ	—	34 %	3 %
Интернет и социальные сети	3 %	3 %	—
Коллективный	17 %	22 %	59 %
Неопределенно-личный	2 %	—	3 %

Что касается источников цитат, то результаты проведенного исследования показали, что в аналитической статье большая часть цитат снабжена отсылкой к наиболее надежным источникам цитирования (официальный источник I уровня составляет 30 % и официальный источник II уровня — 37 %) (табл. 5). Достаточно высокий процент ссылок на коллективный источник (*experts from the National Grid* [The Independent, 10.08.2021] / эксперты из Единой энергосистемы Великобритании); *the Republican lawmakers* [The New York Times, 01.09.2021] / парламентарии от Республиканской партии; *Supporters of Mr. Biden's decision* [Ibid., 31.08.2021] / сторонники решения Байдена, etc) — 17 % — свидетельствует о том, что авторами аналитической статьи подобные отсылки видятся эффективным инструментом маскировки собственного мнения.

Данные, полученные в результате анализа текстов мнения, отличны. Отметим, что здесь наиболее высокий процент ссылок приходится на СМИ



(34 %). Предполагаем, что это связано с более низкой степенью достоверности информации, представленной в текстах-мнениях, поскольку отсылка к другим ресурсам снимает с журналиста ответственность за приведенные данные, при этом источник продолжает оставаться в глазах читателя уважаемым, однако не гарантирует надежность ввиду существования огромного количества СМИ сегодня. Такой подход дает широкие возможности для отбора «выгодных» для автора фрагментов информации. Безусловно, данное предположение нуждается в дальнейшей проверке. Также высокий процент ссылок приходится на неофициальные и коллективные источники информации (по 22 % соответственно), что подтверждает мысль о низкой степени надежности информации, приводимой в «мнениях».

Что касается новостного сообщения, доминирующее большинство ссылок (59 %) — это ссылки к коллективному источнику (такой высокий процент говорит о невозможности объяснить результат нашего исследования математической погрешностью), что требует особого внимания и более глубокой оценки полученных данных. На наш взгляд, возможной причиной может быть нацеленность новостей строго на информирование; автор не ставит целью аргументировать что-то или привести точки зрения, но стремится задать общие векторы развития событий. Кроме того, новостное сообщение в какой-то степени представляет собой очень краткую выдержку всех существующих позиций / мнений по описываемому событию, в связи с этим автор не видит смысла в их конкретизации или объективации при помощи отсылки к конкретному лицу, поэтому частотны именно обобщенные отсылки: *Mr. Castillo's supporters* [The Economist, 11.12.21] / сторонники г-на Кастильо; *American authorities* [Ibid., 11.12.21] / правительство Америки; *a team of specialists* [The Week, 11.12.21] / команда специалистов. 32 % ссылок приходится на официальный источник 1 уровня. Отметим, что здесь также учитывались цитаты, которые сами по себе являлись новостью и служили поводом к написанию новостного сообщения.

Во всех трех жанрах отсылки к неопределенно-личному источнику минимальны (аналитическая статья — 2 %, новостное сообщение — 3 %) или отсутствуют (в «мнении»). В ходе контекстуального анализа было выявлено, что уже на уровне предложения коннотация ненадежности данных цитат. Так, в примере (5) в качестве неопределенно-личного источника выступают сплетни, что снижает степень доверия к информации:

(5) *Rumors abound that senior members of the government may have ordered the killing* [The Economist, 18.12.2021] / Много слухов, что высокопоставленные члены правительства, возможно, заказали убийство.

Представляется, что низкая частотность отсылок к неопределенно-личному источнику может быть объяснена тем, что журналист, пишущий



в исследуемых жанрах, стремится избегать случаев эксплицитной манипуляции информацией.

4. Заключение = Conclusions

Результаты проведенного исследования продемонстрировали различия в использовании цитации в жанрах аналитической статьи, «мнения» и новостного сообщения. В целом полученные данные соответствуют выработанным на сегодняшний день характеристикам жанров. Так, аналитическая статья как жанр, стремящийся к объективному и беспристрастному отражению действительности [Никонова, 2022, с. 69], тяготеет к прямым цитатам, вводимым нейтральными глаголами; в качестве источника сообщения здесь чаще всего встречаются официальные ресурсы. Жанр «мнение», напротив, является произведением, где позиция (отношение) автора выражена эксплицитно; стилистически текст отличается высокой степенью эмоциональности и экспрессии, в результате цитата как вкрапление чужого текста для данного жанра мало востребована. Полученные данные свидетельствуют об использовании цитации в основном в оценочной и экспрессивной функциях, что подтверждается высоким процентом сегментированных цитат, а также превалированием таких источников информации, как коллективный ресурс и СМИ. Что касается новостного сообщения, то цитирование здесь отвечает таким жанровым требованиям, как сжатый объем (в этой связи превалируют косвенные цитаты, а также наблюдается отсутствие дополнительных конструкций, сопровождающих глагол, вводящий цитату), информационная компрессия и обобщение (в связи с этим доминируют коллективные источники информации). Таким образом, можно сделать вывод о продуктивности цитации как жанродифференцирующего параметра газетных текстов. В рамках дальнейших исследований следует уделить внимание прагмакоммуникативному аспекту цитации, что позволит снизить степень погрешности полученных результатов.

Источники

1. *Cambridge Dictionary* [Electronic Resource]. — Access mode : <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed 18.02.2022).
2. *The Economist* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.economist.com/> (accessed 13.02.2022).
3. *The Independent* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.independent.co.uk/> (accessed 13.02.2022).
4. *The New York Times* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.nytimes.com/> (accessed 13.02.2022).
5. *The Week* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.theweek.co.uk/> (accessed 13.02.2022).



Литература

1. *Алещанова И. В.* Цитация в газетном тексте (на материале современной английской и российской прессы) : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.20 / И. В. Алещанова. — Волгоград, 2000. — 208 с.
2. *Беляевская Е. Г.* Медийный дискурс : когнитивные модели интерпретации события (на материале английского языка) / Е. Г. Беляевская // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2015. — № 3. — С. 5—13.
3. *Варченко В. В.* Формы и функции цитатной речи в медиа-тексте : на материале английского языка : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / В. В. Варченко. — Москва, 2007. — 181 с.
4. *Вольф Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. — Москва : Либроком, 2020. — 278 с. — ISBN 978-5-397-07255-7.
5. *Зайцева С. Ю.* Цитата как сигнал полемичности текста / С. Ю. Зайцева // Значение и смысл слова. — Москва : МГУ, 1987. — 120 с.
6. *Иванова С. В.* Технология оформления слухов в политическом дискурсе массмедиа / С. В. Иванова, З. З. Чаньшева // Политическая лингвистика. — 2014. — № 2 (48). — С. 39—49.
7. *Комарова З. И.* Когнитивные функции цитаты в естественно-научном тексте / З. И. Комарова, А. А. Шагеева. — Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2009. — 249 с. — ISBN 978-5-8295-0028-3.
8. *Никонова Е. А.* Реализация категории эвиденциальности в аналитической статье англоязычной качественной прессы / Е. А. Никонова // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 1. — С. 67—83. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-1-67-83.
9. *Редакционный стандарт ТАСС : учебное пособие для студентов вузов / автор-сост. А. В. Лебедев ; отв. Ред. М. Г. Филимонов.* — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 176 с.
10. *Саблина М. В.* Цитата и цитирование в текстах современных российских газет : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / М. В. Саблина. — Красноярск, 2011. — 172 с.
11. *Харченко В. К.* Разграничение оценочности, образности, экспрессии и эмоциональности в семантике слова / В. К. Харченко // РЯШ. — 1976. — № 3. — С. 66—71.
12. *Bednarek M.* Evaluation in media discourse analysis / M. Bednarek. — London : Continuum, 2006. — 271 p.
13. *Biber D.* Longman Grammar of Spoken and Written English / D. Biber, S. Johansson, G. Leech. — London : Longman, 1999. — 141 p. — ISBN 0-582-23725-4.
14. *Caldas-Coulthard C. R.* On reporting reporting : the representation of speech in factual and factional narratives / C. R. Caldas-Coulthard // Advances in written text analysis. — Routledge, 2002. — Pp. 332—336.
15. *Clayman S. E.* From Talk to Text : newspaper accounts of reporter source interactions / S. E. Clayman // Media, Culture & Society. — 1990. — № 12. — Pp. 79—103.
16. *Fakazis E.* Janet Malcolm Constructing Boundaries of Journalism / E. Fakazis // Journalism. — 2006. — № 7 (1). — P. 524.
17. *Hunston S.* Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse / S. Hunston, G. Thompson. — Oxford : Oxford University Press, 2000. — 238 p.
18. *Katajamaki H.* An editorial and its intertextual links : case study of a finnish business newspaper / H. Katajamaki // LSP and Multilingualism at the University of Vaasa. — 2009. — № 36. — Pp. 204—215.
19. *Martin J. R.* The language of evaluation. Appraisal in English / J. R. Martin, P. R. R. White // Palgrave Macmillan, 2005. — 291 p.



20. Pan F. L. Direct quotes in Spanish newspapers : Literality according to stylebooks, journalism textbooks and linguistic research / F. L. Pan // *Journalism Practice*. — 2010. — № 4(2). — Pp. 192—207.

21. Pounds G. Attitude and subjectivity in Italian and British hard-news reporting : The construction of a culture-specific 'reporter' voice / G. Pounds // *Discourse Studies*. — 2010. — № 12 (1). — Pp. 106—137.

22. Sanders J. Intertwined voices : Journalists' modes of representing source information in journalistic subgenres / J. Sanders // *English Text Construction*. — 2010. — № 3(2). — Pp. 226—249.

23. Sclafani J. The intertextual origins of public opinion : Constructing Ebonics in the New York Times / J. Sclafani // *Discourse & Society*. — 2008. — № 19 (4). — Pp. 507—527.

24. Smirnova A. V. Reported speech as an element of argumentative newspaper discourse / A. V. Smirnova // *Discourse & Communication*. — 2009. — № 3 (1). — Pp. 79—103.

25. Van Dijk T. A. *News as Discourse* / T. A. van Dijk. — Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1988. — 210 p.

Material resources

Cambridge Dictionary. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed 18.02.2022).

The Economist. Available at: <https://www.economist.com/> (accessed 13.02.2022).

The Independent. Available at: <https://www.independent.co.uk/> (accessed 13.02.2022).

The New York Times. Available at: <https://www.nytimes.com/> (accessed 13.02.2022).

The Week. Available at: <https://www.theweek.co.uk/> (accessed 13.02.2022).

References

Aleshchanova, I. V. (2000). *Citation in a newspaper text (based on the material of modern English and Russian press)*. PhD Diss. Volgograd. 208 p. (In Russ.).

Bednarek, M. (2006). *Evaluation in media discourse analysis*. London: Continuum. 271 p.

Belyaevskaya, E. G. (2015). Media discourse: cognitive models of event interpretation (based on the material of the English language). *Questions of cognitive linguistics*, 3: 5—13. (In Russ.).

Biber, D., Johansson, S., Leech, G. (1999). *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London: Longman. 141 p. ISBN 0-582-23725-4.

Caldas-Coulthard, C. R. (2002). On reporting reporting: the representation of speech in factual and factional narratives. In: *Advances in written text analysis*. Routledge. 332—336.

Clayman, S. E. (1990). From Talk to Text: newspaper accounts of reporter source interactions. *Media, Culture & Society*, 12: 79—103.

Fakazis, E. (2006). Janet Malcolm Constructing Boundaries of Journalism. *Journalism*, 7 (1): P. 524.

Filimonov, M. G. (ed.). (2019). *Editorial standard of TASS: textbook for university students*. Moscow: Aspect Press. 176 p. (In Russ.).

Hunston, S., Thompson, G. (2000). *Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: Oxford University Press. 238 p.

Ivanova, S. V., Chanysheva, Z. Z. (2014). Technology of the design of rumors in the political discourse of the mass media. *Political linguistics*, 2 (48): 39—49. (In Russ.).

Katajamaki, H. (2009). An editorial and its intertextual links: case study of a finnish business newspaper. *LSP and Multilingualism at the University of Vaasa*, 36: 204—215.



- Kharchenko, V. K. (1976). Differentiation of evaluativeness, imagery, expression and emotionality in the semantics of the word. *RYASH*, 3: 66—71. (In Russ.).
- Komarova, Z. I., Shageeva, A. A. (2009). *Cognitive functions of quotations in a natural-scientific text*. Yekaterinburg: USTU-UI. 249 p. ISBN 978-5-8295-0028-3. (In Russ.).
- Martin, J. R., White, P. R. R. (2005). *The language of evaluation. Appraisal in English*. Palgrave Macmillan. 291 p.
- Nikonova, E. A. (2022). Implementation of Category of Evidentiality in Analytical Article of English-Language Quality Press. *Nauchnyi dialog*, 11 (1): 67—83. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-1-67-83. (In Russ.).
- Pan, F. L. (2010). Direct quotes in Spanish newspapers: Literality according to stylebooks, journalism textbooks and linguistic research. *Journalism Practice*, 4 (2): 192—207.
- Pounds, G. (2010). Attitude and subjectivity in Italian and British hard-news reporting: The construction of a culture-specific ‘reporter’ voice. *Discourse Studies*, 12 (1): 106—137.
- Sablina, M. V. (2011). *Quotation and citation in the texts of modern Russian newspapers*. PhD Diss. Krasnoyarsk. 172 p. (In Russ.).
- Sanders, J. (2010). Intertwined voices: Journalists’ modes of representing source information in journalistic subgenres. *English Text Construction*, 3 (2): 226—249.
- Sclafani, J. (2008). The intertextual origins of public opinion: Constructing Ebonics in the New York Times. *Discourse & Society*, 19 (4): 507—527.
- Smirnova, A. V. (2009). Reported speech as an element of argumentative newspaper discourse. *Discourse & Communication*, 3 (1): 79—103.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. 210 p.
- Varchenko, V. V. (2007). *Forms and functions of quotation speech in the media text: based on the material of the English language*. PhD Diss. Moscow. 181 p. (In Russ.).
- Wolf, E. M. (2020). *Functional semantics of evaluation*. Moscow: Librocom. 278 p. ISBN 978-5-397-07255-7. (In Russ.).
- Zaitseva, S. Yu. (1987). Quote as a signal of polemic of the text. In: *Meaning and meaning of the word*. Moscow: Moscow State University. 120 p. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 26.04.2022,
одобрена после рецензирования 27.05.2022,
подготовлена к публикации 12.06.2022.