Надежда Николаевна ПАНЧЕНКО

МЕДИАПРОГНОЗ В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Статья посвящена функционированию прогноза в информационно-аналитических текстах современных массмедиа. Автор анализирует прогнозы, инкорпорированные в журналистских интернет-текстах. Рассматриваются релевантные признаки медиапрогнозов, типичные речевые акты, характеризуется позиция адресанта.

Ключевые слова: *прогноз, массмедийный дискурс, новости, аналитический текст, речевой акт.*

Nadezhda N. PANCHENKO

PREDICTION IN INFORMATION-ANALYTICAL TEXTS OF MODERN MASS MEDIA

The article is devoted to the functioning of prediction in information-analytical texts of modern mass media. The author analyses predictions incorporated in Internet journalistic texts. The paper discusses relevant features of prediction used in the news space of mass media, speech acts typical of it, describes the position of the addresser.

Key words*: prediction, discourse of mass media, news, analytical text, speech act.*

Центральными жанрами массмедийного дискурса справедливо считаются новости и информационная аналитика. Информационно-аналитические тексты «представляют собой как бы расширенный вариант новостного текста, отличаясь от последнего обязательным наличием не только сообщающей, но и комментирующей, аналитической части. При этом определяющее значение имеет аналитический компонент, комментарий, выражение мнения и оценки» [Добросклонская 2008: 64–65]. Очевидна роль информационно-аналитических текстов в конструировании особой медиареальности, формировании общественного мнения. Немаловажное значение в этой связи приобретает медиапрогноз, оказывающий влияние на индивидуальное восприятие и общественное мнение с помощью создания определенного образа события и формирования у адресата информационной картины мира.

Предметом предпринятого нами исследования является медиапрогноз, функционирующий в пространстве массмедийной коммуникации и обнаруживаемый в новостном и информационно-аналитическом контенте. При этом медиапрогноз предполагает различные варианты его реализации.

Прежде всего, СМИ могут служить ретранслятором политического или экономического предсказания, другими словами, некий прогноз составляет основное содержание новостного сообщения:

(1) *Сечин спрогнозировал стоимость нефти до конца года*

Цена на нефть до конца года составит максимум 80 долларов за баррель, причем в самой компании заложена цена в 63 доллара. Такой прогноз сделал глава «Роснефти» Игорь Сечин. Об этом он рассказал в эфире телеканала Россия 1. Его цитирует РИА Новости < … > (Lenta.ru, 22.07.2018).

(2) *К концу года инфляция в Венесуэле достигнет миллиона процентов*

Инфляция в Венесуэле к концу года может достичь миллиона процентов, говорится в отчете МВФ, представленном в понедельник директором департамента стран Западного полушария Алехандро Вернером.

По его оценкам, экономика страны в этом году может продемонстрировать спад до 18%, хотя еще в апреле прогноз составлял 15% <…> Если последние прогнозы верны, за пять лет кризиса экономика Венесуэлы сократится на 50% <…> (INTERFAX.RU, 23.07.2018).

Второй разновидностью реализации медиапрогноза в СМИ может выступать публикация информационно-аналитического характера, предлагающая читателю различные сценарии возможного развития событий, что отражается уже в самом названии медиапродукта: *Пять сценариев: как пройдет реформа пенсионного возраста* (РБК, 20.06.2018).

И, наконец, еще одним вариантом актуализации медиапрогноза является инкорпорированное в информационно-аналитических текстах краткое предсказание, прагматическая установка которого темпорально относится к будущему. Данный вид медиапрогноза станет объектом более пристального внимания в настоящей работе. Поясним, что прогноз рассматривается нами как вероятностные суждения о будущем, о возможном состоянии субъекта / объекта в будущем и/или об альтернативных путях осуществления, а также конкретных перспективах дальнейшего развития какого-либо процесса.

Как известно, в русском языке «идея предсказания концептуализируется в глаголах «предсказывать», «предрекать», «пророчить», «пророчествовать», «прорицать», «прогнозировать» [Карасик 2018: 40]. Предсказание должно быть посвящено значительному, а не обыденному явлению или событию, в модальном плане отмечено абсолютной уверенностью говорящего в том, что произойдет, источник знания о будущем может быть мистическим или рациональным [Там же].

Прогноз, выделяемый в информационно-аналитическом контенте, сохраняет некоторые признаки предсказания, прежде всего, значимость предсказываемого события, обусловленную важностью последнего для социальной, экономической или политической жизни страны. Еще одним признаком, релевантным для обоих феноменов, является наличие определенной уверенности говорящего, констатирующего некую перспективу развития события. Однако при этом, медиапрогноз, содержащий информацию о последующих событиях, которые вероятнее всего произойдут в будущем при сохранении существующих тенденций, опирается исключительно на рациональный тип познавательных усилий – знания о будущем не являются следствием развитой интуиции, не получены в ходе эзотерического опыта или мистических практик, а связаны со способностью человека конструировать некоторую реальность и основаны на выявлении причинно-следственных отношений между определенными событиями:

(3) *Расчет может быть на то, что будет как с реновацией, когда был мощный эмоциональный импульс, а потом все быстро рассыпалось.*

Поскольку сейчас недовольство, скорее, глухое, чем проявившееся, поэтому его труднее предсказать (Ведомости, 19.07.18).

Кроме того, медиапрогноз не наследует признаки комиссивных иллокутивных актов, присущих многим предсказаниям [Карасик 2018]: говорящий не берет на себя обязательства, гарантирующие, что предсказание сбудется. Говорящий, прогнозируя будущее, опирается на факты настоящего, прошлый опыт, апелляция к которому используется как аргументативный прием:

(4) *Изменения законопроекта ко второму чтению возможны, это было бы логично: крайне редко бывает так, чтобы в Госдуме что-то прогоняли без изменений* (Ведомости, 19.07.2018).

Не характерны для медиапрогноза и прескриптивы – предписания действий и поведения адресата в будущем. Дискурсивное влияние медиапрогноза на адресата осуществляется с помощью реализации репрезентативов, включающих такие дискурсивные действия, как:

а) утверждение, констатация

(5) <…> *повышение пенсионного возраста неизбежно приведет к росту вовлеченности в рабочую силу представителей старших возрастных категорий – люди будут заинтересованы в трудоустройстве, чтобы получать доход* (Ведомости, 11.07.2018);

(6) <…> *в малых населенных пунктах людей будут увольнять еще до достижения пенсионного возраста, а новую работу найти будет нельзя и люди останутся без средств к существованию. Следствием реформы станет увеличение числа людей, не доживающих до пенсии, рост смертности и инвалидизации среди пожилых, падение рождаемости* (Ведомости, 12.07.2018);

б) предположение

(7) *Если же пенсионная реформа не сможет повысить потенциальный выпуск в экономике, есть вероятность, что потребление даже немного снизится: положительный эффект от более высоких пенсий будет нивелирован выпадением потребления лицами трудоспособного возраста, которые не будут работать по состоянию здоровья или из-за отсутствия рабочих мест* (Ведомости, 11.07.2018);

(8) <…> *если люди воспримут реформу более или менее спокойно, то никаких изменений не будет. Если же будет резкое противодействие, то тогда могут быть некие послабления: изменения в сроках проведения реформы или в годах выхода на пенсию женщин – могут быть разные варианты* (Ведомости, 19.07.2018);

(9) <…> *если не принять дополнительных мер, например, увеличения пособия по безработице, количество бедных после повышения пенсионного возраста будет расти на 100 000 человек в год* (Ведомости, 22.07.2018).

Прогноз-предположение в большинстве случаев не однозначен и как правило выражается формами условного наклонения, экспликантами прогноза-утверждения чаще всего становятся формы будущего времени, иногда для выражения идеи будущего используется настоящее время, когда говорящий описывает прогнозируемые будущие события как происходящие и наблюдаемые в настоящий момент:

(10) *Реформа существенно увеличивает социальные риски и ведет к росту напряженности в обществе, а это в корне противоречит национальным целям развития, которые сформулированы в новом майском указе президента России* (Ведомости, 19.07.2018).

Тем не менее, существенной характеристикой медиапрогноза является темпоральность, объединяющая языковые элементы, ориентированные на передачу идеи будущего. Актуализации данной идеи служат языковые показатели будущего, включая лексические единицы, семантически апеллирующие к будущему: *надеяться, ожидать, предполагать, предвидеть, предчувствовать* и под.:

(11) *Так, базовый прогноз Росстата, не учитывающий каких-либо изменений, предполагает, что с 83 млн человек в 2017 г. этот показатель снизится до 79 млн в 2034 г.* (Ведомости, 11.07.2018);

(12) *<…> мы предполагаем, что вовлеченность мужчин в возрасте от 60 до 64 лет вырастет до 60%, а доля работающих/ищущих работу женщин в возрастной группе 55-59 лет достигнет 72%, в группе 60–64 лет – 50%* (Ведомости, 11.07.2018).

Согласно проанализированному материалу, референция к будущему осуществляется в двух основных формах – а) к социальной ситуации и возможным трансформациям обсуждаемого события (пример 13), б) к периоду времени (примеры 14, 15):

(13) *Увеличение пенсионного возраста, рост численности трудоспособного населения и снижение количества пенсионеров приведут к очевидному высвобождению средств, однако размер экономии зависит от того, как власти будут увеличивать пенсии* (Ведомости, 11.07.2018);

(14) *<…> по нашим оценкам, без реформы к 2024 г. средний размер пенсии достигнет 21 600 руб., а при внедрении предлагаемых изменений – 23 600 руб. К 2034 г. разница будет еще существеннее* (Ведомости, 11.07.2018);

(15) *Экономист Денис Ракша в интервью НСН оценил последствия повышения налога на добавленную стоимость (НДС) с 18 до 20 процентов. Он подчеркнул, что пока неясно, с какого момента начнется рост инфляции, связанный с повышением НДС. Это может произойти в 2019 году, когда закон вступит в силу, или раньше, считает эксперт* (РИА Новости, 24.07.2018).

С концептуализацией идеи будущего связаны и различные модальные значения. «Думая о будущем, человек гадает о грядущих событиях, но не всегда угадывает. Поэтому будущее постоянно взаимодействует с модальными категориями» [Арутюнова 2011: 10].

На усиление достоверности прогноза работают модальные предикаты и дискурсивные маркеры, эксплицирующие модальные значения различных типов: *мочь, должно, возможно, обязан, вероятно, скорее всего, наверняка, обязательно, вряд ли* и др.:

(16) *Увеличение численности рабочей силы, скорее всего, приведет к расширению потенциала экономики* (Ведомости, 11.07.2018);

(17) *Тем более учитывая общественный резонанс, какие-то изменения обязательно должны быть* (Ведомости, 19.07.2018);

(18) *<…> пенсионные проблемы, затрагивающие всех и каждого,*

могут стать тем спусковым механизмом, который запустит большую волну протестов, тем более что петицию против повышения пенсионного возраста поддержали миллионы россиян. Но такое развитие событий скорее маловероятно (Ведомости, 27.06.2018).

Заметим, что чаще всего в медиапрогнозах фигурирует эпистемическая модальность – значения вероятности, предположения, уверенности / неуверенности. Модальность уверенности показывает, что у говорящего достаточно оснований для сделанных предположений, стимулирует восприятие информации как надежной, что, в свою очередь, рождает доверие к ней со стороны адресата.

Использование статистических данных и референция к прошлому опыту также подчеркивают надежность и справедливость предположений, стимулируют доверие к прогнозируемым событиям и повышают статус достоверности сообщения:

(19) *Исходя из этого, мы считаем, что численность рабочей силы, скорее всего, составит 73 млн человек к 2034 г., что на 4 млн больше по сравнению со сценарием, не учитывающим изменения пенсионного возраста* (Ведомости, 11.07.2018).

Адресантом медиапрогноза может выступать 1) журналист (автор публикации), 2) авторитетная личность (эксперт). В роли продуцента прогноза может выступать и адресат.

Автор медиапубликации, комментируя новостное сообщение и анализируя взаимосвязанность явлений и событий, зачастую выступает в роли предсказателя, определяя тенденции, оценивая потенциальные возможности, последствия и определенные закономерности последующих событий: (20) *повышение пенсионного возраста может вызвать в обществе даже больший резонанс, чем вышеупомянутые темы. Согласно всем опросам, например, опросу ФОМ, повышение пенсионного возраста для женщин поддерживают лишь 6%, а для мужчин — 4% россиян. По данным холдинга «Ромир», реформы одобряет только 8% россиян. С одной стороны, власти, видимо, рассчитывают на период отпусков и чемпионата мира по футболу, когда внимание общества отвлечено от насущных проблем. С другой, такие шаги в самом начале работы кабмина могут нанести серьезный удар по его рейтингу и срикошетить по президенту, который во время «прямой линии» говорил о том, что к пенсионной реформе нужно подходить предельно аккуратно* (Свободная Пресса, 18.06.2018).

Информационно-аналитический блок новостного контента нередко включает в себя экспертное мнение, выражаемое авторитетной личностью – политологом, экономистом, неким профессионалом в анализируемой сфере деятельности. Прогноз, реализуемый в высказываниях эксперта-профессионала, предстает в качестве утверждения каких-либо фактов, основанного на глубоком знании сущности обсуждаемого (пример 21), или в форме мнения, к которому не применим критерий истинности или ложности (пример 22):

(21) *Николай Миронов, директор Центра экономических и политических реформ: «Сама реформа снизит и без того невысокий*

рейтинг правительства, пострадает и рейтинг кандидатов от единороссов на выборах. Рейтинг президента реформа затронет слабо, поскольку он стал «тефлоновым» — пропаганда выводит главу государства из-под удара» (РБК, 20.07.2018);

(22) *Александр Кынев, доцент Высшей школы экономики: «Сам по себе факт такого голосования должен подчеркнуть, что даже внутри самой власти восторга по поводу предлагаемой реформы нет. Таким образом, это делает актуальным вопрос о некой модификации законопроекта уже во втором чтении, возможно, в виде смягчения каких-то положений. Думаю, что увеличение пенсионного возраста ко второму чтению может быть не таким радикальным либо более растянутым во времени»* (Ведомости, 19.07.2018).

Журналисты и эксперты (экономисты, социологи, политологи) выступают в качестве толкователей первичного новостного сообщения.

Адресат медиадискурса, воспринимающий некое событие опосредованно, через призму СМИ – через интерпретацию фактов и прогнозирование будущего, вместе с тем, способен самостоятельно выстраивать логику развития событий и благодаря возможностям интернет-коммуникации в комментариях на сайте (дискурс реагирования) формулировать собственные прогнозы:

(23) *Есть в ней* (Поклонской – Н.П.) *что-то неординарное. Поступок, теперь точно из ЕР выгонят* (ЭХО Москвы, 19.07.2018).

Казалось бы, происходит перераспределение ролей – адресат медиапрогноза сам становится продуцентом, конструирующим или дополняющим прогнозируемую картину события. Однако, в отличие от профессиональных продуцентов медиапрогноза, выявляющих механизмы сегодняшних и тенденции грядущих изменений в социуме, адресат выступает создателем бытового прогноза, содержание которого тематически ограничено и сосредоточено на частностях / личностях. Если для медиапрогноза характерно использование научного стиля с наличием специальной и терминологической лексики, то прогнозу, формулируемому в комментариях, присущи характеристики повседневно-бытовой коммуникации: разговорно-бытовой тон сообщения, общеупотребительная и сниженно-экспрессивная лексика, ты-адресация, простота синтаксических конструкций:

(24) *Попробуй не проголосуй, у нас большой исторический опыт, отступишь от линии партии и поедешь в ГУЛАГ* (V1.ru, 19.07.2018);

(25) *Вспоминаю, какой энтузиазм и энергию проявила Поклонская по поводу фильма «Матильда». Если сейчас такие же баталии развернутся между ею и ЕР, то последней может мало не показаться* (ЭХО Москвы, 20.07.2018);

(26) *Гореть им в аду!* (V1.ru, 19.07.2018).

Медиапрогноз по сути становится средством, стимулирующим прогностические способности адресата.

Таким образом, медиапрогноз обнаруживается в новостных и информационно-аналитических текстах массовой коммуникации, может быть охарактеризован с учетом следующих факторов: а) прагматической установки, темпорально относимой к будущему, и базовой интенции –

сформулировать предположение о вероятном течении событий и возможном результате; б) особенностей языковой репрезентации – модальных предикатов и значений, сослагательного наклонения, показателей будущего и модальности вероятности, благодаря которым будущее преподносится как возможная реальность. При описании медиапрогноза не следует игнорировать категорию авторитетности, позволяющей дифференцировать авторов медиапрогноза, а также роль аргументации, опирающейся на реальные факты настоящего и использующей референцию к прошлому опыту, что способствует правдоподобности прогноза.

Список литературы:

Арутюнова Н.Д. Будущее в языке. // Логический анализ языка. Лингвофутуризм. Взгляд языка в будущее. М., 2011. С. 6–14.

Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: уч. пособие. М.: Флинта: Наука, 2008.

Карасик В.И. Предсказание как речевой жанр // Жанры речи. 2018. №1(17). С.39–47.

Панченко Надежда Николаевна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой языкознания Волгоградского государственного социально-педагогического университета (г. Волгоград), *panchnn@yandex.ru*