

## Языковые маркёры высказываний мнения в медиатекстах на английском и белорусском языках

В.В. КОЗЛОВА

Рассматриваются языковые единицы, а также сопутствующие им экстралингвистические факторы, которые необходимо принимать во внимание в процессе интерпретации медиатекста. В фокусе исследования находятся разноуровневые языковые средства, маркирующие высказывания мнения, предлагается их классификация. В статье рассмотрены маркёры мнения в медийном дискурсе на английском и белорусском языках, установлены их сходства и различия, что обусловило научную новизну работы.

**Ключевые слова:** мнение, медийный дискурс, медиатекст, высказывание, языковые маркёры

Linguistic means as well as extralinguistic factors that are important in the process of interpretation of a media text are considered. The focus of the study is split-level language tools, marking statements of opinion, their classification is offered. The article is novel from a scientific point of view due to the markers of opinion lexicon of media discourse in English and Belarusian. The differences and similarities of these markers are considered in the paper.

**Keywords:** opinion, media discourse, media text, opinion lexicon.

Медиа обладают способностью контролировать и управлять в некоторой степени умами людей, формируя общественные взгляды, влияя на процесс принятия решений и создавая шаблоны поведения. Современные СМИ не только и не столько отражают окружающую действительность, сколько комментируют и интерпретируют её, исходя из определенных социальных и культурных ценностей, политической идеологии, позиции издания или же видения самого журналиста. Интерпретация предполагает представление мнений и оценок, которые выражаются набором лингвостилистических средств, экстралингвистических средств (визуальная информация, звуковой ряд и т. п.) и даже на уровне отбора освещаемых фактов [1], [2]. Как отмечает Т. ван Дейк, «однажды получив набор (тщательно отобранных) фактов, хотя и представленных, на первый взгляд, в объективном виде, читатели будут сами продуцировать предпочтительные модели воззрений и будут поступать соответствующим образом» [2, с. 16]. Из этого следует, что при обращении к медиа необходимо обращать внимание на дискурс, т. е. не только на формальные языковые показатели текста, но и на различные экстралингвистические факторы, которые задействованы в процессах производства и интерпретации текста.

Как следствие, представление мнений коммуникантов, равно как и выражение авторской точки зрения, стало характерной чертой газетных материалов. Мнения можно обнаружить в текстах различных жанров: в передовых статьях, авторских колонках, аналитических статьях, рецензиях, репортажах, новостных статьях и других типах медиатекстов. Нередко возникают трудности при разграничении фактов и мнений, надежной верифицируемой информации и чьей-либо частной точкой зрения. Учитывая воздействие СМИ на адресата, потенциал медиа как инструмента познания, а также возможность поиска и анализа полезной информации, которая может содержаться в субъективных высказываниях, актуальность приобретает изучение мнений, освещаемых в медиадискурсе.

Цель данной статьи заключается в выявлении языковых средств, которые маркируют высказывания мнения, функционирующие в текстах информационных и аналитических жанров медийного дискурса на английском и белорусском языках. Научная новизна работы заключается в выявлении языковых средств выражения мнения на английском и белорусском языках в рамках медийного дискурса, установлении их сходств и различий в двух языках.

Материалом анализа послужили 200 текстов различных информационных и аналитических жанров на английском и белорусском языках (мнения и комментарии, аналитическая статья, новостная заметка, репортаж и т. д.). Источниками практического материала послу-

жили как национальные, так и региональные британские и белорусские газеты («The Guardian», «The Daily Telegraph», «The Independent», «The Scotsman», «Evening Standard», «Звезда», «Культура», «Новы час», «Гомельская праўда» и др.).

Согласно Г.Ф. Гибатовой, мнение является сложной диалектической категорией и служит «предпосылкой процесса познания, инструментом для создания определенного «образа мира», результатом мыслительного процесса, когнитивной деятельности субъекта познания» [3, с. 7]. Мнение как состояние сознания связано с результатами работы мысли, с опытом человека.

В научной литературе отмечается ряд различий между знанием и мнением. Если знание единственно и неизменно, то мнение предполагает множественность оценок и наличие выбора, мнение может со временем меняться [4, с. 10], [5, с. 61]. Если знание получается из внешнего источника, то мнение формируется актом воли человека. Знание является общественным достоянием, в то время как мнение – собственность индивида [6, с. 9]. Знание фактуально и, как следствие, более ретроспективно, мнение же субъективно, модально, оценочно, оно соотносится со взглядами, мировоззрением, внутренним духовным миром человека [7, с. 244]. Понятие знания исключает человеческий фактор (сфера знания исключает неуверенность, возможность ошибки, наличие альтернатив), мнение же предполагает обязательное наличие человеческого фактора [8, с. 10]. Знание считается прошедшей верификацию пропозицией [9, с. 185]. И соответственно, знание относится к классу фактивных предикатов, а мнение – путативных, хотя в выражении мнения могут участвовать и предикаты других классов [10, с. 25].

Как познавательная форма в шкале объективности-субъективности мнение занимает промежуточное место между верой и фактом [3, с. 8]. Как заметила Н.Д. Арутюнова, «во внутреннем мире человека нет четких границ, разделяющих ментальную и эмоциональную сферы, волю и желания, перцепции и суждения, знания и веру» [6, с. 7]. Поэтому необходимо понимать, что знания и мнения взаимодополняют и взаимоопределяют друг друга, истинные знания могут оказаться ложными, а предположения и гипотезы могут перейти в разряд новых знаний [7, с. 274].

Мнения также находятся в фокусе исследований нового направления в лингвистике – разработки алгоритмов и компьютерных программ распознавания определённого типа информации. Bing Liu полагает, что существует два вида текстовой информации: факты и мнения [11, с. 460]. При этом под мнениями он понимает два типа информации: собственно мнения (т. е. выражение чувств и эмоций относительно продуктов, событий, людей, какой-либо темы в целом) и сравнения (т. е. высказывания, в которых представлены сходства или различия двух и более единиц) [11, с. 460–466]. Истинные знания имеют форму фактов, но не мнений, т.е. субъективной информации [12]. С другой стороны, разнообразие мнений после прохождения анализа может выявить новую информацию и способствовать развитию знания.

Мнения, особенно функционирующие в СМИ, могут оказывать влияние на факты. При этом факты не всегда объективны и неприкосновенны, даже если представлены в качестве фактов. Адресат выбирает факты для представления аудитории, тем самым он высказывает суждение относительно того, что считает важным [13, с. 239]. По сути, мы сталкиваемся с мнением, в котором отражаются убеждения и ценности адресата.

Традиционно факт понимается как нечто, что может быть подтверждено доказательствами. Например, «Нарочь – самое крупное по площади озеро в Беларуси». А.К. Симонов и М.В. Горбаневский отмечают трудоёмкость процесса определения факта. Так, «человек вычленяет в реальности какой-либо фрагмент» и «рассматривает его под определенным углом зрения», далее знание об этом фрагменте вербализируется в форме высказываний, каждое из которых проходит «верификацию, т. е. соотносится с действительностью, чтобы убедиться в его истинности или ложности» (если высказывание истинно, оно считается фактом) [14, с. 45]. Мнения же основываются на убеждениях и точках зрения. Мнения являются личными интерпретациями и не могут быть проверены с помощью доказательств. Например, «Нарочь – самое красивое озеро в Беларуси». При этом представление фактов в СМИ также можно рассматривать как выражение мнения, поскольку «одно и то же событие выступает в форме различных

фактов – в зависимости от того, что мы считаем главным, что трактуем как суть события, а что считаем частностью», тем самым выражается позиция адресата [14, с. 46].

Обсуждая проблему определения высказываний-мнений в текстах, необходимо также затронуть вопрос о разграничении мнений и оценок. Как мнения, так и оценки, отражают представления, воззрения, «чувствования» общности людей, психологический уклад общества [15, с. 28]. Мнения и оценки связаны с внешним миром, т. к. хранят и передают информацию об объекте, и с внутренним миром человека, т. к. адресат высказывает точку зрения согласно хранящейся в его сознании картине мира [3, с. 7]. Оценки относят не к сфере знаний, а к сфере мнений, считая оценку мнением о важности, весомости, ценности и т. п. объекта для говорящего, что оформляется в высказывании с помощью языковых средств выражения оценки [10, с. 26], [3, с. 8]. М.А. Дмитриевская выделяет два типа мнений: мнения-предположения (т. е. верифицируемая пропозиция, которая противопоставлена знанию) и мнения-оценки (т. е. неверифицируемые пропозиции, субъективная истина с точки зрения говорящего) [8, с. 51]. При этом отмечается, что хотя области мнений и оценки схожи, они не совпадают полностью. Так, существуют «экзистенциальные мнения», которые не выражают оценки, и «оценки-ощущения», эмоциональные оценки, которые не являются мнениями [3, с. 8].

В данной статье внимание уделяется языковым средствам, которые маркируют высказывания-мнения; в дальнейшем они будут обозначаться как маркёры. Так, в отобранных медийных текстах были обнаружены разноуровневые языковые маркёры. Единицы морфологического уровня представлены глаголами (с одной стороны, глаголы, являющиеся маркёрами ввода мнения, с другой – глаголы, входящие в структуру собственно мнения), существительными, служебными маркёрами, формами будущего времени и сослагательного наклонения. Среди средств лексического уровня отмечены лексические единицы с модальным значением. На синтаксическом уровне маркёрами высказываний-мнений являются вопросительные предложения, комментарии, императив.

Наиболее частыми маркёрами по употреблению и наиболее разнообразными в плане обнаруженных единиц являются глаголы (таблица 1). В сформированном корпусе текстов как на английском, так и на белорусском языке часть глаголов служит маркёрами, которые вводят пропозицию мнения в высказывание (в таком случае само мнение, как правило, приводится в цитате), другая часть функционирует в высказываниях, которые представляют собственно мнения.

Так, нами выявлено 88 глаголов-ввода высказываний мнений в текстах на английском языке и 71 единиц на белорусском. При этом частотность данных маркёров в британской периодике составила 26 % от общего числа выявленных маркёров, а в белорусской – 15 %. Учитывая, что рассматриваемые языковые единицы, как правило, вводят мнения в виде цитат, часть маркёров является глаголами говорения: *to ask, to answer, to cite, to reply, to say; дадаць, запытацца (задаць пытанне), гаварыць, казаць (с-, вы-, рас-)* и др. Например, «*I think it's about authenticity,*» *said the British writer Linda Grant* [...] («The Guardian»). Употребление данных языковых единиц позволяет создать нейтральный, объективный тон повествования, при этом авторское отношение к приведённому мнению остаётся неизвестным.

Таблица 1 – Статистические данные по разноуровневым маркёрам мнения на английском и белорусском языках

	Данные для английского языка	Данные для белорусского языка
<b>ЕДИНИЦЫ МОРФОЛОГИЧЕСКОГО УРОВНЯ</b>		
Глаголы ввода мнения в высказывания	26 %	15 %
Глаголы, входящие в структуру высказывания мнения	15 %	9 %
Существительные	11 %	12 %
Служебные маркёры	15 %	17 %
Формы будущего времени	4 %	6 %
Формы сослагательного наклонения	4 %	2 %
<b>ЕДИНИЦЫ ЛЕКСИЧЕСКОГО УРОВНЯ</b>		
Единицы с модальным значением	12 %	17 %
<b>ЕДИНИЦЫ СИНТАКСИЧЕСКОГО УРОВНЯ</b>		
Вопросительные предложения	7 %	8 %

Комментарии	4 %	12 %
Императив	2 %	2 %

Другая часть глаголов связана с описанием речевого или экстралингвистического поведения говорящего. В текстах на английском языке мы выделили только три единицы: *to blame, to nod, to call out*. В текстах на белорусском языке эта группа гораздо шире и представлена шестнадцатью единицами, часть из них констатирует поведение говорящего (*адгукацца, голас прагучаў, уздыхаць, усміхацца* и т. п.). Так, описывая высказывания собеседника, автор замечает: «*Усё трэба рабіць своечасова*», – *ужо не сказаў, а праспяваў доктар* («Звезда»). В других высказываниях прослеживается авторский комментарий об эмоциональном состоянии говорящего (*абнадзейваць, абурацца, буркатаць, скардзіцца* и т. д.). Например, в тексте о «хаус-мастерах», т. е. профессионалах, которые предлагают выполнение широкого набора услуг по ремонту в доме, автор приводит высказывание одного из них: «*Маё меркаванне такое: мужык – ён і ёсць мужык*», – *перасякае мае сумненні Мікалай Пінчук* («Звезда»). В данном случае для автора важно не только ввести мнение собеседника в текст материала, но и отметить его решительность.

Часть глаголов ввода указывает на значимость информации, содержащейся во вводимом высказывании с точки зрения автора материала, а также его оценку того, убедительно ли сообщение коммуниканта. В подгруппу входят глаголы *to admit, to point out, to posit, to suppose; акцэнтаваць, звярнуць (увагу), падкрэсліць, сцвярджаць* и др. Например, *Але Уладзімір Барысавіч запэўніў, што каларыт і традыцыйнасць гучання спрадвечна беларускіх слоў будуць максімальна захаваны пры перакладзе – усё аднаведна са спецыяльнымі правіламі* («Вечерний Брест»).

Глаголы следующей подгруппы фиксируют внимание на осознанных логических операциях автора, его рассуждениях. К таким глаголам относятся *to conclude, to compare, to explain, to reveal; аказацца, падсумаваць, разабрацца, тлумачыць* и др. Так, автор материала о том, насколько нужны добрые поступки, цитирует рассуждения своего коллеги из газеты 1935 г. «The Nambour Chronicle». Поначалу автор задаётся вопросом, почему люди, входящие в организации скаутов, всегда счастливые и весёлые. И затем приводит цитату-ответ следующим образом: [он задаётся вопросом] *before concluding: «They do it by making other people happy»* («The Telegraph»). Как видим, автору важно не столько предложить мнение, сколько показать цепь логических рассуждений, при этом направить читателя к необходимому выводу, поскольку, благодаря глаголу *to conclude*, адресат воспринимает фразу «*They do it by making other people happy*» именно как вывод, а не простой пример или объяснение.

Следующая группа маркёров – это глаголы, которые функционируют собственно в выражении мнения, глаголы, на которых лежит смыслообразующая нагрузка. В текстах на английском языке данная группа представлена 93 единицами (с частотностью 15 %), на белорусском – 67 единиц (частотность – 9 %). Часть глаголов, как и в предыдущей группе, задействована для представления логических рассуждений автора. К таковым единицам относятся *to cause, to lead (to smth), to link (to smth), to result in; абумовіць, залежыць (ад чэго-небудзь), сведчыць (пра што-небудзь), спрыяць (чаму-небудзь)* и т. д. Отличие глаголов данной группы от аналогичных по функции глаголов ввода в том, что в первом случае семантика глагола оказывает существенное влияние на смысл всего высказывания-мнения, а не служит дополнительным фактором для трактовки высказывания. Так, в тексте о плохом знании иностранных языков шотландскими школьниками автор отмечает: *Much of the problem is rooted in the shifting political landscape of the past 15 years* («The Scotsman»). При этом без глагольного выражения *to be rooted in smth* смысл всего высказывания-мнения будет потерян.

В медиатекстах на английском и белорусском языках были обнаружены языковые единицы, указывающие на представление идей, стремлений, советов, необходимых шагов, которые, по мнению автора, следует предпринять, чтобы решить проблемную ситуацию. К рассматриваемой подгруппе принадлежат глаголы *to aspire, to desire, to want, to wish; жадаць, марыць, прапанаваць, хацець* и др. Так, в тексте о создании научно-технического парка «БелБіяград» мы отмечаем высказывание-мнение, в котором представлен необходимый шаг для развития проекта: *Мы разлічваем атрымаць пэўныя прэферэнцыі, хацелася б, каб яны былі супастаўныя з тымі, якія створаны для Парка высокіх тэхналогій* («Звезда»). В конечном итоге, высказывание можно

перефразировать: *для развития парка необходимо/следует предоставить преференции, аналогичные тем, которыми пользуется Парк высоких технологий.*

Часть глаголов позволяет автору обозначить эмоциональное отношение к обсуждаемому предмету. Если в текстах на английском языке большая часть маркёров этой подгруппы выражает некоторое действие, реакцию одобрения или порицания (глаголы *to accuse, to blame, to criticize, to object, to welcome* и др.), то в текстах на белорусском языке наравне с обозначением реакции речь идёт об описании эмоций и чувств (*выклікаць здзіўленне, выказваць ішкадаванне, пакідаць жадаць лепшага, папракаць* и т. п.). Например, *Age of Ultron director Joss Whedon has come under fire this week* [со стороны пользователей Twitter] или *Некаторыя палажэнні яго [проекта о транслитерации географических названий] выклікаюць бурныя эмоцыі* («The Telegraph»), («Вечерний Брест»). В первом примере для автора важнее отметить ряд критических замечаний, которым пользователи Twitter подвергли Джосса Уидона, во втором – негативную эмоциональную реакцию общественности.

В англоязычных медиатекстах нами отмечен ряд языковых единиц, в которых автор представляет важные, на его взгляд, характеристики объектов, даёт им подобие определения: *to become, to define, to mean, to (re)present (as), to refer to* и др. В текстах на белорусском языке аналогичную функцию выполняют глаголы *з'яўляцца, лічыцца, называцца*, для которых, однако, характерна меньшая частотность употребления. Например, *The pursuit [of happiness] has become an addiction* («The Independent»), что можно перефразировать как *(в современном мире) погоня за счастьем – это зависимость.*

Как в англоязычных, так и в белорусскоязычных медиатекстах текстах фигурирует значительное количество служебных единиц (15 % и 17 % употреблений от общего количества маркёров соответственно), которые позволяют устанавливать причинно-следственные связи явлений и участвуют в оформлении рассуждений автора. Однако, если в текстах на английском языке маркирование отношения автора реализуется, в первую очередь, благодаря глаголу (41 % употреблений), то в текстах на белорусском языке большое значение имеют другие средства, в том числе служебные слова. Речь идёт о сложноподчиненных предложениях с придаточными частями причины, следствия, условия и т. д., которые в языке оформляются при помощи союзов *as, because, if, in case, unless; адсюль, бо, калі... то (дык), праз гэта, таму (што)* и многих других (в изучаемых текстах на английском языке выявлено 32 единицы, на белорусском – 35). Например, *Асаблівую ўвагу надаў кафедры скульптуры, бо, пры ўсёй пашане да іншых відаў творчасці, мяркую: менавіта ў пластыцы (найперш — манументальна-дэкаратыўнай) яскрава выявіліся і модныя тэндэнцыі, і нязломныя стэрэатыпы апошніх дзесяцігоддзяў* («Культура»). Более того, в данном примере установление причинно-следственных связей в структуре мнения усиливается употреблением путативного глагола «меркаваць».

Модальные слова и выражения – ещё один источник маркёров высказываний-мнений (частотность употребления маркёров в текстах на английском языке – 12 %, на белорусском – 17 %). В обоих языках чаще всего используются модальные слова, выражающие способность и возможность (в первую очередь, *can, could, may, можа, можна*). Например, *Young people who have the highest rate of unplanned pregnancy and teenage parenthood can be at risk of a range of poor outcomes [...]* («The Guardian»). Тем не менее на этом сходства в использовании модальных слов в изучаемых жанрах на английском и белорусском языках заканчиваются. В англоязычных текстах наиболее частотными являются модальные глаголы со значением необходимости в широком смысле (*need*) и необходимости с оттенком совета (*should*), при этом последние более частотны. Так, рассуждая о влиянии политической карикатуры на общественное сознание, Хаяо Миядзаки отмечает: *Instead of doing something like that, you should make more caricatures of your own country's politicians* («The Telegraph»). В то же время, в медиатекстах на белорусском языке лишь незначительное число высказываний имеет подобную модальность. Наиболее распространённые средства в медиатекстах на белорусском языке (как в высказываниях собственно авторов материалов, так и в приводимых цитатах) и наименее распространённое в англоязычных материалах с помощью которых представляются идеи, способы решения проблем или советы – это модальные слова с оттенком обязанности (*трэба, павінна*). Например, в материале о задержке выплаты пенсий автор высказывает мнение следующим образом:

*Напэўна, прадстаўнікі Міністэрства аховы здароўя і Міністэрства працы і сацыяльнай абароны павінны знайсці варыянт, які задаволіў бы ўсіх* («Гомельская праўда»).

В медиатекстах был выявлен ряд языковых единиц, маркирующих авторский комментарий (64 единицы на английском языке и 98 – на белорусском), которые представляют побочные наблюдения автора, какие-либо сообщения, которые косвенно связаны с обсуждаемым материалом или же, наоборот, позволяют автору ввести эмоциональную ремарку по теме. Частотность употребления маркёров комментария в английском языке составляет 4 %, в то время как в белорусском языке этот показатель достигает 12 %. Авторский комментарий в медиадискурсе реализуется с помощью таких средств, как вводные слова и конструкции, разговорные выражения с целью установления контакта с аудиторией: *actually, come on, however, of course, well; да слова, маўляў, на жаль, так бы мовіць, як бачыце* и др. Так, автор материала о снижении уровня образования в британских школах поначалу приводит мнение главы Национальной лиги учителей о том, что, будто бы, проблема заключается в некомпетентности кадров. Однако, затем автор отмечает: *Only joking, folks!* («The Telegraph»). И после этого приводит мнение, которое на самом деле высказал собеседник. В данном случае ремарка позволяет автору, с одной стороны, представить собственную трактовку ситуации, и с другой, установить эмоциональный контакт с аудиторией.

Таким образом, в медиадискурсе мнения представляются широким набором языковых средств, при этом выделение высказывания-мнения из текста становится возможным благодаря определению маркёров. Особенность языковых единиц, с помощью которых представляется мнение в англоязычных текстах, заключается в значительной смысловой нагрузке на глагол (собственно ввод мнения, выражение имплицитных смыслов, ремарки автора). В текстах на белорусском языке глаголы также выражают аналогичные значения, однако бóльшую роль в сравнении с соответствующими единицами на английском языке приобретают служебные слова, благодаря которым представляются мыслительные операции адресантов. Также различается роль авторского комментария (который в целом более характерен для медиатекстов на белорусском языке): в текстах на английском языке комментарий выполняет функции установления контакта с аудиторией, представление дополнительных интерпретаций, в текстах на белорусском языке – введение сопутствующей информации. Что касается модальных слов и выражений, то в текстах на английском языке наиболее частотны языковые средства со значением способности, необходимости и совета, в текстах на белорусском – со значением способности и обязанности. Учитывая количество выявленных единиц, их частотность употребления и качественные особенности, можно сделать вывод о том, что в представлении мнения для англоязычных авторов бóльшее значение имеет фактуальность, выражение логических связей между объектами, создание впечатления объективности, в то время как для белорусскоязычных авторов первостепенное значение имеют личные интерпретации и эмоциональная составляющая сообщения.

## Літаратура

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т.Г. Добросклонская. – М. : Флинта; Наука, 2008. – 203 с.
2. Dijk, van T. Power and the news media / T. van Dijk // Discourse in society [Electronic resource]. – 2016. – Mode of access : <http://www.discourses.org/OldArticles/Power%20and%20the%20news%20media.pdf>. – Date of access : 11.08.2016.
3. Гибатова, Г.Ф. Ментальные сферы русского языка: знание и мнение : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Г.Ф. Гибатова ; ГОУВПО «Башк. гос. унив.». – Уфа, 2011. – 43 с.
4. Апресян, Ю.Д. Системообразующие смыслы «знать» и «считать» в русском языке / Ю.Д. Апресян // Русский язык в научном освещении. – 2001. – № 1. – С. 5–26.
5. Шагуновский, И.Б. Думать и считать: еще раз о видах мнения / И.Б. Шагуновский // Логический анализ языка. Знание и мнение: сб. научн. трудов / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – С. 56–71.
6. Арутюнова, Н.Д. «Полагать» и «видеть» (к проблеме смешанных пропозициональных установок) / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Проблема интенциональных и прагматических контекстов: сб. научн. трудов / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1989. – С. 7–30.
7. Рябцева, Н.К. Язык и естественный интеллект / Н.К. Рябцева. – М. : Academia, 2005. – 640 с.

8. Дмитровская, М.А. Знание и мнение: образ мира, образ человека / М.А. Дмитровская // Логический анализ языка. Знание и мнение: сб. научн. трудов / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – С. 6–17.
9. Карагодин, А.А. Оппозиция знания и мнения в лингвистике и лингвистической экспертологии / А.А. Карагодин // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – № 3. – С. 184–190.
10. Иванова, Г.Ф. О мнениях и оценках / Г.Ф. Иванова // Известия Российского государственного педагогического ун-та им. А.И. Герцена. – 2007. – № 8. – С. 25–31.
11. Bing, Liu. Web Data Mining / Liu Bing. – Luxembourg : Springer Science+Business Media, 2011. – 622 p.
12. Tsytsarau, M. Survey on Mining Subjective Data on the Web / M. Tsytsarau // Living [Electronic resource]. – 2016. – Mode of access : <http://livingknowledge.europarchive.org/images/publications/dami11.pdf>. – Date of access : 12.08.2016.
13. Edwards, D. Newspeak in the 21st Century / D. Edwards, D. Cromwell. – London : Pluto Press, 2009. – 304 p.
14. Понятие чести, достоинства и деловой репутации: спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами / под ред. А.К. Симонова, М.В. Горбаневского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Медея, 2004. – 328 с.
15. Горошко, Е.И. Языковое сознание: гендерная парадигма / Е.И. Горошко. – Харьков : ИД ИНЖЭК, 2003. – 437 с.

Минский государственный  
лингвистический университет

Поступила в редакцию 28.10.2016

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ