

УДК 070 : 81'373.47

ББК 76.0

С 59

Соколова Г.В.

Кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и журналистики Адыгейского государственного университета, e-mail: sessvetla@mail.ru

Панеш С.Р.

Кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и журналистики Адыгейского государственного университета, e-mail: susi@inbox.ru

**Фактуальность и оценочность
как интегративный феномен медиатекста
(Рецензирована)**

Аннотация:

Рассматриваются фактуальность и оценочность как основные интенции, системная рядоположенность и категориальная устойчивость которых позволяет объяснить корреляцию факта и оценки в рамках журналистского произведения растущей потребностью СМИ в интегративных феноменах. Отмечается продуктивность в данном процессе онима. Установлено, что в результате языковой трансформации фактов во мнение смысловое поле информации получает, как правило, имплицитную форму речевой реализации, косвенные смыслы «вырисовывают» объект критики неоднозначно, в большей степени намекают на концептуальное содержание наивной картины мира объекта, чем информируют о ней.

Ключевые слова:

Фактуальность и оценочность, интегративный феномен, корреляция, медиатекст, ассоциативный фон, оним.

Sokolova G.V.

Candidate of Philology, Associate Professor of Literature and Journalism Department, Adyge State University, e-mail: sessvetla@mail.ru

Panesh S.R.

Candidate of Philology, Associate Professor of Literature and Journalism Department, Adyge State University, e-mail: susi@inbox.ru

**Factuality and estimation as integrative phenomenon
of the media text**

Abstract:

The factuality and estimation are examined as the main intentions, the system row position and categorial stability of which allow explanation for correlation of the fact and assessment within journalistic work with the growing need of mass media for integrative phenomena. Efficiency in this process of an onym is noted. It is established that as a result of language transformation of the facts into opinion the semantic field of information receives, as a rule, an implicit form of speech implementation. Indirect meanings «draw in detail» the object of criticism ambiguously, hinting at the conceptual content of a naive picture of the

world of object, rather than inform about it.

Keywords:

Factuality and estimation, integrative phenomenon, correlation, media text, associative background, onym.

Фактуальность и оценочность, как основные рассматриваемые интенции, рядоположены ввиду их высокого объяснительного статуса: ведь «наиболее существенным признаком для выделения того или иного типа речевого действия является интенция говорящего» [1: 158-159]. Корреляция «факт-оценка», представленная в рассмотренном комплексе, позволяет объяснить взаимодействие фактуальности и оценочности растущей потребностью СМИ в интегративных феноменах. Вывод о продуктивности вторичных форм коммуникации, сделанный на материале апеллятивов [2: 48-51], еще многообразнее подтверждается исследованным материалом онимов.

«В современной публицистике употребление средств косвенной оценочности становится все более активным, прямая оценка теряет убедительность, так как интерпретация их аудиторией неоднозначна. Языковые средства косвенной оценочности – часть общей ткани текста. Они закономерно взаимодействуют с такими средствами публицистического воздействия, как выбор и логика подачи фактов. И если текст – это ткань, то следует обратить внимание на незаметные нити смысла, прячущиеся в этой ткани» [3: 62-63].

Публицистическая корреляция «факт-оценка», которая носит в СМИ общий характер, значима для онимов, функционирующих в масс-медиа. Фактуальность и оценочность, как релевантные для СМИ интенции, а также их синкретичные проявления взаимодействуют с природой ИС. Фактуальность соотнесена с устойчивостью онимической номинации. Оценочность взаимосвязана с многомерным семантико-функциональным потенциалом, изначально присущим ониму и реализуемым различными формами в един-

стве с разнообразными условиями.

В произведении смысл и форма онима, ситуации его употребления не являются случайными, поскольку ИС занимают особое место в системе художественно-изобразительных средств, служащих для выражения авторского замысла. ИС может заключать в себе содержательно-концептуальную и подтекстовую информацию произведения. Благодаря способности имени порождать ассоциативные и коннотативные значения, оним передает читателю скрытую информацию и несет индивидуально-авторское понимание событий и фактов публицистического текста. Например: *Астанинская усмешка* (заг.). *Астана там правит бал* (подзаг.) (<http://www.lenta.ru>).

Полная реализация информации, заложенной в тексте, и восприятие прагматической установки сообщения зависят от ряда факторов: «семантического багажа» читателя, декодирующего сообщение, его эрудиции, знания кода, от отсутствия или наличия помех в передающем канале и от ряда других объективных и субъективных факторов. Например: *Сыновья экс-главы УВД и вице-губернатора устроили дуэль*. (загол.). *Замглавы Ульяновской области рассказал свою версию конфликта между членами семей волжских Монтекки и Капулетти* (подзаг.) (5.01.2015. LIFE NEWS). Наличие множественных интерпретаций одного и того же сообщения не означает, однако, произвольности в толковании, Ибо существуют определенные характеристики текста, которые помогают ориентации в концептуальной организации текста и в текстовой комбинаторике. Такие характеристики называются интерпретационно (прагматически) отмеченными.

Исследования особенностей упо-

ребления личных имен собственных (ЛИС) в структуре того или иного социума позволяют утверждать, что единицы указанного типа, являясь культурными доминантами и функционируя в единицах номинации в микро- и макроконтекстах как национально-культурный компонент, помогают выявить особенности, характерные черты той или иной нации, того или иного типа языковой личности.

Говоря об имени как национальном и социальном знаке, следует иметь в виду наличие полей в ономастике – определенной сферы соотнесенности имени. В речи эта граница определяется при помощи экстралингвистических знаний, которые являются необходимыми для правильного употребления и понимания имен. В состав экстралингвистического аспекта значения имени входят и особые условия существования имени в обществе, и культурно-исторические ассоциации, и степень известности объекта и его имени.

Национальное поле имени способствует более точному восприятию имен, более четкой их соотнесенности с определенной языковой подсистемой. Говоря о русских или английских именах, мы имеем в виду определенные языковые формы, характерные для русского/английского языка, и их соотнесение с русскими/английскими людьми.

В речи, как правило, основное внимание обращается на внеязыковые ассоциации имен, из которых главное внимание принадлежит социальным факторам, которые находятся в неразрывной связи с историческими, национальными и культурными особенностями страны. Некоторые единицы с антропоморфическим компонентом сформировались в результате особой разновидности метонимического переосмысления – синекдохи – тропа, «состоящего в замене названия целого названием какой-либо его части, в названии частного вместо названия общего и наоборот» [4: 405]. Так, перенос названия части на целое мы наблюдаем в еди-

нице *John Bull* – прозвище англичан.

Чаще всего личное имя собственное имеет так называемое репрезентативное, представительное значение. Вместо обобщающего местоимения «любой, всякий» с тем же значением употребляется то или иное распространенное личное имя собственное. Например:

Предполагается, что по всей стране будут открыты множество приемных с европейскими флагами у входа. Любой украинский пенсионер или нуждающийся должен явиться туда на регистрацию и предоставить честному арийскому специалисту свои счета за коммунальные услуги и документы, доказывающие доход. И если какой-нибудь Ганс или Гертруда решат, что платить за отопление им не по карману, то ЕС выдаст аусвайс и окажет прямую финансовую помощь (Аргументы недели №48.18.12.14).

Стремясь удержаться в диапазоне завоеванной коммуникативной свободы, журналисты зачастую выражают в своих публикациях групповое мнение в форме косвенного утверждения о наличии фактов, которых это мнение касается. В таком формате подачи журналистского материала большая часть информации текста выражена не полностью, а с расчетом на базовые представления о мире, имеющиеся у объекта текста. Таким образом, анализ «несказанного» более важен, чем изучение того, что реально напечатано. Подчеркнем, медиатекст является как бы смысловым айсбергом, у которого видна лишь вершина.

План содержания газетной публикации складывается и из межсловесных связей и ассоциаций, связью с другими текстами и событиями, языковым опытом как журналиста, так и самого объекта текста. Совокупность устойчивых словесных ассоциаций (по отношению к словам газетного текста) составляет словесно-ассоциативный шлейф текста. Те элементы ассоциативного шлейфа, которые реально встречаются в журналистской пу-

бликации, представляют собой ассоциативный фон журналистского текста.

При необходимости журналист актуализирует в своем тексте такие ассоциации. Механизм лексического ассоциирования при этом основывается на том, что лексикон как часть языкового устройства должен быть готов к порождению текстов. Такая готовность, на наш взгляд, должна обеспечиваться устройством лексикона в сознании пишущего журналиста, так как главными стратегиями обеспечения готовности к текстопроизводству являются готовность к синтагматическому построению текста из отдельных элементов путем их сочетания и готовность к парадигматическим заменам одних потенциальных элементов текста другими и соответствуют главнейшим видам ассоциаций - синтагматическим и парадигматическим. Ассоциативный фон газетного текста свидетельствует о наличии достаточно прочных ассоциативных связей между словами.

Словесно-ассоциативные связи в тексте складываются из двух частей: внутренней, представляющей собой те ассоциативные отношения, которые связывают слова между собой в тексте, и внешней, образующей словесно-ассоциативный ореол текста. Данные ассоциации непосредственно не присутствуют в тексте, а возникают в сознании читателя. Изучение ассоциативных связей газетного текста способствует пониманию воздействия данного типа текста на объект текста, их соотношения с направленностью журналистской публикации.

Так, в медиатексте любая оценка деятельности личности предстает мнением о фактах, которые связаны с данной личностью. Согласно нашим наблюдениям, портрет самой личности, например, в критической публикации создается посредством языковых значений, которые по своей природе индивидуальны, объективны и непсихологичны. Характеристика же деятельности данной лично-

сти предстает как сфера действия речевых смыслов, индивидуальных, субъективных, обладающих психологической природой. При этом языковые смыслы принимают участие в вербализации объективного факта; речевые смыслы - субъективного мнения, оценочного суждения. Например:

Медведев решил последовать примеру легендарного Сизифа и попытался с той же примерно результативностью вкатить на гору валун – убедить участников форума в том, что в России все не так уж плохо, а условия для бизнеса и инвестиций просто замечательные (загол.: Давос – «Ярмарка тщеславия». Мир новостей. 29 января 2013).

Характеризуя деятельность данного чиновника, автор публикации сравнивает его деятельность с сизифовым трудом, данное сравнение приобретает в контексте всей статьи отрицательную коннотацию: «с той же примерно результативностью». Это ключевое слово в публикации, выявление имплицитного смысла которого дает возможность определить главную мысль публицистического текста в целом.

Результатом этого предстает тот факт, что фактическая и оценочная информация зачастую представляется в прессе в синкретическом виде. В этой связи Н.Д. Арутюнова пишет: «Скрещение истинной и этической оценок происходит практически всегда, когда речь идет о поведении людей и событиях их жизни. Текст человеческой жизни выстраивается по принципу судебного разбирательства, требующего верификации суждений о совершении поступков и их квалификации» [4: 54]. То есть в критическом газетно-публицистическом выступлении речевые средства имплицитной оценки «скрывают» собственное мнение автора публикации. При этом отрицательное отношение автора к описываемым событиям подчеркивается употреблением экспрессивных лексем, относящихся к разговорно-просторечному стилю. Например:

В 2013-2020 в Госкорпорацию «Росатом» закачают из бюджета 1,247 трлн.рублей, в Олимпстрой – 192 млрд. до 2014 года. В Чубайса, с данным ему на кормление Роснано, было «втюхано» 130 млрд. рублей. И это только деньги (загол.: Где марш против жуликов-приватизаторов? Аргументы недели. № 48 январь 2013).

Разговорно-просторечная лексика способствует индуктивному обобщению факта в данном высказывании, которое в связи с этим нельзя считать истинным суждением, отражающим фрагмент реальной действительности. Модальность мнения выражается и оценочным атрибутивным словосочетанием «данном ему на кормление», «закачают из бюджета», «было «втюхано», оценка позиции которых осуществляется по шкале «хорошо/плохо».

Таким образом, можно констатировать, что в результате языковой транс-

формации фактов в мнение, смысловое поле информации получает, как правило, имплицитную форму речевой реализации. Косвенные смыслы вырисовывают объект критики неоднозначно, в большей степени намекают на концептуальное содержание наивной картины мира объекта, чем информируют о ней. Используемые при этом речевые средства обладают многозначностью, утверждения подразумеваются, а не проговариваются. Реципиент текста, в пресуппозиционном плане осознающий «слабые места» собственного социального поведения, воспринимает мнение журналиста как утверждение фактов и таким образом реализует иной код прочтения статьи. Участники конфликта исходно выдвигают разные требования к речевому отражению факта и мнения, что и становится источником противоборства между различными дискурсами, которые представляют собой различные способы понимания объективного мира.

Примечания:

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с
2. Ионова С.В. Тестовая коммуникация в сфере СМИ (на примере вторичных текстов) // Коммуникативные технологии в образовании, бизнесе, политике и праве XXI века. Человек и его дискурс-2. Волгоград: РАН: Волгогр. ин-т бизнеса, 2006. С. 40-51.
3. Соколова Г.В. Интертекстуальность как аспект активации эффективности и ответственности публицистического текста // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2009. Вып. № 3. С. 62-65.
4. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка. Событие. Факт. М., 1999. 341 с.

References:

1. Karasik V.I. Language circle: personality, concepts, discourse. M.: Gnozis, 2004. 390 pp.
2. Ionova S.V. Text communication in the sphere of mass media (based on secondary texts) // Communicative technologies in education, business, politics and law of the XXI century. A person and his discourse-2. Volgograd: RAS: Volgogr. in-te of business, 2006. P. 40-51
3. Sokolova G.V. Intertextuality as an aspect of activation of efficiency and effectiveness of the publicistic text // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. 2009. Iss. No. 3. P. 62-65.
4. Arutyunova N.D. Types of language meanings: evaluation, event, fact. M., 1999. 341 pp.