

УДК 070
ББК 76.
С-60

Соловьев Георгий Матвеевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой электронных СМИ и новых медиа Кубанского государственного университета, т.: 8(861)2758246.

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ МЕДИЙНОГО ФЕНОМЕНА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ИНТЕНСИОНАЛЬНОСТИ (рецензирована)

В статье медийная интерпретация факта действительности рассматривается как репрезентативный медийный феномен ввиду растущей многомерности в его истолкованиях. Выявляются условия новой медиалогической классификации фактов, в которой, во-первых, интенциональный аспект учитывается явно и неявно, а во-вторых, играет значимую роль при раскрытии корреляции между фактом и иными феноменами, в частности, жанром медиатекста.

Ключевые слова: коммуникативное предназначение, социальный аспект массовой коммуникации, медиафакт, полифункциональность, антропологизм, адресант, адресат, верификация

Solovyov Georgi Matveevich, Doctor of Philology, professor, head of the Department of Electronic media and New media, Kuban State University, tel.: 8 (861) 2758246.

MEDIA PHENOMENON TRANSFORMATION AS INTENSIONAL DISPLAY (Reviewed)

The article considers media interpretation of reality as a representative media phenomenon due to growing multi-dimensionality in its interpretations. Conditions for a new mediological classification of facts, in which, firstly, intensional aspect is taken into account explicitly and implicitly, and secondly, it plays an important role in revealing the correlation between the fact and other phenomena, in particular the genre of a media text, have been identified.

Keywords: communicative purpose, social aspect of mass communication, mediafact, multifunctional, anthropological, sender, recipient, verification.

Классическая наука о языке ставит, как известно, на первое место его коммуникативное предназначение. Этому требованию подчиняется лингвистика и сегодня. Но пока традиционная филология изучала и изучает языковую систему на ее первичном уровне или анализирует, предположим, так называемое метафорическое значение языковых знаков, в современности мы все чаще имеем дело с наблюдением над прагматичным значением языковых единиц, над их "поведением" в тексте. Как следствие, языковые реалии исследуются с позиций новых аспектов в сложных лингвистических дисциплинах. Подобное членение лингвистической науки, на наш взгляд, обусловлено многоаспектностью человеческой коммуникации, прямо вызывающей к этому.

Исходя из выше обозначенного посыла, нам представляется правомочным акцентировать в исследовании развития языка (лингвистике) и в повседневной коммуникации (новостном обмене) повышенную роль т.н. газетного языка (термин Г.Я. Солганика). Подчеркнем также, что язык журналистики наглядно иллюстрирует непрерывный динамизм в языковой системе не только в семантическом, но и в морфолого-синтаксических планах.

Социальной базой данных изменений является на наш взгляд своеобразное "освобождение слова от цензуры", плюрализм в трактовке фактов действительности. Исходя из этого доминирующими компонентами коммуникативности медиатекста можно считать категории "факт" и "оценка". Именно благодаря им журналистика, несмотря на свою стилистическую полифункциональность, отличается от других коммуникативных реализаций. Чтобы увидеть выше обозначенное своеобразие более зримо, проанализируем дефиниции факта и оценки в общенаучном (симптоматичном в том числе для лингвистики) понимании в оппозиции к сущностному содержанию факта и оценки в языке журналистики.

Формируя важнейшие характеристики дефиниции "факт" Е.М. Вольф определяет его как "фрагмент реальности (действительности) – события, ситуации, свойства предметов или лиц" [1, с. 17]. Оценка же, исходя из этого, трактуется, например, Д.Э. Розенталем как "утверждение коммуниканта относительно ценности, уровня или значения того объекта (или лица), который удовлетворяет дескрипции" [2, с. 23]. Как видим, дефиниции исследуемых категорий в общенаучном понимании имеют эксплицитный, достаточно хрестоматийно освоенный характер.

В журналистике (в настоящее время – с особенной наглядностью) на первый план выдвигаются проблемы, связанные с творческими потенциями языка, с ролью в построении картины действительности. Короче, с комплексом вопросов, обычно объединяемых под шапкой антропоцентризма, симптоматики "человеческого фактора в языке". Как верно подмечал философ А.Н. Уайтхед: "Элемент новизны в общественной жизни настолько значителен, что его уже невозможно не принимать в расчет" [3, с. 37]. Естественно, что при такой установке дефиниции факта и оценки в медиатексте не могут быть эквивалентны соответствующим общенаучным дефинициям, т.к. являются продуктом деятельности, имеющей цель сформировать и передать с помощью языка нужную информацию, где интерпретация событийного факта действительности закодирована в его оценке (зачастую - имплицитной), необходимой для осуществления дальнейшей деятельности. Причем процесс интерпретации факта не может быть описан без обращения к категории замысла.

Отсюда приходим к выводу, что медиафакт нечто более избирательное, чем просто "нечто реальное в противоположность суждению о нем".

Существует, впрочем, справедливое мнение, что никакое определение термина не может считаться достаточным для абсолютного познания определяемой им сущности. При этом, безусловно, оперировать термином все же удобнее, если исследователь имеет в своем распоряжении краткий перечень наиболее общих и в то же время наиболее характерных отличительных признаков, которые, как правило, и составляют сущностную основу дефиниции. Высказанные соображения и заставляют нас, признавая заведомую неполноценность дефиниций факта и оценки в медиатексте, все же стремиться к определению тех понятий, к которым собираемся обращаться в дальнейшем.

В соответствии с этим представляется важным проанализировать главный катализатор корреляции "факт – оценка" в лингвистике и журналистике – социальный аспект массовой коммуникации. То есть вслед за Р.А. Будаговым мы считаем, что "социально обусловленным язык оказывается не только во взаимоотношениях с другими социальными институтами, но и сам по себе, в своем внутреннем членении, в своих собственных потенциях" [4, с. 51]. Иными словами, социальная природа языка, определяясь его важнейшими функциями в обществе, возникает из взаимодействия лингвистических и экстралингвистических факторов.

Поскольку техническая оснащенность, объемы информации, образовательный уровень общества в последние годы резко возросли, а социальные связи в XXI веке в силу известных причин стали многограннее, зачастую менялся и информационный статус средств массовой коммуникации. Феномен факта и оценки как реалий социальной действительности и объектов исследования в журналистике сегодня тяготеет не к субинституциональной (вспомогательной) плоскости, а к креативно-институциональной (влияющей и производящей). Все это, на наш взгляд, с настоятельной необходимостью заставляет исследователей говорить об очевидной корреляции лингвистических и журналистских понятий факта и его оценки.

Массмедийную коммуникацию необходимо рассматривать прежде всего как целостное социальное явление, представляющее сущностную часть человеческих взаимоотношений, которое, с одной стороны, стремится отображать событийные факты, с другой – само оказывает определяющее влияние на их формирование за счет своеобразной интерпретации.

При таком методологическом подходе появляется возможность выявить и проанализировать находившиеся ранее практически вне поля зрения исследователей взаимосвязи и противоречия, характерные для организации современной массово-коммуникационной деятельности.

Отталкиваясь от известного высказывания В.Г. Костомарова, что "выбор того или иного слова в публицистике – отнюдь не простое формальное решение; от того, какое слово выберет журналист для обозначения определенной вещи, очень часто зависит его решение в пользу того или иного нюанса высказывания эмоционального характера" [5, с. 17], приходим к следующему выводу: журналистика, мобилизующая все языковые ресурсы для воздействия на умы и чувства социума – во имя наибольшей своей действенности и эффективности – не может в свою очередь не испытывать на себе влияния различных социальных институтов и массовой аудитории, вкладывающих различное содержание, различные оценки в одни и те же факты действительности (тем самым как бы осуществляя своеобразную верификацию суждения). В несколько парадоксальной форме это подчеркнул З. Вендлер; "Если нам дан язык и мир, то нам тем самым даны все факты" [6, с. 27].

Действительно, независимо от индивидуума, существует объективная реальность. Эта реальность отражается в коммуникативных актах, при помощи которых люди анализируют окружающий мир и свое место в нем. Но при этом под определенным углом зрения, в определенном аспекте. Наиболее ярко этот синдром прослеживается в языке массмедиа. Здесь налицо оценочная революция интерпретации факта. В этом отношении, думается, можно применить вывод ван Дейка и его теорию когнитивных стратегий, в которой целый ряд факторов играет свою роль при восприятии

дискурса: "Очевидно, что модели ситуации необходимы нам в качестве основы интерпретации текста" [7, с. 89]. В данные модели, кстати, входит и структура предложения, и намерение автора, и его социальные установки, и предубеждения, и знание об окружающем мире, и когнитивная память.

Докажем это на примере уже обозначенного событийного факта – выступления главы правительства России перед депутатами Госдумы 14 сентября 1999 года.

Если в лингвистическом аспекте факт не тяготеет к особой описательности, то в публицистическом эквиваленте он носит явно "приукрашенный" характер: Так газета "Невское время" в заметке "Сказочник с холодными глазами" (16 сентября 2010 г.) сообщает:

Тем думцам, которым очень хотелось узнать, что наши Вооруженные силы еще кое-что могут, весьма понравился рассказ премьера о том, какой знатный отпор был дан боевикам, вторгшимся на территорию Дагестана. По версии премьера, боевики понесли огромные потери. Опять же по версии премьера (по крайней мере, так его поняли депутаты), Дагестан сейчас "почти чист".

О том же событийном факте "Московский комсомолец" (15 сентября 2010 г.) рассказывает следующим образом:

Вчерашнее выступление Путина в Госдуме было наполнено решительными призывами "мобилизовать те силы и средства, которые будут адекватны угрозе, сделать это быстро, решительно". Заявив, что "мы справимся с терроризмом, если осознаем в какой опасности находится страна", премьер призвал все ветви и уровни власти консолидироваться.

Здесь мы наглядно проиллюстрировали одно и то же событие, выступающее уже в форме различных в чем-то фактов. Эта "разнопредставленность" на наш взгляд обусловлена тем, что журналисты считают главным, что трактовали как суть события.

Вследствие чего важно еще раз подчеркнуть, что и принцип оценочности в медиатексте, исходя из задач убеждения и воздействия, имеет не индивидуальный, (как в лингвистике), а подчеркнуто социальный характер.

Катализатором же оценочных интерпретаций событийного факта в языке журналистики, на наш взгляд, является бесконечное число связей познаваемого факта. В подтверждение этого теоретического посыла приведем еще достаточно курьезный иллюстративный пример. В Большой Советской энциклопедии существуют две статьи об одном и том же человеке, написанные составителями на базе публицистических хроник Англии XVIII века. В первом случае он назван Роберт Блейк, а во втором – Блейк. В силу того, что данный исторический деятель прославился на двух поприщах, по военному ведомству он проходил как адмирал, а по дипломатическому как политик (наблюдения сделанные в мемуарах В.А. Успенского, цит. по кн. Л.С. Выготского "Психология искусства", М., 1965). События жизни Р.Блейка (Блейка), поведенные в его двух биографических статьях, не так сильно отличаются друг от друга, но в политической биографии его заслуги как военного служат лишь фоном, а в военной, наоборот, подчеркиваются, в стороне же остается политическая деятельность.

Исходя из определения языка как формы познания действительности (термин Е.М. Вольф), язык журналистики конкретного социального периода начала XXI века в России предстает перед нами именно в обрисованной выше форме. Его элементы "факт" и "оценка" содержат большой познавательный потенциал о своей эпохе.

Литература:

1. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М., 1985.
2. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1985.
3. Уайтхед А.Н. Избранные работы по филологии. М., 1990.
4. Будагов Р.А. Что такое развитие и совершенствование языка? М., 1977.
5. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
6. Вендлер З. Факты в языке // Философия, логика, язык. М., 1987.
7. Дейк Т.А. ван. Когнитивные и речевые стратегии выражения этических предубеждений // Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

References:

1. Wolf E.M. *Functional semantics of evaluation*. M., 1985.
2. Rosenthal D.E. *Practical stylistics of the Russian language*. M., 1985.
3. Whitehead A.N. *Selected works in philology*. M., 1990.
4. Budagov R.A. *What is the development and improvement of the language?* M., 1977.
5. Kostomarov V.G. *Russian language newspapers*. M., 1971.
6. Vendler Z. *Facts in the language // Philosophy, logic, language*. M., 1987.
7. Dyke T.A. van. *Cognitive and verbal strategies of expressing ethical strategy prejudice / / Language. Knowledge. Communication*. M., 1989.