

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ КАТЕГОРІЇ ФАКТУАЛЬНОСТІ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

Л.В. Онишкевич

На сучасному етапі мова розглядається як цілісна структура в її відношенні до різних сфер соціального, матеріального, духовного життя. Ця загальна тенденція вплинула на вивчення мови ЗМІ, у вивченні яких зараз гостро актуальними стають такі аспекти, як зв'язок мови ЗМІ з мисленням, суспільством, культурою, політикою, ідеологією [1]. Когнітивна лінгвістика та когнітивний підхід до мови відкривають широкі перспективи бачення мови в її антропоцентричних зв'язках, з усіма мовленнєвими й пізнавальними процесами, нею здійснюваними, і, зрештою, з тими механізмами та структурами, які лежать у їхній основі [2; 3; 4]. Звертаючись до семіотичного принципу опису мови і мовних одиниць, зокрема у світлі сучасних напрацювань в галузі когнітивних наук в цілому і когнітивної лінгвістики зокрема, усвідомлюємо, що мова є передовсім засобом комунікації, знаряддям мовленнєвої діяльності, і що кожен аспект мови обов'язково відображає її функціональний потенціал і причини її реального функціонування [5, 22; 6, 384]. Мова – не система в самій собі і для самої себе. Вона тісно пов'язана з людиною, без якої виникнення й функціонування цієї системи було б неможливим [7, 5]. Звідси випливає необхідність подальших напрацювань і уточнення семіологічного принципу саме з функціональної точки зору, тобто розробки функціонально-семіологічного підходу до вивчення мовних явищ [6, 386]. Функціональний аналіз передбачає врахування попередньої обумовленості авторського вибору певних засобів вираження смислової структури тексту, екстратекстових та інtratекстових ознак. В цьому плані функціональний аналіз тісно переплітається з прагматичним, адже в лінгвістичну прагматику включають питання, пов'язані з суб'єктом (автором тексту), адресатом (читачем) і – головне – з їх взаємодією в акті комунікації.

Аспекти „кодування” та „декодування”, незважаючи на їхню відносну автономію в процесах комунікації загалом, виступають вирішальними моментами. Отримуючи інформацію з газет, читаємо й інтерпретуємо подію, зважаючи правила і коди, за якими відбувається читання та інтерпретація. Ефективність комунікації зазнає впливу кожної ланки комунікативного ланцюжка. Оскільки для лінгвістів у схемі комунікації інтерес представляє форма повідомлення та її придатність для адекватної передачі інформації, метою нашого аналізу є поглиблені розуміння лінгвістичних структур і прагматичних функцій, які зустрічаються у *газетному дискурсі* – особливому типі соціального дискурсу, що орієнтується на передавання реальної інформації від адресанта до адресата (читача) і відрізняється від інших типів дискурсу інтерпретацією категорії правдивості, об'єктивності, фактуальності [8].

Журналісти усвідомлюють, що соціо-культурно-політичні факти часто є суб'єктивними і умовними за своєю суттю – вони, для прикладу, можуть ґрунтуватися на політично вмотивованих і суперечливих поглядах – навіть так звані неспростовні наукові факти зазнають ідеологічного впливу. Зважаючи на це середньостатистичний читач скептично сприймає обґрунтованість фактів, поданих йому, усвідомлюючи, що журналіст не може всього знати чи усе перевірити. Відтак, на тексти газетного дискурсу покладається функція за допомогою мовних засобів переконати читача, що точка зору, описана журналістом, є правдивою і фактуальною. Отже, друковані тексти засобів масової інформації виконують не тільки функцію трансмісії, або комунікацію соціально вагомої інформації, але й реалізують певну прагматичну настанову – вплинути на адресата (сформувати у нього певну думку з приводу якоїсь події або соціального явища; примусити до дії) [9, 149].

З цією метою адресанти широко вдаються до фактуальності – викладу інформації у такий спосіб, який забезпечить її інтерпретацію адресатом як такої, що відповідає дійсності. Фактуальність зумовлює смислову побудову газетного тексту. Вона відображає інтенції автора і є опосередкованим втіленням мотиву породження тексту. Задаючи комунікативну спрямованість останнього, вищезгадана категорія впливає на вибір мовних засобів, які використовуються при породженні тексту.

Одиницею реалізації фактуальності у дискурсі виступає речення-висловлювання, у якому можна виокремити, враховуючи його знаковий характер, три типи основних відношень. Перший тип відношення перебуває на осі „знак – референт” і відображає семантику речення-висловлювання. На другому рівні відношень діє вісь „знак – інші знаки у цій же системі” і відображається внутрішньоструктурне значення – синтаксичне. На третьому рівні відношень відображається „прагматичне значення” і діє вісь „знак – колектив людей, що користуються знаковою системою” [10, 17]. Відтак розглядаючи категорію *фактуальності* у функціонально-семіологічному аспекті, нашу увагу привернув її прагматичний аспект, а саме роль мовця та зв'язок між мовцем і фактуальністю висловлювання.

Особливістю текстів газетного дискурсу є багатоголосся. Дискурси різних мовців переплітаються і функціонують, доповнюючи один одного. Відтак переплітається досвід та ставлення до дійсності різних учасників комунікації. Кожний агент комунікації відображає складний взаємозв'язок чинників довкілля і індивідуальних інтересів. Характер ставлення до дійсності (до предмета мовлення – референта) практично наперед зумовлюється індивідуальним, соціальним та професійним досвідом мовця [11, 100]. Ще Протагор висловлювався, що людина – міра всіх речей, існуючих, що вони існують, а неіснуючих, що вони не існують [цит. за 12, 8].

Журналістський текст насичується чужими текстами. При цьому процес цей найчастіше виступає як спонтанний, неусвідомлюваний [13, 14]. І хоча автор кінцевого тексту – один, ми не можемо приписувати йому досвід інших комунікантів. Кожне окреме висловлювання має свого реального автора. Завдання журналіста – впорядкувати висловлювання різних авторів і забезпечити їхнє ефективне функціонування в межах тексту.

Осмыслиючи реальність через ситуацію іншого тексту, журналіст створює власний текст, відбираючи і використовуючи ті знакові форми, які максимально повно і адекватно відображають і виражають його авторський задум і одночасно максимально відповідають типу реципієнта, входять в його знакову систему і смисловий код, що дозволяє останньому сприймати і розуміти текст. Таким чином, журналіст не лише створює текст, але до певної міри прогнозує його сприйняття адресатом [14, 55].

(1) *Mr Davis poured scorn on the idea of the five economic tests. 'Everyone knows the only test that actually matters is whether they can win a referendum,' he said. 'They are going to have to come up with rather stronger arguments than we have heard so far.'* (Daily Mail, January 2002)

Цитований фрагмент ілюструє переплетення мовлення двох осіб: журналіста та п.Девіса (Mr Davis). Перше висловлювання, яке приписуємо журналісту, знайомить читача з позицією п.Девіса. *Mr Davis poured scorn on the idea of the five economic tests*. Для обґрунтування позиції п.Девіса, журналіст наводить цитату, яка підтверджує правильність інтерпретації ситуації журналістом. *Everyone knows the only test that actually matters is whether they can win a referendum. He said* – слова журналіста, які, вказуючи на автора попереднього висловлювання, пов'язують його з наступною цитатою п.Девіса. *They are going to have to come up with rather stronger arguments than we have heard so far* – своєрідний висновок, який належить п.Девісу і завершує ланцюжок висловлювань, об'єднаних спільною темою. Розділові знаки допомагають читачеві розмежувати висловлювання обох мовців і визначити автора кожного з них.

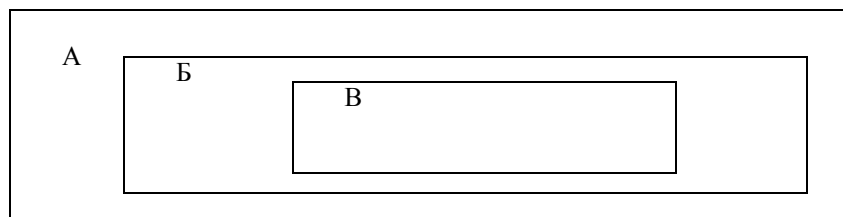
У наступній цитаті дискурси обох мовців переплітаються ще щільніше, що формально виражається відсутністю лапок, які вводять мовлення іншого мовця.

(2) *Nick Raynsford, the Minister for Local Government, responded to the commission report by summoning the leaders of all three political groups on the council to a meeting in London. If Walsall failed to improve services, the Government would act, he said* (The Times, January 2002).

Перше твердження *Nick Raynsford, the Minister for Local Government, responded to the commission report by summoning the leaders of all three political groups on the council to a meeting in London* через журналіста знайомить читача з ситуацією. І хоча наступне висловлювання не взяте у лапки, *he said*, яке є типовим для висловлювань газети, зумовлює його сприйняття як цитати того, що говорив на зустрічі міністр.

Для прикладу, подаємо газету як багаторівневу структуру авторства.

Таблиця 1 - Схема багаторівневого авторства



Умовно виокремимо три рівні А, Б, В, які репрезентують мовців у текстах газетного дискурсу. Кожен нижчий рівень облямовується вищим: рівень В входить у рівень Б, а рівень Б є частиною рівня А. Найвищий рівень А представляє газету. Проаналізувавши лінгвістичні структури на цьому рівні, доходимо висновку про типи змісту, які подаються газетою в фактуальний чи нефактуальний спосіб. Рівень Б представляє мовця-джерело, цитоване газетою, ствердження якого також оцінюємо на предмет їхньої фактуальності чи нефактуальності. Мовець, представлений рівнем Б, також може вдаватися до цитування. Ця обставина пояснює наявність рівня В у нашій схемі. Комунікативний зміст, що стверджується на вищому рівні, – факт проголошення цитованого висловлювання, яке подано нижчим рівнем.

Фактуальність викладу напряму пов'язана з автором висловлювання і його готовністю взяти на себе відповідальність за зміст висловленої пропозиції. Комунікант може відтворювати картини різного ступеня відповідності чи невідповідності дійсності, тому проблема валідності інформації, її об'єктивності стає першочерговою для адресанта. Сучасний читач (адресат газетної інформації) потребує додаткового підтвердження надійності отриманої інформації, а авторству належить дуже важлива роль у вирішенні цього завдання: висловлювання фактуальне лише за умови, що автор готовий взяти на себе відповідальність за його валідність та об'єктивність, що є особливо вагомим при аналізі газетного дискурсу, який переважно складається з чужих цитат та висловів, які належать іншим.

Отже, стосовно адресата фактуальними є лише висловлювання, стверджені газетою, а стосовно газети фактуальними є висловлювання, які цитує журналіст. На газетних сторінках вони представлені конструкціями *he said, he quoted, he proclaimed, she acknowledged, she predicted etc.* Наприклад, *But Rocco Buttiglione, the Minister for Europe, said Italy's centre-right Government was merely "following the British example in fighting for our corner", and gave notice that Italian policy toward European integration would be more robust* (The Times, January 2002). Або *Mr Delors acknowledged there were huge hurdles for Tony Blair to get Britain join the single currency* (Daily Mail, January 2002). Цитовані фрази, оскільки вони не стверджуються газетою, функціонують стосовно неї як нефактуальні. Однак нефактуальний стосовно журналіста зміст цитатного мовлення за своєю суттю може бути як *фактуальним* (що згідно з наміром адресанта сприймається адресатом як реальний випадок, стан справ), так і *нефактуальним* (що згідно з наміром адресанта не сприймається адресатом як реальний випадок, стан справ), що теж визначається шляхом аналізу висловлювань залежно від їх автора.

Наприклад, речення “*Senior Tories spoke out that Gus O’Donnell reportedly said the five economic tests for adopting the single currency will never be met*” містить три рівні, котрі можна представити в таблиці.

Таблиця 2 - Приклад багаторівневого авторства

Рівень А “ <i>Senior Tories spoke out that Gus O’Donnell reportedly said the five economic tests for adopting the single currency will never be met</i> ”
Рівень Б “ <i>Gus O’Donnell reportedly said the five economic tests for adopting the single currency will never be met</i> ”
Рівень В “ <i>the five economic tests for adopting the single currency will never be met</i> ”

Стосовно газети, (рівень А): “*Senior Tories spoke out...*” функціонує як фактуальне висловлювання, але те, що було сказано функціонує як нефактуальне висловлювання, бо газеті не належить авторство цього висловлювання. Стосовно торі, (рівень Б): “*Gus O’Donnell reportedly said...*” – фактуальне висловлювання, але те, що він сказав, функціонує як нефактуальне висловлювання, тому що торі самі цього не заявляли. Стосовно *Gus O’Donnell*, (рівень В): “*the five economic tests for adopting the single currency will never be met*” – нефактуальне, хоч воно і належить *Gus O’Donnell*. Пояснюємо це тим, що висловлювання стосується майбутнього і описує не реальний стан справ, а радше припущення на майбутнє.

Отож, вирішальним у прийнятті рішення про фактуальність висловлювання є визначення автора, а також аналіз подачі ним свого висловлювання. Тобто висновок про те, як функціонують висловлювання на кожному з рівнів, робимо після аналізу їхніх лінгвістичних структур.

Питання авторства – важливий компонент для розуміння текстів газетного дискурсу. Створювані ЗМІ картини світу, призначені для інформування, переконання, впливу, за змістом можуть бути різними, часто полярними. Точка зору спостерігача, зміна якої веде до якісної зміни самого уявлення, має при цьому велике значення [15, 56]. Відсилаючи до джерела інформації, журналіст звільняє себе від відповідальності за правдивість поданої інформації, бо нікому не дано проникнути у свідомість іншого, щоб наочно перевірити, якого роду концептуальні структури він асоціює з тими чи тими словами [цит. за 12, 31]. Посилання на джерело інформації – один із способів, до яких вдаються журналісти, щоб подана ними інформація виглядала фактуально. Наявність кількох мовців, а радше кількох авторів висловлювань – запорука об’єктивного вигляду викладу подій, особливо якщо джерело інформації є надійним або таким, що викликає довіру.

Посилання на певне джерело створює передумови для того, щоб читач розглядав думку вказаної особи як авторитетну. Увага засобів масової комунікації засвідчує, що об’єкт повідомлення гідний того, щоб його виокремили з анонімної маси, і що його думка та поведінка важливі для усіх. Це свого роду циклічний механізм, який ефективно використовується в ЗМІ [13, 141].

Вибір форми представлення авторства залежить від загальних характеристик тексту, призначення та функції. Форми можуть бути експліцитними та імпліцитними.

Коли йдеться про експліцитну форму, то суб’єкт мовлення позначений безпосередньо, персоніфікований.

Andrew Milligan, head of global strategy at Standard Life, one of the UK’s largest investment institutions, suggests that one of the reasons for underperformance of European stock markets is that industrial companies are more prominent than in the UK or the US (The Times, January 2002).

Експліцитна форма не обов’язково передбачає згадування імені та посади мовця. Вона може мати і неперсоніфікований вигляд.

A spokesman for the Alliance and Leicester, which is collecting for the campaign in its 310 branches, said: ‘You may think the launch of the euro is nothing to do with you. But there is something you can do by collecting cash from old holidays and using it to help the elderly.’ (Daily Mail, January 2, 2002)

Експліцитні форми вираження мовця значно полегшують питання про авторство висловлювань, однак не всі висловлювання мають формально вираженого автора. У газетних статтях подибуємо приклади висловлювань, у яких автора начебто нема.

Then there are fears that European states could be hamstrung with the ‘one size fits all’ interest rate (Daily Mail, January 2002).

Проте не існує висловлювань, які б функціонували самі по собі. Кожне з них обов’язково має автора. Виходячи з манери написання статті, можемо допустити, що автор бажав залишитися неназваним. Він може бути як джерелом поза газетою, так і журналістом. Будучи представником соціальної групи, журналіст висловлює думки та інтереси групи, або редакції, або власника і т.д., передаючи їх читачеві у власній інтерпретації. І хоча авторство експліцитно нікому не приписано, факт того, що журналіст не відмежовується від „анонімного” ствердження, вказує на те, що журналіст підтримує висловлену пропозицію. Відтак, ми трактуватимемо аналогічні твердження як такі, що належать журналістові.

Як перехідні розуміємо форми колективного авторства.

Ministers believe the appearance of euro money in 12 EU countries will help swing a sceptical public behind the currency (Daily Mail, January 2002).

Формально авторами цього переконання є *'ministers'*. Котрі саме міністри дотримуються сказаного, конкретно не названо. Отож існує можливість, що за колективним автором теж стоїть журналіст, який, знаючи позицію урядовців, самотужки формулює її у своєму висловлюванні. З іншого боку, журналіст міг вважати, що для його читача персоніфікація міністрів є зайвою і недоцільною. Стратегії колективного авторства також застосовуються у випадках, коли обговорюють непопулярні позиції, або дискутують на непопулярні теми. Віддаючи авторство колективному автору, особиста відповідальність за зміст висловлювання переноситься на групу осіб.

Відтак виокремлюємо *експліцитну форму* представлення автора висловлювань, розрізняючи персоніфікованого і колективного автора, і *імпліцитну форму* представлення автора висловлювань. Якщо мовець називається експліцитно, то він функціонує як автор висловлювання. Якщо нема чіткої вказівки на автора висловлювання, вважаємо за доцільне закріпити його авторство за журналістом. Винятками є короткий виклад змісту угод, документів, промов і т.п. [див. про імпліцитність Старикова 1974; 1976].

У підсумку зауважмо, що кожний агент комунікації відображає й взаємозв'язок чинників довкілля і індивідуальних схильностей. Тому питання про автора висловлювань – центральний компонент підходу до *фактуальності*, яка розглядається стосовно мовця. Усі комуніканти оцінюють інформацію за принципом її подачі, що є важливим елементом в інтерпретації газетного дискурсу. Адресатові відводиться активна роль, і акцент робиться на потребі врахування його установок, цінностей, емоцій. Сприйняття висловлювань залежить від ставлення адресата до мовця і від ставлення мовця до змісту свого висловлювання і до аудиторії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Солганик Г.Я. О новых аспектах изучения языка СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2000. – №3. – С.31-38.
2. Кубрякова Е.С. Семантика в когнитивной лингвистике (о концепте контейнера и формах его объективации в языке) // Изв.РАН. Серия лит. и яз. – 1999. – Т.58. – №6. – С.3-12.
3. Белова А.Д. Языковые картины мира в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 29. – С. 17-23.
4. Приходько А.Н. Синтаксис естественного языка в фокусе когнитивно-дискурсивной парадигмы // Вісник Харківського національного ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – Проблеми перекладознавства, комунікативної та когнітивної лінгвістики. – Харків: Константа, 2003. – № 609. – С. 84 – 89.
5. Бехта І.А. Концептосфера у динаміці (текст і дискурс у світлі когнітивно-дискурсивної парадигми) // Мовні і концептуальні картини світу. Зб. наук. праць. – К., 2001. – №5. – С. 22-26.
6. Болдырев Н.Н. Функционально-семиологический принцип исследования // Язык и культура: Факты и ценности: К 70-летию Ю. С. Степанова/ Отв. ред. Е. С.Кубрякова, Т. Е. Янко. – М.: Языки славянской культуры, 2001. –382-393.
7. Кочерган М.П. Стан і перспективи сучасного мовознавства // Вісник Київського лінгвістичного університету. Сер.Філологія. – 2003. – Том 6. – №1. – С.5 – 18.
8. Dijk Teun van. News schemata // Studying Writing. Linguistic Approaches. C.Cooper and S. Greenbaum (eds.). - Beverly Hills. CA: Sage, 1986. – P.155-186.
9. Гапотченко Н. Є. Загальні характеристики та особливості комунікативної ситуації текстів преси / Вісник Київського лінгвістичного університету. Сер.Філологія. – 2003. – Том 6. – №1. – С.149 – 153.
10. Мірченко М. В. Структура синтаксичних категорій. – Луцьк: Вежа, 2001. – 340с.
11. Мещеряков В. Н. К вопросу о модальности текста // Филол. науки. – 2001. – №4. – С.99 – 105.
12. Цоколов С. Філософія радикального конструктивізму Ернста фон Глазерсфельда // Філософська думка. – 2001. – №2. – С.3 – 32.
13. Артамонова І. Комунікативна індивідуальність мовної особистості у сучасному медіа-тексті / Семантика мови і тексту. – Ів.-Франківськ: Плай, 2003. – С.11 – 15.
14. Красных В. В. От концепта к тексту и обратно (к вопросу о психолингвистике текста) / Вестн. Моск. ун-та. Сер.9. Филология. – 1998. – №1. – С.53 – 70.
15. Назаров М. М. Масовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 2002. – 240с.
16. Старикова Е.Н. Имплицинтная предикативность в современном английском языке. – К.:Вища школа, 1974. – 142 с.
17. Старикова Е. Н. Проблемы имплицитной номинации в современном английском языке. Автореф. ... дис. докт. филол. наук. – К.:КДУ, 1976. – 38с.