УДК 811. 111: 070

Набок А. І.,
аспірант кафедри германської філології
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕФЕКТУ ОБ'ЄКТИВНОСТІ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-НОВИН: ТАКТИКИ ОДНОЗНАЧНОСТІ ТА ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ

Анотація. У статті доводиться, що англомовні інтернет-новини формують ефект об'єктивності тактиками однозначності й параметризації, які виокремлюють одних учасників подій на тлі інших або деталізують їхні характеристики.

Ключові слова: ефект об'єктивності, стратегія, тактика, однозначність, параметризація.

Постановка проблеми. Конструктивна природа медійного дискурсу, яка полягає у створенні дійсності, до якої у адресата немає доступу в момент комунікації [6, с. 12], заснована на відтворенні у текстах ЗМІ навколишньої дійсності через її індивідуальну концептуалізацію журналістом. Сприйняття світу людиною внаслідок зосередження на одних враженнях від реальності та ігнорування інших [1, с. 29] впливає на подання інформації у новинному різновиді медіа-дискурсу, який відтворює дійсність текстовими повідомленнями, висвітлюючи лише окремі події у певному ракурсі. Медійне формування відображально-конструктивіської реальності [6, с. 18] відбувається через зміну або спотворення фактів під час збирання, обробки й поширення інформації, адже отримуючи основну кількість фактів через ЗМІ, а не з власного досвіду [2, с. 34], людина знайомиться з подіями лише через їх зображення [5, с. 59]. Завдяки посередницькій ролі між виробником і адресатом саме новинний дискурс став основним джерелом впливу на аудиторію [5, с. 59]. Незважаючи на те, що продукування новин узагалі й інтернет-повідомлень зокрема відображає журналістське суб'єктивне сприйняття дійсності [9, с. 139], прагнення до об'єктивного інформування залишається одним з основних завдань журналістів, які вважають за своє покликання дізнатись і передати читачеві правду [9, с. 138].

Підходи до визначення об'єктивності відображені у повсякденному світогляді, філософії та у сфері масової комунікації. Наївні трактування розглядають об'єктивність як незалежну від спостерігача зовнішню реальність [13, с. 1129], відображаючи історично сформовані погляди людства. Філософське – більш загальне – розуміння об'єктивності припускає її існування в духовному світі поза суб'єктом, незалежно від суб'єкта та на противагу йому [7, с. 281]. Журналістський підхід до тлумачення об'єктивності визначає її як дискурсивну практику, засновану на чесному та безпріоритетному викладі подій [8, с. 177] на противагу зберіганню й передаванню об'єктивної за природою інформації у суб'єктивній формі [14, с. 165]. Складники журналістського розуміння об'єктивності включають достовірність (*credibility*), тобто те, що заслуговує на довіру та досягається інформуванням за умови перевірки всіх фактів [10, с. 42]; точність (*accuracy*) як позначення назв місць подій, імен, кількості учасників, сум грошей тощо. [10, с. 41]; баланс (*balance*), що передбачає відповідність між авторським текстом й іншими поглядами [10, с. 51, 137]. У новинних текстах нейтральність (*neutrality*) втілюється посиланням на декілька джерел, перевіркою матеріалу та цитуванням [10, с. 150, 174], репрезентуючи репортера як сторону без власної позиції.

Наївні, філософські та журналістські трактування виявляються недостатніми для лінгвістичного пояснення об'єктивності, оскільки не дають змоги розкрити роль мовних засобів у її формуванні.

У контексті розвитку медіалінгвістики важливого значення набуває вивчення принципів об'єктивного інформування [9] та дослідження мови в аспекті конструювання дійсності [6] з метою впливу на реципієнта [2], що зумовлює актуальність пропонованої розвідки.

Когнітивно-лінгвістичне обґрунтування понять точності й однозначності як складників журналістського бачення об'єктивного інформування здійснюємо з урахуванням стратегії створення в інтернет-новинах ефекту об'єктивності й підпорядкованих їй тактик.

Потрактовуючись у лінгвістиці як цілеспрямований план дій [8, с. 181], текстова стратегія застосовується під час організації інтернет-новин як спосіб розгортання повідомлення під певним кутом зору для реалізації авторської ідеї [4, с. 25]. Текстова стратегія створення ефекту об'єктивності організовує конструювання новинних текстів через представлення події у різних перспективах.

Метою статті є виявлення ролі тактик, підпорядкованих текстовій стратегії створення ефекту об'єктивності, у представленні змісту англомовних інтернет-новин. Зазначена мета передбачає виконання таких завдань: виокремити тактики однозначності й параметризації, підпорядковані стратегії створення ефекту об'єктивності, встановити їх текстову реалізацію.

Виклад основного матеріалу. Текстова стратегія створення ефекту об'єктивності втілюється у текстах новин предикатами дійсного способу у двох часових формах – теперішній (наприклад: *CNN Spanish service moves to YouTube after Venezuela ban* [BBC 16.02.2017]) і минулій (наприклад: *Police found a 19-year-old man with stab wounds* [BBC 14.12.2014]). Водночас присудки, які реалізують стратегію створення ефекту суб'єктивності, призначену для експлікації авторського погляду, вживаються у формі майбутнього часу дійсного способу (наприклад: *The US will close 15 military bases across Europe* [BBC 08.01.2015]) або умовного способу, що вказує на можливі, передбачувані або бажані дії (наприклад: *The ECB could purchase government bonds worth up to €50bn (£38bn) per month until the end of 2016* [BBC 22.01.2015]).

В аспекті семантики текстова стратегія створення ефекту об'єктивності реалізується предикатами на позначення трьох різновидів діяльності: фізичної – *act, buy, go, rescue, visit,*

vote (наприклад: *Yemen ship sinking: 35 people rescued* [BBC 07.12.2016]), розумової – *think, believe, decide, consider* (наприклад: *Newcastle Council considers handing running of parks to charity* [BBC 08.02.2016]), мовленнєвої – *say, tell, respond, suggest* (наприклад: *Istanbul Reina attack suspect says nightclub was chosen at random* [BBC 19.01.2017]). Ці предикати підпорядковують тактики як конкретні мовленнєві дії [3, с. 101] шляхом взаємодії присудків із залежними одиницями, які реалізують підпорядковані тактики позначенням складників подій.

У текстах новин стратегія створення ефекту об'єктивності реалізується монотактичним і політактичним варіантами. Монотактична стратегія втілюється однією тактикою, представляючи лише окремий компонент події: учасників, місце, час, кількість, мету або причину. Політактична стратегія реалізується одразу кількома тактиками, які зображають складники подій.

У цій статті ми розглядаємо реалізацію монотактичної стратегії, спрямованої на створення ефекту об'єктивного представлення учасників події через однозначність або деталізацію.

Однозначність засновується на когнітивному явищі масштабу предикації під час співвіднесення профілю і бази. Профіль актуалізується мовним виразом, тобто його значенням, а базою постає сукупність фонових знань, необхідних для розуміння профілю [12, с. 49]. Наприклад, для профілю, позначеного іменником *April*, базою слугує рік як семантично ширша структура, потрібна для ідентифікації окремого місяця [11, с. 9].

Тактика однозначного представлення учасників подій залучає взаємодію профілю, що класифікаторами представляє осіб (*man, woman, Afro-American*), їхні посади (*policeman, president, defendant*) або інституції (*party, Consulate, Opera House*), з базою, представленою суспільною ієрархією, місцем роботи або країною, до яких належить учасник події (наприклад: *German defence ministry spokesman*, *The Egyptian Government*). Профілями у цих прикладах є класифікатори на позначення особи (*spokesman*) та інституції (*government*), співвідносні із фразою *German defence ministry,* яка представляє країну й місце людини у суспільній ієрархії, та із прикметником *Egyptian*, що уособлює країну.

Тактика однозначного представлення учасників подій полягає у заміні номінацій з неоднозначною семантикою у заголовку на одиниці, які в тексті однозначно співвідносять профіль із базою, дозволяючи однозначно ідентифікувати особу або інституцію (наприклад: *Teenager → Egypt teenager Bilal Mirza; British jihadist → Imran Khawaja, from Hounslow*; *European nations → Germany, Norway, Sweden, and Switzerland*). У наведених прикладах відбувається заміна класифікаторів *teenager*, *jihadist, nations,* які подають учасників у загальному плані, на адресні імена *Egypt teenager Bilal Mirza* й *Imran Khawaja, from Hounslow* та назви країн *Germany, Norway, Sweden, and Switzerland*, що однозначно зображають учасників подій за рахунок додавання одиниць, потрібних для ідентифікації окремої особи чи країни.

Продемонструємо втілення тактики однозначного позначення учасників подій у статті про вбивство хлопчика під заголовком *Lincoln boy's death: Man charged with grandson's murder* – (1) *The grandfather of a nine-year old boy found dead in Lincoln has been charged with his murder*. (2) *Stewart Greene, 64, from Grimoldby, near Louth, will appear at Lincoln Magistrates Court accused of killing Alex Robinson* [BBC 25.12.2014].

У першій частині заголовка номінативне речення на позначення мегаподії (*Lincoln boy's death*) представляє хлопчину-жертву класифікатором *Lincoln boy*. У його складі профіль, названий іменником *boy*, неоднозначно співвідноситься з базою, ідентифікованою топонімом *Lincoln* на позначення міста, де сталось убивство, адже вказує на будь-якого місцевого хлопчика. Друге речення заголовка (*Man charged with grandson's murder*) вказує на проміжну однозначність, оскільки уточнює родинні зв'язки між названими особами, позначаючи обвинуваченого загальним іменником *man*, а жертву – субстантивом *grandson*, що однак не дозволяє виокремити їх із-поміж онуків і дідусів, які проживають у тому місті.

Тактика однозначного представлення діда й онука через ідентифікацію віку та місця події втілюється в інтродуктивному блоці (1) заміною іменника *man* у заголовку на означену іменну фразу *the grandfather of a nine-year old boy found dead in Lincoln*. У її складі профіль, названий іменником *boy* у вступі, однозначно співвідноситься з базами, представленими віком, що позначений словосполученням *nine-year old*, та місцем віднайдення жертви, на яку вказує фраза *found dead in Lincoln*. У блоці головної події (2) однозначність створюється заміною класифікаторів *grandfather* та *nine-year old boy*, ужитих в інтродуктивному блоці, адресним ім'ям *Stewart Greene, 64, from Grimoldby, near Louth* та антропонімом *Alex Robinson*. При цьому в адресному імені на позначення діда антропонім *Stewart Greene* іменує профіль, ідентифікуючи особу, а одиниці *64, from Grimoldby, near Louth* представляють дві бази, які репрезентують вік і місце проживання обвинуваченого.

Деталізація як представлення параметрів учасників подій утілюється тактикою їх параметризації, яка передбачає вживання в заголовку власних назв (*Obama, François Hollande, US P-8 spy plane, FIFA*) або класифікаторів на позначення осіб чи інституцій (*French PM*, *Iraqi-Kurdish leader*, *Russian Government*) (наприклад: *Trump proposes US ban on Muslim arrivals* [BBC 05.12.2015]). У разі детального позначення учасників подій у заголовку обов'язковим є представлення їхніх параметрів у вступі, блоці головної події та фону: *Trump → Donald Trump → Republican presidential candidate Donald Trump*. У наведеному прикладі спостерігаємо ідентифікацію особи у заголовку прізвищем *Trump*, параметризацію його зображення під час представлення індивідуальних рис через додавання імені *Donald* у вступі та називання його суспільних координат класифікатором *Republican presidential candidate* на позначення посади у блоці головної події.

Продемонструємо втілення тактики параметризації учасників події у тексті під назвою *Mexican author Vicente Lenero dies* – (1) *Mexican journalist Vicente Lenero has died at the age of 81 in his home in Mexico City*. (2) *Lenero, who also wrote plays and film scripts, had lung cancer.*(3) *Lenero was also a co-founder in the 1970s of influential weekly magazine Proceso.* (4) *Lenero wrote a total of 18 scripts for films* [BBC 14.12.2014]. У наведеному тексті тактика параметризації учасника події відбувається через представлення в заголовку письменника адресною формою *Mexican journalist Vicente Lenero,* яка включає ім'я, назву країни та професії померлого з позначенням його параметрів у тексті. Професійні параметри письменника зображені в інтродуктивному блоці (1) іменником *journalist*, який конкретизує професію, названу в заголовку іменником *author*; одиницями, які розкривають професійні риси автора як журналіста і драматурга іменником *plays* «п'єси» (2) та словосполученнями *film scripts* «сценарії» (2), *co-founder of* […] *magazine Proceso* «співзасновник журналу *Proceso*» (3), *18 scripts for films* «18 кіносце-

наріїв» (4). Параметризація в аспекті причини смерті письменника реалізується в блоці головної події (2) фразою *lung cancer*.

Висновки. Отже, тактики однозначності й параметризації реалізують у текстах англомовних інтернет-новин стратегію створення ефекту об'єктивності. Тактика однозначності полягає у заміні загальних номінацій заголовка на одиниці, які зображають учасника в тексті через однозначне співвіднесення профілю з базою. Тактика параметризації передбачає взаємодію одиниць, що в заголовку ідентифікують осіб чи інституції власними назвами або класифікаторами, з назвами їхніх професійних чи індивідуальних рис у тексті статті. Перспективи подальших розвідок вбачаємо у дослідженні реалізації ефекту об'єктивності через опис локалізації суб'єктів у навколишньому середовищі тактиками уточненого позначення місця, часу, кількісних показників, мети й причин діяльності.

Література:

1. Вайшенберг З.В. Новинна журналістика : [навч. посіб.] / З.В. Вайшенберг. – К. : Академія Української преси, 2004. – 262 с.
2. Желтухина М.Р. Медиавоздействие на адресата в различных типах дискурса / М.Р. Желтухина // Аргументативная риторика в практике политического, делового и административного правового общения. – Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2010. – С. 21–38.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : [монография] / О.С. Иссерс. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 284 с.
4. Карпова Н.А. Коммуникативные тактики побуждения в речевом жанре (на материале административного объявления в русском и немецком языках) / Н.А. Карпова, А.В. Морева // Язык и культура. – 2010. – № 1 (9). – С. 24–32.
5. Кудрявцева Л.О. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція / Л.О Кудрявцева, Л.П. Дядечко, О.М. Дорофєєва, І.О. Філатенко, Г.А. Черненко // Мовознавство. – 2005 – № 1. – С. 58–66.
6. Потапенко С.І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : [монографія] / С.І. Потапенко. – Ніжин : Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2009. –391 с.
7. Философский энциклопедический словарь / под. ред. Е.Ф. Губского и др. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 569 с.
8. Chilton P.A. Manipulation / P.A. Chilton // Discursive Pragmatics. – Amsterdam, Phil. : John Benjamins, 2011. – P. 176–189.
9. Cohen-Almagor R. The limits of objective reporting / R. Cohen-Almagor // Journal of Language and Politics. – 2008. – Vol. 7. – № 1. – P. 138–157.
10. Cotter C. News Talk. Investigating the Language of Journalism / C. Cotter. – L. : Cambridge University Press, 2010. – 272 p.
11. Evans V. A glossary of Cognitive Linguistics / V. Evans. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 2007 – 239 p.
12. Langacker R.W. Cognitive Grammar. A Basic Introduction / R.W. Langacker. – Oxford : Oxford University Press, 2008. – 562 p.
13. Longman Dictionary of Contemporary English: New Edition. – Harlow : Longman, 2010. – 1950 p.
14. Schudson M. The objectivity norm in American journalism. / M. Schudson // Journalism: Theory, Practice & Criticism. – 2001. – № 2 (2). – P. 149–170.

Набок А. И. Вербализация эффекта объективности в текстах англоязычных интернет-новостей: тактики однозначности и параметризации

Аннотация. В статье доказано, что англоязычные интернет-новости воплощают эффект объективности тактиками однозначности и параметризации, которые выделяют одни референты на фоне других и детализируют их характеристики соответственно.

Ключевые слова: эффект объективности, стратегия, тактика, однозначность, параметризация.

Nabok A. Objectivity effect embodiment in English Internet news stories: unambiguity and parameterization tactics

Summary. The study reveals that the objectivity embodiment in English Internet news stories is represented by unambiguity and parameterization tactics which make event participants prominent against the background of others and specify their characteristics respectively.

Key words: objectivity effect, strategy, tactic, unambiguity, parameterization.