

УДК 811. 111:070 (047.6)

## НОМІНАТИВНІ І КОМПОЗИЦІЙНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТУ ОБ'ЄКТИВНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ НОВИН

Набок А.І.

*Беручи до уваги суб'єктивну природу медійного дискурсу, було виділено засоби створення ефекту об'єктивності на композиційному та номінативному рівнях інтернет-новин.*

*Ключові слова: медіа-дискурс, об'єктивність, суб'єктивність, правдоподібність, баланс, точність, нейтральність.*

*Принимая во внимание субъективную природу дискурса масс-медиа, были выделены средства создания эффекта объективности на композиционном и номинативном уровнях интернет-новостей.*

*Ключевые слова: медиа-дискурс, объективность, субъективность, правдоподобность, баланс, точность, нейтральность.*

*Taking into account the subjective nature of media discourse, the analysis reveals means of creating objectivity effects on nominative and compositional levels of Internet news stories.*

*Key words: media discourse, objectivity, subjectivity, credibility, balance, accuracy, neutrality.*

Поряд з іншими видами дискурсу медіа-дискурс опосередковано відображає дійсність, до якої в адресата немає доступу в момент комунікації [12, с. 12]. Відмінною рисою цього типу дискурсу є те, що в ньому відбувається конвертація інформації в смисли або конструювання знання [7, с. 14]. Засоби масової інформації створюють реальність [5, с. 233] та інтерпретують події, виступаючи основним каналом здійснення соціальної комунікації [15, с. 94] та одним із головних соціальних інститутів, що формують свідомість [14, с. 37]. Це означає, що реальність є такою, якою її зображають мас-медіа [14, с. 37]. Творення медіа-дискурсу відбувається журналістом, який у своїй свідомості відображає позамовний світ і, відповідно, додає власне сприйняття до повідомлення, адже спостереження репортера за навколишнім світом, як і будь-якої пересічної людини, є селективними [2, с. 29]. За своєю природою медіа-дискурс є суб'єктивним [2, с. 27], хоча багато ЗМІ претендують на об'єктивність. Таким чином, виникає протиставлення між суб'єктивністю та об'єктивністю. Щоб уникнути суб'єктивності при інформуванні, однією з вимог ремесла репортера є прагнення до об'єктивності, зазначене у обов'язках [9] та деклараціях принципів поведінки журналістів багатьох країн [4], що відображає актуальність та потрібність інформації, яка ґрунтується на фактах, у сучасних ЗМІ.

Недослідженість проблеми об'єктивності у дискурсі новин зумовлює актуальність нашої розвідки, метою якої є встановлення засобів створення ефектів об'єктивності в інтернет-повідомленнях. Аналіз продуктів мас-медіа може показати ступінь об'єктивності четвертої влади та мовні засоби створення ефекту об'єктивності у медійних текстах. Для цього необхідно оперувати визначенням об'єктивності, що можливо зробити через зіставлення його дефініцій у різних сферах і порівняння існуючих підходів до його тлумачення у загальній методології науки, відображених у філософії, наївному, тобто повсякденному світогляді, у сфері масової комунікації та лінгвістиці.

Найбільш загальне розуміння об'єктивності дає філософія, визначаючи її як реальність, нейтральність, здатність до спостереження за чимось й об'єктивного опису, який невластивий людині, що досягається неупередженим, тобто нейтральним ставленням до чогось; тенденція діяти не заради власної вигоди, а заради вищого порядку. Передумовою об'єктивності в цьому значенні є здатність нейтрально виконувати справу [13].

Філософське трактування об'єктивності визначає загальну методологію наукового пізнання, де об'єктивність властива науковим теоріям, законам й істинному знанню як адекватному відображенню об'єктивної дійсності [13]. Головною рисою об'єк-

тивності у філософському розумінні вважають істинність, що трактують як незалежність від людської свідомості, волі та бажань людей, їх суб'єктивних смаків [13]. Відповідно, у філософських словниках зафіксований загальний підхід до визначення об'єктивності з точки зору наукового світогляду, який припускає її існування в духовному світі поза суб'єктом, незалежно від суб'єкта і протистоїть йому [13]. Як результат, абстрактне трактування об'єктивності у дискурсі наукового знання неможливо практично застосувати для аналізу текстового матеріалу.

Наївні пояснення поняття об'єктивності є більш конкретними, ніж абстрактні трактування загальної методології науки. У повсякденних визначеннях об'єктивності ми послуговуємось англомовними тлумачними словниками. У них об'єктивністю називають стан, коли рішення, судження тощо ґрунтуються на фактах, тобто ситуаціях і подіях, що дійсно відбулися (*situations and events that really happened and have not been invented*) [20, с. 560], неупередженість, тобто відсутність суб'єктивних суджень (*subjective judgment*) [20, с. 132] і виявів необґрунтованої неприязні й недовіри (*unreasonable dislike and distrust*) [20, с. 1288], відсутність суб'єктивного оцінювання та використання перевірених даних (*Striving (as far as possible or practicable) to reduce or eliminate biases, prejudices, or subjective evaluations by relying on verifiable data*) [17], рідше зовнішню реальність (*external reality*) [17].

У журналістиці відображений професійний аспект об'єктивності, де її факторами є правдоподібність (*credibility*), баланс (*balance*), точність (*accuracy*) та нейтральність (*neutrality*). Визначимо ці складники об'єктивності й розглянемо, якими мовними засобами вони втілюються в новинних текстах.

Правдоподібність, тобто схожість на правду, те, що заслуговує на віру та довіру, досягається репортерами за допомогою повного інформування при подвійній перевірці всіх фактів [18, с. 42].

Баланс співвідносимо з концептом РІВНОВАГА [1, с. 5], а саме з відповідністю між авторським текстом й іншими точками зору (джерелами інформації, свідками подій, посадовими і вповноваженими особами та сторонами повідомлення) [18, с. 51, 137].

Різновидом балансу між сторонами повідомлення є нейтральність [18, с. 171], яка характеризується прагненням уникати впливів на читача. На відміну від намагання позбавитися власних оцінок на користь вираження позицій учасників, що властиве балансу, нейтральність є спробою відокремитись від сторін, які конфліктують чи не можуть дійти згоди (*not supporting any people/groups involved in an argument or disagreement*) [20, с. 1104]. Прагнення до нейтральності досягається у журналістиці дискурсивними засобами дистанціювання, які отримали назву моделі нейтрального авторитету, що полягає у відмові від власних оцінок і точок зору на користь дистанційованих позицій і нейтрального інформування за допомогою щонайменше декількох джерел, збалансованого добору матеріалу та його перевірки [18, с. 174].

Поруч із вищевказаними засобами моделювання ефекту об'єктивності використовують

цитуювання як засіб створення балансу. Цитування, або цитата, – це уривок з усного чи письмового тексту, яка вимагає абсолютної точності або мінімальних змін змісту й характеризується смисловою завершеністю, графічним позначенням та посиланням на автора чи використане джерело [3, с. 9]. Цитати переважно розглядають як засоби дистанціювання від того, хто говорить, та як прихований спосіб опосередкованого інформування про учасників новин [18, с. 150]. Дискурсивна мета цитування полягає у позиціонуванні репортера як нейтрального джерела повідомлення або як сторони без власної позиції. Тому цитати потрібні, щоб зосередити увагу на джерелі інформації та позбавитися від точки зору журналіста [18, с. 146]. Цитуючи, журналіст не відповідає за сказане [18, с. 184], бо, передаючи чиєсь висловлення, виконує роль виключно ретранслятора інформації. Цитати приносять у новину щось невластиве автору тексту [16, с. 208], створюючи ефект нейтральності та незаангажованості новинного матеріалу. Водночас репортер обирає матеріал для цитування, його розташування у тканині тексту, лексику для “приписування” суб'єкту висловлення та кількісно-якісний склад суб'єкта оцінювання [11, с. 227]. Також репортер визначає обсяг та різновид цитати, яка буває повною, тобто з точною передачею слів та посиланням на автора, непрямою (непряма мова чи переказ цитати), фрагментарною, тобто лише фрагментом, чи включатись у текст безособово [3, с. 39]. Вибір матеріалу, його розміщення, лексики, вид цитати у свою чергу можуть підпорядковуватися суб'єктивній позиції та інтенції автора [18, с. 148], зазначаючи зміни форми, функцій, змісту [3, с. 18]. Отже, цитування є проявом не стільки об'єктивності тексту в цілому, скільки його авторської суб'єктивності, вираженої імпліцитно через оцінку цитованого суб'єкта [11, с. 231].

Точність визначають як здатність бути легким для розуміння: вона включає граматичну правильність і точність фактів (*factual and grammar precision*) [18, с. 31–36]. Компонентами точності є наявність неспотворених фактів, що визначається назвами місць подій, іменами, зазначенням кількості учасників, сум грошей, цифрами тощо, та граматична й семантична правильність тексту [18, с. 41; 16, с. 158].

Відповідно до викладеного, ефект об'єктивності у новинних повідомленнях досягається точністю, що включає дати, вказівки на місце, час події, посади, адресні імена тощо, які можна перевірити, та балансом, компонентами якого є рівновага і нейтральність. На текстовому рівні ефект об'єктивності створюється послідовністю зображення подій, на синтаксичному рівні – висуванням одиниць в ініціальні позиції речень та абзаців, на номінативному рівні – називанням усіх учасників події.

Мовні засоби створення ефекту об'єктивності розглянемо на прикладах статей, присвячених травневим виборам 2011 р. у Канаді з новинних сайтів Бі-Бі-Сі та Голосу Америки. Більша кількість компонентів, що вказують на точність як елемент об'єктивності (наприклад, місце та різновид виборів) у заголовку статті Голосу Америки *Canadian Conservatives Win Majority in Parliamentary Elections*,

робить його більш об'єктивним, ніж заголовок статті Бі-Бі-Сі *Stephen Harper's Conservatives win Canadian election*. Засобами створення точності у заголовку тексту Голосу Америки є іменники на позначення події виборів (*Elections*) і учасників, які їх виграли (*Conservatives*), у сполученні з присудком *win*, прикметники на позначення місця події (*Canadian*) й різновиду виборів (*Parliamentary*). На відміну від попереднього заголовка повідомлення Бі-Бі-Сі не містить одиниць на позначення виду виборів, більш того, на початку заголовка статті стоїть ім'я лідера партії у родовому відмінку *Stephen Harper's* у сполученні з назвою партії *Conservatives*, що підпорядковує партію лідеру й відбиває взаємодію між більш помітним і менш важливим референтом [10, с. 5], роблячи перемогу одноособно заслугою лідера. Крім цього, заголовок Бі-Бі-Сі демонструє відношення ЧАСТИНА – ЦІЛЕ [12, с. 228], де антропонім *Stephen Harper's* позначає представника партії як ЧАСТИНУ ЦІЛОГО (*Conservatives*). При цьому висунення ЧАСТИНИ на початок заголовка свідчить про її домінування над ЦІЛИМ і справляє ефект суб'єктивного ставлення до події. Одночасно у статті Голосу Америки іменник *Conservatives* разом з присудком *win* виключає

елемент оцінки, демонструючи нейтральне ставлення до виборів.

Засоби створення об'єктивності у текстах статей поділяємо на композиційні, які використовуються при розгортанні тексту, та номінативні, відображені на етапі називання учасників подій.

На рівні композиції повідомлень ефекту об'єктивності перешкоджає загальноприйнятий спосіб побудови статей, структура яких підпорядковується правилу релевантності, виведеному Т.А. ван Дейком, про розміщення важливої інформації на початку повідомлення [5, с. 133], що є протилежним до викладу подій у хронологічному порядку відповідно до того, як вони відбувалися.

В обох статтях розповідь про події починається із лаконічного викладу одним реченням заголовка основної інформації з подальшим розкриттям в одному абзаці блоку головної події. Деталізований її виклад подій відбувається у наступних блоках фону та коментарів. Засобами створення ефекту об'єктивності на текстовому рівні є чергування блоків фону й історії один з одним, що створює баланс між ними та взаємодію заголовка й головної події, що робить повідомлення точним. Чергування блоків фону, історії та коментарів спостерігаємо як у статті Бі-Бі-Сі, так і Голосу Америки (див. рис. 1).

Стаття Бі-Бі-Сі	Стаття Голосу Америки
Коротке Повідомлення / Заголовок (1 реч.) Вступ / Головна Подія (1 абз.) Фон <sup>1</sup> (4 абз.) Історія (3 абз.) Фон <sup>2</sup> (3 абз.) Коментар <sup>?</sup> (2 абз.) Фон <sup>3</sup> (1 абз.) Коментар <sup>3</sup> (1 абз.)	Коротке Повідомлення / Заголовок (1 реч.) Вступ / Головна Подія (1 абз /2 реч.) Фон <sup>1</sup> (4 абз.) Коментар <sup>1</sup> (1 абз.) Фон <sup>2</sup> (1 абз.) Коментар <sup>2</sup> (3 абз.) Фон <sup>3</sup> (3 абз.)

Рис. 1. Структура статей Бі-Бі-Сі та Голосу Америки

Уточнення змісту заголовка відбувається у блоці головної події [5, с. 258], додаючи до неї нові деталі. Наприклад, зміст заголовка тексту Бі-Бі-Сі *Stephen Harper's Conservatives win Canadian election* уточнюється реченням-абзацем головної події *Prime Minister Stephen Harper's Conservative Party has won a majority of seats in Canada's general election, according to provisional results*. У його складі чотиримісна адреса на форма *Prime Minister Stephen Harper* [12, с. 112] у присвійному відмінку в сполученні з назвою партії *Conservative Party* ідентифікує голову консервативної партії як діючого прем'єр-міністра Канади.

На синтаксичному рівні блоків головної події, фону і коментарів двох статей ефект об'єктивності створено за допомогою балансу між інформуванням про партію-переможницю та решту партій, що досягається почерговим висуненням їх назв в ініціалні позиції абзаців та речень, що їх утворюють. У статті Голосу Америки пропорційно до набраних голосів згадані п'ять партій, включаючи опозицію та сепаратистів: *The Conservative Party* було названо три рази та ім'я лідера партії один раз, *The New Democratic Party* – два рази та одне згадування імені лідера, *The Liberals* – два рази та ім'я лідера один раз, *Bloc Quebecois Party* – один раз та *The Green*

*Party* й ім'я очільника партії – один раз, наприклад: *The Green Party made a major breakthrough, with the win of leader Elizabeth May*. Водночас у статті Бі-Бі-Сі виявляємо перенесення суб'єктивних преференцій автора на зміст статті, що виявляється у домінуванні імені лідера партії-переможниці *Stephen Harper*, ужитого шість разів в ініціальних позиціях речень на фоні значно меншої кількості висунень назв інших партій: *The New Democratic Party* – два рази, *The Liberals* – два рази, *Bloc Quebecois Party* – один раз, а також відсутність згадування однієї з них (*The Green Party*). Наприклад, *Mr. Harper went into the vote having headed two successive minority Conservative governments since 2006*.

Ефект об'єктивності на номінативному рівні статей досягається точністю, створеною номінативними одиницями на позначення складників події, та збалансованістю між інформуванням про її учасників і вказівкою на декілька джерел інформації.

Уточнюючі одиниці на позначення складників події у статті Бі-Бі-Сі вказують на суцільну точність, називаючи номінативною фразою *fourth general election* черговість виборів, точний день виборів іменником *Monday*, напр., *Canadians voted on Monday in the country's fourth general election in seven*

years. Кількість виборчих дільниць та дільниць, де перемогла партія-лідер, позначено числівниками (308) і (167) відповідно у реченні *The Conservatives have won or are ahead in 167 of the country's 308 electoral districts*. У статті *Голосу Америки* точну кількість місць у парламенті називають числівники 167 та 102, палату парламенту, до якої проходили вибори, позначає номінативна фраза *House of Commons: The Conservative Party won 167 seats in Canada's House of Commons. The New Democratic Party secures official opposition status with 102*.

На номінативному рівні статей визначаємо баланс між політичними силами та баланс між авторським текстом та іншими точками зору. Збереження балансу між політичними силами у статті *Голосу Америки* досягається завдяки називанню лідерів конкуруючих партій багатомісними антропонімами [12, с. 112]: *Conservative leader and Prime Minister Stephen Harper...*, *New Democratic Party leader Jack Layton...*, *Liberal leader Michael Ignatieff...*, напр.,: *Liberal leader Michael Ignatieff even lost his seat in a Toronto area race...* У номінативній фразі *Conservative leader and Prime Minister Stephen Harper* двомісний компонент *Prime Minister* на позначення посади сполучений з чотиримісним антропонімом *Conservative leader Stephen Harper* для підвищення статусу лідера консерваторів та вирізнення його з-поміж інших лідерів, що є виявом суб'єктивних уподобань автора, напр.,: *Conservative leader and Prime Minister Stephen Harper says his party must now take its majority to parliament, but not alienate those who did not vote for him*.

Баланс між авторським текстом та іншими точками зору у статті Бі-Бі-Сі досягається за допомогою віднесення інформації до джерел висуненням на початок абзаців фрази *opinion polls* (передвиборче опитування), напр., *Opinion polls in the turn up to the election had suggested the left-leaning NDP was experiencing an unexpected surge in popularity and threatened to quash Mr Harper's hopes of winning a majority government*, що разом з присудком

*had suggested* перетворюють автора тільки на ретранслятора інформації.

Водночас суб'єктивна авторська оцінка у текстах двох статей виражена кваліфікаторами (*nearly, never, even, only*) – одиницями, у семантиці яких домінують суб'єктивність та підвищена емотивність [8, с. 9]. Наприклад, у реченні повідомлення *Голосу Америки* *The environmentally minded party put nearly all its resources in getting May elected in her race on Vancouver Island* кваліфікатор *nearly* виражає градуальну оцінку прикметника *all* (всі) по відношенню до іменника *resources* (ресурси), замінюючи точну кількість ресурсів на емотивне припущення "майже всі", що не підкріплене фактами і не є об'єктивним.

Проведений аналіз статей дозволяє виокремити композиційні та номінативні засоби створення ефекту об'єктивності й суб'єктивності в англомовному новинному інтернет-дискурсі. До композиційних засобів створення об'єктивності належать баланс, створений на текстовому рівні чергуванням блоків статті та на синтаксичному рівні – почерговим висуненням в ініціальні позиції речень назв усіх партій та імен усіх лідерів, і точність, виражена уточненням змісту заголовка у блоці головної події. Суб'єктивність відображена у використанні правила релевантності для побудови повідомлень. Ефект об'єктивності на номінативному рівні досягається точністю, створеною мовними одиницями на позначення події, її місця, дати, кількісного аспекту виборів, учасників події, посиланнями на джерела та цитатами. Суб'єктивне ставлення до події відображене домінуванням висунень антропоніма на позначення одного з учасників події, номінативними одиницями, що підвищують його статус, оцінними фразами та кваліфікаторами. Таким чином, мовні одиниці створюють ефект як об'єктивності, так і суб'єктивності, перебуваючи не в опозиції, а у сукупності, утворюючи певний континуум. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у створенні схем взаємодії засобів створення ефекту об'єктивності й суб'єктивності в окремих текстах.

## Література

1. Багацька О. В. Концепт РІВНОВАГА в сучасних американських оповіданнях: лексико-граматичний та нарративний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Багацька О. В. – К., 2007. – 19 с.
2. Вайшенберг З. В. Новинна журналістика : навч. посіб. / З. В. Вайшенберг. – К. : Академія Української преси, 2004. – 262 с.
3. Варченко В. В. Цитатна речь в медиатексте / В. В. Варченко. – 2-е изд. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2012. – 240 с.
4. Государственный департамент США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iipdigital.usembassy.gov/iipdigital-ru/>. – Назва з екрану.
5. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Ивин А. Словарь по логике [Електронний ресурс] / А. Ивин, А. Никифорович. – Режим доступу: <http://www.term.ru/dictionary/193>. – Назва з екрану.
7. Кожемякин Е. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия "Гуманитарные науки". – 2010. – № 2 (73). – Вып. 11. – С. 13–21.
8. Левицкий А. Э. Функционально-семантическое поле квалификации степени проявления признака в современном английском языке : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10. 02. 04 / Левицкий А. Э. ; Киевск. гос. пед. ин-т иностр. языков. – К., 1991. – 17 с.
9. Международная федерация журналистов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smioprf.ru/catalog/47/>. – Назва з екрана.

10. Мосієнко О. В. Номінативна організація американського газетного дискурсу: лінгвокогнітивний і комунікативний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Мосієнко О. В. – Донецьк, 2011. – 21 с.
11. Пономарев Ю. М. Цитата как проявления оценочной субъективности аитора в газетном тексте / Ю. М. Пономарев // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2003. – Вип. 6. – Т. 2. – С. 225–231.
12. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : монографія / С. І. Потапенко. – Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2009. – 391 с.
13. Философский энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / ред.-сост. Е. Ф. Губский и др. – Режим доступа:  
<http://www.term.ru/dictionary/184/word/obektivnost>. – Назва з екрана.
14. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных – М. : Издательский дом “Территория будущего”, 2007. – 312 с.
15. Щипицина А. А. Соотношение дескриптивных и оценочных прилагательных в британском политическом медиа-дискурсе / А. А. Щипицина // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2007. – Вып. 2 (22). – С. 93–98.
16. Bell A. The discourse structure of news stories / A. Bell // Approaches to Media Discourse. – Oxford : Blackwell Publishers, 1998. – P. 64–104.
17. businessdictionary.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.businessdictionary.com/definition/objective.html>. – Назва з екрану.
18. C. Cotter. News Talk. Investigating the Language of Journalism / Colleen Cotter. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 272 p.
19. Maat H. P. Editing and genre conflict: how newspaper journalists clarify and neutralize press release copy / Maat Henk Pander // Pragmatics. – 2008. – Vol. 18, N 1. – P. 87–113.
20. Logman Dictionary of Contemporary English. – new edition. – Harlow : Longman, 2003. – 1950 p.