

УДК 070 (05): 621.397:48

Васіна О.В.**ГРА З ФОНОВИМИ ЗНАННЯМИ У МАС-МЕДІЙНОМУ НОВИННОМУ ТЕКСТІ***Васіна Е.В. Игра с фоновыми знаниями в масс-медийном новостном тексте*

Статья посвящена выяснению роли игр с фоновыми знаниями в сложном по своей языковой природе и структуре масс-медийном новостном тексте. Доказывается, что языковая игра в поле журнализма не может осуществить в полном объеме свой текстосозидающий потенциал без учета разнообразных фоновых знаний и представленный реципиента.

Ключевые слова: языковая игра, фоновые знания, масс-медийный текст, поле журнализма

Васіна О.В. Гра з фоновими знаннями у мас-медійному новинному тексті

Стаття присвячена з'ясуванню ролі ігор із фоновими знаннями у складному за своєю мовною природою та структурою мас-медійному новинному тексті. Доводиться, що мовна гра у полі журналізму не може здійснити у повному обсязі свій текстотвірний потенціал без урахування різноманітних фонових знань та уявлень реципієнта.

Ключові слова: мовна гра, фонові знання, мас-медійний текст, поле журналізму

Vasina H. V. The game with background knowledge in mass-media news text

The article is devoted to the role of games with background knowledge in mass-media news text, that is the difficult by its linguistic nature and structure. It is proved, that a linguistic game in the field of journalism can not carry out in complete volume its textcreating potential without the account of various background knowledges and ideas of recipient.

Key words: linguistic game, background knowledges, mass-media text, field of journalism

Актуальність. Мовна гра в сучасній гуманітарній науці розглядається в різних аспектах: лінгвістичному, культурологічному, комунікативному, семіотичному та інших. Різноманіття підходів до даного явища обумовлено тим особливим впливом, який мають у сучасному суспільстві мова й комунікація з їхнім багатим арсеналом вербально-виразних засобів. До того ж не варто випускати з уваги, що ЗМК утворюють сьогодні глобальне комунікативне середовище, що функціонує й розвивається за своїми законами й володіє специфічними механізмами впливу на суспільну думку, соціальні інститути й культуру [6, с.47]. Саме всередині даного дискурсивного середовища існує стійкий „попит та пропозиція” на мовну гру як на один з інструментів масового комунікативного впливу. У даному контексті актуальним дослідницьким завданням стає вивчення не тільки лінгвістичних засобів мовної гри, але також її текстотвірного потенціалу, що забезпечує оптимальне використання ігрових прийомів у різних дискурсивно-прагматичних функціях.

Мета статті — з'ясувати роль гри з фоновими знаннями у новинному тексті.

Використання терміна *мовна гра*, що сходиться до лінгвофілософської концепції Л. Вітгенштейна, має досить давню й багату традицію, як у філософії, так власне й у лінгвістиці. Спроби класифікувати вияви феномену мовної гри (МГ або МІ) стикалися з істотними перешкодами: відсутністю єдиної теорії МІ, принципово неоднозначним їх тлумаченням. Унаслідок чого філософські й лінгвістичні дослідження МГ, відштовхуючись від загальної теорії Л. Вітгенштейна, пішли в різних напрямках. У філософії поняття МГ отримало широке трактування (Ж. Ф. Ліотар, У. Еко, Р. Барт, Ю. Хабермас). Вся мова в цілому у філософії розуміється як сукупність МІ. У лінгвістиці, навпроти, під загальним терміном МГ поєднуються ті явища, коли мовець грає з формою мовлення (Л. Щерба, О. Пешковський, О. Земська, М. Китайгородська, Н. Розанова, В. Санніков, Т. Грідіна Р. Варт, Дж. Остін, Дж. Серль). „Медійноцентричні” класифікації пішли іншим, більш вузьким, шляхом, що від повідано суто практичним потребам журналістів (С. Сметаніна, Т. Грідіна, Л. Лісоченко, О. Лісоченко, А. Негришев, С. Ілясова, С. Донгак). Сучасні дослідження МГ у різних типах текстів спрямовані, головним чином, на виявлення її структурних і стилістичних особливостей у різноманітних функціональних контекстах, в том числі й у ЗМК.

За словами С. Сметаніної, „вірус” гри проникнув сьогодні „в інформаційні й аналітичні матеріали телебачення й друкованих ЗМІ” [7, с 179]. Настільки ж активний і науковий інтерес до даного явища. І передусім у дослідженні МГ природним чином займає лінгвістика. Для сучасної лінгвістичної науки характерно як використання текстів ЗМК (поряд з художніми й іншими текстами) в якості джерела мовного матеріалу для вивчення мовної гри, так і спеціальний розгляд специфіки ігрових прийомів у ЗМК з погляду їхньої структури, функцій і дискурсивно-прагматичної вмотивованості. Однак це певною мірою нівелює не лише особливості, а перш за все самостійність та самоцінність мас-медійного типу тексту, зводить його до ролі фактично простого

ілюстративного матеріалу. В той же час вже принципово неможливо не бачити та не досліджувати мас-медійний текст як самостійне явище культури.

Необхідність дослідження мовних ігор у мас-медійних текстах сьогодні викликана активним використанням у них різноманітних ігрових стратегій, що спричиняє якісні зміни цього типу тексту, породжує нові особливості його сприйняття реципієнтом та мас-медіа в цілому. Індикатором цих процесів перш за все стають новинні тексти, які займають сьогодні провідне місце і кількісно переважають серед загального об'єму мас-медійних текстів. Оскільки МГ генетично невластива текстам новин і навіть суперечить законам об'єктивної подачі інформації, про що йдеться у переважній більшості досліджень ЗМК, постає питання про те, яку саме функцію виконує МГ у повинному тексті та до яких явищ у площині існування сенсу вона приводить, який ефект праймінгу може спричинити.

Для того, щоб вести предметну розмову про МІ у мас-медійному новинному тексті, перш за все потрібно серед розмаїття ідей та концепцій взяти за робочу основу ту ідею або концепцію, яка найбільш прийнятна саме для мас-медійних текстів. Відштовхуючися від цього, МГ розуміється нами, слідом за Т. Грідіною, як „процес спрямованого (програмуючого) асоціативного впливу на адресата, що досягається за допомогою різних лінгвістичних механізмів” [1, с. 10]. До фактів МГ при такому підході відносяться факти мовлення, що є „аномаліями” з погляду мовної норми. Головними умовами реалізації мовної гри є: 1) наявність ігрового асоціативного контексту (міжумовний асоціативний зв'язок); 2) асоціативний потенціал слова (внутрішньоумовний асоціативний зв'язок); 3) наявність асоціативного стимулу, що дає лінгвістичний код для дешифрування ігрового парадоксу.

Можна стверджувати, що активність індивіда, спрямована на умовне моделювання тієї або іншої розгорнутої діяльності, в тому числі й мас-медійної, реалізується в просторі гри. За Й. Гейзінгою, не спираючися на задоволення, гра приносить задоволення від процесу, повною мірою відповідає принципам зваби. Але, з іншого боку, у грі відбувається, за думкою Ж. Бодрійяра, „формальна ескалація вимог закону” [5, с.227-307]. Мова йде про те, що за допомогою гри в просторі соціального створюється можливість досягати мети, не апелюючи до закону. Гра, що підкоряється правилу й ритуалу, знімає вагу, насамперед соціальної й ідеологічної, відчуженості людини від соціуму, від колективу, а іноді й від себе самої. Гра, як відомо, виражає прагнення людини до штучного умовного простору.

Мова (мовлення) теж може інтерпретуватися як гра [8, с.93]. „Дух, що формує мову, щоразу перестрибує, граючи, з рівня матеріального на рівень думки. За кожним вираженням абстрактного поняття ховається образ, метафора, а в кожній метафорі прихована гра слів. Так людство все знову й знову творить своє вираження буття, поруч із світом природи - свій, інший, вигаданий світ” [8, с.93]. Ця ідея Й. Гейзінга, як ніколи раніше в історії існування ЗМК, сьогодні знаходить підтвердження, максимально реалізуючися навіть у новинних текстах.

Проте потрібно наголосити, що при розгляді проблематики МГ більшість дослідників уникає соціально-філософських засад та природи МГ у мас-медійному, особливо новинному, тексті, а звертається до її стилістичних прийомів і лінгвістичних засобів, класифікуючи їх за критерієм віднесеності до тих або інших рівнів мовної системи. Серед них передусім виокремлюються та розробляються наступні: фонетико-графічний, словотворчий, лексико-семантичний, морфологічний, синтаксичний. Мовні засоби гри на цих рівнях досить широко й докладно вивчені, у тому числі й на матеріалі мас-медійних текстів (С. Ільова, С. Сметаніна). Однак якщо розглядати ці й подібні їм лінгвістичні засоби гри з погляду структури тексту, то, по суті, мова йде про його мікрорівень.

Що ж стосується макротекстової репрезентації МГ та її текстотвірного потенціалу, то дана проблема менш вивчена, принаймні єдиного категоріального апарата для її рішення покищо не вироблено. У цьому контексті цікавий підхід С. Сметанної, що виділяє в медіатекстах „ігри з мовою” й „ігри з реальною подією”. У першому випадку мова йде про різні рівні лінгвістичних засобів гри, тобто про мікротекстові елементи. У другому - виділяються прийоми ігрового „декорування” новинного дискурсу: висування власних версій, що компенсують недолік інформації; ілюстрація реального уявленим, фантазійним; белетризований виклад факту шли героям „роздають” маски, репліки; конструювання з конкретної події „свого” сюжету за рахунок акцентування фрагментів ситуації, важливих для побудови власної концепції: залучай» парадоксальних аналогій з контрастних політиці й економіці областей (побут, інтимні відносини» життя тварин) і інші.

Як бачимо, у даному переліку МІ С. Сметанної акцент зроблений, скоріше, на змісті *ігрових стратегій* - способів перетворення інформації про дійсність ніж на текстотворюючих механізмах гри. Останні досить докладно описані А. Негришевим [див. з нього приводу 2]. Він виділяє три провідних засоба макротекстової реалізації ігрових стратегій у медіатексті: ігрові мікроформи; ігрові композиційні блоки; ігрові сюжетні трансформації. Ці стратегії представляють механізми реалізації МГ у тексті. І якщо з перші два засоби фактично традиційні для розуміння МГ, то ігрові сюжетні трансформації відкривають її нові аспекти у новинному мас-медійному тексті.

Ігрові сюжетні трансформації, за думкою А. Негришева, використовуються автором новинного тексту для побудови сюжету замітки. В області новинного дискурсу одна з перших спроб моделювання макроструктури новин була зроблена Т. ван Дейком, який відмічав, що у новинах верхове положення займає повідомлення основного факту, а наступне текстове розгортання складається в описі його деталей й обставин. Якщо ж у замітці порушується ця послідовність, то можна говорити про ігрову трансформацію сюжету. Найчастіше це так званий ефект „обманутого очікування”, коли в якості події подається незначний факт, що підсилюється за рахунок ігрових трансформацій сюжету. Наприклад, у замітці „Теплосеть уволіла Ющенко” (18.04.07 <http://ura.dn.ua/18.04.2007/28937.html>), повідомляється про те, що звільнено чоловіка на прізвище Ющенко, що саме по собі не є важливою для широкої аудиторії подією.

Проте жодна з існуючих концепцій МГ у мас-медійному тексті фактично не враховує його глибинно обумовлений дискурсивний характер. В той самий час мас-медійний текст, так само як і МГ, - дискурсивне явище, що припускає дуже тісний зв'язок позалінгвістичних аспектів існування тексту саме з тією об'ємною життєвою ситуацією, де високе політичне, ідеологічне сполучено з побутовим, низьким, масовим, що, власне, у своїй сукупності й створює тло та оцінку події цього тексту. Це так звана проблема референції та фонових знань як того, що максимально виявляє сенс мас-медійного тексту. Особливо яскраво це можна спостерігати в інтернетному тексті, де новинна, власне інформаційна частина, обов'язково супроводжується коментарем, який є ознакою та наочним репрезентантом дискурсивності та активної дії фонових знань. МГ може залишитися для реципієнта-інтерпретатора лише графічною чи стилістичною грою, але без актуалізації фонових знань буде спотворений, а то й загине інформаційно-соціальний сенс тексту як актуального, об'ємного за своїм змістом повідомлення:

02.03.2007 16:52

Підрахуй подарил ПроФФесору накидку

Во время посещения Одесской национальной юридической академии премьер-министр Украины встретился . сегодня с членами Ученого совета юракадемии. Возглавляет совет президент ОНЮА, народный депутат от Партии регионов Сергей Кивалов. Решением Ученого совета академии было решено присвоить Премьер-министру Украины Януковичу звание -почетного доктора Одесской национальной юридической академии. Также Виктору Федоровичу досталась и академическая мантия, передает Обком.

ПАРАЛЛЕЛЬ-МЕДІА

У цьому тексті заголовок дуже відверто сприяє ігровому „забарвленню” основного тексту, зниженню офіційності повідомлення. Якщо відштовхуватися від традиційних лівоцентричних концепцій, то можна говорити, що мікроформа виступає тут на лексичному й фразеологічному рівнях. Ігровий заголовок є як би „над повідомленням”, де викладений нейтральною мовою в замітці факт подається у вигляді короткої фрази, яка в свою чергу зачіпає значно більший обсяг фонових знань адресата, ніж сам текст, завдає референціальну об'ємність. Відбувається актуалізація фону й фонду знань, закладених, з одного боку, конкретними подіями, що були в 2004 році, а з іншого боку, апеляція до матеріалів ЗМК того ж періоду, образам Кивалова й Януковича, сформованим у медіатекстах. Таким чином, ми маємо справу з стійким міфом, створеним ЗМК три роки тому. В результаті новинний матеріал вже втрачає багато в чому свою повинну сутність й актуалізується відносно міфологізованої дійсності й особливої за своєю сутністю референціально об'ємної мови ЗМК.

Причому сигналом глибинної трансформації інформації служить те, що в основному тексті мова йде безпосередньо про самого Кивалова як про політика, про факт вручення Януковичу мантиї - традиційного символу елітарності, здавна укоріненого в культурній пам'яті реципієнтів (інтелект, мудрість, освіченість, науковий авангард). Тому заголовок вступає в складні семантичні відносини з основним текстом, утворюючи різоматичний зміст. Він одночасно задає значеннєві ланцюжки у семантичному просторі дійсного новинного матеріалу, який реалізується на двох рівнях. Перший рівень - це рівень дійсних, по-справжньому новинних фактів і подій 2 березня 2007 року. Другий рівень - факт та події помаранчевої революції, коли Янукович та Кивалов прийняли в ній активну участь й отримали стійкі ярлики. Наступний ланцюжок різоматичних змістів принципово не новостійний і не фактажний. Він опосередковано фактажний, грає на фонових знаннях реципієнтів: тут іде відсилання до повністю не встановлених, міфологізованих фактів біографії політиків, внаслідок чого вони й отримали ці прозвіська. Так, реципієнт, коли читає новинний текст, повинен ще й актуалізувати інформацію та події трирічної давнини про несправжню освіту, фальсифікований підрахунок голосів і т.д.

Наступний блок відштовхується й переплітається із цим ідеологічно-міфологічним аспектом реалізації текстового потенціалу новинного тексту. Так, через розповсюджений у масовій комунікації прийом навішування ярликів створюються образи і настрої відносно тих або інших подій, які виступають основою сприйняття, оцінювання решти. Що мається на увазі? Факт вручення мантиї,

актуалізований МГ, оксюморонним чином і зберігає свою фактажність, документальність і набуває явно ідеологічного, суб'єктивного, а не повинного звучання, вбудовується у міфологічну систему, створену ЗМК. Таким чином, МГ, задана заголовком, не може розглядатися тільки як традиційна мікроформа або лише як непрофесіоналізм журналіста, яскравий вияв його політичних поглядів або „жовтизна” видання та матеріалу. Скоріш за все, подібні тексти, що вкрай розповсюдилися, слід розглядати як той матеріал, який суттєво продовжне, розвиває собою ту еру нової міфологізації епохи масової комунікації, про яку говорять практично всі філософи (Ж.-Ф. Ліотар, Ю. Хабермас).

Як відомо, мас-медійний текст створюється на основі перекладу комунікативного наміру (інтенції) у комунікативну діяльність. Предметом текстової діяльності в цьому випадку є не значеннєва інформація взагалі, а значеннєва інформація, що цементується конкретним задумом, комунікативно-пізнавальним або комунікативно-спонукальним наміром. Велику роль при цьому грають фонові знання реципієнта, що є членом конкретної державно-комунікативної спільності, носієм певної культури. Природно, що фонові знання становлять ту основу, базуючись на якій, можна вплинути на сприйняття тексту реципієнтом й/або на його поведінку. Мовець апріорі прагне до необхідного прояснення свого задуму в тексті. При цьому він використовує весь арсенал мовних засобів для додання останньому поліфонічності й багатомірності через коментування одних переданих знань за допомогою інших, що досягається через МГ [3, с 94-104]. МГ активним чином розрахована на фонові знання адресата, у протилежному випадку автора підстерігає комунікативна невдача [4, с 104]. Більше того, МГ робить новинний текст не лише об'ємним, а й виводить його за жанрові межі.

Наведемо приклад саме такої актуалізації фонових знань у повинному тексті. Текст „Птица Феникс. Пискуна снова восстановили в должности Генерального прокурора” (http://ostro.org/shownews_ks.php?id=38084&lang=ru). В якості фону в даному тексті використовується відомий міф про птаха Фенікс. Навіть люди, мало знайомі з цим міфом, знають, з народних, масово розповсюджених приповідок про її властивість відроджуватися з попелу. Тут використаний саме цей фон знань, який одночасно референціальним чином апелює і до „високої” елітарно-інтелектуальної і до „низької” масово-неосвіченої культури, а також фонд знань про сучасну політичну ситуацію й кадрові перестановки у Генеральній прокуратурі України. Водночас спостерігається найтісніший взаємозв'язок фонових і дискурсивних знань. Автор грає з цими фонами, указуючи саме на „казкову”, міфологічну, а не раціонально обумовлену здатність Святослава Пискуна вийти зі складної ситуації, й до того ж, створює своєрідну міфодраму. У результаті залучення фонду знань про птаха Фенікс задається глобально іронічне відношення до факту, викладеного в матеріалі, і до реальних подій постійної зміни одного й того ж прокурора протягом декількох років. Це явно дискурсивний момент, без якого фонові знання, що апелюють до древнього міфу й масово-народної мудрості, можуть залишатися нерозшифрованими або ж сприйнятими в серйозному семантичному просторі. Таким чином, досягається відчуженість і буденність яких-небудь змін у політичному житті країни, формується пасивність й інертність реципієнта, що полегшує маніпуляцію масовою свідомістю. І, природно, це все приводить до ефекту праймінгу, коли будь-який вибір здається неважливим, приймається будь-яке нав'язане рішення та актуалізується щодо логіки казки, дива.

Крім того, новинний текст може складатися з вербальної та візуальної частин, які, в свою чергу, можуть знаходитися у складних стосунках. Так, вербальна частина - власне новинна, а візуальна - апеляція до фонових знань, що виводять вербально-змістовну частину поза межі жанру новин.

Ющенко потратил \$120 тысяч для давления на судью



Осенью 2005 года по распоряжению Президента Украины Виктора Ющенко была установлена прямая телефонная линия Секретариата Президента с председателем Печерского районного суда города Киева. Как сообщает корреспондент УРА-Информ, об этом заявил 21 апреля в ходе пресс-конференции в Киеве глава Печерского райсуда Владимир Колесниченко.

Основу фактологічної інформації в наведеній замітці становить повідомлення про розпорядження Президента України Віктора Ющенко встановити пряму телефонну лінію Секретаріату Президента з головою Печерського районного суду міста Києва. Даний факт стає приводом для критичної інтерпретації, одним зі способів якої стають композиційні блоки. Як заголовок, так і сам текст описують можливі наслідки подібного рішення, при цьому опис у заголовку відрізняється від опису в тексті своїм фантазійно-ігровим характером, у той час як другий виглядає більше „реалістичним” і нейтральним. Проте в обох випадках відбувається підміна інформування інтерпретацією, оскільки сам вибір з безлічі можливих наслідків рішення неминує є суб'єктивно-оцінним. Спостерігається актуалізація ефекту праймінгу іронії, підозри, недовіри владі президента. Логічно, що семантичне заповнення композиційного блоку „наслідок” спрямовано на формування читачької думки відносно повідомлюваного факту в заданому

виданням руслі. Розташування обох розглянутих композиційних блоків у сильних позиціях тексту, а ігрового - в абсолютно сильній позиції створює додаткову акцентуацію оцінки. МГ, таким чином, виступає як засіб дискредитації рішень президента.

Зображення не має прямого відношення до описуваного факту, але через своє прикріплення до тексту, озаглавленого „Ющенко потратил \$120 тисяч для давления на судью" здобуває особливе прочитання. Гроші, причому американська валюта — долари, пов'язуються з образом Ющенко, в той час як у тексті іде мова про гроші бюджетні. Зображена на картинці рука додає цьому відтінку неофіційності, активізується наступний фон знань. Як добре відомо, ЗМК був створений стійкий образ глибинного багатобічного інтимного зв'язку Ющенка та США: і на рівні родинних відносин (дружина - дочка американського сенатора), і на рівні політико-економічних відношень (фінансова, пропагандистська, ідеологічна та інші підтримки з боку американського правительства). Так, через використання зображення знакає межа між Президентом і бюджетними грошми й виходить, що Ющенко користується державними коштами, до того ж отриманнями з сумнівних джерел, за своїм власним бажанням. Заголовок закріплює цей неявний зміст, додаючи до нього демонстративно-негативне забарвлення за допомогою мікроформи „для давления" (Пор. „для оперативного инфрмирования"). В цьому прикладі спостерігаються ті ж самі тенденції здійснення змісту, що й у випадку з ПроФесором, про який йшла мова вище, ускладнені до того ж активно задіяними невербальними засобами МГ. Ефект праймінгу, який базується на стійких, постійно підкріплюваних фонах знань реципієнта буде дуже сильним та стійким.

Висновки.

Фонові знання являють собою найбільш широке поле для реалізації ігрових стратегій. Уміло оперуючи різними фонами й фондами знань, автор може додати необхідний зміст практично до будь-якого слова, вираження або зображення. Ці змісти нашаровуються один на другий, утворюючи складний семантичний простір, неоднорідний за ступенем декодування та доступний для різних інтерпретацій, що дозволяє звертатися до носіїв різних соціолектів. В той же час МГ фонами знань спричиняє глибину трансформацію інформаційних та аналітичних жанрів, для яких нехарактерна надлишкова образність. У результаті цієї трансформації повинний текст набуває змістової об'ємності, але водночас призводить до децентрації реципієнта.

Джерела та література

1. Апель К.О. Трансцендентально-герменевтическое понятие языка // От Я к Другому. - Минск, 1997. - С. 206.
2. Арнольд И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Вопросы языкознания. - 1978. - №4.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. - М., 1996. - С. 822.
4. Баранов А.Г. Когнитивность текста. К проблеме уровней абстракции текстовой деятельности // Жанры речи. Вып. 1.-Саратов, 1997.
5. Бодрийяр Ж. Политическая судьба соблазна. - М: AD MARGINEM, 2000. - С. 313.
6. Миронов В.В. Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры// Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. - М.: Изд-во МГУ, 2003. - С.446.
7. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы и языке и стиле журналистики конца XX века). - СПб.: Изд-во Михайлова В.Л., 2002. - С. 384.
8. Хейзинга. И. Homo ludens. Человек играющий. - М.: Издательская группа "Прогресс", 1992. - С. 464

Поступила до редакції 19.07.2007 р.