

Зражевська Н. І.

*Доктор наук із соціальних комунікацій
професор кафедри міжнародної журналістики Київського університету
імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна.*

ФУНКЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ІДІОМ В ДИСКУРСІ НОВИН

Аналіз дискурсу новин постійно перебуває в тренді наукових досліджень, оскільки і саме поняття дискурсу передбачає плинність і безперервність, а новини як жанр представляють собою особливу форму нарації, яку можна розглядати через ідеологічну функцію мови, яка може бути розкрита через мовні акти, тобто через дискурсивні соціальні практики. Публічні ідіоми в медіа можуть використовуватися як ідеологічний інструмент для формування думок та поглядів читачів. Конкретні ідіоми, які вживаються в новинах, можуть відображати певні погляди та цінності, що спонукають читачів до прийняття певного погляду на події або проблеми. Також використання певних публічних ідіом може створювати враження авторитетності та професіоналізму у медіа, що впливає на сприйняття читачами матеріалу. Вони можуть бути використані як інструмент маніпулювання думками та переконаннями читачів, ідіоми можуть використовуватися для формування певних поглядів та вражень про війну та конфлікт.

Що значить “дискурс” в розумінні новин як способу передачі об’єктивної інформації? Дискурс - значить вибір мовлення відповідно до специфічного соціального контексту або як казав Норман Фейрклаф “дискурс - це мова як форма соціальної практики. [2, 245]

Ми знаємо, що існують відмінності між так званими об’єктивними новинами -хард ньюс і сентиментальними людськими історіями - м’якими новинами, що відсилають нас до різних типів тексту. Але аналізуючи,

наприклад, жорсткі новини, ми можемо побачити непомітні з першого погляду значення номіналізації, публічні ідіоми, задані конвенції і арки, що впливають на загальне сприйняття новини. В дослідженні наративних стратегій медіатексту було доведено, що жорсткі новини також мають наративні конвенції, що представлені у способах побудови новин - перевернута піраміда, хронологія, характер і фокусування, арки тощо.

В книзі «Нарратив і медіа» Хелен Фултон (Helen Fulton. 2005) [2]. зробила спробу застосувати оповідну теорію до медіатекстів, включно з фільмами, телебаченням, радіо, рекламою та друкованої журналістики. Оскільки межі між розвагами, комерцією, та інформацією в медіа продовжуються стиратися, а сприйняття тексту стає важливою проблемою у зв'язку з маніпуляцією і пропагандою, розуміння того, як способи репрезентації переносяться з одних медіа на інші, а також ідеологічні наслідки цієї стратегії, стають важливим аспектом медіа-дослідження.

Журналісти часто використовують так звані *публічні ідіоми* відповідно до різного типу аудиторії залежно від локації соціоекономічних рис політичної точки зору та інших факторів. Наприклад, в ЮК Гардіан адресована урбаністичним професіоналам в публічному сервісі, освітянам, креативному медіа сектору - тим хто розділяє високий рівень інтересу і знань в галузі сучасної політики відповідно до центристських лівих поглядів.[2, 246]. А Дейлі Телеграф - адресована до бізнес сектору до корпоративних професіоналах до маленького бізнесу та самозайнятим підприємцем. Мовна політика цих видань побудована стилістично відповідно до запитів аудиторії, отже відповідно до комунікативної мети, що знаходиться в тексті. Розуміння дискурсу тексту через мовленнєвий акт як трирівневу функцію дав британський філософ мови Д. Л. Остін [1], виділяючи локуцію, іллокуцію та перлокуцію. Усі три приватні акти відбуваються одночасно, а не один за одним. Їх розрізнення необхідне в методичних цілях. Локуція як правильне висловлювання з певним

сміслом і референцією, перлокуція як наслідок впливу іллокутивного акту на конкретного адресата чи аудиторію.

В ілокуції відбувається втілення у висловлюванні, породжуваному в процесі мовленнєвого акту, певної комунікативної інтенції, комунікативної мети, що надає висловлюванню конкретної спрямованості.

В дискурсі новин іллокутивна функція полягає в об'єднанні аудиторії навколо адресата. Це значить, що новини, наприклад, можуть не використовувати спеціальну мову як це робить вчитель або актор, але більшою мірою буде представляти мову, яку реципієнт використовує в родині, з друзями тощо. Тобто, за словами Альтюссера, мова дає можливість аудиторії розпізнавати одне одного як свою людину.

(of an ideology or discourse) bring into being or give identity to (an individual or category).

Деякі базові інструменти для аналізу тексту базуються на лінгвістичній теорії як “соціальній семіотиці” Михаель Халлідей [4], що вивчає текст, процес формування семіотичної системи завдяки інтересам та ідеології, тобто процес адаптації комунікації до змін у суспільстві. Для того, щоб побачити “велику” картину тексту, ми можемо звернутися до частини тексту, наприклад, новинної історії, що може бути смислотворчим фрагментом відповідно до різних функціональних представлень при виборі мови. Слова, фрази і клаузули можуть представляти одну або більше різних семантичних функцій:

ідейний: експресивний в області або контенті того про що текст говорить

міжособистісний експресія в змісті соціальних відносин між учасниками нарації

текстовий експресія настрою або стилю тексту як вони об'єднані і як транслуються відповідно до очікувань аудиторії.

Дискурс новин може бути здійснений більш детально, якщо використати ці три функціональні риси мови для ближчого погляду на лінгвістичний вибір що характеризує новини як соціальну практику.

Такий концепт - спільного дискурсу є тим, що Стюарт Холл називав публічною ідіомою а Річард Фовлер [3] описував як дискурсивну норму - сенс нейтральної мови що обслуговує нормальні цінності. Це означає, що що новинні продукти, адресовані аудиторії, повинні бути знайомі для неї, аудиторія може розпізнати їх як приналежні до неї самої, її світогляду, використані в повсякденному досвіді, як те, що допомагає визначати їх самих і їхній сенс реальності.

Номіналізація одна із головних стилістичних рис так званих “об’єктивних” форм новин які мають ефект дискурсу більш ніж представлення “факту”

Тенор - ясно відчутний напрямок - дискурсу - відправляє до соціальних стосунків між учасниками в тексті, включно з нараторами і аудиторією. Він включає *ідею голосу*, наприклад чи звертаються до аудиторії від третьої або першої особи, *ідею реєстра* - як формально і неформально учасники говорять один до одного. Одним з найпростіших способів є тип звернення. Наприклад, форма звернення може бути таким: Президент США Трамп, Президент Трамп, або Містер Трамп, або просто Президент або Трамп. ВУП читаємо “У Зеленського порадили орієнтуватись тільки на заяви президента у тому, що стосується перемовин з РФ”. “Зеленський закликав Польщу проявити лідерство в авіаційній коаліції”. В Цензор-НЕТ “Президент України Володимир Зеленський ввечері 4 квітня традиційно звернувся до співгромадян із відеозверненням.”

Отже, публічна ідіома - це є власний тип мови, що може, наприклад, нормалізувати ті чи інші явища, погляди, Кожен з цих засобів відсилає до певного типу комунікативної взаємодії, що підсилюється публічними

ідіомами. Побудова публічної ідіоми в новинній журналістиці включає в себе:

поле (ідеальна функція) - словосполучення, категоризація, перехідність, номіналізація,

тенор (міжособистісна функція) - голос, регистр, метафора, модальність, оцінка,

режим-настрій (текстова функція) - тематизація, згуртованість, повторення, три крапки, сполучник, графологія.

В цілому, можна вважати, що аналіз дискурсу медіа передбачає зміщення акценту зі структури, як це було в структуралістських дослідженнях, на дискурс в тому вигляді, в якому він реалізується в соціальній взаємодії. Це відкриває широкі можливості аналізу дискурсу новин.

Література:

1. Шепетяк О. Теорія мовленнєвих актів. *Вісник факультету романо-германської філології*. Вип. 3. Дрогобыч: Редакційно-видавничий відділ ДДПУ, 2008. С. 93-105.
2. Fulton, Helen (2005) Film narrative and visual cohesion. *Narrative and media*. Sydney. NSW. 2005. 22 p.
3. Fowler, Roger. Language in the News: Discourse And Ideology in the Press. London and New York: Routledge, 1991.
4. Halliday, M. Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning, London and New York: Edward Arnold, 1978.