

УДК 811.611.1 + 821

Е. Н. Клеменова¹, И. А. Кудряшов²

¹ Ростовский государственный экономический университет («РИНХ»)
ул. Большая Садовая, 69, Ростов-на-Дону, 344002, Россия

² Южный федеральный университет
ул. Большая Садовая, 105/42, Ростов-на-Дону, 344006, Россия

klemenova@yandex.ru, igalk@mail.ru

ПЕРСУАЗИВНАЯ ФУНКЦИЯ МАСС-МЕДИЙНЫХ ТЕКСТОВ: ЭВИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ И ЭПИСТЕМИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ

Наряду с иллюкативной силой инициированного высказывания источник информации, сфера инициации знания (эвиденциальность) и суждение говорящего относительно соотношения пропозиции высказывания с реальной действительностью (эпистемическая модальность) предстают функциональными характеристиками, которые определяют положение адресанта в текущем масс-медийном дискурсе. Категория эвиденциальности фокусируется на лингвистическом кодировании источника информации и обладает пропозициональной выраженностью. Кроме того, определенные типы эвиденциального значения, в том числе неявно выраженного, имеют непосредственное отношение к оценке пропозиции со стороны говорящего субъекта. Вследствие этого рассматриваемая нами категория взаимосвязана с модальностью. В рамках масс-медийного текста в качестве эвиденциального маркера широко используются предикаты, вводящие сообщение, которые не только указывают на источник отражаемой информации, но и манифестируют актуальное мнение о той ситуации, которая послужила темой для текста. Данные предикаты могут отражать журналистскую оценку как прямого, так и косвенного источника информации, причем последний случай, согласно нашим наблюдениям, является более частотным способом реализации категорий эвиденциальности и эпистемической модальности в указанном типе текста. В функционировании анализируемых нами предикатов активно проявляются все функции языка – номинативная, интерпретирующая, когнитивная, модально-оценочная, коммуникативная. При когнитивном подходе базовые функции языка рассматриваются в динамике речевого общения. Наиболее полно данные предикаты реализуют коммуникативную функцию языка. Функция общения непосредственно представлена в минимальной единице коммуникации – речевом акте. Речевые действия рассматриваются как основа коммуникативных интенций и базы интенциональных полей.

Ключевые слова: масс-медийный текст, убеждение, эвиденциальность, эпистемическая модальность.

СМИ как подсистема массовой коммуникации являются одной из приоритетных движущих сил программирования актуальных перспектив мыслительной деятельности общества. Именно СМИ, которые задействуют разнообразные языковые регистры, образы, тональности и контексты освещения событий, предстают доминирующим источником информации в XXI в., тем самым оказывают существенное воздействие на общественное мнение, конструируют актуальные для конкретного социума групповые и индивидуальные

ценности. Чем более многомерно освещается то или иное событие, проблема или явление, тем мощнее эмоциональный заряд реагирующего ответного действия со стороны общественного мнения. Эта незамедлительная реакция – как логический результат умелого воздействия СМИ – может фактически граничить с истерией и даже массовой паникой.

Многочисленные опросы общественного мнения свидетельствуют об усиливающейся тенденции к неприятию неэтического ре-

Клеменова Е. Н., Кудряшов И. А. Персуазивная функция масс-медийных текстов: эвиденциальность и эпистемическая модальность // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. 2016. Т. 15, № 6. С. 93–99.

ческого поведения журналистов со стороны потребителей масс-медийной продукции, полагающих, что журналисты незаслуженно облачают себя такими полномочиями, которые нарушают профессиональный кодекс их деятельности. Журналисты обвиняются в цинизме, манипулировании общественным сознанием, вторжении в сферу частной жизни индивидов, что негативно сказывается на эмоционально-психологическом состоянии потребителей СМИ, зачастую не делающих различий между творческим журналистским цехом и политическими организациями. Этические проблемы повседневной деятельности СМИ предстают частью общей морально-нравственной проблематики социума [Смирнова, 2015. С. 17].

В каждом обществе подобная проблематика стоит достаточно остро, в том числе и в силу того, что журналист является представителем общества, а СМИ – одним из многих социальных институтов, формирующих социальную систему. Представители журналистского творческого цеха в идеале руководствуются определенными этическими нормами и кодексами поведения [Аврамов, 2003; Лазуткина, 2011; Рихтер, 2014]. Следовательно, занимать неэтическую позицию в журналистике означает злоупотреблять дискурсивной силой СМИ как мощного механизма распространения информации в современном мире. Поскольку журналисты служат общественным интересам и настроениям, они призваны осуществлять отчет перед обществом за свое речевое поведение, поддерживать эмоциональное здоровье в социуме с опорой на журналистскую этику.

Масс-медийные сообщения оказывают доминирующее влияние на процесс структурирования актуальной для общественного мнения проблематики, вне зависимости от того, создаются ли для этого благоприятные условия. В данном случае под понятием «благоприятные условия» имеются в виду прежде всего типологические различия между разными СМИ, специфика освещаемых актуальных тем, поступательное развертывание этих тем во временном плане, интенсивность сообщения о них по различным масс-медийным каналам. Дискурсивная сила СМИ может быть определена как прямое или косвенное воздействие на информатив-

ную осведомленность общества, непосредственное или изощренное манипулирование общественным мнением [Солганик, 2007; Стексова, 2013; Zahariadis, 2008]. Характер конструирования общественно-политической реальности в общественном сознании в значительной степени предопределяется тем аудиовизуальным рядом, который задействуется СМИ в целях освещения этой реальности.

Исследователи масс-медийной культуры концентрируют свое внимание, в том числе, на факторах, которые – прямым или завуалированным способом – детерминируют ментальное и психическое поведение представителей социума, т. е. на персуазивной функции новостных сообщений об актуальных фактах, событиях и явлениях [Ивашенко, 2010; Катенева, 2010; Краснаярова, 2010]. Указанная функция, в свою очередь, базируется на тенденции долгосрочного осуществления реального воздействия на мышление и поведение массового потребителя СМИ. Приоритетной задачей субъекта убеждения предстает обеспечение сдвига в общественном мнении в направлении от позиции неведения, апатии по отношению к актуальным фактам, событиям и явлениям – к позиции действенного знания, заинтересованности, соответствующей текущим интересам убеждающего субъекта.

Манипулирование – это своеобразный масс-медийный дискурс, который маркируется использованием актуальной информации и разнообразных данных с целью программирования пресуппозиционного содержания и эпистемического пространства общественного мнения и в результате достижения тотального контроля над характером последующей реакции массовой аудитории. При этом текущее внимание аудитории направляется к сообщениям и смыслам, реализуемым этими сообщениями, без указания на компетентность и надежность источника получения актуальной информации и данных.

Проблема манипулирования влечет за собой еще одну не менее острую проблему, связанную с доверием к СМИ: потребитель масс-медийных сообщений не желает становиться объектом манипулятивного воздействия, стремится самостоятельно выработать критический взгляд на происходящее, осво-

бодиться от тех «навязчивых» стереотипов, которые безудержно внедряются в его сознание в условиях избытка информационной продукции. В связи с этим персуазивная функция СМИ осуществляется более эффективным способом, если воздействует на массовое сознание посредством «скрытых» информационных технологий.

Базовая цель СМИ заключается в том, чтобы обеспечить реципиента актуальной информацией о текущих изменениях в объективной реальности. В подобном дискурсивном контексте СМИ служит интересам различных слоев социума, одновременно извлекая из этого прибыль и преимущества в том смысле, что создает условия для завоевания доверия массовой аудитории в отношении объективности освещаемой информации. СМИ являются междисциплинарной сферой, в рамках которой вырабатывается тематика тех событий, явлений и фактов, потенциально являющаяся интересной и притягательной для реципиента, осуществляется выбор лингвистических средств оптимального оформления данной тематики. Все вышесказанное предопределяет актуальность проблемы языка и стилей СМИ как базового средства влияния на массовое сознание.

Отразим теоретическую значимость исследования языка и стилей СМИ, которая заключается в том, что масс-медийные тексты:

- являются фактической основой лингвистических данных относительно источника информации, манипулятивных технологий, объективности как нормы, профессионального стандарта журналистской деятельности;
- дают возможность анализа эмоций как имманентной характеристики человеческой природы, которая не может быть «отключена» в журналистской деятельности, интегрируется с другими профессиональными способностями представителя журналистского творческого цеха;
- отражают конфликт между разнообразными культурными представлениями об актуальном событии и объективным характером освещения информации об этом событии (на уровне мультикультурных обществ);
- обеспечивают читательские представления о том, что пропозиции актуальных сообщений основываются на определенном знании, проливают свет на наличие / отсутствие

сомнений журналиста относительно истинности конструируемых пропозиций.

В свете последнего аспекта масс-медийные тексты становятся базовым материалом исследования эвиденциальности (кодирования оснований, к которым прибегает журналист для производства актуальных сообщений) и эпистемической модальности (оценивания возможностей того, что определенное гипотетическое положение дел (или какие-либо аспекты, связанные с ним) будет иметь место в действительности, обнаруживается в настоящем или уже реализовалось в одном из возможных миров) [Клеменова, Кудряшов, 2014. С. 142].

Взаимосвязь эвиденциальности и эпистемической модальности на уровне масс-медийного текста ярко проявляется в случае, когда в качестве предикатов, вводящих актуальные сообщения, выступают глаголы физического восприятия. Предикаты данного типа задействуются журналистами разнообразным образом с целью актуализовать эвиденциальное значение. В частности, мы выделяем три модели функционирования предикатов физического восприятия, реализующих эвиденциальное значение в масс-медийном тексте. При актуализации указанных предикатов источником информации является в подавляющем большинстве случаев сам журналист, т. е. вводимое им мнение характеризуется высокой степенью достоверности. Очевидно, что журналист отражает свое непосредственное участие в той ситуации, которая послужила темой для данного текста.

1. Предикат зрительного / слухового восприятия + изъяснительное придаточное предложение, сказуемое в котором выражено спрягаемой формой глагола. Ср.:

«I now see plainly that a team of scientists from Nottingham Trent University are working on a similar project in which electrocardiograms are embedded into the fabric of car seats, setting off an alert to pull over when the driver shows signs of sleepiness» (Times. 2015. 23. July. P. 5);

«I heard Ms. Sinclair expressed her disgust for the film and called the references to her family “degrading and defamatory”» (International New York Times. 2014. 20 May. P. 13).

2. Предикат чувственного восприятия + изъяснительное придаточное, в котором ска-

зуемое выражено спрягаемой формой глагола. Ср.:

«*I just felt what I already often noted in the liveliest way: an artist, who grew up in Leeds and also owns a houseboat which is moored in Chelsea, has built a reputation as an astute property developer*» (The Sunday Times. 2015. 17 Aug. P. 24).

3. Предикат зрительного восприятия + прямое дополнение + инфинитив. Например:

«*The academy is the first free school to be backed by private schools, including Brighton College, Eton, City of London and Highgate. The academy, which was set up with the aim of getting bright children from poor families “into the very top universities”, offers only “hard” A-levels such as maths, history or physics. I saw the brain child of Richard Cairns, head of Brighton College to be thrilled with his achievements at the first time of trying*» (Times. 2014. 11 July. P. 7).

Предикаты могут также вводить мнение журналиста или другого лица, выраженное метафорическим образом. Основной функцией метафоры в этом случае является достоверное отражение точки зрения говорящего или другого субъекта, а также выражение эмоций. Хотя предполагается, что репортажи должны отличаться достоверностью и объективностью при сообщении тех или иных событий и фактов, субъективность журналиста является неизбежным явлением и в определенной степени оказывает влияние на освещение событий. Фактически значение модальности отражает точку зрения говорящего насчет того или иного высказывания.

Субъективная метафора употребляется для выражения точки зрения или мнения и поэтому, как правило, чаще всего встречается в цитатах, выраженных в форме прямой речи. Субъективной метафоре модальности, как правило, присуща некая доля субъективности. Тем не менее, эти слова, как правило, исходят от того или иного должностного лица или представителя власти, что также увеличивает объективность и достоверность информации текста. Причем выражаемая в тексте точка зрения по определенному вопросу в целом не будет влиять на объективность и достоверность репортажа. Субъективная модальность также может выражать

солидарность автора с тем, о чем сообщается в тексте.

В сводках новостей часто применяется такая форма освещения событий с тем, чтобы осветить те или иные точки зрения и выдвинуть предположения относительно события или факта. Может показаться, что информация исходит из первых уст, но выбор материала и формы изложения являются прерогативой автора, что в свою очередь отражает степень проявления модальности, присущей автору. При выражении точки зрения автора распространенной является тенденция, при которой есть указание на скрытую субъективность.

Четкая и объективная модальность придает объективность суждениям и заявлениям автора или говорящего и охватывают объективно существующий источник модальности. Посредством четкой и достоверной формы авторы представляют модальность как пропозицию в форме простого предложения или выражают модальность таким образом, при котором возможно передать личное мнение в виде определенных характеристик или неопровержимой истины, при этом их точки зрения будут доступны для восприятия читателей.

Некоторые явления и характеристики обозначаются именами существительными или именными конструкциями, хотя, как правило, при обозначении этих явлений и характеристик употребляются глаголы и имена прилагательные. Вследствие этого, в зависимости от стиля письма в репортаже может меняться структура темы и ремы. При изменениях подобного рода рема предшествующего текста, выраженная в форме небольшого предложения, превращается в тему последующей части. Семантическая ассоциация — ключевой пункт функции единства концептуальной грамматической метафоры. Семантическое единство можно обнаружить и в других грамматических метафорах, обозначающих процесс переноса, который главным образом связан с логическим семантическим отношением. В следующем примере можно обозначить функцию единства в логической грамматической метафоре. Ср.:

«*With the prices of gasoline skyrocketing every day and with parking places becoming more and more scarce, an increasing number of*

Americans are discovering an Old World secret: bicycling» (Times. 2014. 21 Feb. P. 22).

С точки зрения логики существует причинно-следственная связь высказывания со словом *increasing*. Употребление метафорического слова *skyrocketing* и *increasing* не только предотвращает повторение, но также способствует установлению семантического единства предложений.

В выражении, содержащем значение интерперсональности, путем употребления соответствующего метафорического или модального наклонения можно сформировать единство и связность дискурса. Функция текстового единства наилучшим образом отражается в количестве риторических вопросов. Кроме того, повелительные предложения выступают в роли элементов, способствующих связному дискурсу. В качестве примера можно привести конструкцию *Let's make it clear* Модальный глагол также выполняет связующую функцию. Ср.:

«We don't really know what causes this inefficient nursing or prompt waking. One possibility is that the babies' nervous system and digestive system are not yet working well enough» (Times. 2014. 19 March. P. 9).

Слово *possibility*, употребляемое во втором предложении, согласуется с фразой, содержащей интродуктивное сочетание *We don't really know*, упомянутой ранее, и уменьшает значение модальности, а следовательно, меняет структуру ремы и темы и выполняет функцию связующего звена. Таким образом, характерной чертой текста репортажа является обилие разнообразной информации, при этом важным аспектом выступает согласованность предложений того или иного дискурса. Функция единства метафоры в этой связи характеризуется своей уникальной ценностью.

Сообщение новостей – аспект, предполагающий чрезвычайную точность фактов и фигур речи, которые превращают абстрактную информацию в конкретные факты и пробуждают интерес читателя к сообщаемому событию. Цели, которые преследуются изданиями английской прессы в ходе освещения событий, определяют специфические стилистические характеристики, среди которых главной является метафора. В текстах репортажей прослеживается тенденция к ак-

центированию ключевых новостей, а также свойственно употребление глаголов, имен существительных или именных фраз с целью достижения единства повествования.

Кроме того, характерной чертой является также согласование подлежащего и сказуемого для достижения как можно большей объективности при сообщении новостей посредством метафоры модальности. Для того чтобы понять сущность употребления метафоры в тексте СМИ, необходимо, во-первых, правильно трактовать переносное значение и вникнуть в суть языковых особенностей. С другой стороны, необходимо понять и надлежащим образом проанализировать дискурс с точки зрения всего текста и с точки зрения теории метафоры.

При рассмотрении текстов репортажей в СМИ становится очевидным, что метафора является наиболее существенной особенностью, причем степень сложности дискурса непосредственно связана с количеством употребляемых грамматических метафор. Чем выше частотность употребления грамматических метафор в тексте статьи, тем больше объем подразумеваемой информации, что, в свою очередь, неизбежно приводит к трудностям при восприятии и понимании информации статьи.

Метафора играет важную роль в последовательном изложении информации, в то время как концептуальная метафора может сделать текст более объективным. Одним словом, в материалах газетных репортажей много метафор модальности и метафор наклонения. Основной функцией метафоры модальности является точное воспроизведение точки зрения говорящего и выражение эмоций, сопутствующих тому или иному высказыванию. В отличие от этого основной функцией метафоры наклонения является выражение суждения, при этом метафора наклонения выступает в роли элемента, способствующего единому связному дискурсу. Исходя из вышесказанного, можно говорить о том, что, наряду с другими значениями грамматической метафоры, они играют важную роль в репортажах прессы как средство экспрессивности.

Таким образом, СМИ поставляют обширный практический материал исследования не только для журналистики, но и лингвистики,

дискурсивного анализа, общей теории коммуникации, социальной психологии. Интерпретация отдельно взятого журналистского высказывания предполагает выявление отношений, формируемых между сегментами выраженной информации с целью вывода финального заключения. Данные сегменты информации, как правило, содержат априорные допущения об объективном мире, контексте протекания освещаемого события и самом субъекте речи, нацелены не только на достижение понимания того, что сообщается об актуальном событии, но и правдоподобности освещаемого, убеждение адресата в достоверности журналистских суждений.

В связи с этим текст репортажа включает широкий диапазон допущений эпистемического и эвиденциального характера. Процесс перехода от вербального стимула к убеждению в достоверности освещаемых событий поддерживается разнообразными средствами оценки, предполагающей выражение точки зрения автора репортажа или другого лица, более компетентного в данной ситуации.

Список литературы

Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. М.: МГУ, 2003. 272 с.

Иващенко Н. А. Современная газетная журналистика: категория качества в текстовой идентификации: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 251 с.

Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ: Дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2010. 250 с.

Красноярова О. В. Медийный текст: его особенности и виды // Изв. ИГЭА. 2010. № 3 (71). С. 177–181.

Клеменова Е. Н., Кудряшов И. А. Текст репортажа в аспекте критического дискурс-анализа // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. 2015. Т. 14, вып. 6. Серия: История, филология. С. 140–145.

Лазуткина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2011. 224 с.

Рихтер А. Г. Правовые основы интернет-журналистики. М.: ИКАР, 2014. 488 с.

Смирнова Е. А. Профессионально-этические нормы в современной российской журналистике: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 177 с.

Солганик Г. Я. Язык современной публицистики. М.: Флинта, 2007. 232 с.

Стексова Т. И. Намеренная двусмысленность как способ привлечения внимания адресата // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. 2015. Т. 14, вып. 6. Серия: История, филология. С. 185–190.

Zahariadis N. Essence of Political Manipulation: Emotion, Institutions, and Greek Foreign Policy. N. Y.: Routledge, 2008. 259 p.

Материал поступил в редколлегию 13.11.2015

Е. Н. Klemenova¹, I. A. Kudryashov²

¹ Rostov State University of Economics
69 Bol'shaya Sadovaya Str., Rostov-na-Donu, 344002, Russian Federation

² South Federal University
105/42 Bol'shaya Sadovaya Str., Rostov-na-Donu, 344006, Russian Federation

klemenova@yandex.ru, igalk@mail.ru

MASS-MEDIA TEXT PERSUASIVE FUNCTION: EVIDENTIALITY AND EPISTEMIC MODALITY

The source of information, the sphere of knowledge initiating (evidentiality) and the speaker's judgment correlating the utterance proposition with the actual reality (epistemic modality) alongside with the illocutionary force of the initiated utterance turn out to be functional characteristics which determine the speaker's position in the current mass-media discourse. The category of evidentiality

focuses on the linguistic coding of the information source and possesses the propositional expression. Moreover, definite types of evidential meaning among them the implicit ones relate to the estimation of the speaker's proposition. As a result, this category is interrelated with the modality. In mass-media text the predicates introducing the report are widely used as evidential markers, which do not only indicate the source of the information covered, but also manifest the actual opinion on the situation which is the text topic. This kind of predicates can reflect the journalist's evaluation of both the direct and implicit source of information. The latter case as our observations show is the frequent way of realizing the categories of evidentiality and epistemic modality in the mentioned text. In implementation of the predicates analyzed all language functions are actively manifested – nominative, interpretive, cognitive, modal and evaluative, communicative. Under the cognitive approach the basic language functions are considered in the speech communication dynamics. This kind of predicates fully realizes the communicative language function. The communication function is immediately presented in the minimal communication unit, i.e. speech act. The speech actions are considered to be the communication intention basics and the intentional field base as well.

Keywords: mass-media text, persuasion, evidentiality, epistemic modality.

References

- Avraamov D. S.* Professional'naya etika zhurnalista [Professional journalist's ethics]. Moscow, MGU, 2003, 272 p. (In Russ.)
- Ivaschenko N. A.* Sovremennaya gazetnaya zhurnalistika: kategoriya kachestva v tekstovoj identifikatsii [Contemporary newspaper journalism: quality category in textual identification]: Sci. Dis. Moscow, 2010, 251 p. (In Russ.)
- Kateneva I. G.* Mehanizmy i jazylovyye sredstva manipul'atsii v tekstach SMI [Mechanisms and linguistic means of manipulation in Mass-Media texts]: Sci. Dis. Novosibirsk, 2010, 250 p. (In Russ.)
- Krasnojarova O. V.* Medijnyi tekst: jego osobennosti i vidy [Mass-Media text: its peculiarities and types]. *Izvestija IGEA [IGEA News]*, 2010, № 3 (71), p. 177–181. (In Russ.)
- Klemenova E. N., Kudrashov I. A.* Tekst reportazha v aspekte kriticheskogo diskurs-analiza [Reportage text in the critical discourse analysis aspect]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta [Novosibirsk State University Bullitin]*, 2015, vol. 14, iss. 6. Seriya: Istoriya, filologiya [Series of History and Philology], p. 140–145. (In Russ.)
- Lazutkina G. V.* Professional'naya etika zhurnalista [Professional journalist's ethics]. Moscow, Aspekt Press, 2011, 224 p. (In Russ.)
- Rihter A. G.* Pravovyje osnovy internet-zhurnalistiki [Legal aspects of internet-journalism]. Moscow, IKAR, 2014, 488 p. (In Russ.)
- Smirnova E. A.* Professional'no-eticheskiye normy v sovremennoi rossijskoi zhurnalistike [Professional and ethical norms in contemporary Russian journalism]: Sci. Dis. Moscow, 2015, 177 p. (In Russ.)
- Solganik G. Ja.* Jazyk sovremennoi publitsistiki [Contemporary publicist language]. Moscow, Flinta, 2007, 232 p. (In Russ.)
- Steksova T. I.* Namerennaja dvusmyslennost' kak sposob privlecheniya vnimanija adresata [Intentional ambiguity as the means of recipient's attention attraction]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta [Novosibirsk State University Bullitin]*, 2015, vol. 14, iss. 6. Seriya: Istoriya, filologiya [Series of History and Philology], p. 185–190. (In Russ.)
- Zahariadis N.* Essence of Political Manipulation: Emotion, Institutions, and Greek Foreign Policy. N. Y., Routledge, 2008, 259 p. (In Eng.)