

УДК 070.15:124.5

## СМИСЛ ЯК ЗАСІБ АКТУАЛІЗАЦІЇ ОЦІНКИ МАС-МЕДІЙНОГО ТЕКСТУ

*Кузнєцова Т.В.*

*Сумський державний університет, м. Суми, Україна*

*У статті розглянуто смисл як засіб актуалізації оцінки тексту, обґрунтовано доцільність проведення концептуального дослідження при вивченні оцінки мас-медійного матеріалу.*

**Ключові слова:** оцінка, смисл, зміст, значення, медіатекст.

*Актуальність.* В останні роки науковці все частіше звертають свою увагу на аксіологічні проблеми ЗМК, що зумовлено наявним ціннісним дисбалансом в сучасному комунікаційному просторі. Вирішенню зазначеної проблеми, на наш погляд, може сприяти аксіологічне дослідження мас-медійної інформації, що уможливило визначення механізмів та принципів формування оцінного матеріалу.

Теоретичне підґрунтя аксіологічних досліджень медіатексту становлять праці з аксіологічної лінгвістики, вагомий внесок у розвиток якої зробили такі дослідники, як Ю. Апресян, Н. Арутюнова, О. Вольф, Є. Бабаєва, О. Галкіна-Федорук, О. Баранов, В. Карасик, Г. Слишкін, Ю. Сорокін, С. Нікітіна, Ф. Бацевич, Ю. Зацний, Т. Ковалевська, Т. Космеда, Т. Радзієвська, В. Чабаненко та ін. Аксіологічна лінгвістика спрямована здебільшого на проблеми «мови цінностей», зокрема на вивчення структурно-функціональної природи оцінки та її ролі в мовній системі, мовних засобів її вираження, семантико-прагматичних особливостей реалізації аксіологічного значення. Значна кількість лінгвістичних досліджень категорії оцінки проведена на мас-медійних матеріалах. Такі науковці, як Б. Зільберт, В. Костомаров, Г. Солганик, Л. Крисін, М. Володіна, О. Васильєв, О. Григор'єва, Н. Клушина, В. Шапошников; А. Белецька, І. Брага, Л. Дядечко, О. Дорофєєва, С. Єрмоленко, М. Жовтобрюх, Т. Коць, Л. Кудрявцева, О. Муромцева, Н. Непійвода, М. Пилинський, К. Серажим, Л. Ставицька, І. Філатенко, Г. Черненко, І. Чобот, звернули увагу на специфіку реалізації оцінки як особливої семантико-прагматичної категорії у мові ЗМК, що сприяло визначенню мовних засобів вираження оцінки.

У вітчизняній та російській комунікативістиці дослідження оцінного медіатексту здійснюється насамперед крізь призму дотичних проблем: розробки психолінгвістичної та психіатричної діагностики текстів (В. Белянін, М. Димшиць, О. Єрмаков, С. Кисельов, О. Рєпіна, В. Шалак), медіавпливу (Н. Грицюта, В. Корнєєв, В. Лизанчук, Н. Непійвода, О. Петрунько, В. Різун, П. Фролов), оцінки як функціональної семантико-стилістичної категорії в газетно-публіцистичному стилі (К. Серажим), журналістського матеріалу як предмета літературного редагування (А. Мамалига, В. Різун). У центрі уваги цих дослідників – передусім мовні засоби актуалізації оцінки. Хоча цілком очевидно, що оцінні мовні одиниці не

завжди можуть засвідчувати аксіологічну насиченість матеріалу: їх оцінний знак може не збігатися з оцінним знаком поданої в тексті інформації, що, у свою чергу, зумовлене впливом текстового простору, фонових знань реципієнтів.

На наш погляд, мовні засоби актуалізації оцінки не завжди можуть засвідчувати оцінну насиченість матеріалу. Справа в тому, що їх оцінний знак може не збігатися з оцінним знаком поданої в тексті інформації, що, у свою чергу, зумовлено впливом текстового простору. Як справедливо зазначає О. Гончарова, «входячи в структурно-сміслові текстові ціле, основні номінативні та комунікативні одиниці системи мови, слово і речення, перетворюються в «текстослова» і «тексторечення», у семантиці й синтактиці яких поєднуються характеристики, що йдуть як від системи мови, так і від «системи тексту» [4, с. 12]. Унаслідок цього значення «текстослів» може відрізнитися від значень тих самих слів у позатекстовій ситуації. Нейтральні слова, наявні в тексті, можуть за певних умов актуалізувати оцінне значення, або, навпаки, оцінний компонент слова може нейтралізуватися під впливом контексту. Можна стверджувати, що оцінність тексту не може виводитися із суми оцінних лексем та їх значень, так само як, за словами Р. Фрумкіної, «фраза не складається із слів, а текст не складається із фраз» [12, с. 5]. *Мета статті* – розглянути смисл як засіб актуалізації оцінки тексту та обґрунтувати доцільність проведення концептуального дослідження при вивченні оцінки мас-медійного матеріалу

З огляду на те що текст – не лише формальна сукупність його складових елементів, а «дещо більше: текст – це єдність формальних та змістових елементів з урахуванням цільової установки, інтенції автора, умов спілкування й особистісних орієнтацій автора» [1, с. 97], – вважаємо за доцільне винесення оцінки в когнітивну систему координат, що дозволить розглянути в єдності текстовий та позатекстовий простори.

На наш погляд, оцінку як аксіологічний феномен у текстовому просторі ЗМК визначають смисли, що з'являються при сприйнятті журналістського матеріалу: саме вони можуть спричинювати появу певних оцінок у реципієнта, а отже, детермінувати оцінний знак поданої інформації.

«Смисл» – одне із наукових понять, що нині не мають однозначного тлумачення. У філологічній науці існує ціла низка теорій щодо сутності цього феномену, кожна з яких ґрунтується, як правило, на одному аспекті смислової організації мовних одиниць (слова, речення, тексту). Здебільшого вважають, що смисл міститься лише в окремому реченні, надфразовій єдності, тоді як зміст притаманний тексту, а значення – слову (див., наприклад: [3, с. 20]). Таке розмежування зазначених категорій зумовлене насамперед суто граматичним поглядом на їхню сутність. Хоча визначення сутності смислу не можна звужувати лише одним критерієм. Зважаючи на те що смисл співвідноситься з інформацією, знаннями, які відображає людська свідомість, цілком імовірно, що смисли притаманні будь-яким комунікативним одиницям, які несуть інформацію. Їх можуть виражати як лінгвістичні, так і паралінгвістичні засоби. Наприклад, жест, погляд, пауза в різних контекстах здатні

зумовити появу різноманітних смислів. Оскільки основною інформаційною структурою є текст<sup>1</sup>, це дозволяє вважати смисл цілком текстовою категорією.

Під смислом вербального тексту, або текстовим смислом, ми, слідом за В. Скалічкою та В. Матезіусом, розуміємо «продукт тексту плюс ситуацію» [15; 9, с. 446]. Смисл у такому розумінні становить собою єдність мовних та позамовних складників.

Нааявні в тексті мовні складники, які є матеріальною основою повідомлення, репрезентують безпосередній зміст тексту. Саме він моделює фрагмент дійсності, про який ідеться в матеріалі. Взаємодія мовних складників з екстралінгвістичним контекстом<sup>2</sup> (фоновими знаннями, пресупозицією, когнітивною базою реципієнтів) дають можливість виявити глибинну сутність наведеної в тексті інформації, яка разом зі змістом формує смисл повідомлення. Тобто основними передумовами породження смислу є лінгвістичний та екстралінгвістичний контекст.

Порівняно зі змістом, який ґрунтується на денотативних (референтних) структурах, смисл базується на концептуальних структурах. Його інтерпретація залежить не лише від ситуацій, зображених у тексті, а й значною мірою зумовлена індивідуальним потенціалом реципієнтів, їхньою здатністю виявити глибинну сутність матеріалу.

На відміну від змісту, який завжди структурований лінгвістично, виражений експліцитно, смисл тексту може бути як експліцитним (або поверховим), так й імпліцитним (внутрішнім, глибинним). Смисл вбирає в себе всю текстову та підтекстову інформацію, несе справжні наміри, думки, оцінки, які можуть суперечити вербально вираженому безпосередньому змісту.

Тобто зміст і смисл мають певні суттєві розбіжності, а саме:

- 1) зміст є експліцитно вираженим, смисл – імпліцитно-експліцитно;
- 2) зміст виявляється у денотативній структурі, смисл – у концептуальній;
- 3) зміст – одиниця вербального рівня, смисл – когнітивно-ментального.

На відміну від «значення» слова, яке є об'єктивним відображенням системи зв'язків та відношень, «смисл» – це привнесення суб'єктивних аспектів значення в даний момент та ситуацію» [8, с. 55]. Ця відмінність, на думку багатьох науковців, дозволяє авторові тексту, оперуючи значеннями мовних одиниць, конструювати необхідні йому смисли (див., наприклад: [1]).

Деякі вчені поділяють текстові смисли на смисли-повідомлення, що формує автор, та смисли-цінності, які вичленовує читач (див.: [2]). При цьому смисл-цінність виявляється зовнішнім явищем відносно тексту, оскільки не міститься безпосередньо в ньому, а є похідним від процесу розуміння [Там само]). У такому ракурсі джерелом ціннісного смислу вважається не автор, а читач, який, за словами Дж. Х. Міллера,

<sup>1</sup> І. Гальперін запропонував розмежовувати змістовно-фактуальну, змістовно-підтекстову та змістовно-концептуальну інформацію тексту [3, с. 26-50].

<sup>2</sup> Ми дотримуємося літературознавчого розуміння терміна «контекст»: як систему соціальних стосунків, що зумовила даний текст, історичний час, у якому існують ЗМК, зв'язок тексту з етносом, на який він розрахований, з особистістю автора – його біографією, індивідуально-творчою манерою, особливостями його психології, світогляду і світосприйняття.

«опановує твір... і накладає на нього певну схему смислу...» [14, с. 225]. Така суб'єктивістська концепція оцінної сутності смислу призводить до заперечення інтерсуб'єктивного начала в тексті й навіть до твердження про неможливість пізнання істинного оцінного смислу тексту взагалі.

Звичайно, смисл тексту завжди пов'язаний із пресупозицією, що певною мірою свідчить про зовнішній характер його вияву. Можна навіть припустити, що смисл – це начебто додатковий віртуальний текстовий простір, якому властиві змінність, багатоаспектність, поліфункціональність, що зумовлено специфікою читацького сприйняття: реципієнт не завжди може знайти ключі до розуміння авторського смислу, часто прочитує текст по-своєму, унаслідок чого народжуються нові смисли, а отже, різні оцінки одного й того самого матеріалу. Так, наприклад, повідомлення на зразок «Футбольний стадіон «Ювілейний» побудували за один рік» може породжувати різний за оцінним навантаженням смисл: для вболівальників футболу він буде суто позитивним, оскільки пов'язується зі сподіваннями на перегляд футбольних матчів; для архітекторів та будівельників може мати негативний відтінок, оскільки зумовлює появу сумнівів щодо якості зведеної будівлі за такий короткий проміжок часу тощо. Незважаючи на суперечливість індивідуальних смислів, їх загальна кількість завжди обмежена так званим ступенем свободи. Як зазначає О. Леонтєв, «сприймаючи текст по-різному, ми не будемо різні світи: ми по-різному будемо один і той самий світ. Цей світ ми можемо бачити в різних ракурсах, із різним ступенем зрозумілості, можемо бачити фрагмент замість цілої картини. Але таке читання не може привести нас до розуміння, наприклад, «Капіталу» Маркса як апології капіталізму... Є межа кількості ступенів свободи, й ця межа і є об'єктивним змістом або об'єктивним смислом тексту» [7, с. 144].

Смисл як віртуальний текстовий простір не може існувати без автора та самого тексту. Як уже зазначалося, до його формування обов'язково причетні три «дійові особи»: автор, читач і текст<sup>3</sup>. Автор передає власне бачення реальної дійсності, вкладає у текст власні оцінні смисли. Читач намагається їх «упіймати», таким чином зрозуміти авторський задум, «прочитати» його смисл. Сам текст є тією матеріальною оболонкою, начинка якої (інформація) й породжує смисл. Інакше кажучи, смисл певною мірою невіддільний від тексту, належить йому як даність.

Стосовно виокремлення двох різновидів текстового смислу (смислу-повідомлення та смислу-цінності), вважаємо, що більш доцільно говорити про цінність будь-якого смислу, оскільки він онтологічно причетний до цінності, значущості. Адже будь-які дії, явища, предмети мають смисл тільки тоді, коли виявляються значущими для життєдіяльності особистості. До того ж в структуру смислу повідомлення входять лише ті елементи змісту, які є інформативно важливими.

---

<sup>3</sup> Серед основних «дійових осіб», причетних до породження смислу, найбільш активним є реципієнт, який зумовлює появу різних смислів в одному тексті. Автор і текст – ті учасники комунікативного акту передачі-прийому інформації, які не змінюють закладеного в ній смислу.

Смисл тексту, глибинний план його змісту ототожнюється з концептом, який, у свою чергу, співвідноситься зі знаком (у тому числі й мовним): «Концепт – це інформація, яку знак несе про можливі денотати, про їх місце в системі реалій, в універсумі» [13, с. 10]. В. Красних зазначає, що при породженні тексту вихідною точкою служить концепт, який є глибинним смислом, згорнутою смисловою структурою тексту [5, с. 60]. Продовжуючи думку Х. Вайнриха, К. Серажим наголошує, що концепт є своєрідною «точкою вибуху», яка спонукає текст до життя. З одного боку, він є відправним моментом породження тексту, а з іншого – кінцевою метою його сприйняття [11, с. 63].

Концепт, таким чином, у тексті відіграє роль смислової домінанти, яка організує його смислову структуру. Орієнтація на концепт як на репрезентант смислу тексту дозволяє розглядати його (концепт) як «резервуар» сукупності смислів-цінностей, а отже, як ціннісно-смислову домінанту мас-медійного матеріалу.

*Висновки.* Отже, оцінку тексту можна адекватно описати й пояснити, розглядаючи її на перетині когніції та комунікації. Саме такий підхід дозволяє дослідити мовні засоби вираження оцінки у взаємозв'язку з когнітивними процесами: сприйняттям, розумінням, інтерпретацією, що їх здійснює реципієнт. Адже за будь-яким мовним знаком прихована позамовна дійсність, пізнання якої має когнітивне підґрунтя. Звідси випливає, що досягнення аксіологічної сутності медіатексту забезпечує комунікативно-концептуальний підхід, який передбачає визначення оцінки матеріалу з урахуванням специфіки його концептуально-смислового наповнення.

### Список літератури

1. Валгина Н. С. Теория текста: [учебное пособие] / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280 с.
2. Васильев С. А. Синтез смысла при создании и понимании текста / С. А. Васильев. – К.: Наукова думка, 1988. – 238 с.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
4. Гончарова Е. А. Еще раз о стиле как научном объекте современного языкознания / Е. А. Гончарова // Текст – Дискурс – Стиль. Коммуникации в экономике: [сб. науч. ст.] / М-во образования Рос. Федерации; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов; [отв. ред. В. Е. Чернявская]. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – С. 3-14.
5. Красных В. В. От концепта к тексту и обратно (к вопросу о психолингвистике текста) / В. В. Красных // Вестник Московского университета. – Сер. 9.: Филология. – 1998. – № 1. – С. 53-70.
6. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 2004. – Т. 63. – № 3. – С. 3-12.
7. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики: [учебник для вузов] / А. А. Леонтьев. – М.: Смысл, 1997. – 287 с.
8. Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия; под ред. Е. Д. Хомской. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1998. – 320 с.
9. Матезиус В. Язык и стиль / В. Матезиус; пер. с чеш. // Пражский лингвистический кружок: сб. ст. – М.: Прогресс, 1967. – С. 444-523.
10. Новиков А. И. Смысл: семь дихотомических признаков [Электронный ресурс] / А. И. Новиков // Теория и практика речевых исследований. – М., 1999. – Режим доступа: <http://www.galactic.org.ua/prostranst/filosof-2.htm>.

11. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): монографія / К. С. Серажим. – К.: Вид-во Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2002. – 392 с.
12. Фрумкина Р. М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога (концепт, категория, прототип) / Р. М. Фрумкина // Научно-техническая информация. – М., 1992. – № 3. – С. 2-7.
13. Шрейдер Ю. А. Логика знаковых систем (элементы семиотики) / Ю. А. Шрейдер. – М.: Знание, 1974. – 64 с. – (Серия: Новое в жизни, науке и технике). 451
14. Müller G. Dichtung und Wissenschaft. Studien zu Robert Musils Romanen «Die Verwirrungen des Zöglings Törless» und «Der Mann ohne Eigenschaften» / G. Müller. – Uppsalla, 1971. – 249 s.
15. Skalicka V. Die Situationen und ihre Rolle in der Sprache / V. Skalicka // «Omăgiu lui Alexandru Rosetti». – Bucuresti, 1965. – S. 839-851.

*Кузнєцова Т.В. Смысл как средство актуализации оценки масс-медийного текста // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть I. – С.163-168.*

*В статье рассматривается смысл как средство актуализации оценки текста, а также обоснована целесообразность проведения концептуального исследования при изучении оценки масс-медийного материала.*

**Ключевые слова:** *оценка, смысл, содержание, значение, медиатекст.*

*Kuznyetsova T. V. Sense as a means of updating the estimates of mass-media text // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part I. – P.163-168.*

*This article discusses the meaning of evaluation as a means of updating the text, as well as the expediency of concept study in a study assessing the mass-media material.*

**Key words:** *assessment, meaning, content, media text.*

*Поступила до редакції 15.08.2011 р.*