

И. М. Колегаева,
д-р филол. наук, проф.,
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
заведующая кафедрой лексикологии и стилистики английского языка

НОВОСТНАЯ ЗАМЕТКА В ГАЗЕТЕ И В ЭЛЕКТРОННОЙ ЛЕНТЕ. НОВОСТНОЙ ХРОНОС

В статье рассматриваются новостные заметки, опубликованные в газете и в электронной ленте Интернета. Основное внимание уделено новостному хроносу, т.е. временным параметрам: а) изображенных событий и б) коммуникативной деятельности адресанта и адресата новостного сообщения. Названы отличительные признаки новостного хроноса: облигаторность и реалистичность темпоральных маркеров в сообщении, а также конвенциональное предписание одновременности коммуникативной деятельности адресанта и адресата. Очерчивается специфика функционирования новостного дискурса в газетном VS электронном формате.

Ключевые слова: новостной хронос, темпоральный дейксис, коммуникативная деятельность адресанта/адресата, печатные VS электронные СМИ.

Открываю запрос в поисковике Google на слово *новость*. Система мгновенно предлагает перечень электронных ресурсов со следующими рубриками: *Новости Свежие Мира. Прямо сейчас; Свежие новости Украины. Последние новости дня; Новости Украины за последний час*. Обратим внимание на призывный посыл: «наши сообщения актуальны, свежи, читай наш ресурс, сейчас». Предлагаю собственную рефлекссию *темпорального аспекта* новостных сообщений в печатных и электронных СМИ. Новостные заметки есть прототипические образцы новостного дискурса. Один из глубоких и содержательных обзоров сегодняшнего состояния дискурсологических исследований в нашей стране и за рубежом находим, в частности, в публикации И. Р. Буниязовой «Текст или дискурс: вот в чем вопрос» [4]. В ней автор, ссылаясь на исследование Л. В. Селезневой [15], утверждает, что одним из отличительных признаков дискурса выступает факт наличия/отсутствия прикрепленности ко времени. Согласно этому постулату «невозможно существование дискурса вне прикрепленности к реальному, физическому времени, в котором он протекает» [4, с.7].

По нашим наблюдениям, «прикрепленность к реальному времени» совершенно специфически проявляется, прежде всего, в *новостном дискурсе* как *динамическом процессе*, одним из результатов которого оказывается *статическое*

новостное *сообщение*, т.е. вербальный *текст*, функционирующий в форме печатной либо электронной публикации в газете или ленте новостей интернет издания.

В наших рассуждениях о новостной заметке как образце новостного дискурса из многочисленных существующих дефиниций феномена *дискурс* [3; 7; 8; 9; 14; 23; 24; 26; 30] в качестве рабочей останавливаемся на трактовке, предложенной Е. А. Селивановой: «Дискурс – замкнутая целостная коммуникативная ситуация (событие), составляющими которой выступают коммуниканты и текст как знаковый посредник, обусловленная разными *факторами*, которые опосредуют общение и понимание» (курсив наш – И.К.) [16, с.119]. Добавим, что в новостном дискурсе среди упомянутых факторов важнейшую роль играет ***темпоральный фактор***. Мы его изучаем и описываем в данной публикации как ***новостной хронос***.

По нашему убеждению, темпоральный фактор в новостном медийном дискурсе проявляется в следующем:

а) обязательное *наличие* темпоральных маркеров, предваряющих новостное сообщение,

б) обязательная *реальность* (не выдуманность) данных маркеров,

в) обязательная временная *регламентация* коммуникативных действий, осуществляемых как адресантом, так и, прежде всего, адресатом.

Факторы (а) и (б) – *обязательность* и *реальность* временной «локации» новостной заметки есть производное от специфики ее содержания. Как писал Г.Г.Почепцов, новостийность – свойство преходящее, «когда новость становится общеизвестной, новость следующего дня вычеркивает новость дня предыдущего» [13, с.107]. Следовательно, злободневность, сиюминутная актуальность описываемых событий – это залог востребованности соответствующего коммуникативного продукта. В связи с этим установление хронологической рамки, во-первых, описываемого события (*когда ЭТО произошло*), а во-вторых, хронологии информирования о нем (*когда об ЭТОМ сообщается*) оказывается крайне важным.

Фактор (в) проявляет себя в том, что согласно коммуникативным конвенциям дискурсивная деятельность обоих субъектов новостного дискурса (адресанта и адресата) темпорально *регламентирована*: она должна быть синхронизирована по времени. Под этим понимаем следующее: согласно не писаным конвенциям коммуникации в СМИ, адресату новостной заметки предписывается «***требование***» ***прочсть ее в день публикации***.

В случае электронной коммуникации это происходит почти автоматически, по причине того, что новостная лента постоянно освежается, одни сообщения перемещаются в архив, на их месте появляются другие, более поздние.

В случае газетной коммуникации предполагается, что адресат прочтет сообщение в день выхода соответствующего номера ежедневной газеты. Вчерашние и позавчерашние газеты часто используются просто как материальный объект, упаковочный материал и т.п. Их хранение и использование в библиотечных фондах – предмет отдельного обсуждения ниже.

Соблюдение коммуникативной конвенции, о которой шла речь в пункте (в), приводит к *идентичности* адресантно-адресатной темпоральной координаты

«вчера–сегодня–завтра» и делает возможным адекватное и быстрое понимание дейктической и шифтерной темпоральной локализации события.

Например, читая новостную заметку в день ее публикации (скажем, во вторник 10.10.18), адресат без каких-либо дополнительных *когнитивных* усилий воспринимает используемый в сообщении темпоральный маркер *сегодня* как 10 октября 2018 года, а темпоральные маркеры *вчера* или *в понедельник* – как 9 октября 2018 года. Соответственно, маркер *на прошлой* неделе без труда понимается читателем как отсылка к событиям, произошедшим между 3 и 8 октября 2018 года.

Новостная лента интернет СМИ предлагает еще более дробную темпоральную маркировку, эксплицируя не только суточный диапазон, но и часовой и даже минутный диапазон *хронологии публикации*, например, *сегодня 14:30*. Подобная маркировка релевантна для отражения быстротекущей ситуации в нескольких последовательных публикациях, т.к. предполагается, что сообщение на ту же тему, маркированное *сегодня 15:40*, будет более свежим, содержащим некий дополнительный квант новостной информации.

Такова базовая особенность **новостного хроноса**. Идентичность адресантно-адресатной темпоральной координаты «вчера–сегодня–завтра» в некоторой степени роднит *новостной* дискурс с *нелитературным*, «*каноническим*» (в терминах Лайонза) дискурсом, в котором существует «общая для говорящего и слушающего пространственная и временная ситуация, которую обслуживают соответствующие грамматические структуры (*here, there, yesterday, last year*)» [25, с.42-43].

Этим объясняется релятивный характер обозначения хроноса в новостном сообщении, т.е. обозначения с помощью дейктиков, индексальных и шифтерных слов. Дейксис трактуется в лингвистике как идентификация личностей, действий, процессов через соотношение с местом и временем акта говорения. В частности, «сфера дейксиса включает...указания на временную и пространственную локализацию сообщаемого факта (хронотопический дейксис), выражается местоименными наречиями» [29, с.128]. Е.С.Кубрякова отмечает, что Р.Якобсона можно «по праву считать первым ученым, который разъяснил сущность классификации знаков у Пирса, продемонстрировал наличие в языковой системе не только знаков-символов, но и обязательное наличие в ней индексальных знаков, которые он специально описал под именем шифтеров» [11, с.22].

Для новостной заметки первоочередной интерес представляет *темпоральный* дейксис, поскольку, согласно Э.Бенвенисту, он «совпадает во времени с моментом говорения, *сейчас* ограничивает непосредственно данное время, идентичное с речевым актом» [2, с.287]. Как исчерпывающе сформулировала С.Терехова, «дейксис – это универсальная категория, эксплицирующая соответствующие дейктические понятия времени (настоящее, прошлое, будущее)» [18, с.136].

Аутентичное использование временных дейктиков «*вчера, сегодня, завтра*» в ситуации письменного общения возможно нечасто, т.к. письменная коммуникация изначально возникла и в результате обычно ориентирована, прежде всего, на *отсроченный* этап ее реализации. Наша позиция по этой проблеме сформулирована следующим образом: «В потенциально-коммуникативном статусе сообщение, воплощенное в “мертвом”, “статичном” материале (рукописи, книги), может

сохраняться бесконечно..., его коммуникативная потенция может актуализироваться в любом месте и в любой отдаленный момент времени» [10, с.15-16].

Рассуждая о новостной заметке в газете и в электронной ленте, отметим интересную особенность, отличающую эти два типа новостных публикаций.

Существуют тексты, в которых степень отсроченности их реализации влияет на их восприятие. Как мы писали ранее, «разный интерес представляет собою одно и то же сообщение для читателей свежей газеты и для читателя, работающего с этой же газетой в библиотечном архиве» [Там же]. Обратим внимание на то, что с течением времени газетная заметка *не утрачивает*, а лишь *изменяет* свою информационную ценность: на смену оперативности и злободневности сообщения приходит качество документального свидетельства об определенном периоде жизни общества. В газетной заметке, прочитанной спустя годы после ее опубликования, ценится, прежде всего, ее репортажный характер, немедленные, сиюминутные наблюдения над давно исчезнувшей действительностью.

Нам сложно вообразить работу с новостными заметками электронных лент прошлых лет. Однако напрашивается одно гипотетическое наблюдение. Сравнивая отсроченное восприятие новостного сообщения в печатной газете и в ленте интернет издания, отметим интересный факт различия его (сообщения) материальной репрезентации. Держа в руках газету прошлых лет, читатель-исследователь непременно попадает под обаяние артефактов истории: в данном случае пожелтевшие от времени и пахнущие старой бумагой страницы газетного разворота *перцептивно* влияют на *когнитивное* и *эмоциональное* восприятие собственно сообщения. Электронное новостное сообщение по определению лишено такого канала воздействия на адресата.

Параллельно отметим, что темпорально-дейктический компонент языковой ткани новостного сообщения с отсроченной (даже небольшой: в пределах суток) коммуникативной реализацией если и *не утрачивает* свою информативную ценность, то все же *усложняет* восприятие информации. Иными словами, если новостная заметка прочитана «не сегодня», коммуникативный результат меняется. Дейктический центр *сегодня* перестает быть общим для адресата и адресанта. Вследствие этого чтение ежедневной газеты или новостной ленты интернет издания уже на следующий день после публикации заметки (не говоря о более отсроченной реализации коммуникации) требует от читателя мысленной коррекции дейктиков *сегодня/вчера/завтра*. Читатель вынужден трактовать хронологию событий, делая поправку на свое, читательское *сегодня*. Это означает увеличение когнитивных усилий адресанта. Еще раз, обратим внимание на то, что речь не идет о *сегодняшней* заметке, описывающей события *вчерашнего* или *позавчерашнего* дня. Мы рассуждаем в данном случае о *вчерашней/позавчерашней* заметке, прочитанной *сегодня*. Именно такая ситуация усложняет деятельность адресата.

В свою очередь, увеличение когнитивной сложности восприятия новостного сообщения чревато коммуникативным сбоем, поскольку специфика таких сообщений в целом может быть сформулирована как ***коммуникативно неблагоприятная ситуация***, в которой функционируют СМИ. У читателя

ежедневной газеты или ленты новостей, как правило, "существует слабая установка на *внимательное* восприятие и осмысление информационных сообщений, их восприятие изначально протекает скорее в режиме просматривания, чем тщательного прочтения текста" [25, с.28, 35]. Как утверждает Г.Г.Почепцов, "специалисты характеризуют массовую аудиторию как невнимательную.., массовое сознание принципиально невнимательно, для него (описываемые) события имеют отнюдь не первостепенное значение" [13, с.210, 225].

Вместе с тем, согласно фундаментальному труду Д.Байбера и др., "главная цель новостийного репортажа – передача информации, предпочтительно в наиболее сжатой форме, поэтому неудивительно, что здесь наблюдается наивысший показатель *лексической плотности* (соотношение вокабулярных единиц и словоупотреблений)". Этот показатель в тексте репортажа составляет 75% (для сравнения: в разговорной речи он равен 57%), что свидетельствует об информативной насыщенности новостийного сообщения [22, с. 53, 62]. Следовательно, когнитивная нагрузка на читателя в процессе декодирования такого сообщения достаточно велика сама по себе. Увеличивать ее за счет непрозрачности темпоральных маркеров коммуникативно опасно. В особенности для коммуникации в СМИ.

М. Пратт считает, что сообщения, которыми обмениваются коммуниканты, можно сравнить с рыночным товаром (*commodity*), которым торгуют на метафорическом лингвистическом рынке. "Товар, имеющий хождение на рынке, называется информацией, т.е. категорией, которая ассоциируется, прежде всего, с массовой коммуникацией" [27, с.187]. При всей метафоричности подобного тезиса, нельзя сбрасывать со счетов сугубо коммерческую (в прямом смысле слова) составляющую деятельности СМИ, которые для привлечения читательской аудитории стараются сделать процесс чтения максимально быстрым и когнитивно экономным. В случае пренебрежения такими соображениями издания (как печатные, так и электронные) рискуют потерять свою читательскую аудиторию, т.к. в современном информационном пространстве конкуренция на подобном «рынке услуг» огромна.

Рассуждая о темпоральном своеобразии новостных сообщений в масс-медиа, следует также помнить об особенностях этно-специфического картирования мира. Причем о подобном картировании пространственного континуума сказано немало, но оно актуально и для временного континуума. О «концепции различения культур по ориентации во времени» см.: [17, с.174], а также [5; 9; 21]. Совокупность жанровой и этно-специфической составляющей характеризуют концептуальную модель в том числе и медийного новостного хронотопа.

Согласно этой модели, в западной культуре время мыслится как линейное,двигающееся из прошлого через настоящее в будущее и членищееся на отрезки разной величины: от минуты до столетия. Как уже упоминалось выше, *уникальность новостного хроноса* (в печатной и электронной коммуникации) состоит в *идентичности* точки отсчета *сейчас* для обоих участников коммуникации. В идеале *в момент коммуникативной реализации новостного сообщения* его

отправитель и получатель, т.е. автор и читатель существуют в *общем* для них, едином *сегодня*.

Чем ближе описываемое событие по оси времени к моменту коммуникативной реализации сообщения о нем (для газеты это *сегодня*, для электронной заметки это *сейчас* или даже *14.40*), тем мельче и детальнее оказывается масштаб его (события) временной локализации и параметризации. Свежие, недавние события маркируются темпоральными сигналами минутного, часового диапазона, а также через указание на часть суток (*сегодня в 18.40, сегодня утром, вчерашним вечером* и т.п.). Более отдаленные по оси времени события маркируются более крупными временными сигналами как действительными (*на прошлой неделе*), так и номинативными (*в мае 2018 года, прошлой зимой*).

Это касается не только событий, произошедших в прошлом, но и тех, которые ожидаются в будущем. Специалисты выделяют среди медийных текстов даже особую разновидность т.н. «превентивных сообщений о событиях, которые запланированы и с большой степенью вероятности должны произойти в ближайшее время» [19, с.58]. Чем ближе к моменту публикации прогнозируемые события, тем мельче формат темпоральных маркеров и наоборот: *сегодня вечером, завтра в 11.30, в предстоящее воскресенье, на следующей неделе, на будущих выборах* и т.д.

Степень *приближенности* события, как произошедшего, так и предполагаемого, к моменту публикации новостного сообщения о нем и степень его информационной *ценности* коррелируют между собой: они связаны прямо пропорционально. Чем больше степень приближенности события, тем выше его ценность. Это определяет и порядок изложения нескольких событий в едином новостном сообщении. Как отмечает К.А. Андреева, «нарратив определяется как изложение событий во временной последовательности» [1, с.8].

Расположение событий в новостном нарративе не изоморфно их следованию в реальности. Текст заметки представляет собою зигзагообразное перемещение по оси времени, причем начинается повествование всегда с самого недавнего, а следовательно, собственно *новостного* события, даже если его значимость (социальная, экономическая, психологическая) меньшая, нежели у других событий того же нарратива.

Если сообщение о некотором событии не является абсолютно первым и представляет собою описание ситуации в ее развитии, то завершается такое повествование обязательным *синописом*, кратким напоминанием читателю сути описываемой проблемы.

В электронных СМИ данная заключительная часть текста непременно содержит также гиперссылки к более ранним публикациям о начале и предшествующем развитии ситуации. Желая одним движением «мышки» отправляются в другую, более раннюю публикацию о том самом нарративе.

При этом нельзя сбрасывать со счетов то обстоятельство, что событие "имеет определенный срок жизни, за 7–10 дней оно полностью "выветривается" из массового сознания" [12, с.85]. Поэтому жизнь события в новостийной плоскости (например, в медийной) подчиняется последовательным этапам его отражения в

прессе: освещение, комментирование, упоминание в списке однородных событий, ссыла на него в связи с другими событиями [там же].

Новостной дискурс, как и любой другой, может быть успешным при наличии соответствующих коммуникативных навыков у его участников. Дж.Ватсон называет такие навыки "новостийной грамотностью" (*news-literate*), которую определяет как "способность адресата понимать нормы, коды и условности новостных сообщений, его способность "с умом" просматривать новости (*to scan intelligently the news*) и спонтанно интерпретировать весь мир в терминах новостного кода" [28, с. 209].

Подводя итог рассуждениям о темпоральном факторе медийного дискурса, отраженного в новостной заметке в газете в электронной ленте, определяем его дифференциальные признаки, отличающие, прежде всего, **новостной хронос** от похожих феноменов в других типах дискурса (например, в художественном, научном и т.д.). **Хронос новостного медийного дискурса** всегда эксплицитен, реален, неотрывен от момента публикации и конвенционально требователен к моменту его восприятия читателем как печатных, так и электронных СМИ.

Литература

1. *Андреева К. А.* Грамматика и поэтика нарратива в русском и английском языках: Автореф. дис...д-ра филол.наук:10.02.20. Екатеринбург, 1998. 45 с.
2. *Бенвенист Э.* Семантические проблемы реконструкции. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. С. 331–350.
3. *Бисисалиева М. К.* О понятиях «текст» и «дискурс». *Филологические науки*.1999. № 2. С. 78–85.
4. *Буниятова И.Р.* Текст или дискурс: вот в чем вопрос. *Studia Philologica: Збірник наукових праць*. К., 2016 Вип.6 С.3-9.
5. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1997 94 с.
6. *Жаботинская С. А.* Когнитивные и номинативные аспекты класса числительных. М.: ИЯ АНССР, 1992. 216 с.
7. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: Гнозис, 2004. 390 с.
8. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка: кол. монография/ [Бондаренко Е.В., Мартынюк А.П., Фролова И.Е.,Шевченко И.С.]; под ред.И.С.Шевченко. Х.: ХНУ имени В.Н. Каразина, 2017. 246 с.
9. *Клакхон К.* Зеркало для человека. Введение в антропологию. СПб.: Евразия, 1998. 108 с.
10. *Коллегаева И. М.* Текст как единица научной и художественной коммуникации. Одесса: РИООУП, 1991.120 с.
11. *Кубрякова Е. С.* Возвращаясь к определению знака. Памяти Р. Якобсона. Вопросы языкознания. 1993. № 4. С. 18–28.
12. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные аспекты семантики. К.: Вища школа, 1987. 145 с.
13. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефлбук, К.: Ваклер, 2000. 352 с.

14. Ревзина О. Г. Язык и дискурс. *Вестник Московского университета*. Сер. 9: Филология. 1999. № 1. С.25–33.
15. Селезнева Л.В. Исследование дискурса в современной лингвистике: опыт, направления, проблемы. *Вестник СВФУ им.Л.К.Амосова*, 2011. Т.8, № 4. С.119-124.
16. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія.. Полтава: Довкілля–К, 2006. 716 с.
17. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М.: Ин-т психологии РАН, 1999. 320 с.
18. Терехова С. І. Специфіка способів експлікації понять «сюди-туди» в українській, російській та англійській мовах. *Вісник КДЛУ*, Сер. Філологія. Т. І. 1998. № 1.С. 131–138.
19. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект, 2000. 312 с.
20. Тураева З. Я. Категория времени. Время грамматическое и время художественное. М.: Высшая школа, 1979. 219 с.
21. Холл Э. Как понять иностранца без слов. М.: Вече, 1995. 58 с.
22. Biber D. et al. Longman Grammar of Spoken and Written English. Harbow: Pearson Education, 1999. 234 p.
23. Dijk van T. A. Discourse analysis as a new cross-discipline. Handbook of discourse analysis. Lnd., 1985. Vol. I. P. 1–10.
24. Fillmore Ch. J. Linguistics as a tool for discourse analysis. Handbook of discourse analysis. Lnd., 1985. Vol. 1. P. 11–39.
25. Lyons J. Language and Linguistics. Lnd., N.-Y., Cambridge: CUP, 1981. 189 p.
26. Kolegayeva I., Voronyuk O. Cognitive aspects of Intralingual and Interlingual Parnomymous Attraction in Mass Media Communication. *The USSE Messenger*, 2000 (1). P. 35–40.
27. Petöli J.'S. Lexicon. Handbook of discourse analysis. Lnd., 1985. Vol. I. P. 87–101.
28. Pratt M.L. Ideology and speech-act theory. *The Stylistic Reader. From Roman Jakobson to the present* / Ed. by J.J.Weber Lnd., Sydney, Aukland: Arnold, 1996. P. 181–193.
29. Watson J., Hill A. Dictionary of media and communication studies.. Lnd.: Arnold, 2000. 376 p.
30. *Лингвистический энциклопедический словарь*. Гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд., дополн. М.: Большая Российская Энциклопедия, 2002. 709 с.
31. Языкознание. Большой энциклопедический словарь. М.: Большая российская энциклопедия, 1998. 685 с.

І. М. Колегаєва,

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
кафедра лексикології і стилістики англійської мови*

НОВИННА ЗАМІТКА В ГАЗЕТІ ТА В ЕЛЕКТРОННІЙ СТРИЦІ. НОВИННИЙ ХРОНОС

В статті розглянуто новинні замітки, опубліковані в газеті та електронній мережі Інтернету. Основну увагу приділено новинному хроносу, тобто часовим

параметрам а) відображених подій і б) комунікативної діяльності адресанта й адресата новинного повідомлення. Названо розрізнявальні ознаки новинного хроносу: облігаторність і реалістичність темпоральних маркерів у повідомленні, а також конвенційний припис одночасності комунікативної діяльності адресанта й адресата. Окреслено специфіку функціонування новинного дискурсу в газетному VS електронному форматі.

Ключові слова: новинний хронос, темпоральний дейксис, комунікативна діяльність адресанта/адресата, друковані VS електронні ЗМІ.

I. M. Kolegaeva,

*Odesa national I.Mechnikov university,
English stylistics and lexicology department*

NEWS ITEM IN NEWS-PAPER AND ELECTRONIC PUBLICATION. NEWS-ITEM CHRONOS

The article deals with news items, published in news-papers and electronic resources of the Internet. Main focus is on the news item chronos, i.e. the temporal parameters of: a) depicted situation and b) communicative activity of the addresser and an addressee of a news item. The differential features of news item chronos are suggested: obligatory presence and reality of the temporal markers, as well as conventional expectations of simultaneousness in communicative activity of both the addresser and an addressee. We suggest several specific characteristics of news item discourse in newspaper VS electronic format.

Key words: news item chronos, temporal deixis, addresser/addressee's communicative activity, press VS electronic media.