

АВТОР І ЧИТАЧ У ГАЗЕТНІЙ КОМУНІКАЦІЇ ПРО КРИЗОВІ СИТУАЦІЇ

Терехова Л.В.

кандидат філологічних наук, доцент,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Драгомирецький О.О.

кандидат філологічних наук, доцент,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

За визначенням О.О. Селіванової, комунікація – «то є цілеспрямований процес, діяльність, одним із засобів якої є мовлення (дискурс), тоді як знаковою цілісною формою організації є текст» (Селиванова, 2004: 32). Комунікація, усна чи письмова, у тому числі газетна комунікація, передбачає взаємодію між суб'єктами комунікації – автором та читачем, що відповідає принципу діалогічності, сформульованому М. М. Бахтіним: «подія життя тексту, тобто його справжня сутність, завжди розвивається на межі двох свідомостей, двох суб'єктів» (Бахтин, 1979 : 285). Центральним елементом (центруючим усю систему) газетної комунікації є газетний текст, він пов'язує дві інші комунікаційні складові – автора та читача. Текст є знаковою системою, та, відповідно, має матеріальний та ідеальний аспекти. З одного

боку, текст існує в рамках певного каналу (газети). З іншого боку, за текстом стоїть авторський задум, що є крайньою смисловою позицією по відношенню до всіх текстових модальностей (Корман, 1992 : 174). Завдяки задуму в тексті втілюється фрагмент певної концептуальної картини світу, створюється певний референційний простір (Колегаєва, 1991 : 31).

Створенню окремого газетного тексту передують певна інформаційна ситуація (комунікаційний фон). Зображена в тексті подія є результатом здійсненої суб'єктом (автором) інтерпретації (авторська модальність) фрагменту дійсності – реальної події, що має просторово-часові координати у фізичному часі та просторі. Важливим елементом комунікації, що передбачає для читача можливість розглядати велику кількість газетних публікацій як цілісне комунікативне явище, є референтна ситуація. У нашому випадку йдеться про газетні тексти, що описують велику кризову референтну ситуацію. До того ж, йдеться про ситуацію такого масштабу, що її повноцінний опис стає можливим за участі багатьох авторів у багатьох окремих газетних публікаціях, що складаються в єдину цілісну структуру – макротекст.

Під «макротекстом» ми розуміємо сукупність газетних публікацій, висвітлюючих одну тему, оприлюднених у низці послідовних номерів газетного видання, яким притаманна певна узгодженість авторських позицій, та які утворюють єдине комунікативне ціле. У нашому випадку це статті газети *New York Times* (№ 56108-56125) про кризову ситуацію, яка виникла у результаті терористичних актів під час Бостонського марафону у квітні 2013 року. У досліджуваному макротексті спільність теми «кризова ситуація» простежується як між різними публікаціями одного номера газети (горизонталь макротексту), так і між публікаціями низки послідовних номерів (вертикаль макротексту). Насиченість горизонталі та вертикалі статтями залежить, зокрема, від актуальності ключових кризових подій у момент виходу номеру друком. Тобто, інформаційна ситуація формує кожний наступний акт газетної комунікації, фіксуючи межі тематичного змісту видання.

Статті, що утворюють макротекст про кризову ситуацію, написані різними авторами. То є і журналісти газети, і активні читачі, що надсилають свої матеріали для оприлюднення в рубриці «Листи читачів». Позиція авторів виявляється сумісною (за фактом публікації матеріалів) з позицією редакції газети, яка, тим не менш, майже завжди використовує кліше: «думка редакції може не співпадати з думкою авторів». Окрім того, автори одного газетного видання, зазвичай, читають матеріали одне одного, зокрема тоді, коли вони пишуть на одну тему, та кожне інформаційне повідомлення будується у «метакомунікативному режимі, оскільки воно має враховувати попередній інформаційний контекст» (Почепцов, 2001: 25). Це дозволяє умовно говорити про єдність позиції авторів публікацій, що дає можливість, у свою чергу, зробити припущення про умовну єдність задуму, отже – розглядати таку послідовність публікацій як щось цілісне, як великий текст, або макротекст.

Оскільки при визначенні меж тексту ми виходимо з єдності теми, то, враховуючи, що одна й та сама тема може висвітлюватися в газеті, по-перше, від номера до номера, а по-друге, різними авторами в межах одного номера, відзначимо, що єдиним «збирачем докупи» такого великого текстового утворення (яке ми умовно називаємо макротекстом) може вважатись саме читач. Зазначимо, що поділяємо позицію У. Еко відносно того, що читач розглядається як повноцінний суб'єкт комунікації, який користується майже рівними з автором правами щодо тексту (Еко: 26). Це міркування може бути вірним також по відношенню до газетної комунікації на базі журналістських текстів, де йдеться про реальні події.

У процесі побудови смислового простору на основі читання газетного тексту, читач, як він це робить зазвичай, користується так званою формулою Квінтіліана: в газетній публікації він шукає відповіді на питання: хто? що зробив? де? чому? як? коли?. У тому випадку, коли відповідей немає або коли вони неповні, читач дає свої тимчасові відповіді, робить свої гіпотези, які покликані заповнити лакуни. Той самий принцип працює в межах макротекста: «ми не можемо говорити про лакуни в тексті, ... якщо не маємо уявлення про текстове ціле; але ціле не можна зрозуміти без розуміння його частин та, відповідно, його лакун» (Green, 2000: 197). Окрім заповнення розірваних текстових ізотопій, у читача для участі у макротексті може бути інша, цілком прагматична мотивація. Оскільки читачі досліджуваних газетних публікацій – переважно американці, а досліджувані газетні тексти висвітлюють кризову ситуацію в Сполучених Штатах, мотивація для читання добірки матеріалів про кризову ситуацію може бути сформульована таким чином: бажання вберегти себе та своїх близьких від небезпеки, забезпечення життя.

Таким чином, ми пропонуємо розглядати макротекст як таке явище комунікації, коли взаємодія автора та читача виходить за межі одного окремого цілого тексту, утворюючи складне дискурсне явище, сформоване на базі кількох дискретних текстів, що лежать в основі низки комунікативних актів, розділених у часі та просторі, але об'єднаних одною темою.

Список літератури

- Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. *Эстетика словесного творчества*. М.: Искусство, 1979. С. 281-307.
- Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. Одесса: Одесоблполиграфиздат, 1991. 120с.
- Корман Б. О. Целостность литературного произведения и экспериментальный словарь литературоведческих терминов. *Избранные труды по теории и истории литературы*. – Ижевск: изд-во Удм. ун-та, 1992. С. 172-189.
- Почепцов Г. Г. Информация & дезинформация. К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. 256 с.
- Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. К.: Брама, 2004. 336 с.
- Eco U. From Internet to Gutenberg. The Italian Academy for Advanced Studies in America. URL: http://joevans.pbworks.com/f/eco_internet_gutenberg.pdf ;
- Green K. Reading, writing and reception. *Critical Theory and Practice: A Coursebook*. London, New York: Routledge, 4th ed., 2000. P. 183 – 223;
- NYT 2013, №№ 56108 – 56125.