

RU

Подводка к медиатексту СМИ в социальной сети: семантические трансформации новостной пропозиции

Носовец С. Г.

Аннотация. Цель исследования – выявить особенности семантических изменений новостной пропозиции, которые происходят в подводках к новостному медиатексту СМИ (посту), размещенному в социальной сети. Научная новизна работы заключается в том, что впервые выявлены и описаны виды семантических трансформаций пропозиции в подводке к новостному медиатексту, функционирующему в условиях социальных сетей. Полученные результаты показали, что в подводке к посту СМИ наблюдаются следующие семантические изменения: опущение семантических компонентов; введение дополнительных элементов; приращение смысла за счет введения имплицитной семантики; замена части исходных компонентов пропозиции на обобщенные дескрипторы; полная замена семантических компонентов и совмещение приемов.

EN

Introduction to Media Text in Social Networks: Semantic Transformations of News Proposition

Nosovets S. G.

Abstract. The paper aims to reveal semantic transformations of news propositions in introductions to news media texts posted in social networks. Scientific originality of the study lies in the fact that the author for the first time identifies and describes types of semantic transformations of propositions in introductions to news media texts posted in social networks. The conducted analysis allows identifying the following semantic changes: semantic compression; introduction of additional elements; semantic increment due to introducing implicit semantics; replacement of certain components of a proposition by generalized descriptors; full replacement of semantic components and combined techniques.

Введение

Актуальность работы обусловлена растущим вниманием ученых к исследованию языковых процессов, происходящих в социальных сетях, а также неутоляемым интересом к исследованию новых жанровых форм медиатекста, функционирующего в современных медиакommunikationных условиях.

Для достижения поставленной цели следует решить следующие задачи: во-первых, дать определение *подводки* в соотношении с традиционными элементами журналистского новостного текста; во-вторых, обосновать необходимость пропозиционного подхода к анализу подводки; в-третьих, выявить виды семантических изменений, происходящих в новостной пропозиции в подводке к новостному посту СМИ в социальной сети. Материалом исследования послужили публикации в 40 сообществах СМИ и информагентств в социальной сети «ВКонтакте».

В процессе исследования применялись методы лингвистического наблюдения и описания. При отборе эмпирического материала применялся метод сплошной выборки.

Теоретической базой исследования послужили полидисциплинарные работы ученых, поскольку новостной медиатекст является точкой пересечения интересов теоретической журналистики (см. работы М. Н. Кима, А. А. Амзина, Г. В. Лазутиной, С. С. Распоповой, Я. Н. Засурского, Е. Л. Вартановой, А. А. Тертычного и мн. др.) и медиалингвистики (см. концепции ученых Т. ван Дейка, Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, В. И. Конькова, В. Г. Костомарова, Н. И. Клушиной, А. А. Негрышева, Г. Я. Солганика и мн. др.).

Практическая значимость работы видится в использовании материалов исследования в преподавании дисциплин по языку СМИ, современному медиатексту, интернет-стилистике, интернет-журналистике.

Подводка как новый элемент медиатекста СМИ

Традиционные форматы и жанры СМИ, погруженные в так называемую экосистему социальных медиа [10], претерпевают изменения. Так, в новостном медиатексте появляется новый структурный элемент – подводка. Сам термин «подводка» давно существует в практической журналистике. Он обозначает информацию ведущего теле- или радиопрограммы, предваряющую сюжет. Однако сегодня данный термин стал применяться и в отношении интернет-медиатекста (см. А. Амзин [1], В. Пуля [8]). Подводка – это текстовый элемент, размещенный на официальной странице СМИ в соцсети в препозиции к новостному сообщению (посту) (см. Рис. 1).



Рисунок 1. Подводка к новостному посту СМИ в социальной сети

Новостной медиатекст построен по «принципу перевернутой пирамиды» имеет иерархическую структуру, которую одним из первых определил Т. ван Дейк. Ученый выделил заголовок, вводку, главное событие, фон, контекст, историю и комментарий, причем заголовок и вводка, или лид, являются «вершиной макроструктуры», далее следует «корпус текста» – остальные элементы разной степени обязательности [2, с. 131]. Будучи частью поста в условиях новостной ленты социальной сети, подводка предшествует новостному сообщению. Таким образом, подводка находится в сильной позиции медиатекста и практически выполняет функции заголовка и лида.

Пропозиционный подход к анализу подводки

Предмет новости – последние события, отобранные в соответствии с критериями новостной ценности [4, с. 233–234]. В новостном тексте всегда есть главное событие, «положение дел», лежащее в основе новостного сообщения. Для описания этого смыслового ядра новости ученые прибегают к разным понятиям (ср., например, понятие факта, меняющего ситуацию, как сердцевины новости в концепции Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой [3, с. 87] или понятие референтного события – события текста в концепции А. Негрышева [5]). Еще Теон ван Дейк применил понятие *пропозиция* в отношении именно новостного текста, подчеркивая иерархическую организацию его семантики, где заголовок и лид заключают макропропозицию высшего уровня и являются вершиной макроструктуры [2, с. 132]. На наш взгляд, именно понятие *пропозиции* является наиболее удобным инструментом для выявления роли подводки в передаче новостного события.

Пропозиция – это «такой смысл, который выражается в языке предикатной группой (предикатом со всеми словами, служащими для заполнения его семантических валентностей)» [6, с. 36]. Новостная пропозиция, таким образом, должна содержать набор структурных элементов (предикат, актанты, сирконстанты и пр.), обеспечивающих ее коммуникативную состоятельность. Минимальный набор компонентов для передачи главной мысли новостного сообщения определен в журналистских стандартах в виде требования содержать ответы на основные вопросы «кто?», «что?», «где?» и «когда?» [10], значит, новостная пропозиция должна включать предикат, актанты (агентив и объектив), сирконстанты (темпоратив и локатив). Однако семантическая конфигурация пропозиции обусловлена все же семантикой (валентностным потенциалом) предиката. Рассмотрим далее, какие семантические изменения новостной пропозиции наблюдаются в подводке.

Виды семантических трансформаций новостной пропозиции в подводке к медиатексту СМИ

1. Семантическая компрессия

В подводке может наблюдаться семантическая компрессия пропозиции. Сравним подводку «Трагедия в Австрии» и новостную пропозицию, содержащуюся в заголовке «В Австрии в результате схода лавины погибли

пять человек» («Новости RT на русском»). В подводке сохраняется только локатив и происходит смысловое свертывание слагаемого *в результате схода лавины погибли пять человек*, включающего актанта и сирконстант причины, до дескриптора с обобщенным смыслом *трагедия*.

2. Опускание компонента

В структуре новостной пропозиции может быть опущен какой-либо семантический компонент. Подводку с семантическими лакунами активно использует паблик «РИА Новости».

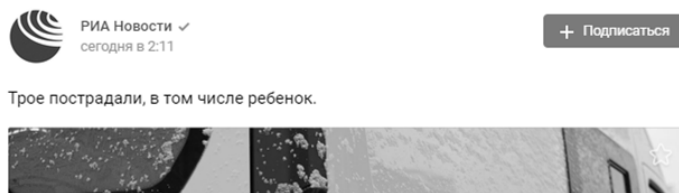


Рисунок 2. Подводка с семантической лакуной в новостной пропозиции

На Рисунке 2 подводка грамматически оформлена, но коммуникативно неполноценна: в содержании непонятно, что произошло и где. Здесь наблюдается совмещение приемов – семантическая компрессия и опущение локатива. Только обратившись к лиду новости («При столкновении автобуса с двумя фурами под Уфой трое пострадали, в том числе ребенок»), можно восполнить необходимые семантические лакуны и понять сообщение. Распространенный вариант – использование в подводке местоимения. В таком случае в структуре пропозиции место субъектного и/или объектного актантов занимает местоимение. «*Им вручили ордена Пирогова и медали Луки Крымского*» (подводка) – «*Путин наградил более 200 медиков за борьбу с коронавирусом*» (заголовок). Здесь мы видим замену объектного актанта *медики* на местоимение *им* и опущение субъектного актанта *Путин* одновременно со сменой предиката *наградил*, обозначающего активное действие, на неопределенно-личный вариант *вручили*.

3. Введение модусных смыслов

В структуру подводки могут, наоборот, вводиться дополнительные, например модусные, смыслы, которые «размывают» новостную пропозицию. Модусные смыслы авторизации, экспрессии, оценки, адресации вводятся с помощью вводных слов *к счастью, наверное, правда, очевидно, похоже*, обращений, стилистически маркированной лексики.

Например, в подводке «*Вышел трейлер сериала Джорджа Клуни “Уловка 22”. Кажется, будет смешно*» («Медуза») включен модус персуазивности (*кажется*), представляющий собой дополнительную (если не сказать лишнюю) информацию для традиционной новостной пропозиции.

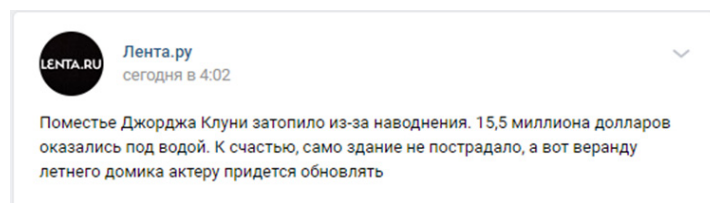


Рисунок 3. Подводка с расширенной новостной пропозицией

В подводке на Рисунке 3, кроме вводного слова *к счастью*, использована разговорная частица *а вот*. Данный пример примечателен также стечением тропов – гипербола (*поместье затопило* – в новости говорится, что пострадала всего лишь часть поместья) и метонимии (*доллары оказались под водой*). Все это дополнительные смыслы, свободно включаемые в подводку.

4. Введение имплицитных смыслов

В подводке может наблюдаться «приращение смысла» за счет намеренного введения в новостную пропозицию имплицитных смыслов для создания иронии и комического эффекта (Рис. 4).

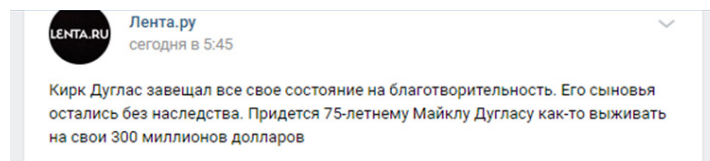


Рисунок 4. Подводка с имплицитными смыслами в пропозиции

Во фразе о состоянии сына Кирка Дугласа (*Придется 75-летнему Майклу Дугласу как-то выживать на свои 300 миллионов долларов*), намеренно включенной в подводку, предполагается наличие имплицитного смысла в когнитивной пресуппозиции читателя поста: ‘300 миллионов долларов – огромная сумма денег, достаточная для роскошной жизни’. Этот смысл, конечно, вступает в противоречие со значением предиката *придется выживать*, то есть ‘существовать, несмотря на неблагоприятные условия для жизни’, что и рождает иронический эффект.

5. Совмещение приемов

Подводка может одновременно содержать как семантическую компрессию, так и дополнительные смыслы. В следующем примере (Рис. 5) можно наблюдать «обнуление» новостной пропозиции – сведение ее до указательного местоимения.

Для этого нужно будет согласие студента.

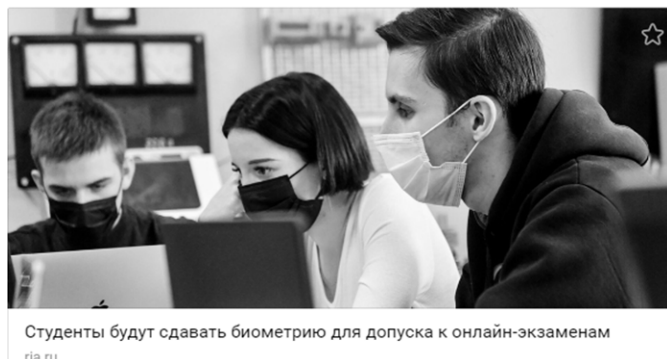


Рисунок 5. Подводка с семантической компрессией и дополнительными смыслами

Если сравнить подводку и заголовок, расположенный ниже, на скриншоте с иллюстрацией, в котором содержится новостная пропозиция, можно наблюдать в подводке сворачивание всей пропозиции и замену ее указательным местоимением *для этого*. Указательные местоимения указывают на объект через его отношение к речевой ситуации или к тексту (как в данном случае), поэтому указательное местоимение *этого* находится в анафорическом употреблении [7], ставящем читателя в необходимость «возвратиться» к пропозиции, точнее, обратиться к заголовку, чтобы восполнить семантические пробелы. Подводка с указательным местоимением обнаруживает проспективную связь с заголовком и при наличии дополнительных смыслов (*нужно будет согласие студента*) выполняет коммуникативно-прагматическую функцию – привлечь внимание читателя.

6. Замена пропозиции

В подводке может быть полностью заменена новостная пропозиция.

Как самостоятельные подводки могут быть использованы, например, цитаты. В подводку выносятся фрагмент высказывания, оформленный как прямая речь. Вот, например, как выглядит подводка к публикации «РТ» с новостной пропозицией ‘в России выписаны находившиеся на карантине пассажиры Diamond Princess’:

«Приехал из Италии, и просто в силу бдительности с друзьями пошли и проверились – и все».

Подробнее: <https://russian.rt.com/russia/article/726400-rossiyam>

Высказывание, вынесенное в качестве подводки к новостному медиатексту, совершенно не соотносится с новостной пропозицией. Это цитата второстепенного героя новости.

В качестве подводки могут быть использованы эмодзи (Рис. 6) (графические символы в виде лиц, животных, растений, предметов), используемые, как пишет один из авторитетных электронных словарей Merriam-Webster, «в текстовом поле в электронной коммуникации (например, в текстовых сообщениях, электронных письмах и социальных медиа) для выражения эмоционального отношения пишущего, для сжатой передачи информации, передачи сообщения в шуточной форме без использования слов и т.д.» [11].



Рисунок 6. Подводка-эмодзи

В подводках-эмодзи так же, как и в подводках, сводимых к междометиям (Рис. 7), полностью отсутствует новостная пропозиция – она заменяется на модусный эмотивный смысл.



Рисунок 7. Подводка-междометие

Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам.

1. Подводка – новый текстовый элемент, существующий в препозиции к новостному медиатексту СМИ, размещенному в социальной сети. Подводка, являясь сильной позицией текста, транслирует главную мысль новостного сообщения, так же как заголовок и лид.

2. Новостная пропозиция – главное событие новостного сообщения – предполагает типовую семантическую конфигурацию (предикат, актанты (агентив и объектив), сирконстанты (темпоратив и локатив)). Анализ новостной пропозиции позволяет выявить семантические изменения, происходящие в новостной подводке.

3. В подводке к новостному медиатексту СМИ в социальной сети наблюдаются структурно-семантические изменения новостной пропозиции: опущение семантических компонентов; введение дополнительных элементов; приращение смысла за счет введения имплицитной семантики; семантическая компрессия – замена части исходных компонентов пропозиции на обобщенные дескрипторы; полная замена семантических компонентов и совмещение приемов. Наблюдаемая семантическая трансформация обусловлена, на наш взгляд, функционированием медиатекста в условиях социальной сети, где приоритетной становится коммуникативно-прагматическая функция, связанная с привлечением внимания читателя.

Перспективы дальнейших исследований обусловлены необходимостью более детального анализа подводок с приращением смысла и введением в новостную пропозицию дополнительных компонентов.

Список источников

1. Амзин А. А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом. М.: АСТ, 2020. 400 с.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ.; сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
3. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Новостная журналистика в свете предметно-функционального подхода к дифференциации жанров // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2008. № 5. С. 82-98.
4. Негрышев А. А. К макроструктурной типологии текстов новостных жанров // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 228-244.
5. Негрышев А. А. Референтное событие и референтная база новостного медиатекста [Электронный ресурс]. URL: <https://medialing.ru/referentnoe-sobytie-i-referentnaya-baza-novostnogo-mediateksta/> (дата обращения: 08.11.2020).
6. Падучева Е. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: референциальные аспекты семантики местоимений / отв. ред. В. А. Успенский. М.: Наука, 1985. 271 с.
7. Падучева Е. В. Указательные местоимения [Электронный ресурс] // Русская корпусная грамматика. URL: http://rusgram.ru/Указательные_местоимения (дата обращения: 08.03.2021).
8. Пуля В. Эволюция редакционного SMMщика [Электронный ресурс]. URL: <https://jrnlst.ru/evolution-smm> (дата обращения: 20.09.2020).
9. Редакционный стандарт ТАСС: учеб. пособие / сост. А. В. Лебедев; отв. ред. М. Г. Филимонова. М.: Аспект Пресс, 2019. 176 с.
10. Dijck J. van. The culture of connectivity: A critical history of social media. N. Y.: Oxford University Press, 2013. 240 p.
11. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/emoji> (дата обращения: 25.03.2021).

Информация об авторах | Author information



Носовец Светлана Геннадьевна¹, к. филол. н., доц.

¹ Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского



Nosovets Svetlana Gennadjevna¹, PhD

¹ Dostoevsky Omsk State University

¹ s.nosovets@gmail.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 11.03.2021; опубликовано (published): 30.04.2021.

Ключевые слова (keywords): новостной медиатекст; СМИ; подводка; социальные сети; новостная пропозиция; news media text; mass media; introduction; social networks; news proposition.