

*Шурма С. Г.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри перекладу
Київського університету імені Бориса Грінченка*

ПОНЯТТЯ НАРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. У статті уточнено поняття наративної стратегії у публіцистичному дискурсі, визначено структуру газетного наративу та елементи його риторики.

Ключові слова: наратологія, наратив, наративна стратегія, публіцистичний дискурс, засоби масової інформації, наративний журналізм.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації та суспільство постійно взаємодіють. Так, у 2013–2014 рр. компанією “Pro.mova” було проведено дослідження читацьких звичок та ставлення до читання, в результаті якого виявлено, що новинні тексти в Україні щодня читає 30,5% респондентів [17, с. 5], а частка тих, хто читає соціально-політичні / економічні новини та огляди протягом року сягає 52,6% [17, с. 15]. Це вказує на те, що в сучасній українській спільноті роль преси зберігає свій важливий статус, адже вона впливає на соціальні відносини, підвищення або зниження рівня освіти і культури, настрої населення тощо [3]. Те, як преса впливає на суспільство, привертає увагу науковців з різних галузей лінгвістики, наприклад, психолінгвістики [13], соціальної лінгвістики [11], семіотики [21; 18; 19], дискурсології [28; 25]. Окремо в рамках лінгвістичних дисциплін розглядається і проблема наративу у газетних текстах (див. [6; 8; 10; 16] тощо).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Через інтерес лінгвістів до питань, присвячених аналізу наративних стратегій у ЗМІ, проблема потребує подальшої розробки і залишається актуальною у зв'язку із посиленням впливу мас-медійних повідомлень на суспільну свідомість.

Наративні стратегії вивчаються у рамках наратології. Термін “narratology” було введено у 1969 р. у науковий обіг Цветаном Тодоровим [22, с. 19], який, спираючись на принципи структуралізму та формалізму, наголосив на необхідності змінити фокус уваги дослідника з «поверхневого рівня текстових наративів, тобто певних дискурсів, що реалізуються у вигляді літер, слів та речень, на загальні логічні та структурні властивості наративу» [24, с. 331]. За традицією під наративом розуміють «особливий тип дискурса, тобто висловлювання, в ході якого оповідач розгортає перед слухачем історію (послідовність подій)» [5, с. 4], і застосовують цей термін до художніх текстів. Проте з 1990-х рр. із так званним наративним поворотом [26, с. 243; 18, с. 87] до об'єкта дослідження були включені також і інші види оповідних практик з інших галузей знань, зокрема такі практики у текстах публіцистичного характеру. З'явилося навіть поняття “homo narrans” [27, с. 12], або людини, чий досвід організовано «послідовно та логічно у формі одиниць дискурса та способів бачення, поведінки та буття» [27, с. 12].

У широкому розумінні наратив розглядається як певна «епістемологічна форма» [18, с. 87] освоєння дійсності або

певний тип знання [4, с. 33]. Виділяють такі функції наративу: впорядковувальну, інформаційну, переконувальну, розважальну, відволікаючу увагу, трансформувальну, темпоральну, посередницьку та кумулятивну [4, с. 33], пояснювальну, спрощувальну [18, с. 88] тощо. Якщо розуміти журналістику, як «майстерність розповідання історій» [6, с. 54], то наратив стає невід'ємною частиною будь-якого публіцистичного тексту.

Метою статті є уточнення поняття наративної стратегії у публіцистичному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Будь-який наратив має свою структуру. Так, О. Шейгал виділяє поверхневу структуру, наприклад, лінгвістичне оформлення заголовка, та змістовий план [18, с. 88–90]. Останній залежить від так званого наративного очікування [18, с. 90], тобто наративів, які деконструються в результаті інтерпретації певної номінації. Елементи мовлення засобів масової інформації, за словами П. Кочеткова, спрямовані саме на зміст, який породжується під час інтерпретації повідомлення, що передбачає встановлення адресатом зв'язку між змістом повідомлення та власним досвідом [12, с. 94]. При цьому важливу роль грає «формат» повідомлення, або певна перспектива подачі інформації в плані її тлумачення та структурованості часопросторових відношень [12, с. 94]. Формат значною мірою впливає на структуру наративу.

О. Мілостива виділяє такі елементи структури публіцистичних наративів [14]: (1) специфікація часу, місця та складу учасників подій; (2) ядро історії, в основі якого лежить певне ускладнення події; (3) вирішення або розв'язання ускладнення у вигляді розв'язки; (4) оцінка, що виражається як характеристика нарації, в результаті чого оповідач може висловити свою думку; (5) розгортання наративного акту у ланцюг мікроподій або епізоди макроподій; (6) наративна інтенціональність. При цьому зазначені елементи структури наративу можуть реалізуватися в межах одного тексту-повідомлення або кількох текстів, що охоплюватимуть певний проміжок часу, протягом якого розгортатиметься оповідь. О. Мілостива, аналізуючи структуру публіцистичного наративу, випускає учасників нарації: наратора та адресата [12, с. 95].

Зокрема, наратор публіцистичного тексту може бути представлений ауторіальним, акторіальним або нейтральним оповідачем, залежно від «ступеня об'єктивності / суб'єктивності та ступеня залученості у події» [12, с. 95], при цьому вибір наратора залежить від заданої стратегії оповіді. Стратегія обирається також на підставі того, якими є очікування щодо реакції адресата на події. Таким чином, комунікативна стратегія полягає у виборі мовленнєвих дій та їх послідовності, що допоможуть адресанту досягти ко-

мунікативної мети за певних умов комунікації, включаючи, окрім іншого, і характер адресатів [7, с. 109–110]. Від експлікації позиції суб'єкта-оповідача шляхом укрупнення певних деталей та вилучення інших залежить ступінь наративності публіцистичного тексту [15, с. 3].

Розглянемо наративні стратегії на прикладі повідомлення «Кату нема пощади: вирок у справі вбивці учасників «Молодої гвардії»» з газети «Молодь України» від 26 лютого 1960 р. Наратив присвячений суду та смертельному вироку у справі В. Підтинного в м. Луганську відповідно до звинувачення у зраді Батьківщини, знищенні радянських громадян та катуваннях. Події розгортаються у м. Луганську на судовому засіданні виїзної сесії колегії Верховного суду УРСР у 1960 р., проте є відсилки до подій кінця 1942 – початку 1943 рр. у м. Краснодарі та с. Первомайки. Також є відсилка на рішення Сталінського обласного суду від 15 червня 1959 р., проте саме рішення суду не розголошується.

Персонажами наративної події виступають збірні поняття: радянський народ, молодогвардійці, німці, 5 радянських парашутистів, виїзна сесія Верховного Суду, а також у статті згадуються імена окремих дійових осіб: Василь Підтинний – зрадник, з одного боку, а також Уля Громова, сестри Іванишини, Сергій Тюленін, Валерія Борц та Майя Іванишина – закатовані громадяни, батьки Марія Андріївна Борц та Ганна Василівна Фоміна, співробітник поліції Колотович як свідки у справі.

Події хронологічно охоплюють 17 років, проте основна оповідь торкається злочинних дій В. Підтинного під час війни. Для людини 1960 р. тематика була суспільно значимою. Драматизму події додається через протиставлення слів підсудного: «Ви не працівники поліції. Якби мені запропонували зараз розстріляти свого рідного батька, я б це зробив без вагання. А ви не можете справитись з цими малюками» та свідків: «На руках цього мерзотника кров наших дітей. Немає йому пощади, немає йому нашого прощення».

Ядро оповідної історії – опис злочинів В. Підтинного, тоді як розв'язка – вирок у вигляді вищої міри покарання – розстрілу.

Оцінка подій оповідачем розпорошена по тексту у вигляді емоційно-оцінної лексики, цитат дійових осіб, а також елементів пропаганди.

Дуже активно використовується репортером Ю. Светницьким та спеціальним кореспондентом М. Дубовиком прийом антитези, наприклад, *комсомольське підпілля – фашистські кати; підлий зрадник, фашистський наймит – радянські громадяни і військовополонені, молодогвардійці; мерзенна роль, мерзенні вчинки – справедливий гнів; виродок – радянський народ, трудящі*.

Стаття завершується оцінним повідомленням: «Трудящі із задоволенням зустріли цей справедливий вирок». Загалом наратив характеризується негативною модальною тональністю, представленою відкритою критикою та невдоволенням діями підсудного: «Цей виродок прагнув всілякими шляхами вигородити себе. Ні, не пройшло! Радянський народ не прощає тих, у кого на руках кров його вірних синів і дочок».

Стаття входить до загальної гіпертеми радянського нарративу «справедливе покарання зрадників Батьківщини», а текст повністю, у стислому вигляді вмістив оповідь про дискурсивну подію. Мета цього тексту – показати радянську судову систему як справедливу, таку, що не потурає злочин-

цям. У тексті також відчувається агресія не лише з боку підсудного по відношенню до жертв, але і з боку суспільства по відношенню до злочинця. Стаття віддзеркалює цінності людини 1960 р., яка, підпорядковуючись риториці радянської ідеології, ділила світ на «зрадників комунізму» та «трудящих на благо Батьківщини».

П. Лант та С. Лівінгстон [23, с. 586] визначають п'ять умов мас-медійної комунікації: 1) процес комунікації є лінійним, а акторами газетного нарративу виступають «замовник» інформації – редактор – журналіст – джерело інформації – особи, що описуються в газеті – журналіст – редактор (коректор) – читач статті [16, с. 50]; 2) аудиторія – це пасивні одержувачі інформації в кінці ланцюга медіа-впливу; 3) основною функцією мас-медіа є передача інформації; 4) передача засобами інформації не відрізняється від представлення інформації віч-на-віч; 5) стиль наближається до стилю публічного звернення. Функція передачі інформації у ЗМІ зумовлює той факт, що в рамках однієї події існує лише один наратив, незалежно від кількості точок зору щодо цієї події [9, с. 55]. Тому публіцистичний наратив – це інформація про сукупність подій у формі оповіді, яка включає вербальну оцінку та підтекст [9, с. 56]. Аби текст можна було віднести до нарративу, він має включати в себе експліцитно чи імпліцитно виражену модель: подія – історія – нарація – презентація нарації [20, с. 81], а порядок розгортання сюжету у наративі має бути представлений фактами та міні-подіями, що обираються з множинності ситуацій, осіб та дій, представляються в певному хронологічному порядку та вербалізуються [1, с. 15]. Наратив не обмежується одним виданням і часто виходить за рамки одного виду мас-медіа, тому дуже часто складно простежити, де починається та закінчується такий наратив [29].

Вважається, що наративи здатні мати більший вплив на читачську аудиторію, ніж інформаційні повідомлення, а журналістам рекомендовано дотримуватися драматичної структури, де є чітка сюжетна лінія, а сцени змінюють одна одну [2]. Викладення матеріалу також переважно характеризується високим ступенем образності, коли описи певних подій є яскравими та пам'ятними. Присутність оповідача у тексті посилюється через удавану або навмисну суб'єктивність [2]. М. Ваност [29] поділяє мовленнєві прийоми журналіста, що пише наратив, на прийоми, які дають змогу створити зв'язок із досвідом читача (деталізація, вираження думок тощо), та ті, які утримують інтерес читача (конфлікт, напруження тощо). Такий спосіб викладення матеріалу притаманний наративному журналізму, або жанру, що застосує методи художньої прози для створення статей [29].

Висновки. Підсумовуючи, слід зазначити, що наративна стратегія – це передусім комунікативна стратегія побудови певного типу дискурсу, яка характеризується відносно сталим набором риторичних елементів, що включають структуру повідомлення, оповіді, а саме хронотоп та дійових осіб, ускладнення події та її розв'язку, оцінку та інтенціональність, а також комунікантів. Певна подія лягає в основу публіцистичного нарративу, який не обмежується одним засобом інформації. Ефективність нарративу як способу викладення досвіду зумовила появу методу написання статей, відомого як «нاراتивний журналізм».

Перспективами подальшого дослідження вважаємо детальне дослідження нарративів радянського публіцистичного дискурсу 1960-х рр. порівняно із наративами чеських та британських видань того ж періоду.

Література:

1. Абраменко А. Нарративная стратегия в контексте ассиметричной политической коммуникации (по материалам выступлений В.В. Путина) / А. Абраменко // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 11 (49). – Ч. 1. – С. 13–18.
2. Бозрикова С. Нарративная журналистика / С. Бозрикова. – 2015. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.opennag.com/#!/Нарративная-журналистика/cmbz/565064da0cf2baa4d509aeda>.
3. Гришнякова К. Вплив засобів масової інформації на формування громадської думки / К. Гришнякова, К. Зуєв [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Politologia/7_87191.doc.htm.
4. Джинджолия Г. Нарративность как принцип организации дискурса / Г. Джинджолия // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – 2010. – № 2. – С. 33–42.
5. Жиличева Г. Нарративные стратегии в жанровой структуре романа (на материале русской прозы 1920–1950 гг.) : дисс. ... докт. филол. наук : спец. 10.01.08 «Теория литературы, текстология» / Г. Жиличева. – М., 2015. – 429 с.
6. Загидуллина М. Диалог, пропаганда, ценности и СМИ: о победе нарративных стратегий в современном информационном поле России / М. Загидуллина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elar.ufrj.br/bitstream/10995/31070/1/journ-2015-prep-16.pdf>.
7. Иссерс О. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. Иссерс. – М. : ЛКИ, 2008. – 288 с.
8. Карпиленко В. Використання нарративів у когнітивних структурах новин / В. Карпиленко // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 20. – С. 9–11.
9. Кириллов А. Интертекстуально-гипертекстуальный характер политического нарратива / А. Кириллов // Гипертекст как объект лингвистического исследования : материалы Всероссийской научно-практической конференции (Самара, 18 марта 2010 г.). – Самара : ПГСГА, 2010. – С. 54–58.
10. Коваленко Н. Коммуникативная стратегия эмоционализации в политических комментариях массовой прессы (на материале немецкой газеты “Bild”) / Н. Коваленко // Global Media Journal. – 2012. – Вип. 2. – Т. II. – С. 1–6. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pglu.ru/upload/iblock/03d/kovalenko.pdf>.
11. Костомаров В. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Костомаров. – СПб. : Златоуст, 1999. – 320 с.
12. Кочетков П. Значение нарратива в условиях меняющегося информационного пространства / П. Кочетков // Приволжский научный вестник. – 2015. – № 6-3 (46). – С. 93–97.
13. Леонтьев А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации / А. Леонтьев. – М. : Смысл, 2008. – 272 с.
14. Милостивая А. Газетный текст и когнитивно-дискурсивное событие наррации / А. Милостивая // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21849>.
15. Милостивая А. Жанр газетного текста и нарративность / А. Милостивая // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-3. – С. 1–10. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=23677>.
16. Милостивая А. Структура континуума газетного нарратива и ее роль в изучении акциональных субъектов коммуникации / А. Милостивая // Язык и культура. – 2015. – № 20. – С. 49–54.
17. Результаты дослідження читацьких звичок та ставлення до читання, проведеного у 2013–2014 роках / коментар Е. Огар [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://bookplatform.org/images/activities/275/brochurereadingfinalprint.pdf>.
18. Шейгал Е. Многоликий нарратив / Е. Шейгал // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. (2) 22. – С. 86–93.
19. Шейгал Е. Семиотика политического дискурса / Е. Шейгал. – М. : Волгоград, 2000. – 367 с.
20. Шмид В. Нарратология / В. Шмид. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.
21. Bignell J. Media Semiotics: An Introduction / J. Bignell. – Manchester, N.Y. : Manchester Univ. Press, 2002. – 241 p.
22. Herman D. Histories of narrative theory (I): A genealogy of early developments / D. Herman // A Companion to Narrative Theory / ed. by J. Phelan, P.J. Rabinowitz. – Malden, Oxford : Blackwell Publishing Ltd, 2005. – P. 19–35.
23. Lunt P. Language and the media: An emerging field for social psychology / P. Lunt, S. Livingstone // The New Handbook of Language and Social Psychology / ed. by H. Giles, P. Robinson. – L. : John Wiley, 2001. – P. 585–600.
24. Meister J.Ch. Narratology / J.Ch. Meister // Handbook of Narratology / [ed. by P. Hühn, J. Pier, W. Schmid, J. Schönert]. – Berlin, N.Y. : Walter de Gruyter, 2009. – P. 329–350.
25. Menz F. Manipulation strategies in newspapers: a program for critical linguistics / F. Menz // Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse / ed. by R. Wodak. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1989. – P. 227–249.
26. Meuter N. Narration in Various Disciplines / N. Meuter // Handbook of Narratology / [ed. by P. Hühn, J. Pier, W. Schmid, J. Schönert]. – Berlin, N.Y. : Walter de Gruyter, 2009. – P. 242–262.
27. Routledge encyclopedia of narrative theory / [ed. by D. Herman, M. Jahn, M.-L. Ryan]. – L. ; N.Y. : Routledge, 2008. – 718 p.
28. van Dijk T.A. Mediating racism. The role of media in the reproduction of racism / T.A. van Dijk // Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse / ed. by R. Wodak. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1989. – P. 199–226.
29. Vanoost M. Defining Narrative Journalism through the concept of plot / M. Vanoost // Diegesis 2. – 2013. – Н. 2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.diegesis.uni-wuppertal.de/index.php/diegesis/article/view/135/167>.

Шурма С. Г. Понятие нарративной стратегии в публицистическом дискурсе

Аннотация. В статье уточнено определение нарративной стратегии в публицистическом дискурсе, описаны структура газетного нарратива и элементы его риторики.

Ключевые слова: нарратология, нарратив, нарративная стратегия, публицистический дискурс, средства массовой информации, нарративный журнализм.

Shurma S. The notion of narrative strategy in print media discourse

Summary. The article focuses on the notion of narrative strategy in print media. It also describes the structure of a newspaper narrative and constituent elements of its rhetoric.

Key words: narratology, narrative, narrative strategy, newspaper discourse, mass media, narrative journalism.