

Ліченко А.Д.

*магістрант кафедри журналістики  
Національного авіаційного університету*

### РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФАКТУ В СУЧАСНИХ ЗМІ

Сучасній мас-медійній діяльності притаманна висока динаміка збору, аналізу та поширення фактів. Актуальні суспільні факти є значним масивом доказової аргументації в журналістиці, наочною ілюстрацією думок та суджень. Від рівня насиченості журналістського твору фактичними даними залежить рівень сприйняття матеріалу аудиторією, рівень довіри до нього. Таким чином, фактологічний принцип подання інформації є першочерговим для ЗМІ, а сам факт – онтологічним елементом журналістського твору.

*Актуальність дослідження* зумовлена доцільністю здійснити аналіз новітніх тенденцій функціонування факту в журналістських творах, перш за все, це сприятиме розумінню трансформаційних процесів у галузі мас-медіа; поглиблене вивчення кількісно-якісних особливостей використання одиничних та систематизованих фактів дозволить окреслити пріоритетні напрямки розвитку світових та вітчизняних медіа.

*Об'єктом дослідження* є факт як одиниця журналістського твору.

*Предмет дослідження* складають функціональне призначення факту та реалізація комунікативного потенціалу факту в сучасних текстах ЗМІ.

*Мета* – розглянути факт у журналістському творі з позиції функціонального аспекту, здійснити аналіз особливостей фактологічного принципу подання інформації крізь призму тенденцій сучасної періодики, дослідити практичні аспекти використання факту і системи фактів.

*Джерельну базу практичної сторони дослідження* становлять публікації у сучасній українській періодиці, зокрема у журналах «Український тиждень», «Країна».

Мас-медійні тексти повинні бути актуальними, релевантними інформаційним запитам аудиторії, об'єктивними. Використання фактологічного принципу подачі інформації стає однією із основних передумов створення публікації, яка б відповідала саме таким вимогам. Окрім того факт може бути не лише елементом аргументації, а й повноцінним об'єктом ретельного журналістського аналізу. Зокрема, Г.П.Кривошея зазначає, що за рольовими ознаками факти можна поділити на дві групи: подієва інформація, у якій факт є самоціллю автора й відіграє самостійну роль; інформація, яка відіграє роль аргументів, служить для доведення певної думки автора, ідеї журналістського твору [2: 68]. Проте на сьогодні немає єдиного кодифікованого тлумачення поняття факт. Перш за все, це пов'язано із його подвійною природою: в одному випадку факт являє собою конкретну, об'єктивну існуючу реальність, а в іншому – відбиток цієї реальності, суб'єктивне віддзеркалення у свідомості людини. Тому більшість теоретиків журналістики у процесі дослідження факту

як одиниці журналістського тексту розмежують об'єктивний факт і факт, трансформований у свідомості. Сукупність фактів прийнято називати фактологічним матеріалом.

Термін «факт» походить від латинського *factum* – “зроблене”, його етимологія і дефініція тісно переплетені між собою. У навчальному посібнику «Інформаційні жанри журналістики» Г.І.Назаренко визначає факт як дійсне явище чи подію, невидуману пригоду, те, що насправді мало місце, відбулося. «Цей термін означає щось до певної міри відокремлене, одиничне. Факти широко використовуються в засобах масової інформації і становлять основу журналістського твору. Насичений яскравими фактами матеріал має пізнавальний характер, силу документальності і переконливої аргументації», – пояснює автор [3: 9]. У найширшому розумінні як фактологічний матеріал розглядають не лише твердження про реальні події чи явища, а й цитати, витяги з документів, власні імена, географічні назви, дати, кількісні показники тощо. А.Ракитов стверджує, що поняття факт має багато значень і відмічає три основні: синонім логічного терміну «істинно»; синонім терміну «подія»; особливого роду висловлювання, що являють собою статистичне резюме низки безпосередніх емпіричних даних [4: 139].

Функціональне призначення факту в журналістському творі полягає у:

- інформуванні – факт, перш за все, у контексті медіатексту розповідає про події, явища, людей тощо;
- аргументації – факти виступають як доказова база, до якої апелює журналіст, це можуть бути як емпіричні, так і буденні факти. Наприклад, автор статті наводить тезу, а потім підкріплює її достовірним фактом: «Друге припущення, яке підтвердили недавні парламентські вибори, стосується радикалізації політичного спектра та поглиблення мовно-етнокультурно-регіонального розколу країни. Радикальні українські націоналісти під прапором "Свободи" отримали понад 10% голосів, радикальні російські – чи, радше, советські – націоналісти під прапором КПУ – понад 13%» [5].
- спростуванні – факти можуть слугувати як антитеза до певного судження, тези, такий прийом часто використовують у полемічних матеріалах;
- побудові хронології – факти, взяті не одинично, а системно, допомагають динамізувати текст, показати розвиток подій, розгортання явищ тощо;
- побудові причинно-наслідкових зв'язків – це своєрідне з'ясування суті явища шляхом виявлення початкової та кінцевої точки, зв'язків між проміжними ланками, причин і наслідків досліджуваного явища;
- побудові аналогій, порівнянь, антитез задля глибшого занурення у суть, проблематику висвітлюваного об'єкта.

Також факти можуть бути базовими для побудови гіпотез, тобто журналіст, опираючись на сукупність відомих йому фактів, намагається передбачити подальший розвиток потій, зміну явищ чи трансформацію тенденцій. Інколи журналісти використовують факти для викриття негативних тенденцій, інколи висміювання, факти стають основою іронії, гротеску чи сарказму.

Також безпосередньо у тексті той чи інший факт може виконувати функцію логічного чи емоційного наголосу.

Комунікативно-прагматичний аспект текстотворення мало досліджуваний сучасними журналістикознавцями, проте саме він важливий у контексті діяльності медіа, адже якщо текст не знаходить зв'язку з аудиторією, то немає сенсу говорити наскільки якісно він організований композиційно або яких важливих проблем стосується. Для прагматичної цінності матеріалу журналіст повинен знати свою аудиторію і намагатися виконувати наступні вимоги:

- авторський текст повинен бути не банальним, містити актуальні відомості. У цьому випадку вимоги до факту – новизна та оригінальність;
- зрозумілість і чіткість викладу думок, вимога до факту – доступність, легко засвоюваність;
- релевантність (від англ. «*relevant*» – доречний, що відноситься до справи) – цінність, значущість відомостей для аудиторії. Властивістю релевантності в найбільшій мірі володіють тексти, які відповідають потребам та інтересам аудиторії. Тобто факт має бути соціально значимим.

До власне прагматичних ми відносимо такі типи фактів, у яких орієнтація на вплив є їх іманентною властивістю, що постійно виявляється. Такі факти, перш за все, мають високий ступінь соціальної значимості, а тому навіть без додаткових комунікативних елементів здатні викликати негайну реакцію «споживача» інформації, залучати його до діалогу. Проте факти такого формату часто «тримають зв'язок» лише з певним сегментом аудиторії, який має інтереси лише у вузькоспеціалізованій галузі. Наприклад, журнал «Український тиждень» повідомляє: «Україна серед 97 країн світу отримала 87-е місце в Індексі верховенства права. Про це свідчать результати Індексу за 2012 рік, який був представлений у Вашингтоні Проектом світової юстиції – неурядової організації, мета якої полягає у просуванні верховенства права для розвитку спільноти можливостей та рівності в світі» [6]. На перший погляд, це доволі цікавий виключно всі верстви населення. Аналіз сучасних періодичних видань засвідчує, що попри намагання журналістів використовувати факти з високим ступенем комунікативності, все ж таки у більшості випадків стрижневі факти доповнюються іншими «діалогічними» елементами. Найчастіше живаними засобами прагматичного ускладнення у сучасних текстах ЗМІ є:

- питальна форма, риторичні запитання. Наприклад: «За новим порядком, потерпілий приходить із повідомленням чи заявою у МВС (чи інший орган), її реєструють (за ч. 4 ст. 214 відмова у прийнятті не допускається); слідчий (або прокурор) протягом 24 год. має внести її до Єдиного реєстру досудових розслідувань. Але якщо внесення до Єдиного реєстру є не автоматичним, чи не може виникнути ситуація, коли слідчий або прокурор приймає рішення про невнесення даних?» [6];
- лексико-граматичні засоби. Наприклад: «На долю більш-менш ліберальних чи принаймні поміркованих партій припадає лише 40% голосів виборців: 14% – УДАРу і 25% – "Батьківщини"» [5].

Комунікативна роль факту є значущою, коли він виступає у ролі аргументу, адже в такому випадку він вкраплюється в уже існуючу діалогічну або навіть полемічну канву. Наприклад: *«Тут, може, й криється причина позірної ірраціональності "регіоналів". Їм потрібна в парламенті не проста більшість, а конституційна – саме для того, щоб до 2015 року вирішити проблему переобрання Януковича у найоптимальніший і єдино можливий для нього спосіб – у кишеньковому парламенті, а не на загрозливих усенародних виборах. "Регіонали" пам'ятають, що Леонід Кучма теж намагався зліпити конституційну більшість, а проте у критичний момент йому забракло шести голосів до заповітних трьох сотень»* [5]. Як бачимо, автор обрав доволі емоційну форму викладу, тому введений факт-аргумент щодо досвіду Леоніда Кучми апіорі має більший комунікативно-прагматичний заряд, ніж якби він подавався на спокійнішому тлі. Цей приклад також ілюструє, що на ступінь реалізації комунікативного потенціалу факту можуть впливати загальний контекст журналістського твору, експресивна насиченість, авторський стиль тощо.

Отже, прагматика факту полягає у його здатності вибудовувати комунікативні зв'язки між адресатом та адресантом (між автором та читачем, мовцем та слухачем тощо), здійснювати той чи інший вплив. У більшості матеріалів сучасних медіа незалежно від жанрової специфіки самостійно факт не може розкрити усю повноту свого комунікативного потенціалу, а тому доповнюється різноманітними засобами прагматичного ускладнення.

#### Література:

Кривошея Г.П. Довідник журналіста: Навч. посібник. – К.: Книжкове вид-во НАУ, 2006. – 76 с.;

Кривошея Г.П. Теорія і практика журналістики: Навч. посібник. – К.: Книжкове вид-во НАУ, 2007. – 220 с.;

Назаренко Г.І. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. Частина 1 – К.: НАУ, - 2010 – 32 с.;

Ракитов А.И. Курс лекцій по логике – М.: Высшая школа, 1971. – 176 с.;

«Країна». Тижневий журнал // № 142, 15.11.2012. Режим доступу: <http://gazeta.ua/articles/opinions-journal/partiya-regioniv-mala-opinitisya-na-istorichnomu-smitniku-sim-rokiv-tomu-a-potra/466901>

«Український тиждень». Тижневий журнал // № 47 (246). Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/66125>; <http://tyzhden.ua/Politics/65579>;