

УДК 070.1:34

СПЕЦИФИКА МЕДИАТЕКСТОВ В РАКУРСЕ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ

© 2010 И.В. Микулина

Белгородский государственный университет

Поступила в редакцию 7 декабря 2009 года

Аннотация: *Статья посвящена исследованию медиатекстов, вовлеченных в практику судов Белгородской области по делам о защите чести, достоинства и деловой репутации с 1998 по 2008 г. Автор дает характеристику конфликтных медиатекстов, участников конфликта (адресанта и адресата), представляет жанрово-стилистический комментарий к конфликтным публикациям.*

Ключевые слова: *медиатекст, конфликтоген, жанрово-стилистический комментарий, адресант и адресат.*

Abstract: *The article deals with the analysis of mediatexts under judicial investigation of cases on honor, dignity and business reputation protection in Belgorod region from 1998 to 2008. The author characterizes conflict mediatexts, participants of a conflict (addresser and addressee) and also provides the genre and stylistic comment of conflict publications.*

Key words: *mediatext, conflictogene, genre and stylistic comment, addresser and addressee.*

Настоящая статья посвящена исследованию медиатекстов, вовлеченных в судебную практику. В качестве материала исследования использованы юридизированные тексты, то есть подведенные к системе существующих юридических общих принципов и реальных законов, созданных на их основе [1, http], ставшие предметом разбирательства в судах Белгородской области с 1998 по 2008 год в рамках исков о защите чести, достоинства и деловой репутации с участием средств массовой коммуникации (СМК).

Исследователи, занимающиеся медиалингвистикой, считают, что «уровень массовой коммуникации придает понятию текст новые смысловые оттенки, обусловленные медийными свойствами того или иного средства массовой информации» [2, 27]: в медиатексте вербальная информация может сопровождаться видеорядом, звуковым сопровождением, графическим оформлением; в некоторых медиатекстах вербальный компонент может отсутствовать. Названные особенности позволяют рассматривать медиатекст как со-

вокупность вербальных, невербальных и экстралингвистических признаков. Несомненно, медиатекст, независимо от формы его воплощения, представляет собой уникальный вид текста, «со своими законами построения и оформления смысла» [3, 163], универсальный по тематике и полифункциональный по стилистике.

Большинство анализируемых медиатекстов попадают под определение журналистского текста. Это «целостный по смыслу опубликованный конечный журналистский продукт (воплощенный в текстовой, аудиальной, аудиовизуальной или мультимедийно-синтетической формах)» [4, 15]. Кроме того в поле нашего исследования оказались и другие разновидности медиатекстов: рекламные, PR-тексты, материалы развлекательного характера, распространенные по каналам СМК.

Для систематизации материала важны: 1) канал связи, 2) участники коммуникативного процесса (адресант – адресат, ответчик – истец), 3) жанр текста, 4) лингвистические характеристики медиатекста.

Основная часть конфликтных текстов распространена печатными СМИ (87 %), в радио- и

телеэфире их значительно меньше (по 5 %), а на долю Интернет приходится 3 %.

Анализ публикаций свидетельствует, что конфликтогенами могут выступать не только языковые средства, но и фотографии с минимумом слов, и неудачное соседство с другими фотоиллюстрациями, и кроссворд. Под конфликтогеном мы понимаем вербальную или невербальную единицу выражения, использованную в медиатексте и вызвавшую обращение в суд. Невербальная информация может находиться в разном соотношении с вербальной. Так, одним из поводов обращения в суд стал опубликованный в газете «Белгородская правда» (№ 93. – 29.06.2001) фото-портрет с минимальным вербальным сопровождением. Основанием для спора явилось неудачное, с точки зрения заявителя, размещение фотографии на газетной полосе, что придало новые смысловые акценты содержанию фотоснимка.

Адресант в массовой коммуникации, согласно общепринятой точке зрения, имеет индивидуально-коллективный, собирательный, корпоративный характер. Чем технически сложнее канал связи, тем в большей степени автор утрачивает свою единичность как создатель текста.

Классификация адресанта в массовой коммуникации может строиться на разных основаниях. Так, Н.В. Муравьева предлагает учитывать: 1) объем адресанта (количественный параметр): единичный (персональный) адресант – массовый (коллективный) адресант; 2) статус адресанта (качественный параметр): частный (конкретный) адресант – публичный адресант – социальный адресант [5].

И количественный и качественный параметры адресантов могут меняться. В конфликтных медиатекстах категория адресанта усложняется. Во-первых, это всегда конкретный человек, конкретное издание. Во-вторых, при юридизации медиатекста происходит удвоение социальных ролей, и категория адресанта сопрягается с категорией ответчика. Появляются источник информации (названный в тексте автор оспариваемого высказывания) и учредитель (если редакция СМК не является юридическим лицом).

Анализ текстов с учетом авторской принадлежности дал следующие результаты. В 60 % случаев авторами являлись штатные сотрудники редакций, из них 47 % – журналисты, 7 % – главные редакторы, 6 % текстов без подписи (редакционные материалы). Остальные 40 % спорных публикаций созданы внештатными авторами, среди которых авторы присланных в редакцию писем; организации (государственные и частные), разместившие в СМК информацию. В период избирательных кампаний авторами конфликт-

ных текстов являлись кандидаты в депутаты и депутаты всех уровней, главы администраций и кандидаты на их должность.

Ответчиками по искам являлись в 45 % случаев физические лица, в 55 % – юридические лица. Претензии были адресованы редакциям, издателям и учредителям СМИ, избирательным комиссиям, общественно-политическим и профессиональным организациям, администрациям территориальных образований, муниципальным учреждениям ЖКХ, Министерству финансов РФ, правоохранительным органам, налоговой инспекции, госторгинспекции, образовательному учреждению.

Таким образом, категории адресанта и ответчика пересекаются и накладываются друг на друга, но не обязательно совпадают, так как далеко не всегда это одно и то же лицо или группа лиц.

Категория адресата массовой коммуникации рассматривается как неопределенная, рассредоточенная, дистантная, как потенциально неопределенное множество лиц. В результате юридизации медиатекста адресат персонализируется и соотносится с категорией истца, таким образом, происходит удвоение социальных ролей.

Проведенное исследование позволило разделить адресатов на две группы: физические лица (индивидуальный адресат) составили 88 %, а юридические лица (коллективный адресат) – 12 %. В конфликтных публикациях усмотрели критическую для себя оценку депутаты и кандидаты в депутаты, частные предприниматели, чиновники и кандидаты на их должность, руководители предприятий, профессиональных и общественных организаций, журналисты и главные редакторы СМИ, сотрудники правоохранительных органов и избирательных комиссий, заключенные и другие жители области.

От имени юридических лиц с исками в суд обратились представители администрации городов и области, их структурных подразделений, различных коммерческих, общественных, профессиональных организаций и их печатных органов, избирательных комиссий, специализированных медицинских учреждений.

Определяя жанровую принадлежность журналистских публикаций, вовлеченных в судебную практику, мы опирались на устоявшиеся в теории журналистики критерии жанровых особенностей, сформулированные в работах А.И. Акопова (1996), Л.Е. Кройчика (2000), А.А. Тертычного (1998, 2002) и др.

В поле нашего исследования оказалось свыше 120 публикаций, которые принадлежат к одной из трех традиционно выделяемых групп жанров (диаграмма 1).

В диаграмме указано количество публикаций и их процентное соотношение в группах жанров.

Результаты исследования свидетельствуют: большинство конфликтов вызвано публикациями аналитических жанров, среди которых выделяется статья. В качестве примера представим материал, опубликованный в газете «Московский Комсомолец в Белгороде» (№ 17. – 27.04.2005). Речь идет о преступлении, совершенном жителями одного из районов Белгородской области. Автор присутствовал на судебном заседании, изучал документы и представил в статье свои впечатления. Журналист, основываясь на фактах, на конкретных событиях (группа молодых людей терроризирует село противоправными поступками), делает выводы и обобщения, оценивая ситуацию и героев и предлагая свое видение проблемы.

Чтобы привлечь внимание общества, его социальных институтов к сложившейся ситуации, а читателей – к публикации, автор использовал разнообразнейшие средства – вербальные и невербальные. На главную цель публикации – воздействие на аудиторию через авторскую оценку предмета отображения – «работают» и особенности верстки. Использовано несколько приемов: открытая верстка, «обтекание» текстом одной из иллюстраций, выворотка. Заголовочный комплекс включает рубрику «Сведения»; заголовок «Право над беспределом»; подзаголовок «Двое преступников из села Иловки Алексеевского района, сделавшие человека инвалидом, возведены в ранг национальных героев», размещенный на фоне фотографии следственного изолятора. Вся статья с иллюстрациями выделена линейкой, заголовок содержит элементы графического оформления: в слове *беспредел* приставка выделена другой гарнитурой шрифта и отличается цветом, так что отдельно прочитывается слово «БЕС». Лид оформлен с помощью шрифта полужирного начертания, использован прием вер-

стки «фонарик». Такое оформление эксплицирует проблему, которая взволновала автора: преступники, поправшие человеческие и Божьи законы, на суде чувствуют себя «царьками» и «героями». Иллюстрации способствуют раскрытию заявленной темы: кроме фотоснимка следственного изолятора статья снабжена фотографическим изображением разрушенного храма как символа отступления от законов нравственности.

В тексте автор перешел на оценку личностей, которые являлись родственниками подсудимых и не имели отношения к преступлению. Конфликтогенами стали следующие фрагменты текста:

Вдруг с места срывается мать одного и начинает яростно обливать «святой» водой пустое сидение, предназначенное для потерпевшего.

Женщина фанатично шепчет молитвы. Призывает Бога на помощь хулиганью, преступникам, забывшим простые Божьи заповеди...

... Когда на одном из судебных заседаний ко мне подошла бабушка Александра Рыжих, заслуженный педагог с многолетним стажем, женщина, на воспитание которой отдавали своих мальцов целые поколения селян, и попыталась оправдать в моих глазах внука-садиста, вспомнилось гнилое яблоко, семечки которого, как ни старайся, не дадут здоровых плодов.

Заявителей иска возмутили эмоционально окрашенные языковые средства: *яростно обливать «святой» водой, фанатично шепчет молитвы*; как порочащая была воспринята метафора *гнилое яблоко*. Необходимо отметить, что образное выражение использовано журналистом не совсем удачно, так как не соответствует смыслу фразы, в которую оно включено. Нелогичным представляется называть *гнилым яблоком* человека, который тут же характеризуется как *заслуженный педагог с многолетним стажем; женщина, на воспитание которой*

Диаграмма 1.



отдавали своих мальцов целые поколения селян. Выбор номинации *бабка*, на наш взгляд, также нуждается в комментарии. Данная лексема является разговорной и, очевидно, употреблена автором в связи с нежеланием именовать героиню «бабушка». Выбор лексического средства, по-видимому, свидетельствует о неуважении к героине публикации, так как подобная номинация традиционно употребляется как грубоватая или фамильярная.

Характеризуя специфику медиатекстов, ставших предметом судебного разбирательства, отметим следующее. Любой медиатекст, а также любой его структурный элемент – вербальный и невербальный – может вызвать конфликт, разрешаемый в судебном порядке. Из журналистских текстов наиболее конфликтными являются аналитические, среди них на первом месте публикации в жанре статьи. В ракурсе судебного конфликта медиатекст трансформирует категории адресанта и адресата. Традиционная дихотомия «автор»-«аудитория» предстает в соотношении «автор-ответчик» с одной стороны, и «адресат-истец» с другой стороны. Изменение социальных ролей в процессе юридизации текста влечет усложнение категории адресанта и персонификацию категории адресата.

Микулина И.В.
Белгородский государственный университет.
Старший преподаватель кафедры журналистики
и связей с общественностью факультета журналистики.
e-mail: mikulina@bsu.edu.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Голев Н.Д. Юридизация естественного русского языка как фундаментальная проблема юридической лингвистики / Н.Д. Голев // Слово Текст Язык. – Режим доступа. – (<http://fixed.ru/prikling/conf/stilsist1/iuriddtgayji.html>).
2. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов : Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. – М., 2000. – 288 с.
3. Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию / Ю.В. Рождественский. – М. : Высшая школа, 1979. – 224 с.
4. Короченский А.П. Отечественная журналистская наука : между прошлым и будущим / А.П. Короченский // Журналистика и медиаобразование в XXI веке : Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Белгород, 25-26 октября 2006 г. – Белгород, 2006. – С. 12-18.
5. Муравьева Н.В. Язык конфликта / Н.В. Муравьева. – М., 2002. – Режим доступа. – (http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=192&c_id=1365).

Mikulina I.V.
Belgorod State University.
Senior lecturer of the department of journalism and public relations.