

3. Benvenist Je. *Obshhaja lingvistika*. M.: Progress, 1974.
4. Bogdanov V.V. *Tekst i tekstovoe obshhenie*. SPb., 1993.
5. Borev Ju.B. *Iskusstvo interpretacii i ocenki: Opyt prochtenija «Mednogo vsadnika»*. M., 1981.
6. Varshavskaja A.I. *Smyslovye otnoshenija v strukture jazyka (na materiale sovremennogo anglijskogo jazyka)*. L., 1984.
7. Gal'perin I.R. *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovanija*. M., 1981.
8. Danjushina Ju.V. *Biznes-diskurs*. M.: GUU, 2009.
9. Dejk T. Van. *Jazyk. Poznanie. Kommunikacija*. M.: Progress, 1989.
10. Dem'jankov V.Z. *Anglo-russkie terminy po prikladnoj lingvistike i avtomaticheskoi obrabotke teksta*. Vyp. 2: *Metody analiza teksta*. M., 1982.
11. Zerneckij P.V. *Chetyrehmernoje prostranstvo rechevoj dejatel'nosti // Jazyk, diskurs, lichnost'*. Tver': Izd-vo Tver. gos. un-ta, 1990. S. 60–68.
12. Il'in I.P. *Diskurs // Literaturnaja jenciklopedija terminov i ponjatij*. M., 2001. S. 231–232.
13. Kalazhokova R.Z. *Diskurs: raznovidnosti, specifika, mnenija // Molodoj uchenyj*. 2015. № 10. URL: <https://moluch.ru/archive/90/15329/> (data obrashhenija: 23.04.2018).
14. Karasik V.I. *O tipah diskursa // Jazykovaja lichnost': institucional'nyj i personal'nyj diskurs: sb. nauch. tr. Volgograd: Peremena, 2000. S. 5–20.*
15. Karpuhina E.A. *K voprosu o ponjatii diskurs // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov: Gramota, 2011. № 4(11). S. 88–90.
16. Kibrik A.A. *Modus, zhanr i drugie parametry klassifikacii diskursov // Vopr. jazykoznanija*. 2009. № 2. S. 3–21.
17. Kubrjakova E.S. *Jevoljucija lingvisticheskikh idej vo vtoroj polovine XX veka (opyt paradigmalnogo analiza) // Jazyk i nauka konca XX veka*. M.: Ros. gumanit. un-t, 1995. S. 144–238.
18. Novejšij filosofskij slovar' [Jelektronnyj resurs]. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_new\\_philosophy/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/) (data obrashhenija: 23.08.2018).
19. Ostrovskaja T.A., Hachmarova Z.R. *Osnovnye napravlenija issledovanija diskursa v sovremennoj lingvistike // Vestn. Adyg. gos. un-ta. Ser.: Filologija i iskusstvovedenie*. Majkop, 2016. Vyp. 2(177). S. 99–105.
20. Slyshkin G.G. *Diskurs i koncept (o lingvokul'turnom podhode k izucheniju diskursa) // Jazykovaja lichnost': institucional'nyj i personal'nyj diskurs*. Volgograd: Peremena, 2000. S. 38–45.
21. Hajrullina D.D. *Lingvisticheskie podhody k analizu diskursa // Kazanskaja nauka*. 2012. № 3. S. 227–230.
22. Shapochkin D.V. *Politicheskij diskurs: kognitivnyj aspekt: monogr. Tjumen'*. Izd-vo Tjum. gos. un-ta, 2012.

### **Key problems of studying discourse in modern linguistics**

*The article deals with the concept of “discourse” and its structure. The author makes a detailed study of the classification of discourse disclosing the relationship and interrelation of the terms “discourse”, “text”, “speech”, and “dialogue”. It is concluded that “discourse” is a complex linguistic phenomenon that includes such components as text, speech, and dialogue, as well as extra-linguistic factors.*

**Key words:** *discourse, discourse analysis, text, speech, dialogue, types and types of discourse.*

(Статья поступила в редакцию 05.09.2018)

**Н.А. ПРОМ**  
(*Волгоград*)

### **ОБЪЕКТИВНОСТЬ-СУБЪЕКТИВНОСТЬ: АМБИВАЛЕНТНОСТЬ КОНЦЕПТА «МЕДИАФАКТ»**

*Рассматривается проблема взаимообусловленности объективного и субъективного в концептуальной модели медиафакта, который призван содержать независимую информацию, но не обладает желаемой аудиторией степенью объективности. Оппозиционная пара «объективность / субъективность» является показателем амбивалентности в интерпретационном слое концептуального поля медиафакта и обусловила выход его синтаксической структуры за пределы пропозиции.*

**Ключевые слова:** *медиадискурс, медиафакт, объективность, субъективность, амбивалентность медиафакта.*

Картина мира в последние десятилетия находится под мощнейшим воздействием средств массовой информации и коммуникации, в результате которого в сознании массового адресата формируется новая ценностно-оценочная парадигма [1, с. 13], в работах философов и лингвистов получившая название медиакартины мира. Для достижения определенных задач воздействия медиафакт выступает важным инструментом журналиста.

Философия и логика по большей части фокусировались на научном факте и разрабатывали проблемы его реальности, природы, структуры, взаимодействия с теорией и др., что повлияло на обыденное представление о факте и его атрибутах вообще. Другими словами, для обычного человека факт и научный факт – понятия близкие настолько, что обладают одинаковыми характеристиками. Факт как истина в обыденном сознании дополнился научными атрибутами «объективность» и «непредвзятость», что в еще большей степени укрепило доверие массовой аудитории. Эти атрибуты, в свою очередь, стали приписываться аудитории медиафакту, который таким является лишь отчасти, следствием чего стали противоречия между медиафактом и сложившимися ожиданиями потребителей медиарынка, а также критика современных СМК за недобросовестное, потребительское использование имени «факт». Нельзя сказать, что эта критика не заслужена, однако медиафакт, будучи фактом, погруженным в медиадискурс, за десятилетия развития под мощным воздействием последнего, приобрел собственные признаки, которые не всегда учитываются аудиторией.

В этой связи мы считаем, что понимание факта как элемента медиадискурса требует переосмысления, и предлагаем свою концепцию медиафакта. Нашу задачу мы видим в том, чтобы выяснить причины существующих противоречий в его понимании. Это возможно сделать на основе уже имеющихся в философии и лингвистике представлений о факте, поэтому кратко остановимся на тех из них, которые представляются релевантными для нашего исследования.

**I. Объективность как признак концепта «факт / научный факт».** Факт – гипероним медиафакта – в силу своей атрибутивности является понятием, вне зависимости от сферы употребления представляющим собой базу, на которой строится дальнейшее рассуждение, теория или действие. Толковые словари опираются на латинскую этимологию ставшего интернациональным слова *факт* (*factum* – «сделанное, свершившееся») [8, с. 730]. Одним из ключевых признаков научного факта выступает объективность, которую мы понимаем как свойство факта непредвзято отражать фрагмент действительности [18]. Внешний мир, будучи свободным от человеческого сознания, обладает свойством объективности, но лишь пройдя через сознание отображается в нем и только потом становится фактом, что и определяет его субъект-объектную природу.

Следовательно, факт не является объективной реальностью, она отражается в нем. И хотя Э. Дюркгейм, рассуждая о природе социального факта, видит объективность его существования вне и помимо сознания отдельного человека [4], Л.С. Мерзон возражает тем, что образы мыслей и чувствований не могут изучаться вне деятельности реальных личностей [13, с. 40]. Можем ли мы в этом случае быть абсолютно уверены, что отражение соответствует действительности, а факт не затронут сознанием и объективен как сама действительность? Подобные рассуждения являются причиной того, что при установлении научного факта субъект по возможности исключается и заменяется аппаратом. Следовательно, факт, будучи объективным, содержит ген субъективности, пусть и стремящейся к нулю, но не отсутствующей совсем. Как известно, что-то вряд ли появится из ничего, должны быть основания: из абсолютно объективного факта не может появиться субъективный медиафакт. Так вот, данный ген, как мина замедленного действия, создает такие основания для проявления и развития субъективности в каком-либо из своих дочерних концептов, в частности медиафакте.

**II. Амбивалентность медиафакта: объективность / субъективность.** Большая часть аудитории современных СМИ воспринимает медиафакт по аналогии с научным фактом как объективную информацию. В действительности медиафакт не может обеспечить ту степень объективности, которую ожидает адресат. Это обусловлено тем, что, образно говоря, ген субъективности в геноме факта попал под воздействие медийности и раскрылся в полной мере. Главным результатом данного процесса стало то, что объективность в оппозиционной паре с субъективностью раскрыла амбивалентность медиафакта.

Амбивалентность означает двойственность и противоречивость, обусловленные наличием противоположных начал во внутренней структуре (И.И. Санжаревский). Данное свойство признаков как присутствие противоположных категорий в природе факта, с одной стороны, внешне не заметно в научном факте, который воспринимается однозначно положительно, с другой – присутствует на его генном уровне. Объективно-субъективная амбивалентность медиафакта значительно расширяет узкие пропозициональные рамки традиционного факта. В первую очередь расширение происходит за счет модальности и оценочности. Например: *Исследователи счита-*

*ют, что открытие позволяет понять, каким образом заставить раковые клетки убивать себя или как предотвратить гибель клеток* (Известия. 2018. 14 авг.). На первый взгляд, объективным медиафактом является заголовок: *Два человека погибли в результате атаки в пригороде Парижа* (Рос. газ. 2018. 23 авг.). Объективности способствуют количественные показатели, статистика, которые можно легко проверить, обратившись к нескольким информационным агентствам. Вместе с тем в приведенном примере прослеживается непрямая оценочность, которая выявляется в слове *атака*, обладающем негативной коннотацией как стремительное и организованное действие, предпринятое против неприятеля с целью сближения на дистанцию, позволяющую его уничтожить [12]. Париж, очевидно, не является местом боевых действий, поэтому противником нападавших могут быть только мирные жители, следовательно, слово *атака* несет негативную оценочность. Еще менее объективным выглядит другой медиафакт: *US President Donald Trump has responded to speculation that he might be impeached by warning that any such move would damage the economy* (Президент США Дональд Трамп ответил на спекуляции о том, ему могут объявить импичмент, предупредив, что любые подобные шаги могут навредить экономике) (BBC News. Aug. 23, 2018). С большой долей уверенности Дональд Трамп утверждает, что в случае импичмента рынки обвалятся, однако никакая уверенность не заменит объективности, которой противоречит модальность высказывания (это мнение отдельного человека, пусть и президента США, в косвенной речи). Данный пример также демонстрирует определенную степень домысла, которую объективный факт исключает.

Теряя реальную объективность в качестве основного признака, медиафакт не перестает претендовать на то, чтобы считаться объективным: в противном случае существует вероятность разрыва связи между медиафактом и его гиперонимом, и тогда первый теряет смысл. Данная маскировка становится возможной благодаря тому, что обыденное сознание, ориентируясь на корреляцию «факт – истина» (объективное понимание факта), почти не дифференцирует факт и знание о нем [19]. В медиадискурсе это особенно важно, поскольку обычная аудитория в своем большинстве воспринимает информацию, которая подается в виде медиафакта как правду и, что весьма удобно для его создателя, не всегда может вычленить модальность высказывания. При

этом требующая объективности аудитория не всегда может объяснить, что именно она вкладывает в понятие «объективность».

Среди создателей медиафакта сложились два диаметрально противоположных представления о его объективности. Часть журналистов и теоретиков журналистики, которые являются сторонниками классической школы, считает, что достоверность и объективность факта в СМИ должны оставаться неизблемыми [3; 10, с. 68; 15, с. 23]. Другие, в основном представители нового поколения журналистики, развивающейся по американским стандартам, сомневаются в их достижимости и приводят этому массу примеров и аргументов, отрицая присутствие объективности в материалах СМИ и в прошлом [14]. Например, советская пресса и телевидение были перегружены идеологической составляющей: *Развитие космонавтики можно рассматривать как интегральный показатель мощи производственных сил и научно-технического потенциала страны, высокой степени развития ее народного хозяйства, а также общего образовательного и культурного уровня народа* (Известия советов народных депутатов. 1981. 11 апр.). Несмотря на то, что многие исследователи медиадискурса отказываются видеть в нем объективность, мы настаиваем на том, что она есть. Возможно, она сведена к минимуму в медийно-политико-экономическом типе общения, но медиадискурс, как известно, им не ограничивается.

В современных условиях в качестве оптимальной замены объективности рассматривается прозрачность работы медиапроизводителей, позволяющая контролировать последние благодаря пристальному вниманию аудитории и обратной связи с ней, что стало возможным в связи с развитием интернет-версий издательств, ТВ-каналов и социальных сетей. Широкое распространение в медиадискурсе получает точка зрения, согласно которой под объективностью понимается возможность журналиста излагать факты, представлять разные мнения относительно данных фактов, предоставляя тем самым аудитории возможность иметь доступ к мнениям и оценкам разных сторон конфликта, события и т. д., на основе которых адресат сам составляет свое отношение к факту. Из этого, однако, следует, что журналист лишь создает иллюзию объективности [16, с. 3], а само понятие объективности подменяется плюрализмом, поскольку мнение на основе такого медиафакта вряд ли можно охарактеризовать как самостоятельно

сформированное, освобожденное от всякого субъективного влияния.

**III. Взаимообусловленность объективности и субъективности в медиафакте.** В философии науки факт противопоставляется мнению и оценке. Факт расценивается либо как объективный, либо как субъективный (не факт). Следовательно, объективность исключает промежуточные варианты. Медиафакт в силу приоритетов медиадискурса не столь однозначен. Оба компонента оппозиционной пары «объективность / субъективность» включаются в перечень признаков МФ и взаимодействуют, что обуславливает его амбивалентность. Взаимообусловленность объективности и субъективности в медиафакте обладает следующими характеристиками.

1. В медиафакте ни объективность, ни субъективность никогда не будут равны нулю. Например, объективным на первый взгляд является медиафакт *Участники казачьего ансамбля прибыли на свадьбу министра иностранных дел Австрии вместе с главой РФ Владимиром Путиным. Президент подарил молодоженам картину с сельскими мотивами, старинную масловыжималку и тульский самовар* (Рос. газ. 2018. 20 авг.). Тематический раздел издания «Культура» сообщает о выступлении Кубанского казачьего ансамбля в Австрии. Однако фокус смещается в сторону министра иностранных дел Австрии и «сопровождающего» казаков президента России Владимира Путина, который уже в следующем предложении выносится в тему высказывания. Так, «культурное» событие мягко переходит в культурно-политический контекст, и становится понятно, кто является главным объектом внимания журналиста. Еще один медиафакт, содержащий информацию относительно того же события, выглядит как абсолютно субъективный: *Президент России Владимир Путин назвал свою поездку на свадьбу главы МИД Австрии Карин Кнайсль хорошей и очень доброй, сообщает «РИА Новости». Он подчеркнул, что это был частный визит* (Известия. 2018. 18 авг.). О субъективности высказывания говорит указание на частное мнение (*Владимир Путин назвал, подчеркнул*) и его открытая оценка (*поездка хорошая и очень добрая*). Однако на фоне других медиафактов, которые указывают на различный подтекст визита Президента РФ в Австрию в августе 2018 г., но не содержат ни одного обоснования, объяснения В. Путина выглядят как наиболее соответствующие действительности.

Итак, в медиафакте всегда найдется место и субъективности, и объективности.

2. Субъективные компоненты с большим или меньшим успехом маскируются под объективную информацию, что допустимо между полюсами амбивалентности. Вместе с тем содержание медиафакта возможно оценить с точки зрения степени объективности, т. е. что в нем объективное, а что субъективное. Например, в медиафакте *США внесут изменения в законопроект, направленный на предотвращение якобы готовящегося вмешательства России в грядущие выборы в Конгресс, чтобы минимизировать последствия для глобальных экономик и сконцентрировать их на российской* (Лента.ру. 2018. 20 авг.) выделены два элемента субъективности. Во-первых, высказывание употреблено в будущем времени, т. е. речь идет о событии, которое еще не имело место в действительности. Для научного факта это стало бы непреодолимым условием, но в медиадискурсе прогнозируемое событие в будущем также является подходящим для медиафакта, за которым последует определенная реакция общества. Во-вторых, частица *якобы* для выражения мнимости последующей информации в значении *как будто*.

3. Медиафакты с максимальной степенью объективности расцениваются как независимые и объективные, с наименьшей – как мнения и оценки. Предположительно, оценка объективности промежуточных состояний факта может носить количественно-качественную характеристику, выражаемую через квантовость – «универсальный параметр всех типов, видов и уровней факта», которую С.Х. Ляпин предлагает определять через универсальную качественную единицу информации – квит ( $quality + digit = quit$ ; по аналогии с  $binary + digit = bit$ ) [11, с. 56]. Если один гипотетически абсолютный объективный медиафакт оценивается в 1 квит, то каждый субъективный элемент – в 0,1 квит. Показателем объективности отдельного медиафакта будет разница между единицей и суммой субъективных элементов. Например, объективность последнего из приведенных медиафактов (о вмешательстве России в выборы США) будет оценена как  $1 - (0,1 + 0,1) = 0,8$  квит. Данная методика в случае проработки критериев субъективности и процедуры проведения позволит вычислять объективное значение конкретного медиафакта, далее сообщения, содержащего несколько медиафактов, и даже целого медиасобытия, представляющего собой комплекс публикаций, посвященных одному значимо-

му событию или ряду событий, объединенных одной темой или проблемой.

4. Зависимость между объективностью и субъективностью является обратной: чем больше в факте объективного, тем меньше субъективного. И наоборот, чем больше в факте субъективного, тем меньше объективного.

**IV. Репрезентативные возможности медиафакта.** Как уже было отмечено выше, медийность и расширение границ субъективности обусловили изменения репрезентативной стороны медиафакта. Описывая объем факта, Н.Д. Арутюнова говорит о его нижнем и верхнем пределах. Эталонном выражения факта является простой минимум – пропозиция, т. е. повествовательное предложение, освобожденное от модуса. В медиадискурсе такой формат возможен и встречается на новостной ленте или в заголовках. Например: *Germany cools on Macron eurozone budget proposal* (Германия игнорирует предложение Макрона по бюджету еврозоны) (Financial Times. Aug. 30, 2018).

Максимально допустимым, по мнению Н.Д. Арутюновой, является расширение пропозиции за счет развертывания в придаточное обстоятельства места и времени [2, с. 497]. На примере медиафакта это может быть следующее высказывание: *Since Meghan Markle became the Duchess of Sussex 100 days ago, she has been photographed wearing 19 different outfits by around 13 designers* (С тех пор, как Меган Маркл стала герцогиней Сассекской 100 дней назад, ее сфотографировали в 19 различных нарядах примерно от 13 дизайнеров) (The Telegraph. Aug. 27, 2018). Более лаконично выглядит такой медиафакт: *Erdogan ruft den Finanz-Dschihad aus* (Эрдоган провозглашает финансовый джихад) (Frankfurter Allgemeine Zeitung. Aug. 15, 2018). Следует отметить, что данный пример медиафакта все же не является идеальной пропозицией, поскольку содержит метафору.

Как правило, медиафакт выходит за рамки пропозиции, приобретая функциональную возможность передавать субъективные смыслы актуализации, оценочности и др. Это, по мнению Г.М. Соловьева, и является реализацией медиафакта в процессе коммуникации [17], поэтому основанием для выделения медиафакта выступает минимальная функционально-смысловая завершенность его изложения [7, с. 73]. Этот подход основан на работах А.Е. Кибрика, который считает, что структура высказывания, содержащего журналистский факт, должна повторять структуру ситуации и отражаться в пропозиции, состоящей из предика-

та (события) и его аргументов [6, с. 198]. Это позволяет рассматривать медиафакт как минимальный набор сведений и деталей, составляющих структуру описываемого события, включающего сущность события и внутренние отношения между его компонентами.

Медиафакт, передающий эмоции, может выступать в виде восклицательного предложения: *Наложение двух гребенок позволяет проводить измерения со скоростью 100 млн/сек. Это, например, позволило сделать замеры отметок на пуле, летящей со скоростью 150 м/сек!* (Независ. газ. 2018. 23 мая). Как уже упоминалось выше, медиафакты не исключают настоящее и будущее время: *Строительство пока остается одним из тормозов экономического развития в регионах, считают в Центре развития* (Независ. газ. 2018. 19 авг.). Все эти компоненты, дополняющие пропозицию, обусловлены субъективностью и являются ее проявлением. Кроме того, трудно переоценить невербальные ресурсы каналов СМК: креализованные тексты, видео-, аудио-ряд. Так, репрезентативные возможности современного медиафакта включают вербальный и невербальный компоненты, объем которого ограничен функционально-смысловой завершенностью его изложения.

Таким образом, медиафакт не обладает желаемой аудиторией степенью объективности. По признаку объективности / субъективности медиафакт амбивалентен. С одной стороны, он призван давать объективную информацию, с другой – проявляет меньшую заинтересованность в истинной объективности и старается максимально использовать любую возможность подмены объективного субъективным, факта – мнением, оценкой и выводами из него. Этот признак отражается на синтаксической структуре медиафакта, вышедшей далеко за рамки пропозиции.

#### Список литературы

1. Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофило-софский аспект): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Яз. рус. культуры, 1999.
3. Васильева Л.А. Делаем новости!: учеб. пособие М.: Аспект Пресс, 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/23.htm> (дата обращения: 06.04.2018).
4. Дюркгейм Э. Метод в социологии [Электронный ресурс]. URL: [http://bookap.info/clasik/dyurkgeym\\_sotsiologiya\\_ee\\_predmet\\_metod\\_i\\_naznachenie/gl3.shtm](http://bookap.info/clasik/dyurkgeym_sotsiologiya_ee_predmet_metod_i_naznachenie/gl3.shtm) (дата обращения: 19.06.2018).

5. Карасик В.И. Языковая пластика общения: моногр. Волгоград: Парадигма, 2017.

6. Кибрик А.Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфичное в языке). М.: Изд-во МГУ, 1992.

7. Козлов А.В. Достоверность журналистского факта, или Как цель оправдывает средства // Изв. Урал. фед. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2018. Т. 24. № 1(171). С. 72–79.

8. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Рус. яз., 1998.

9. Левин Г.Д. Абсолютное и относительное // Новая философская энциклопедия. Электронная библиотека ИФ РАН [Электронный ресурс]. URL: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0194de7c48398e265b864994> (дата обращения: 10.04.2018).

10. Лозовский Б.Н. Журналистика и средства массовой информации: краткий словарь. 2-е изд., испр. и доп. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007.

11. Ляпин С.Х. Концептологическая формула факта // Концепты. Научные труды Центроконцепта. Архангельск: Изд-во Помор. ун-та, 1997. Вып. 2. С. 5–22.

12. Малый академический словарь. М.: Ин-т рус. яз. Академии наук СССР Евгеньева А.П. 1957–1984 [Электронный ресурс]. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/01/ma105013.htm> (дата обращения: 06.04.2018).

13. Мерзон Л.С. Проблемы научного факта, Л.: РГПУ им. А.И. Герцена, 1972.

14. Муртазин Э. Объективность журналистики – миф устраивающий всех. Блог. 2012. [Электронный ресурс] URL: <https://echo.msk.ru/blog/murtazin/919761-echo/> (дата обращения: 05.06.2018).

15. Поелуева Л.А. Массовая информация в культурной парадигме переходного периода: дис. ... д-ра филос. наук. Саранск, 2005.

16. Сарафанникова Е.В. Дискурсивные маркеры соотношения сообщаемого с действительностью (на материале телевизионных новостей на русском и английском языках): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006.

17. Соловьев Г.М. Феномен социальной коннотации факта в медиатексте // Вестник Майковского государственного технологического университета. 2012. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-sotsialnoy-konnotatsii-fakta-v-mediatekste> (дата обращения: 06.04.2018).

18. Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина М.: Гардарики, 2004 [Электронный ресурс]. URL: <http://terme.ru/slovari/filosofija-enciklopedicheskii-slovar.html> (дата обращения: 06.04.2018).

19. Чусов А.В. Факт [Электронный ресурс] // Энциклопедия. Фонд знаний «Ломоносов»: [сайт]. URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127073:article> (дата обращения: 28.05.18).

## Список источников

В строительстве начался новый провал // Независ. газ. 2018. 19 авг.

Видео: Кубанский казачий хор спел на свадьбе главы МИД Австрии // Рос. газ. 2018. 20 авг.

Два человека погибли в результате атаки в пригороде Парижа // Рос. газ. 2018. 23 авг.

Космическая весна человечества // Известия советов народных депутатов. 1981. 11 апр.

Путин подвел итоги поездки на свадьбу в Австрию // Изв. 2018. 18 авг.

Раскрытие скорости смерти клеток может помочь в лечении рака // Изв. 2018. 14 авг.

Реальность с частотой 100 миллионов кадров в секунду // Независ. газ. 2018. 23 мая.

США захотели большего ущерба для России // Лента.ру. 2018. 20 авг.

Erdogan ruft den Finanz-Dschihad aus // Frankfurter Allgemeine Zeitung. Aug. 15, 2018.

The five most significant looks from Meghan's first 100 days as Duchess of Sussex – and what they meant // The Telegraph. Aug. 27, 2018.

Trump: Impeach me and the market crashes // BBC News. Aug. 23, 2018.

\* \* \*

1. Annenkova I.V. Sovremennaja mediakartina mira: neoritoricheskaja model' (Lingvofilosofskij aspekt): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2012.

2. Arutjunova N.D. Jazyk i mir cheloveka. 2-e izd., ispr. M.: Jaz. rus. kul'tury, 1999.

3. Vasil'eva L.A. Delaem novosti!: ucheb. posobie M.: Aspekt Press, 2003. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/23.htm> (дата обращения: 06.04.2018).

4. Djurkgejm Je. Metod v sociologii [Jelektronnyj resurs]. URL: [http://bookap.info/clasik/djurkgejm\\_sotsiologiya\\_ee\\_predmet\\_metod\\_i\\_naznachenie/g13.shtm](http://bookap.info/clasik/djurkgejm_sotsiologiya_ee_predmet_metod_i_naznachenie/g13.shtm) (дата обращения: 19.06.2018).

5. Karasik V.I. Jazykovaja plastika obshhenija: monogr. Volgograd: Paradigma, 2017.

6. Kibrik A.E. Oчерки po obshhim i prikladnym voprosam jazykoznanija (universal'noe, tipovoe i specifichnoe v jazyke). M.: Izd-vo MGU, 1992.

7. Kozlov A.V. Dostovernost' zhurnalistskogo fakta, ili Kak cel' opravdyvaet sredstva // Izv. Ural. fed. un-ta. Ser. 1: Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury. 2018. T. 24. № 1(171). S. 72–79.

8. Krysin L.P. Tolkovyj slovar' inozazychnyh slov. M.: Rus. jaz., 1998.

9. Levin G.D. Absolutnoe i otnositel'noe // Novaja filosofskaja jenciklopedija. Jelektronnaja biblioteka IF RAN [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0194de7c48398e265b864994> (дата обращения: 10.04.2018).

10. Lozovskij B.N. Zhurnalistika i sredstva massovoj informacii: kratkij slovar'. 2-e izd., ispr. i dop. Ekaterinburg: Ural. gos. un-t, 2007.

11. Ljapin S.H. Konzeptologicheskaja formula fakta // *Koncepty. Nauchnye trudy Centrokoncepta. Arhangel'sk: Izd-vo Pomor. un-ta, 1997. Vyp. 2. S. 5–72.*

12. Malyj akademicheskij slovar'. M.: In-t rus. jaz. Akademii nauk SSSR Evgen'eva A.P. 1957–1984 [Elektronnyj resurs]. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/01/ma105013.htm> (data obrashhenija: 06.04.2018).

13. Merzon L.S. Problemy nauchnogo fakta, L.: RGPU im. A.I. Gercena, 1972.

14. Murtazin Je. Ob#ektivnost' zhurnalistiki – mif ustraivajushhij vseh. Blog. 2012. [Elektronnyj resurs] URL: <https://echo.msk.ru/blog/murtazin/919761-echo/> (data obrashhenija: 05.06.2018).

15. Poelueva L.A. Massovaja informacija v kul'turnoj paradigme perehodnogo perioda: dis. ... d-ra filos. nauk. Saransk, 2005.

16. Sarafannikova E.V. Diskursivnye markery sootnesenija soobshhaemogo s dejstvitel'nost'ju (na materiale televizionnyh novostej na russkom i anglijskom jazykah): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2006.

17. Solov'ev G.M. Fenomen social'noj konnotacii fakta v mediatekste // *Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologicheskogo universiteta. 2012. № 1 [Elektronnyj resurs]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-sotsialnoj-konnotatsii-fakta-v-media-tekste* (data obrashhenija: 06.04.2018).

18. Filosofija: jencikl. slovar' / pod red. A.A. Ivina. M.: Gardariki, 2004 [Elektronnyj resurs]. URL: <http://terme.ru/slovari/filosofija-enciklopedicheskii-slovar.html> (data obrashhenija: 06.04.2018).

19. Chusov A.V. Fakt [Elektronnyj resurs] // *Jenciklopedija. Fond znaniy «Lomonosov».* URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127073:article> (data obrashhenija: 28.05.18).

### Spisok istochnikov

V stroitel'stve nachalsja novyj proval // *Nezavis. gaz. 2018. 19 avg.*

Video: Kubanskij kazachij hor spel na svad'be glavny MID Avstrii // *Ros. gaz. 2018. 20 avg.*

Dva cheloveka pogibli v rezul'tate ataki v prigorode Parizha // *Ros. gaz. 2018. 23 avg.*

Kosmicheskaja vesna chelovechestva // *Izvestija sovetov narodnyh deputatov. 1981. 11 apr.*

Putin podvel itogi poezdki na svad'bu v Avstriju // *Izv. 2018. 18 avg.*

Raskrytie skorosti smerti kletok mozhet pomoch' v lechenii raka // *Izv. 2018. 14 avg.*

Real'nost' s chastotoj 100 millionov kadrov v sekundu // *Nezavis. gaz. 2018. 23 maja.*

SShA zahoteli bol'shego ushherba dlja Rossii // *Lenta.ru. 2018. 20 avg.*

### **Objectivity versus subjectivity: ambivalence of the concept of “media fact”**

*The article considers the problem of interdependence of the objective and subjective in the conceptual model of the “media fact”. The author shows that though a “media fact” is designed to contain independent information, it does not have the degree of objectivity desired by the audience. The author claims that the opposition pair “objectivity versus subjectivity” is an indicator of ambivalence in the interpretational layer of the conceptual field of a “media fact” which has led to the exit of its syntactic structure beyond the limits of proposition.*

**Key words:** media discourse, media fact, objectivity, subjectivity, ambivalence of media fact.

(Статья поступила в редакцию 03.09.2018)

**М.С. СОКОЛОВА**  
(Волгоград)

### **СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА В КОНТЕКСТЕ ПОЗИТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ: УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ\***

*Социальная поддержка как коммуникативный процесс ориентирована на оптимизацию общения. Приводится перечень критериев, позволяющих характеризовать оказанную помощь как эффективную и благотворно влияющую на участников взаимодействия. Предлагается обзор условий, способствующих ее успешной реализации.*

**Ключевые слова:** социальная поддержка, позитивная коммуникация, эффективность, критерии, условия успешности.

Значимость социальной поддержки для благополучия человека и его активного функционирования в социуме вряд ли можно переоценить. *Социальная поддержка*, являясь объектом нашего исследования, представляет собой *социально обусловленный процесс, выражаемый в оказании необходимой помощи ин-*

\* Статья подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 16-34-00016-ОГН.