

ўдасканаленні дзейнасці і г.д.), агульны культурны і палітычны ўзровень павятовых выданняў з'яўляўся невысокім. Газетам па-ранейшаму не хапала матэрыяльных сродкаў і прафесійных кадраў.

У 1924 г. паветы былі ліквідаваны. Цэнтрамі мясцовага жыцця сталі акругі. Функцыі павятовага друку былі перададзены акруговым газетам. Летам 1922 г. ЦБ КП(б)Б прыняло пастанову аб закрыцці павятовых беларускіх газет (акрамя газеты «Коммунист» у Бабруйску). Выданне павятовых газет пазней стала добрым падмуркам для ўзнікнення у 1930-х гг. масавага раённага друку.

#### *Літаратура*

1. Гісторыя Беларусі. У 2 ч. Ч. 2. XIX–XX стагоддзі: курс лекцый / П.І. Брыгадзін, У.Ф. Ладыеў, П.І. Зялінскі і інш. – Мінск: РІВШ БДУ, 2002. – 656 с.
2. О партийной и советской печати. – М.: Правда, 1954. – 692 с.

**Вікторыя Пяткевіч**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

## **МОЎНЫ ЎЗРОВЕНЬ МЕДЫЯПРЭЗЕНТАЦЫІ КРАІНЫ Ў ЭФІРЫ МІЖНАРОДНАГА РАДЫЁ «БЕЛАРУСЬ»**

Сродкі масавай інфармацыі ў сучасным грамадстве ўтвараюць тэкстава-ідэалагізаваную «аўдыя-іканасферу», у якой жыве чалавек і якая служыць выразнай канцэптуалізацыяй рэчаіснасці. Мовай і мэтай камунікацыі ў грамадстве становяцца вобразы, створаныя масмедыя. Менавіта ў СМІ найбольш выразна выяўляецца функцыя ўздзеяння мовы, таму што масавая інфармацыя мае ўсеабдымны і адначасова выбарачны характар [2, с. 18]. Змест любога эфіру вызначаецца ініцыятарам тэксту, камунікатыўны намер (інтэнцыя) якога трансфармуецца ў камунікатыўную дзейнасць, арыентаваную на шырокую аўдыторыю.

Асаблівасці выкарыстання семантычных сродкаў медыяпрэзентацыі Рэспублікі Беларусь у эфіры міжнароднага радыё «Беларусь» вызначаюцца функцыянальным прызначэннем гэтага масмедыя. Камунікатыўная мэта міжнароднага радыёвяшчання накіравана на стварэнне пазітыўнага медыявобразу краіны, тлумачэнне асноўных аспектаў яе ўнутранай і знешняй палітыкі, фарміраванне спрыяльнага іміджу за мяжой для рэалізацыі нацыянальных інтарэсаў [6, с. 48].

Эмпірычны матэрыял (40 гадзін беларускамоўнага інтэрнэт-вяшчання радыё «Беларусь» за 2014 год) дазваляе прасачыць ключавыя характарыстыкі агучанага радыётэксту і вызначыць асноўныя стратэгіі маўленчага ўздзеяння, праз якія прамым або ўскосным спосабам фарміруецца ілакутыўная мэта.

Паводле тэорыі маўленчых актаў Джона Осціна, любое выказванне можа разглядацца як ілакутыўны акт, праз які перадаюцца пазамאўленчыя

мэты з дапамогай моўных сродкаў [4, с. 30]. Так, пры дзяленні маўлення на мінімальныя адзінкі – фразы – мэтазгодна аналізаваць лексічныя і марфалага-сінтаксічныя сродкі выказвання. Таксама ілакутыўнасць перадаецца ў цэласных тэкстах радыёпраграм праз кампазіцыйную арганізацыю матэрыялу, якая ствараецца дзякуючы гарманічнаму ўзаемадзеянню лексічных, марфалагічных і сінтаксічных моўных сродкаў.

Прамая ацэнка сітуацыі часцей за ўсё перадаецца з дапамогай лексічных рэсурсаў мовы. Так, радыёжурналісты ўжываюць суб'ектыўна-ацэначныя элементы, функцыю якіх звычайна выконваюць прыметнікі і прыслоўі: *эфектыўная праца гасцініц; беларуска-расійскія праекты рэалізуюцца паспяхова; вельмі важна, што ўсе распрацоўкі маюць патэнты*. Выдзеленыя лексемы з'яўляюцца агульнаацэначнымі. Яны створаны на аснове камбінацыі характарыстык прадмета, сукупны вобраз якога немагчыма дакладна верыфікаваць [1, с. 67]. Журналісты не расшыфроўваюць дакладную сутнасць паняццяў, а выкарыстоўваюць словы з першапачаткова станоўчай канатацыяй і такім чынам перадаюць адназначную ацэнку аб'екта размовы.

Характэрная рыса маўлення журналістаў радыё «Беларусь» – ужыванне лексем, якія сведчаць пра актыўную дзейнасць краіны на міжнароднай арэне, яе ўключанасць у глабальны працэс: *міралюбівы курс Беларусі ў знешняй палітыцы; гатоўнасць да ўзаемавыгаднага супрацоўніцтва; нацыянальная эканоміка адкрыта для замежных інвестыцый*. Калі журналіст гаворыць пра адкрытасць, перспектыўнасць, ён закладвае ў гэтыя паняцці станоўчыя якасці, якія раскрываюць тэму гаворкі толькі абагульнена і адназначна дэманструюць інтэнцыяльнасць выказвання.

Схаваная перадача ілакутыўнай мэты больш характэрна для марфалага-сінтаксічнага ўзроўню маўлення. Марфалогія і сінтаксіс – кадыфікаваныя моўныя сістэмы з мінімальнай варыятыўнасцю форм, таму інтэнцыяльнасць выказванняў перадаецца імпліцытна. Яскравым прыкладам з'яўляецца граматычная катэгорыя часу дзеяслова: *дзве краіны плануюць ствараць буйныя сумесныя вытворчасці і холдынгі, што дасць магчымасць...; эканамічны форум, які зараз праходзіць, дапаможа замацаваць вынікі супрацоўніцтва*. Спачатку гаворка ідзе аб працэсе дзеяння (цяп. час), а затым робіць адназначныя прагнозы (буд. час), не ўжываючы паказчыкаў мадальнасці, якія маглі б сведчыць пра ступень верагоднасці зробленых высноў.

Трансляцыя ілакутыўнай мэты на марфалага-сінтаксічным узроўні таксама ажыццяўляецца з дапамогай граматычнага суб'екта. Інтэнцыяльны тон матэрыялу фарміруецца праз вар'іраванне камунікатыўнага рангу ўдзельнікаў сітуацыі, ад якога залежыць сінтаксічная пазіцыя актанта [5, с. 5]: *Аляксандр Лукашэнка правёў сустрэчу з прэм'ерам Дзяржаўнага савета КНР Лі Кэцянам...; пасол Беларусі правёў размову з прэзідэнтам Асацыяцыі на-*

цыянальных музеяў Францыі Жанам-Полем Ключелем. У выпадках, дзе ёсць два актанта пры адным прэдыкаце, адзін з іх займае моцную сінтаксічную пазіцыю – дзейнік, а другі выступае ў ролі дапаўнення. Такім чынам, адзін з актантаў мае самы высокі ранг і стварае граматычна-сэнсавую перспектыву выказвання [7]. Заўважым, што акцэнт зроблены менавіта на беларускі бок, нягледзячы на тое, што сустрэча праходзіць у іншых дзяржавах.

Станоўчы імідж краіны найбольш эфектыўна фарміруецца праз кампазіцыйную арганізацыю радыёмаўлення. Інтэнцыянальная накіраванасць у гэтым выпадку праяўляецца не праз канкрэтныя словы, а ў агульнай структуры тэксту [3, с. 133]. Так, на кампазіцыйным узроўні лексічных, марфалагічных і сінтаксічных сродкі маўленчага ўздзеяння дзякуючы грамацнай, прадуманай структураванасці тэксту ўключаюцца ў кантэкст і ўтвараюць эфектыўную сістэму, накіраваную на рэалізацыю пастаўленай ілакутыўнай мэты.

Акрамя таго, кампазіцыйная арганізацыя матэрыялу прадугледжвае спалучэнне аўтарскага тэксту з рэплікамі герояў па адпаведнай тэме. Простая мова (непасрэдна голас чалавека ў эфіры) або ўскосная мова (карэспандэнт сам агучвае думку іншага чалавека са спасылкай на яго) у спалучэнні з журналісцкім тэкстам дазваляюць у поўнай меры раскрыць ілакутыўны намер і стварыць сэнсава насычаны, абгрунтаваны сюжэт для радыёэфіру.

#### *Літаратура*

1. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова // Академия наук СССР, Институт языкознания. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
2. Володина, М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М.Н. Володина // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 6–25.
3. Монастырёва, О.В. Методы продвижения образа страны в практике «Международного радио Китая»: функциональные и творческие характеристики вещания на русском языке: дис. ... канд. фил. наук: 10.01.10 / Монастырёва О. В. – Благовещенск, 2011. – 202 с.
4. Остин, Дж. Л. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник / Общ. ред. Б.Ю. Городецкого. – М.: Прогресс, 1986. – С. 22–129.
5. Падучева, Е.В. Акцентный статус как фактор лексического значения / Е.В. Падучева // Изв. АН, Серия литературы и языка. – 2003. – Т. 62, № 1. – С. 3–16.
6. Прохоров, Р. О некоторых аспектах развития радиовещания в Республике Беларусь / Р. Прохоров // Беларускаяе радыё: гісторыя, сучаснасць, перспектывы развіцця: матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 80-годдзю Беларускага радыё. – Мінск, 2005. – С. 48–50.
7. Сусов, И.П. Введение в теоретическое языкознание / И.П. Сусов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://homepages.tversu.ru/~ips/5\\_03.htm](http://homepages.tversu.ru/~ips/5_03.htm). – Дата доступа: 24.09.2014.