

узаемазвязаны і ўзаемаабумоўлены [3, с. 89]. У сучасную лічбавую эпоху, калі кожны чалавек становіцца сваім уласным сродкам масавай інфармацыі, трапляе пад уплыў свайго ўласнага акружэння, сам уплывае на гэта асяроддзе і можа ўплываць на глабальную медыйную прастору, на першы план выходзіць менавіта парадыгма медыяграматнасці, а медыяадукацыя мае істотны патэнцыял для развіцця ў якасці самастойнага і паўнацэннага напрамку педагогікі – медыяпедагогікі.

Літаратура

1. Федоров, А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям / А. В. Федоров // *Пси-фактор [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/fedorov14.htm>. – Дата доступа: 1.06.2017.
2. Potter, W. James. The State of Media Literacy / W. James Potter // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. – 2010. – 54(4). – P. 675–696.
3. Галынский, В. М. Трансформация традиционных форм обучения в современном университете: на пути к онлайн-педагогике и открытому обучению / В. М. Галынский, П. Л. Соловьев // *Университет в современном обществе: БГУ в стране и мире / С. В. Абламейко [и др.]; под общ. ред. С. В. Абламейко*. – Минск: БГУ, 2015. – С. 87–95.

Вольга Самусевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

КАНЦЭПТУАЛІЗАЦЫЯ МЕДЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ НАВІНАВАГА ПАРТАЛА «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ» І ПАРТАЛА ВЫДАВЕЦКАГА ДОМА «ЗВЯЗДА»

Ва ўмовах сучаснай сацыякультурнай і палітычнай сітуацыі ўзнікае інтэлектуальная патрэба ў канцэптуальнай публіцыстыцы, вызначэнні новых жыццёвых прыярытэтаў, пераасэнсаванні многіх з’яў рэчаіснасці, пераглядзе праз прызму канцэптаў медыятэксту стаўлення да нацыянальных і агульначалавечых каштоўнасцей.

Журналістыка ў сучасным грамадстве выконвае асаблівую, сацыяльную функцыю. Яна з’яўляецца пасрэднікам, «медыятарам» паміж уладай і грамадствам. Як справядліва адзначаюць шматлікія навукоўцы, з аднаго боку, журналістыка адлюстроўвае грамадскую думку, тым самым уплываючы на выпрацоўку ўпраўленчых рашэнняў органамі ўлады; з другога боку, менавіта журналістыка і арганізуе грамадскую думку, уключаючы канцэптуальную інфармацыю ў масавую свядомасць, праводзячы дзяржаўныя канцэпцыі, нацыянальныя ідэі.

Гэта вынікавана тым, што журналісцкі тэкст сярод іншых нацыянальна арыентаваных тэкстаў павінен каштоўнасна арыентаваць свайго чытача, не толькі ствараючы пэўную мадэль свету, але і фарміруючы адносіны да яе. Як адзначае прафесар В. І. Іўчанкаў, медыйнае поле разрастаецца, усё больш і больш пранікаючы ў чалавечую дзейнасць, становіцца «вызначальным арыенцірам у забеспячэнні жыццядзейнасці» [1, с. 21]. Сацыяльна-гістарычны, культурны, палітычны, эканамічны, маральна-этычны бакі рэчаіснасці цесна звязаны з эвалюцыйнымі працэсамі, і гэта знаходзіць нацыянальна-спецыфічнае канцэптавае адлюстраванне ў сродках масавай інфармацыі.

Усе сродкі масавай інфармацыі характарызуюцца спецыфічным наборам медыйных прыкмет, якія робяць істотны ўплыў на лінгвафарматныя якасці іх медыятэкстаў. Журналісцкія тэксты ўяўляюць кангламерат інфармацыйных патокаў, які нясе ў сабе адлюстраванне сучаснасці, адбітак жыцця беларускага соцыуму, таму адпаведным чынам акумуляюць і структуруюць цыркулюючую ў рэчаіснасці інфармацыю.

У сувязі з гэтым важнае значэнне набывае архітэктоніка медыятэксту. Фарматнае структураванне журналісцкіх матэрыялаў падпарадкавана прынцыпу стварэння максімальнай зручнасці для аўдыторыі. Паміж кампанентамі публіцыстычных твораў устанаўліваюцца пэўныя семантыка-кампазіцыйныя адносіны, якія праяўляюцца ў парадку размяшчэння вербальных і іканічных элементаў у змястоўнай структуры (семантычная суаднесенасць кампанентаў) і ў фармальнай структуры тэксту (архітэктанічная ці візуальна-прасторавая суаднесенасць кампанентаў).

Кожная архітэктанічная адзінка медыятэксту характарызуецца пэўнымі прыёмамі, якія забяспечваюць вылучэнне найважнейшых сэнсаў публікацыі і актывізуюць увагу адрасата: разнастайныя графічныя вылучэнні, паўторы моўных адзінак розных узроўняў, а таксама моцныя пазіцыі тэксту. Да апошніх традыцыйна адносяць загаловкі публікацый і рубрык, якія, як правіла, змяшчаюць ключавыя словы – канцэпты.

Гэта вызначае і такую акалічнасць, што нацыянальна-культурная спецыфіка арганізацыі інфармацыйнай прасторы праяўляецца не толькі ў выглядзе розных спосабаў структурызацыі інфармацыйнага патоку, інакш кажучы, на ўзроўні медыяфармату – архітэктонікі, але і на ўзроўні зместу, у адборы ключавых паняццяў – канцэптаў – для фарміравання ўсёй тэкставай прасторы. Інфармацыйна-змястоўная функцыя медыятэксту такім чынам спалучаецца з функцыяй кагнітыўна-ідэалагічнай.

Для аналізу мы выбралі партал выдавецкага дома «Звязда» і навінавы партал «СБ. Беларусь сегодня», паколькі на сёння гэта адны з найбольш значных і дзейных інфакрынц у нацыянальным інфармацыйным полі. Выбар партала вынікаваны тым, што архітэктоніка публіцыстычнага твора непасрэдна ўзаемазвязана як з архітэктонікай газетнай паласы, так і з архітэктонікай старонак электроннай версіі ці партала пэўных перыядычных выданняў.

На галоўнай старонцы навінавага парталу «СБ. Беларусь сегодня» прадстаўлены для выбару наступныя рубрыкі: «Політыка», «Мир», «Общество», «Экономика», «Культура», «Спорт», «Происшествия», «Мнения», «ТВ», «Радио». Тамсама прадстаўлены такія раздзелы, як «Картина дня», «Издания» («Рэспубліка», «Беларусь сегодня», «Народная газета», «Сельская газета», «Знамя юности», «Голас Радзімы»), «Мнения» (аўтарскія матэрыялы вядучых блогераў публіцыстаў), «В регионах», «Твоё сегодня» (інтэрнэт-тэлебачанне, «Альфа-радыё» і тэлепраграма), «Політыка», «Экономика», «Выбор редакции», «Культура», «Общество», «Происшествия», «В мире» «Образование и наука», журнал «Спецназ», «Популярное за неделю». Паралельна навінавы блок і рубрыка «Спорт».

Партал Выдавецкага дома «Звязда» прапануе шэраг хатніх старонак, кожная з якіх мае, як правіла, свой набор рубрык. Хатняя старонка «Палітыка» прадстаўлена рубрыкамі «Урад», «Парламент», «Дакументы», «Прэзідэнт»; старонка «Эканоміка» – рубрыкамі «Фінансы», «Энергетыка», «Транспарт», «Гандаль», «Жыллё», «Прыватны бізнес», «Сельская гаспадарка», «Сувязь»; старонка «Грамадства» – «Сацыяльная падтрымка», «Сілавая структура», «Здарэнні», «Рэлігія», «Экалогія», «Медыя», «Здароўе», «Сям’я і дэмаграфія», «Моладзь», «Адукацыя», «Навука», «Рэгіёны»; старонка «У свеце» – «Беларусь і свет», «Весткі з Кітая», «Кантыненты»; старонка «Культура» – «Гісторыя і этнаграфія», «Краязнаўства», «Архітэктур», «Літаратура», «Выяўленчае мастацтва», «Кіно», «Тэатр», «Музыка», «Францыск Скарына»; старонка «Калейдаскоп» – «Тэлетыдзень», «Гараскоп», «Вясёлыя гісторыі чытачоў», «Хто каго?», «Простая мова»; старонка «Спорт» без рубрык; старонка «Нашы выданні» – «Літаратура і мастацтва», «Алеся», «Вожык», «Маладосць», «Нёман», «Польмя», «Бязрозка», «Родная прырода»; старонка «Кнігі» (пакуль пустая). На галоўнай старонцы размешчаны спасылкі на найбольш актуальныя матэрыялы, структураваныя па рубрыках «Навіны», «Папулярнае», «Культура», «Палітыка», «Раім схадзіць», «Фота», «Відэа», «Інфаграфіка», «Дыялог», «Блог», «Друкуецца ў...».

«Эксперт», «Нашы новыя кнігі». Тамсама можна азнаёміцца з праектамі Выдавецкага дома «Звязда»: «Весткі з Кітая», «Песню бярыце з сабою», «Радзе Беларусь на сайце «Звязды», «Усё пра Еву», «#ІМНО», «Францыск Скарына – беларускі першадрукар», «Скарбонка добрых спраў». Рубрыка «Нашы дадаткі» прэзентуе: «Ігуменскі тракт», «Чырвонка», «Жырандоля», «СЕ. Союз Евразія», «Краіна здароўя», «Мясцовае самакіраванне», «Плацдарм», «Сямейная газета», «Фарпост спакою», «Алімпіец», «Карані і кроны». На галоўнай старонцы змешчаны гіперспасылкі на актуальныя хатнія старонкі «500-годдзе беларускага кнігадрукавання», «Славянскі базар у Віцебску», «Конкурс юных чытальнікаў «Жывая класіка».

Відавочна, што партал Выдавецкага дома «Звязда» больш дэтальва, архітэктанічна больш разнастайны, канцэптуальна дакладны, нягледзячы на шэраг недапрацовак. Сярод іх – старонкі без інфармацыі; няўдалыя назвы рубрык і матэрыялаў, якія не адпавядаюць стылістыцы інтэрнэт-маўлення; дубліраванне назваў рубрык і праектаў (напрыклад, «Весткі з Кітая»).

Варта нагадаць, што ў кантэксце фарміравання грамадскай думкі менавіта канцэптуальны, ці кагнітыўна-ідэалагічны, узровень медыятэксту выконвае дамінуючую ролю. Сёння мова СМІ з’яўляецца тым кодам, той універсальнай знакавай сістэмай, з дапамогай якой у індывідуальнай і масавай свядомасці фарміруецца карціна свету. Шматлікія даследаванні па медыяпсіхалогіі пацвярджаюць той факт, што ўспрыманне чалавекам навакольнага асяроддзя ў вялікай ступені залежыць ад таго, як яго прадстаўляюць СМІ. Менавіта ў медыятэкстах адлюстроўваюцца найперш сацыяльна-ідэалагічныя змены, фіксуюцца новыя каштоўнасці і ідэалагемы.

Менавіта медыйная канцэптасфера сёння, у эпоху інфармацыйнага грамадства, мае найбольшы ўплыў на канцэптасферу носьбітаў культуры і здольна не толькі ўздзейнічаць на свядомасць чалавека, але і вызначаць разумова-маўленчыя паводзіны членаў соцыуму, мадыфікуючы нацыянальную карціну свету. У сувязі з гэтым выданням Выдавецкага дома «Звязда» і медыяхолдынга «СБ» важна надаваць большую ўвагу канцэптуальнай арганізацыі медыйнай прасторы, якая значна саступае інфармацыйнаму парталу tut.by і БелТА.

Літаратура

1. Іўчанкаў, В. І. Медыярыторыка / В. І. Іўчанкаў. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009. – 208 с.