

БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ

Аб'ект аўтарскага права

УДК 070.41(476)(043.3)+ 81'42(043.3)

ГРУЗДЗЕВА  
МАРЫЯ АЛЯКСАНДРАЎНА

**МЕДЫЙНАЯ КАНЦЭПТАСФЕРА БЕЛАРУСІ:  
СПАСАБЫ ВЕРБАЛІЗАЦЫІ І ІНТЭРПРЭТАЦЫІ ПАВЕДАМЛЕННЯЎ**

**АЎТАРЭФЕРАТ**

дысертацыі на атрыманне вучонай ступені

кандыдата філалагічных навук

па спецыяльнасці 10.01.10 – журналістыка

Мінск, 2023

Работа выканана ў Беларускаім дзяржаўным універсітэце

Навуковы кіраўнік –

**Іўчанкаў Віктар Іванавіч,**  
доктар філалагічных навук, прафесар,  
прафесар кафедры перыядычнага  
друку і вэб-журналістыкі  
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта

Афіцыйныя апаненты:

**Сянкевіч Васіль Іванавіч,**  
доктар філалагічных навук, прафесар,  
прафесар кафедры агульнаадукацыйных  
дысцыплін і методык іх выкладання  
ўстанова адукацыі «Брэсцкі  
дзяржаўны ўніверсітэт імя А.С. Пушкіна»

**Салаўёў Анатоля Іванавіч,**  
кандыдат філалагічных навук, дацэнт,  
дацэнт кафедры тэхналогій  
камунікацыі і сувязяў з грамадскасцю  
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта

Апаніруючая арганізацыя –

Установа адукацыі  
«Беларускі дзяржаўны педагагічны  
ўніверсітэт імя Максіма Танка»

Абарона адбудзецца «22» снежня 2023 г. у 14.00 на пасяджэнні савета па абароне дысертацый Д 02.01.08 пры Беларускаім дзяржаўным універсітэце па адрасе: 220004, г. Мінск, вул. Кальварыйская, 9, аўд. 310.

Тэлефон вучонага сакратара: +375 17 259 70 34, e-mail: [kvetik@mail.ru](mailto:kvetik@mail.ru).

З дысертацыяй можна пазнаёміцца ў Фундаментальнай бібліятэцы Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта.

Аўтарэферат разасланы «22» лістапада 2023 г.

Вучоны сакратар савета  
па абароне дысертацый  
доктар філалагічных навук, дацэнт



С.В.Харытонова

## УВОДЗІНЫ

Развіццё інфармацыйнага грамадства з'яўляецца адным з нацыянальных прыярытэтаў Рэспублікі Беларусь, што дыктуе неабходнасць вывучэння беларускай медыйнай канцэптасферы, яе вербалізацыйных і інтэрпрэтацыйных магчымасцей у сістэме журналістыкі – сферы навуковага пазнання, у інфармацыйным прадукце якой акумулююцца веды пра навакольны свет, гістарычныя перыяды ў сінхраніі і дыяхраніі, асаблівасці развіцця канкрэтнага соцыуму, пра ментальную карціну этнасу і канкрэтнага індывідуума. Маўленчая свядомасць спараджальнікаў інфармацыі, рэалізаваная ў журналісткіх тэкстах, сацыяльны кантэкст камунікацыі, які характарызуе яе ўдзельнікаў, працэсы прадукцыравання і ўспрымання медыямаўлення з улікам фонавых ведаў адлюстроўваюцца перш за ўсё ў канцэптасферы.

Як адзначана ў Канцэпцыі інфармацыйнай бяспекі Рэспублікі Беларусь зацверджанай Пастановай Савета Бяспекі Рэспублікі Беларусь ад 18 сакавіка 2019 г. № 1, трансфармацыя соцыуму ў інфармацыйнае грамадства спараджае новыя рызыкі, выклікі і пагрозы, якія найпрост закранаюць пытанні забеспячэння нацыянальнай бяспекі, у тым ліку абароненасць інфармацыйнай прасторы, інфармацыйнай інфраструктуры, інфармацыйных сістэм і рэсурсаў. Даследаванне прысвечана выяўленню спосабаў вербалізацыі складнікаў беларускай медыйнай канцэптасферы на ўзроўнях парадыгматыкі і сінтагматыкі, семантыкі, аксіялогіі, сінтактыкі і прагматыкі; устанаўленню прыёмаў інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыядыскурсе Беларусі; аналізу камунікатыўных рызык у медыйных практыках, што стане трывалым грунтам для эфектыўнай рэалізацыі Канцэпцыі інфармацыйнай бяспекі Рэспублікі Беларусь у частцы распрацоўкі комплексу мер «стратэгічнага і тактычнага характару па папярэджанні і нейтралізацыі інфармацыйных рызык, выклікаў і пагроз».

Прадстаўленасць канцэптуальнай карціны свету ў медыя дыктуе неабходнасць вылучэння асобнага паняцця, якое акумулявала б веды пра кагнітыўныя адзінкі, што функцыянуюць у дыскурсе сродкаў масавай інфармацыі. Такім паняццем з'яўляецца «медыяканцэпт». У даследаванні гэты тэрмін трактуецца як *сукупнасць ментальных характарыстык, эксплікаваных сродкамі масавай інфармацыі і ўкаранёных у сацыяльную памяць грамадства праз спецыфічныя тэкставыя катэгорыі – перыядычнасць, рэгулярнасць, масавасць (тыражнасць), камунікатыўная прызначанасць і калектыўнае аўтарства*.

Прафесійная дзейнасць журналіста па стварэнні тэкстаў і наступнае іх функцыянаванне ў медыядыскурсе фарміруюць у свядомасці рэцыпіентаў асаблівую рэальнасць – медыйную канцэптасферу. Гэта падвід нацыянальнай

канцэптасферы, які складаецца з медыяканцэптаў і рэпрэзентуе рэчаіснасць у медыядыскурсе з дапамогай тэкстаў сродкаў масавай інфармацыі (далей – СМІ).

Найбольш пашыранай групай канцэптаў, якія функцыянуюць у айчыннай медыйнай канцэптасферы, з’яўляецца тэматычна ўніфікаваная лексічная група «Беларусь». У яе ўваходзяць медыяканцэпты, звязаныя з традыцыйным для кагнітыўнай навукі канцэптам «радзіма». На парадыгме гэтага медыяканцэпту даследуецца вербалізацыя медыйнай канцэптасферы Беларусі і інтэрпрэтацыя паведамленняў у ёй. *Пад медыяканцэптам «Беларусь» разумеецца сістэмная сукупнасць уяўленняў, якія функцыянуюць у СМІ і рэпрэзентуюць у канцэнтраваным выглядзе тыповыя асацыяцыі большасці людзей пра Беларусь як пра асобую тэрытарыяльную цэласнасць, якая характарызуецца спецыфічнай палітычнай, эканамічнай, сацыяльнай і культурна-гістарычнай структурай.*

У працы ўпершыню прыводзіцца комплексны аналіз вербалізацыі медыяканцэпту «Беларусь» у айчыннай медыйнай канцэптасферы і даследуюцца прыёмы інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыядыскурсе Беларусі, што выяўляе важныя асаблівасці інфармацыйнай палітыкі дзяржавы, дазваляе выпрацаваць рэкамендацыі для журналістаў па аб’ектыўным асвятленні праблем палітычнай, эканамічнай, сацыяльнай і іншай тэматыкі.

Такім чынам, *актуальнасць дысертацыі* абумоўлена тым, што ўпершыню ў тэорыі айчыннай журналістыкі выяўляюцца і каталагізуюцца спосабы вербалізацыі і інтэрпрэтацыі інфармацыйных тэкстаў у медыядыскурсе, на аснове распрацаваных аўтарам палажэнняў сфармуляваны рэкамендацыі па выкарыстанні складнікаў канцэптасферы медыя Беларусі з улікам камунікатыўных рызык, якія могуць узнікаць пры інтэрпрэтацыі журналісцкіх матэрыялаў.

## **АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ**

**Сувязь працы з навуковымі праграмамі і тэмамі.** Дысертацыя адпавядае планавай тэме Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь на кафедры медыялінгвістыкі і рэдагавання факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта: «Функцыянаванне сродкаў масавай камунікацыі на сучасным этапе: камунікатыўны і рэдактарскі аспекты» (2018–2022 гг., № дзяржрэгістрацыі 20180401), а таксама навукова-даследчай тэме кафедры перыядычнага друку і вэб-журналістыкі факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта «Моўныя працэсы ў сучасных сродках масавай інфармацыі: камунікатыўная бяспека» дзяржаўнай праграмы навуковых даследаванняў 12 «Грамадства і гуманітарная бяспека беларускай дзяржавы»,

падпраграме 12.6 «Беларуская мова і літаратура» (2021–2025 гг., 20211991) і навукова-даследчай тэме кафедры перыядычнага друку і вэб-журналістыкі факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта «Камунікатыўныя рызыкі ў медыяпрасторы: інфармацыйная бяспека і выклікі сучаснасці» Беларускага рэспубліканскага фонду фундаментальных даследаванняў (2021–2023 гг., Г21МС-005). Дысертацыйнае даследаванне адпавядае мэтам і задачам Дзяржаўнай праграмы навуковых даследаванняў на 2021–2025 гг., Праграмы сацыяльна-эканамічнага развіцця Рэспублікі Беларусь на 2021–2025 гг. Праца карэлюецца з Прыярытэтнымі напрамкамі навуковай, навукова-тэхнічнай і інавацыйнай дзейнасці Рэспублікі Беларусь на 2021–2025 гг. (п. 6 «Сацыягуманітарная, эканамічная і інфармацыйная бяспека (чалавек, грамадства і дзяржава, гісторыя, культура, адукацыя і маладзёжная палітыка, спорт і турызм, кіраванне тэхналогіямі, тэхналагічнымі і сацыяльнымі працэсамі», зацверджанымі Указам Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь ад 7 мая 2020 г. №156). Даследаванне праведзена пры стыпендыяльнай падтрымцы Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь (распараджэнне Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь №32рп ад 21 лютага 2022 г.) і спецыяльнага фонду Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь па сацыяльнай падтрымцы адораных навучэнцаў і студэнтаў (пасведчанні ад 2019 і 2022 гг.).

**Мэта і задачы даследавання.** *Мэтай даследавання з’яўляецца выяўленне спосабаў вербалізацыі і ўстанаўленне спецыфікі інтэрпрэтацыі паведамленняў у айчыннай медыйнай канцэптасферы на прыкладзе максімальна частотнага ў СМІ канцэпту «Беларусь».*

Для рэалізацыі пастаўленай мэты ў даследаванні вырашаюцца наступныя *задачи:*

1. Вызначыць анталагічныя характарыстыкі і дыферэнцыяльныя прыкметы медыйнай канцэптасферы ў медыялогіі і верыфікаваць медыяканцэпт *Беларусь* як базавы элемент сістэмы журналістыкі.

2. Распрацаваць стратэгію вербалізацыі канцэптаў у беларускім медыядыскурсе і выявіць максімальна частотныя складнікі медыйнай канцэптасферы Беларусі.

3. Выявіць спецыфіку рэпрэзентацыі медыяканцэпту «Беларусь» на ўзроўнях парадыгматыкі і сінтагматыкі, тэматычным, аксіялагічным, семантычным, сінтактыкі і прагматыкі.

4. Устанавіць прыёмы інтэрпрэтацыі паведамленняў у беларускім медыядыскурсе і ахарактарызаваць асноўныя камунікатыўныя рызыкі пры рэпрэзентацыі вобраза Рэспублікі Беларусь.

*Аб’ект даследавання* – медыйная канцэптасфера Беларусі як сістэмны і множны феномен, што фарміруецца з кагнітыўных адзінак у свядомасці

масавай аўдыторыі і рэпрэзентуе фрагмент рэчаіснасці.

*Прадмет даследавання* – спосабы вербалізацыі канцэпту «Беларусь» у медыйнай канцэптасферы Беларусі і яго інтэрпрэтацыйны патэнцыял.

*Эмпірычная база даследавання* прадстаўлена матэрыяламі з беларускіх СМІ – «СБ. Беларусь сегодня», «Рэспубліка», «Народная газета», «Звязда». Маніторынг праводзіўся сярод самых масавых грамадска-палітычных газет рэспубліканскага ўзроўню. Такія выданні, па-першае, з’яўляюцца тэматычна разнастайнымі і, па-другое, найбольш поўна асвятляюць тэмы грамадскага жыцця. Прынцыпова важным пры выбары гэтых газет было тое, што яны запатрабаваны асноўнай часткай грамадства і рэпрэзентатыўныя паводле тыражнасці. Перыяд правядзення маніторынгу ў СМІ – з 1 студзеня 2018 г. па 1 студзеня 2023 г.

*Метадалогія даследавання* грунтуецца на дыскурсным і кагнітыўным падыходах да працэсу вытворчасці медыятэксту і інтэрпрэтацыйнай дзейнасці журналістаў. Асновай метадалогіі даследавання сталі працы прадстаўнікоў дыскурснага падыходу (Т. ван Дэйка, В. Іўчанкава, Н. Аруцёнавай, Т. Дабрасклонскай, У. Карасіка і інш.), у якіх выяўляецца сувязь паміж моўнымі працэсамі і пазатэкставай рэчаіснасцю, і кагнітыўнага падыходу (В. Маслава, З. Папова, І. Сцяпнін, А. Бабушкін і інш.), дзе слова разглядаецца як асноўная адзінка карціны свету. Акрамя таго, у дысертацыі адлюстраваны і набыткі даследаванняў у галіне журналістыкі і тэорыі камунікацыі (Б. Стральцова, В. Іўчанкава, Г. Калшанскага, Я. Прохарава і інш.). У працы выкарыстоўваліся наступныя метады: дэскрыптыўны; семантыка-стылістычны; дыскурснага аналізу; дэдукцыі і індукцыі; паўзроўневага аналізу.

**Навуковая навізна.** У даследаванні ўпершыню распрацоўваецца інструментарый аналізу вербалізацыі складнікаў медыйнай канцэптасферы і вывучаюцца прыёмы іх вербалізацыі, выяўляюцца спосабы інтэрпрэтацыі медыйных паведамленняў у канцэптасферы Беларусі. Навуковая навізна заключаецца,

па-першае, у распрацоўцы тэарэтыка-метадалагічных асноў вывучэння медыйнай канцэптасферы Беларусі і верыфікацыі базавага элемента вытворчасці кантэнтна-медыяканцэпту Беларусь, які рэалізуецца ў жанрава-стылёвай, канцэптэуальна-светапогляднай, этычна-эстэтычнай арганізацыі журналісцкага твора;

па-другое, у вызначэнні спецыфікі вербалізацыі канцэптаў у беларускім медыядыскурсе, што дазваляе разгледзець сігніфікатыўныя якасці і фармальныя паказальнікі этнапсіхалагічнай разнастайнасці медыяканцэпту і выявіць яго ідэнтыфікатыўныя формулы ў сістэме журналістыкі;

па-трэцяе, у выяўленні максімальна частотных складнікаў медыйнай

канцэптасферы Беларусі і вызначэнні ролі і месца медыяканцэпту Беларусь у зместавым нападуненні камунікатыўных актаў, а таксама абгрунтаванні ўплыву іх на вытворчасць кантэнтну;

па-чацвёртае, у вывядзенні канцэптавай парадыгмы функцыянавання медыя і апісанні стратэгіі іх дзейнасці ў новым камунікацыйным асяродку;

па-пятае, у характарыстыцы практык беларускіх сродкаў масавай інфармацыі вербалізацыі паведамленняў і ў выяўленні асаблівасцей зместава-фарматных мадыфікацый кантэнтну ў медыйнай канцэптасферы Беларусі;

па-шостае, ва ўкараненні аўтарскай метадыкі сяміўзроўневага аналізу вербалізацыі медыяканцэпту ў сродках масавай інфармацыі (парадыгматычным, сінтагматычным, тэматычным, семантычным, сінтактычным, прагматычным і аксіялагічным).

Арыгінальная і наватарская па асноўным змесце і выніках дысертацыйная праца праведзена на базе дэтальнага вывучэння медыякантэнтну грамадска-палітычных друкаваных сродкаў масавай інфармацыі Рэспублікі Беларусь з вывядзеннем канцэптавага статуса сучаснай беларускай журналістыкі: прыёмах і прынцыпах транслявання медыя сістэмы грамадскіх каштоўнасцей, а таксама каштоўнасцей журналістыкі як сферы прафесійнай дзейнасці і формы медыйнай творчасці. Матэрыялы дысертацыйнай працы і атрыманыя вынікі паслужаць грунтам для правядзення далейшых даследаванняў сродкаў масавай інфармацыі, навукова-тэарэтычнай распрацоўкі праблем канцэптуальнай журналістыкі, удакладнення механізмаў уплыву медыя на фарміраванне грамадскай думкі ва ўмовах глабальных цывілізацыйных выклікаў.

### **Палажэнні, якія выносяцца на абарону:**

1. Канцэптасфера – гэта складаны сістэмны і множны феномен, які фарміруецца з кагнітыўных адзінак у свядомасці чалавека і рэпрэзентуе пэўны фрагмент рэчаіснасці. У СМІ мадэляванне карціны свету ажыццяўляецца праз медыяканцэпты – універсальныя адзінкі, што маюць моўнае выражэнне і этнакультурную спецыфіку. Дэфінітыўны апарат кагнітывістыкі мае выключнае значэнне для ўвядзення ў навуковы зварот тэрміна «медыйная канцэптасфера» – сукупнасці медыяканцэптаў у свядомасці суб'екта камунікацыі, праз якую ён рэпрэзентуе рэчаіснасць у медыядыскурсе з дапамогай тэкстаў.

2. Прынцыповае значэнне для вывучэння медыйнай канцэптасферы мае аналіз вербалізацыі яе складнікаў. Стратэгія вербалізацыі канцэптаў у беларускім медыядыскурсе дазваляе комплексна разгледзець сігніфікатыўныя якасці і фармальныя паказальнікі этнапсіхалагічнай своеасаблівасці медыяканцэпту і выявіць яго ідэнтыфікатыўныя формулы.

Прагматыка і сінтагматыка медыяканцэпту, тэматычныя структуры, у якія

ён уключаны, семантычнае нападзенне і сінтактычная пабудова адзінкі, прагматычныя і аксіялагічныя адносіны, што выбудоўваюцца ў яе дачыненні, адлюстроўваюць змест медыяканцэпту ў свядомасці носьбітаў мовы (як стваральніка масавага прадукту, так і яго спажыўца), выяўляюць асаблівасці яго ўспрымання, вызначаюць яго ролю і месца ў медыйнай канцэптасферы.

3. Самай распаўсюджанай групай медыяканцэптаў з'яўляецца сукупнасць элементных складнікаў лексіка-тэматычнай групы «Беларусь», у якую ўваходзяць канцэпты, звязаныя з традыцыйным для кагнітыўнай навукі канцэптам «радзіма». Устанаўленне парадыматычных і сінтагматычных сувязей медыяканцэпту дазваляе вызначыць стабільныя, зафіксаваныя ў слоўніках значэнні слоў-актуалізатараў. Тэматычныя структуры маюць важнае значэнне для выяўлення кагнітыўнай арганізацыі медыяканцэпту, прадстаўляюць асноўныя тэмы ў медыя пры актуалізацыі пэўнай адзінкі свядомасці. Канцэпт «Беларусь» паводле семантычных, аксіялагічных, сінтактычных і прагматычных складнікаў яго рэалізацыі ў інфармацыйным працэсе адлюстроўвае вобраз краіны ў медыядыскурсе.

4. Інтэрпрэтацыйная накіраванасць медыядыскурсу звязана з працэсам узаемадзеяння ў сістэме аўтар – тэкст – адрасат. У сучаснай адрасатацэнтрычнай мадэлі камунікацыі медыятэкст уяўляецца як працэс інтэрпрэтацыі аўтарам паведамлення і як вынік інтэрпрэтацыйнай дзейнасці адрасата. У медыякамунікацыі журналістам адлюстроўваецца рэчаіснасць і заснаваны на фактах вобраз, што спрыяе эфектыўнай інтэрпрэтацыі яго рэцыпіентам. Інтэрпрэтацыйны працэс падуладны імпліцытна або экспліцытна выражаным камунікатыўным збоям, у мэтах іх недапушчэння неабходна валодаць навыкамі свечасова выяўляць і нівеліраваць камунікатыўныя рызыкі пры інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыя.

**Асабісты ўклад саіскальніка.** Дысертацыя з'яўляецца комплексным самастойным даследаваннем. Аўтарам дысертацыі ўстаноўлена спецыфіка вербалізацыі базавага складніка медыйнай канцэптасферы Беларусі і тэхнік інтэрпрэтацыі паведамленняў беларускай медыясферы, што дазваляе развіць навуковыя накірункі ў рэчышчы кагнітыўнай журналістыкі і медыялінгвістыкі, будзе спрыяць паспяховай рэалізацыі інфармацыйнай палітыкі Рэспублікі Беларусь у частцы стварэння якаснага і аргументаванага контрпрапагандысцкага кантэнт, кансалідацыі беларускага грамадства вакол нацыянальных інтарэсаў у інфармацыйнай сферы, вызначаных Канцэпцыяй нацыянальнай бяспекі Рэспублікі Беларусь, а таксама ўдасканаліць методыку працы беларускіх сродкаў масавай інфармацыі і павялічыць якасць беларускай медыявытворчасці. Аўтару належаць усе тэарэтычныя і практычныя вынікі даследавання, якія былі пакладзены ў аснову публікацый, напісаных без



суаўтарства.

**Апрабацыя вынікаў даследавання.** Выкладзеныя ў дысертацыі тэарэтычныя вывады і практычныя рэкамендацыі былі абмеркаваны на 25 навукова-практычных канферэнцыях, навуковых форумах і сімпозіумах у Беларусі і за яе межамі: «Праблемы масавай камунікацыі» (Варонеж, 2016, 2018); «Філалагічныя і сацыякультурныя пытанні навукі і адукацыі» (Краснадар, 2016); «Слова і тэкст у культурнай і палітычнай прасторы» (Сыктыўкар, 2017); «Вобраз Радзімы: змест, фарміраванне, актуалізацыя» (Масква, 2018); 75, 78-й навукова-практычнай канферэнцыі студэнтаў і аспірантаў (Мінск, 2018, 2021); «Журналістыка: стан, праблемы і перспектывы» (Мінск, 2018–2022); «Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху» (Мінск, 2019, 2021); «Міжнародная журналістыка–2019: еўразійска-атлантычнае партнёрства і медыя» (Мінск, 2019); «Медыя ў сучасным свеце. Маладыя даследчыкі» (Санкт-Пецярбург, 2019); «Слова ў кантэксце часу» (Мінск, 2019); Міжнародным маладзёжным навуковым форуме «Ламаносаў–2019» (Масква, 2019); «Расія ў свеце: гісторыя, сучаснасць, перспектывы» (Масква, 2019); «Стылістыка: мова, маўленне і тэкст» (Мінск, 2022 г.); «Мова ў каардынатах масмедыя» (Санкт-Пецярбург, 2022); «Камунікацыі ва ўмовах лічбавай трансфармацыі» (Санкт-Пецярбург, 2022).

Асобныя вынікі ўкаранёны ў навучальны працэс на факультэце журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта: 5 актаў аб магчымасці практычнага выкарыстання (ад 23.10.2018 № 0804/942, ад 16.09.2020 № 2.4/12, ад 10.06.2021 № 2.4/131, ад 17.10.2022 № 2.4/276, ад 17.10.2022 № 2.4/277).

**Апублікаванасць вынікаў дысертацыі.** Асноўныя палажэнні і вынікі дысертацыйнага даследавання адлюстраваны ў 31 публікацыях аўтара, у тым ліку: 4 артыкулы ў навуковых выданнях, якія адпавядаюць п. 19 Палажэння аб прысуджэнні вучоных ступеняў і прысваенні вучоных званняў (2,4 а. а.); 2 артыкулы ў зборніках навуковых прац, 24 матэрыялы навукова-практычных канферэнцый, 1 тэзісы канферэнцыі. Агульны аб'ём публікацый – 7,6 а. а.

**Структура і аб'ём дысертацыі.** Дысертацыя складаецца з уводзін, агульнай характарыстыкі работы, трох глаў, заключэння, спіса выкарыстаных крыніц і дадаткаў. Тэкст дысертацыі займае 174 старонкі, у тым ліку 9 табліцы, 1 малюнак і дадаткі на 56 старонках. Спіс выкарыстаных крыніц уключае 182 назвы на 15 старонках, у тым ліку 31 публікацыя аўтара на 5 старонках.

## **АСНОЎНЫ ЗМЕСТ ПРАЦЫ**

У першай главе «Тэарэтыка-метадалагічныя асновы вывучэння медыйнай канцэптасферы Беларусі» прыведзены аналітычны агляд айчынных і замежных даследаванняў, прысвечаных праблемам медыялогіі,

кагніталогіі, дыскурснага аналізу, у навуковы зварот уведзены паняцці «медыяканцэпт» і «медыйная канцэптасфера», абгрунтаваны тэарэтыка-метадалагічныя падыходы да прадмета даследавання.

У раздзеле 1.1 **«Канцэптасфера як спосаб фарміравання кагнітыўнай прасторы»** разглядаюцца пытанні карэляцыйных сузалежнасцей маўленчых і культуралагічных феноменаў канцэптасферы. На падставе тэарэтычнага аналізу выяўляюцца суадносіны паняццяў «мова» і «культура». Даследуецца тэарэтычнае станаўленне і развіццё базіснага паняцця кагнітыўнай лінгвістыкі – канцэптасферы, прыводзяцца яго віды і падыходы да арганізацыі. Робіцца выснова пра магчымасць фарміравання карціны свету беларуса ў кантэксце нацыянальнай канцэптасферы.

У раздзеле 1.2 **«Паняцці «канцэпт» і «медыяканцэпт»: метадалогія даследаванняў»** аналізуецца медыяканцэпт як моўная і лінгвакультуралагічная катэгорыя. Узнікаюцца пытанні азначэння тэрміна «медыяканцэпт», суадносін канцэпту і яго рэпрэзентацыі, размежавання тэрмінаў «значэнне», «паняцце», «вобраз» і «канцэпт», ролі канцэпту ў мадэляванні моўнай карціны свету.

У раздзеле 1.3 **«Медыйная канцэптасфера Беларусі: асноўныя складнікі і характарыстыкі»** дэфінуецца паняцце «медыйная канцэптасфера», якое трактуецца як падвід нацыянальнай канцэптасферы, што складаецца з медыяканцэптаў і рэпрэзентуе рэчаіснасць у медыядыскурсе з дапамогай тэкстаў сродкаў масавай інфармацыі. Устанаўліваюцца суадносіны паняццяў «канцэптасфера» і «медыйная канцэптасфера», выяўляюцца асаблівасці структуры медыйнай канцэптасферы.

Праз паэтапнае вывучэнне структуры медыйнай канцэптасферы выяўляецца, што гэта шматмернае ментальнае ўтварэнне прадстаўлена групамі медыяканцэптаў, якія маюць палявую структуру. Прапануецца і абгрунтоўваецца метадыка аналізу вербалізацыі медыяканцэпту ў сродках масавай інфармацыі на сямі ўзроўнях: парадыгматычным, сінтагматычным, тэматычным, семантычным, сінтактычным, прагматычным і аксіялагічным.

У другой главе **«Вербалізацыя медыйнай канцэптасферы Беларусі»** праводзіцца апісанне вербалізацыі базіснага складніка беларускай медыйнай канцэптасферы – медыяканцэпту «Беларусь» (на падставе аналізу медыятэкстаў за перыяд з 1 студзеня 2018 г. па 1 студзеня 2023 г). Пад ім разумеецца сістэмная сукупнасць уяўленняў, якія рэпрэзентуюць у канцэнтраваным выглядзе тыповыя асацыяцыі большасці людзей пра Беларусь як пра асобую тэрытарыяльную цэласнасць, якая характарызуецца спецыфічнай палітычнай, эканамічнай і сацыяльнай структурай. На аснове парадыгматычнага, сінтагматычнага, тэматычнага, семантычнага, сінтактычнага, прагматычнага і

аксіялагічнага аналізаў выяўляюцца асаблівасці функцыянавання медыяканцэпту «Беларусь» у медыядыскурсе.

У раздзеле 2.1 **«Спосабы вербалізацыі складніка канцэптасферы медыя Беларусі: прагматычны, сінтагматычны і тэматычны аспекты»** разглядаецца парадыматыка і сінтагматыка моўнай эксплікацыі медыяканцэпту «Беларусь» у медыя. Вызначаюцца магчымасці слоў-рэпрэзентатараў кагнітыўнай адзінкі ўступаць у парадыматычныя і сінтагматычныя адносіны з іншымі лексемамі. Падчас аналізу «гарызантальных» сувязей паміж адзінкамі мовы ў медыя выяўлены сэнсавы патэнцыял медыяканцэпту ў свядомасці прадстаўнікоў нацыі, вылучаны сінанімічныя, антанімічныя і асацыятыўныя семантычныя пласты. Разгляд «вертыкальных» адносін паміж лексемамі і канцэптам дазволіў устанавіць, што для медыяканцэпту «Беларусь» характэрныя наступныя мадэлі спалучальнасці: атрыбутыўная, вербальная, субстантыўная.

Даследавана функцыянаванне медыяканцэпту «Беларусь» з гледжання тэматыкі журналістскіх тэкстаў. За асноўную адзінку аналізу прымаецца тэма, пад якой разумеюцца з'явы сацыяльнай рэальнасці, адлюстраваныя ў матэрыяле. Выяўляюцца тэмы, якія актуалізуюцца ў беларускіх медыя пры звароце да паданалізнай адзінкі, вылучаецца тэматычнае ядро медыяканцэпту (тэмы палітыкі і эканомікі) і яго тэматычная перыферыя (тэмы грамадства, культуры, гісторыі і спорту).

У раздзеле 2.2 **«Рэпрэзентацыя складніка беларускай медыйнай канцэптасферы на семантычным, аксіялагічным, сінтактычным і прагматычным узроўнях»** даследуюцца структуры ўзаемадзеяння, у якія ўключаны медыяканцэпт «Беларусь», ацэнкі, што прадстаўляюць журналісты, семантычныя, аксіялагічныя, сінтактычныя і прагматычныя адносіны, якія выбудоўваюцца ў яго дачыненні.

Даказваецца, што асноўнымі семантычнымі характарыстыкамі медыяканцэпту «Беларусь» з'яўляюцца *міралюбівая, надзейная, прывабная, прагрэсіўная, сацыяльна арыентаваная, мэтанакіраваная, актыўная, стабільная і адказная*. З пазіцыі аксіялогіі ў медыя пераважаюць станоўчыя эмацыянальная і экзістэнцыяльная ацэнкі паданалізнай адзінкі. Падчас сінтактычнага аналізу ўстанаўліваецца, што медыятэксты пераважна з'яўляюцца гамагеннымі з перавагай актантаў у ролі памочнікаў. Выяўляюцца асноўныя прагматычныя стратэгіі вербалізацыі медыяканцэпту «Беларусь»: рэферэнцыі (спосабы функцыяналізацыі, класіфікацыі, этатызацыі, фізічнай класіфікацыі, лакалізацыйнай класіфікацыі, эканамічнай класіфікацыі, палітычнай класіфікацыі, акцэнтualізацыі, рэляцыйнай ідэнтыфікацыі, дыферэнцыяцыі, асацыяцыі з тым, хто гаворыць, дысасацыяцыі з тым, хто гаворыць і ацэначнай

рэферэнцыі) і прэдыкацыі (спосабы ацэначнай прэдыкацыі, пасівацыі і актывізацыі).

У трэцяй главе **«Інтэрпрэтацыя паведамленняў у беларускай медыйнай канцэптасферы»** медыядыкурс трактуецца як палітэкставая структура, у якой арганізуецца пэўнае паведамленне ў сродках масавай інфармацыі на фоне інтралінгвістычных заканамернасцей і экстралінгвістычнай парадыгмы, што ўключае ў сябе пазатэкставую інфармацыю. Робіцца выснова пра тое, што інтэрпрэтацыйны складнік камунікацыі паміж журналістам і рэцыпіентам выяўляецца найбольш выразна і дакладна менавіта ў медыядыкурсе. Апісваюцца асноўныя тэхнікі інтралінгвістычнай і экстралінгвістычнай інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыйнай канцэптасферы Беларусі.

У раздзеле 3.1 **«Інтэрпрэтацыя медыйных паведамленняў у сучаснай інфармацыйнай прасторы»** вызначаецца роля інтэрпрэтацыі ў сучаснай адрасатацэнтрычнай мадэлі камунікацыі, апісваецца паняцце «інтэрпрэтацыя» і праводзіцца яго верыфікацыя ў тэкставай дзейнасці журналіста, разглядаюцца фактары, што ўплываюць на канчатковы вынік інтэрпрэтацыйнага працэсу. Апісваецца анталогія камунікатыўных рызык у медыя пры інтэрпрэтацыі паведамленняў журналістам і рэцыпіентам, прасочваецца ўзаемасувязь паняццяў «інтэрпрэтацыя» і «аб’ектыўнасць» у журналістыцы, аналізуецца інтэрпрэтацыйныя ваганні пры рэпрэзентацыі паведамлення ў сродках масавай інфармацыі.

У раздзеле 3.2 **«Інтралінгвістычныя інтэрпрэтацыя медыяпадзей у беларускай канцэптасферы: асноўныя прыёмы і тэхнікі»** на матэрыяле беларускіх медыя разглядаюцца асноўныя інтралінгвістычныя спосабы інтэрпрэтацыі: парадыгматычныя, сінтагматычныя, аксіялагічныя і семантычныя. Даказана, што камунікатыўныя рызыкі пры інтэрпрэтацыі на ўзроўні парадыгматыкі могуць узнікаць, калі журналіст не ўлічвае сферу выкарыстання пэўнай адзінкі, на ўзроўні сінтагматыкі – калі ігнаруюцца мадэлі спалучальнасці слоў, на ўзроўні аксіялогіі – калі ў тэксце ёсць супярэчлівыя каштоўнасныя характарыстыкі канцэпту, на ўзроўні семантыкі – калі інтэнцыянальнасць маўленчай дзейнасці журналіста, выяўленая ў прэдыкатах прапазіцыйнай устаноўкі, не дэтэрмінуецца запытам аўдыторыі.

У раздзеле 3.3 **«Экстралінгвістычная інтэрпрэтацыя паведамленняў у медыясферы Беларусі»** ўстанаўліваецца роля пазамоўных аспектаў у выкарыстанні журналістам тых ці іншых лінгвістычных сродкаў. На аснове ўзаемасувязі тэматычных і сінтактычных інтэрпрэтацыйных тэхнік выяўляецца сінтактычная спецыфіка медыятэкстаў рознай тэматыкі і ўказваюцца магчымыя рызыкагенныя зоны. Апісваецца ўплыў прагматычных прыёмаў на

інтэрпрэтацыйную дзейнасць і вызначаюцца небяспечнасці з гледжання небяспекі ўзнікнення камунікатыўных рызык.

У выніку пастулюецца, што адна з галоўных задач журналіста ўмець выяўляць, аналізаваць камунікатыўныя рызыкі і не дапускаць іх развіцця. Падкрэсліваецца важнасць у інтэрпрэтацыйным працэсе імкнення адрасанта да аб'ектыўнасці, да стварэння праўдзівага і заснаванага на фактах вобраза падзеі для далейшай яго трактоўкі адрасатам. Прыводзяцца рэкамендацыі па нівеліраванню камунікатыўных рызык пры інтэрпрэтацыі з боку як журналіста, так і аўдыторыі.

## **ЗАКЛЮЧЭННЕ**

### **Асноўныя навуковыя вынікі дысертацыі**

Даследаванне дазваляе зрабіць наступныя высновы:

1. Дэфініцыя «канцэптасфера» з гледжання дыкурснага аналізу заключае ў сябе сему «шарападобная прастора канцэптаў», у сувязі з чым пад «канцэптасферай» разумеецца сістэма кагнітыўных адзінак у свядомасці суб'екта камунікацыі, што рэпрэзентуе пэўны фрагмент рэчаіснасці. Кагнітыўныя адзінкі рэалізуюцца ў медыядыкурсе, выяўленасць канцэптасферы ў сродках масавай інфармацыі дазваляе вылучыць тэрмін «медыяканцэпт». Гэта асноўная адзінка медыядыкурсу, сукупнасць ментальных характарыстык, эксплікаваных сродкамі масавай інфармацыі і ўкаранёных у сацыяльную памяць грамадства праз спецыфічныя тэкставыя катэгорыі – перыядычнасць, рэгулярнасць, масавасць (тыражнасць), камунікатыўная прызначанасць і калектыўнае аўтарства.

Медыяканцэпты ствараюць у свядомасці рэцыпіентаў асобую рэальнасць – медыйную канцэптасферу. Гэта падвід нацыянальнай канцэптасферы, абумоўлены прафесійнай дзейнасцю журналістаў па стварэнні тэкстаў у медыядыкурсе. Медыйная канцэптасфера рэпрэзентуе рэчаіснасць у медыядыкурсе з дапамогай тэкстаў СМІ. Галоўнымі характарыстыкамі медыйнай канцэптасферы з'яўляюцца множнасць і структураванасць. Множнасць прадугледжвае адрозненні ў кагнітыўных працэсах (успрыманне, інтэрпрэтацыя, рэпрэзентацыя медыяканцэпту) суб'ектамі камунікацыі, што тлумачыцца розным асабістым досведам, светапоглядам, кантэкстам і інш. Структураванасць сістэмы кагнітыўных адзінак выяўляецца ў наяўнасці сувязей і адносін паміж адзінкамі ўнутры сістэмы, што забяспечваецца існаваннем у медыйнай канцэптасферы шэрагу ключавых медыяканцэптаў, якія аднолькава дэкадзіруюцца носьбітамі мовы.

Множная і структураваная медыйная канцэптасфера ўяўляе сабой складаную сістэму, у якой праз медыятэксты фіксуецца досвед суб'ектаў камунікацыі. Яна адлюстроўвае сучасныя сацыяльныя тэндэнцыі і розныя

грамадскія працэсы. Таму ў медыйнай канцэптасферы пастаянна ўзнікаюць новыя медыяканцэпты, якія вербалізуюць актуальныя з’явы, аднак іх «жыццёвы цыкл» можа быць нядоўгім. Даўгавечнасцю адрозніваюцца толькі ключавыя медыяканцэпты, якія валодаюць высокай ступенню адпаведнасці нацыянальнаму менталітэту.

Структура беларускай медыйнай канцэптасферы даследавалася з выкарыстаннем паэтапнай метадыкі: 1) вылучэнне ў медыятэкстах слоў, якія паўтараюцца, вывучэнне іх сувязей з іншымі словамі; 2) выяўленне на аснове вылучаных слоў адной ключавой адзінкі (вербалізацыі канцэпту) для кожнага матэрыялу, пры адборы ўлічваліся асноўныя характарыстыкі ключавога слова: частотнасць ужывання, здольнасць згортаваць інфармацыю, наяўнасць парадыгматычных, сінтагматычных і дыскурсіўных сувязей з іншымі словамі; 3) вывучэнне семантычных структур моўных рэпрэзентацый медыяканцэптаў па слоўніковых артыкулах; 4) устанаўленне аксіялагічных характарыстык выяўленых медыяканцэптаў для іх структурнай дыферэнцыяцыі. У выніку аналізу беларускай медыйнай канцэптасферы па прапанаванай метадыцы выяўлены ключавыя канцэпты, якія аб’яднаны ў тэматычныя групы і размеркаваны ў адпаведнасці з іх значнасцю для носбітаў мовы. Вызначаны 10 груп канцэптаў – Беларусь, грамадства, унутраная палітыка, эканоміка, знешняя палітыка, культура, здароўе, спорт, гісторыя, навука. Найбольш частотным і, адпаведна, найбольш рэпрэзентатыўным для вывучэння медыйнай канцэптасферы Беларусі з’яўляецца медыяканцэпт «Беларусь» [1–А, 6–А, 8–А, 11–А, 25–А, 26–А, 27–А, 29–А].

2. Даследаванне вербалізацыі медыяканцэпту і яго функцыянаванне ў медыйнай канцэптасферы праводзілася па аўтарскай сяміўзроўневай метадыцы: на парадыгматычным, сінтагматычным, тэматычным, аксіялагічным, семантычным, сінтактычным і прагматычным узроўнях.

Прадметам вывучэння ў парадыгматыцы з’яўляюцца структурныя кампаненты сістэмы, якая ўваходзіць у іншыя анамасіялагічныя сферы. Выяўляюцца сінанімічныя, антанімічныя і асацыятыўна-семантычныя сувязі слова, якое вербалізуе медыяканцэпт. У сінтагматыцы даследуецца здольнасць слова ўступаць у семантычныя і сінтаксічныя адносіны з іншымі адзінкамі на аснове правіл спалучальнасці і з улікам кантэксту. Кантэкст, у якім знаходзяць адлюстраванне рэпрэзентатары медыяканцэпту, вывучаецца на тэматычным узроўні. Прадугледжваецца вызначэнне тэм, якія актуалізуюць у медыя пэўны медыяканцэпт. Зону ядра медыяканцэпту займае тэматыка, часта прадстаўленая ў тэкстах СМІ, а каляядзерную зону – менш папулярная. Асобна па кожнай з вылучаных тэм разглядаецца вербалізацыя медыяканцэпту з мэтай устанаўлення прычын важнасці / другараднасці, актуальнасці / неактуальнасці,

першаснасці / другаснасці адзначанай тэматыкі. Аксіялагічны складнік медыяканцэпту характарызуецца праз вербалізацыю яго каштоўнасна-эмацыянальнага зместу. Вывучаецца сувязь кагнітыўнай адзінкі з ацэнкай, дыяпазон яе спалучальнасці з асноўнымі і дадатковымі ацэначнымі сэнсамі. Асаблівае значэнне пры аксіялагічным аналізе набывае даследаванне нацыянальнай значнасці медыяканцэпту.

Дыскурсны падыход закладзены ў аснову аналізу на семантычным узроўні. Кагнітыўныя адзінкі ў медыядыскурсе даследуюцца на прыкладзе іх узаемасувязі з іншымі элементамі парадэгмы з функцыянальных пазіцый (*што актар робіць?*). У працэсе аналізу найбольш рэпрэзентатыўных медыятэкстаў вылучаецца набор дзеянняў, характэрных для медыяканцэпту пры актуалізацыі ў пэўным СМІ, вызначаюцца асноўныя прыкметы, уласцівыя фрагменту рэчаіснасці, які адлюстроўвае кагнітыўная адзінка. Падчас сінтактычнага аналізу даецца характарыстыка слоў-актуалізатараў медыяканцэпту праз іх месца ў агульнай структуры размеркавання сінтактычных роляў. На аснове табліц з размеркаваннем актантавых роляў апісаны медыяканцэпт, вызначана вобразнае абазначэнне знака, якое выяўляецца пры рэпрэзентацыі гэтага знака як актара для пэўнага набору актантаў. Даследаванне медыяканцэпту на прагматычным узроўні прадугледжвае ўстанаўленне адносін паміж знакамі і іх інтэрпрэтацыяй. Вывучаюцца прагматычныя стратэгіі, у якіх заключаны ацэнкі, пазіцыя, намеры суб'ектаў камунікацыі, іх сацыяльныя зацікаўленасці. Асноўная ўвага надаецца аналізу сувязей паміж журналісцкім матэрыялам і сітуацыяй яго ўзнікнення (адносіны «аўтар–тэкст», «аўтар–адрасат», «аўтар–сітуацыя камунікацыі», «адрасат–тэкст», «адрасат–сітуацыя камунікацыі» і да т. п.) [1–А].

3. Медыяканцэпт «Беларусь» – сістэмная сукупнасць уяўленняў, якія рэпрэзентуюць у медыя ў канцэнтраваным выглядзе тыповыя асацыяцыі большасці людзей пра Беларусь як пра асобую тэрытарыяльную цэласнасць, што характарызуецца спецыфічнай палітычнай, эканамічнай, сацыяльнай і культурна-гістарычнай структурай. У працэсе аналізу медыяканцэпту «Беларусь» на ўзроўні парадэгматыкі выяўлены яго сэнсавы патэнцыял у свядомасці прадстаўнікоў нацыі (дэнататы канцэптуальнага поля «Беларусь»: краіна, у якой нарадзіўся беларус, грамадзянінам якой з'яўляецца; месца, якое жыхары Рэспублікі Беларусь лічыць сваім; тое, што мае дачыненне да беларусаў, Беларусі) і вызначыць яго сінанімічныя (*Беларусь, Рэспубліка Беларусь, Мінск, радзіма* і інш.), антанімічныя (*чужына, чужая, іншая* і да т. п.) і асацыятыўна-семантычныя сувязі (*беларусы, беларускасць, беларуская мова* і інш.) з іншымі адзінкамі. У працэсе даследавання сінтагматычных адносін медыяканцэпту «Беларусь» даказана, што кагнітыўнай адзінцы ўласцівыя

атрыбутыўныя (*велічная, гордая, дарагая, родная* і інш.), вербальныя (*падабаца, клапаціца, ганарыца, помніць, бараніць* і інш.), субстантыўныя (*краіна, дзяржава, памяць* і інш.) мадэлі спалучальнасці. Парадыгматычныя і сінтагматычныя магчымасці паданалізнай кагнітыўнай адзінкі сведчаць пра яе анталагічную вартасць.

Падчас тэматычнага даследавання асноўнага складніка беларускай медыйнай канцэптасферы было ўстаноўлена, што ядро медыяканцэпту «Беларусь» складаюць тэмы палітыкі і эканомікі, якія актуалізуюцца праз вызначэнне іх ролі для краіны і для свету. Выяўлена, што частотнасць выкарыстання гэтых тэм прадыхаваная тыпам разглядаемых медыя і актуальнасцю палітыка-эканамічнай дзейнасці краіны для большасці грамадства. Калядзерная зона медыяканцэпту прадстаўлена тэмамі грамадства, культуры, гісторыі і спорту. Меншая колькасць зваротаў журналістаў да гэтых тэм тлумачыцца канцэптуалізацыяй у іх не Беларусі як тэрыторыі, а канкрэтных прадстаўнікоў краіны: тэма грамадства рэпрэзентуе гісторыі жыцця грамадзян, культура – меркаванні пра культурную спадчыну, гісторыя – дасягненні беларусаў, спорт – перамогі спартсменаў.

Вывучэнне медыяканцэпту «Беларусь» з пазіцыі семантыкі заключалася ў выяўленні асноўных стэрэатыпных прыкмет кагнітыўнай адзінкі. У працэсе даследавання паказана, што выкарыстанне паданалізнага медыяканцэпту стварае вобраз краіны, які рэалізуецца ў медыя праз яе ўнутрыпалітычную і знешнепалітычную дзейнасць. Асноўнымі стэрэатыпнымі семантычнымі характарыстыкамі медыяканцэпту выступаюць наступныя: *міралюбівая, надзейная, прывабная, прагрэсіўная, сацыяльна арыентаваная, мэтанакіраваная, актыўная, стабільная і адказная*. На аснове аксіялагічнага аналізу разглядаемай кагнітыўнай адзінкі вызначана, што ў медыятэкстах часцей выкарыстоўваюцца эмацыянальны (*спакойная, родная, святая*) і экзістэнцыяльны (*сацыяльна арыентаваная, старанная, адказная*) тыпы ацэнкі са станоўчым значэннем. Эмацыянальная ацэнка паказвае на каштоўнасныя адносіны суб'екта камунікацыі да зафіксаванага ў медыяканцэпце прадмета. Экзістэнцыяльная ацэнка сведчыць пра выкарыстанне медыяканцэпту з функцыянальных пазіцый.

Пры размеркаванні роляў на ўзроўні сінтактыкі журналісты для вызначэння аб'екта часцей звяртаюцца да пытанняў месца краіны ў палітычных, эканамічных, культурных, грамадскіх працэсах. Пры размеркаванні актантавых роляў назіраецца перавага пазіцыі «памочнікі». Гэта сведчыць пра імкненне журналістаў да разгляду азначаных пытанняў са станоўчага боку, што абумоўлена актыўнай роляй медыя ў фарміраванні найважнейшага рэсурсу эфектыўнага ўзаемадзеяння паміж уладай і



грамадствам – пазітыўнага вобраза краіны. Разгляд прагматычных стратэгіі рэферэнцыі і прэдыкацыі, якімі карыстаюцца журналісты пры вербалізацыі медыяканцэпту «Беларусь», дазволіў выявіць наступныя тактыкі: функцыяналізацыя; класіфікацыя; этатызацыя; фізічная класіфікацыя; лакалізацыйная класіфікацыя; эканамічная класіфікацыя; палітычная класіфікацыя; акцэнтualізацыя; рэляцыйная ідэнтыфікацыя; дыферэнцыяцыя; асацыяцыя з тым, хто гаворыць; дысасацыяцыя з тым, хто гаворыць; ацэначная рэферэнцыя; ацэначная прэдыкацыя; пасівацыя; актывізацыя. Азначаныя прагматычныя спосабы выкарыстоўваюцца для ўказання на краіну ў медыятэкстах і валодаюць вялікім інтэрпрэтацыйным патэнцыялам [3–А, 5–А, 9–А, 10–А, 12–А, 13–А, 14–А, 15–А, 16–А, 17–А, 19–А, 20–А, 22–А, 31–А].

4. Медыйная канцэптасфера з’яўляецца асновай інтэрпрэтацыі ў СМІ. У працэсе інтэрпрэтацыйнай дзейнасці адбываецца фарміраванне медыйнай карціны рэальнасці. Для гэтага журналісты шырока выкарыстоўваюць інтралінгвістычныя і экстралінгвістычныя спосабы інтэрпрэтацыі паведамленняў. Рэалізацыя інтралінгвістычных тэхнік у медыятэксце сведчыць пра прымяненне журналістам яўнай (з дапамогай моўных сродкаў), а экстралінгвістычных – пра функцыянаванне няўнай (без канкрэтнай рэпрэзентацыі ў тэксце) інтэрпрэтацыі. Да інтралінгвістычных спосабаў інтэрпрэтацыі адносяцца парадыгматычныя (сінанімічныя, антанімічныя і асацыятыўна-семантычныя сувязі), сінтагматычныя (спалучальнасныя магчымасці), аксіялагічныя (эмацыянальна-ацэначнае значэнне) і семантычныя (функцыянальная пазіцыя актараў камунікацыі). Экстралінгвістычныя інтэрпрэтацыйныя спосабы актуалізуюцца праз тэматычныя (кантэкст камунікацыі), сінтактычныя (пабудова і сузалежнасць камунікатыўных актаў) і прагматычныя (мэта камунікацыі пры дэкадзіраванні паведамлення) тэхнікі. Адхіленні ў выкарыстанні інтралінгвістычных і экстралінгвістычных спосабаў інтэрпрэтацыі паведамленняў становяцца прычынай узнікнення ў свядомасці суб’ектаў камунікацыі кагнітыўных скажэнняў, што прыводзіць да камунікатыўных рызык. На парадыгматычным узроўні камунікатыўныя рызыкі выкліканы няўлікам з боку журналіста сферы функцыянавання пэўнай кагнітыўнай адзінкі, на сінтагматычным узроўні – памылкамі ў мадэлях спалучальнасці слоў. Камунікатыўныя рызыкі, звязаныя з аксіялогіяй, рэалізуюцца ў медыятэкстах, якія вербалізуюць супярэчлівыя каштоўнасныя характарыстыкі медыяканцэпту. Для мінімізацыі рызык пры ўвядзенні ацэнкі ў матэрыял патрабуецца выкарыстанне рэгулятыўных стратэгіі (разгляд прычын праблемы, прапанова рашэнняў).

Інтэрпрэтацыйная дзейнасць у семантычным плане звязана з неабходнасцю ўліку камунікатыўных рызык, выяўленых праз

інтэнцыянальнасць. Намеры і камунікатыўныя мэты аўтара паведамлення вербалізуюцца ў медыятэкстах праз выкарыстанне прэдыкатаў прапазіцыйнай устаноўкі. Камунікатар адбірае пэўныя вербальныя адзінкі з улікам характарыстык камунікацыі, яе ўмоў і інш. Паўстае рызыка празмернай суб'ектыўнасці пры аналізе суб'ектам камунікацыі гэтых фактараў. Каб нівеліраваць адхіленні, адрасанту рэкамендуецца заўсёды верыфікаваць інфармацыю і арыентавацца на адэкватную рэальнасці інтэрпрэтацыю паведамлення рэцыпіентам. Выкарыстанне журналістам лінгвістычных сродкаў, што рэалізуецца праз інтралінгвістычную інтэрпрэтацыю, абумоўлена рэпрэзентацыйнай экстралінгвістычных прыёмаў. Менавіта апошнія вызначаюць вынік маўленчага акта і аказваюць уплыў на дасягненне мэты камунікацыі.

Інтэрпрэтацыя паведамленняў на сінтактычным узроўні цесна звязана з тэматычнымі характарыстыкамі медыятэкстаў. Актантавыя ролі ў матэрыялах на тэмы палітыкі, эканомікі, грамадства, культуры, спорту і гісторыі маюць асаблівасці ў сінтактычных прыкметах. Значныя перакосы ў размеркаванні актантавых роляў у медыятэкстах на розныя тэмы (перавага адрасантаў-нежурналістаў пры рэпрэзентацыі палітычных пытанняў, дамінаванне інфармацыйных жанраў над аналітычнымі ў тэме культуры і да т. п.) могуць прыводзіць да камунікатыўных рызык пры інтэрпрэтацыі паведамлення аўдыторыяй. Для іх пераадолення патрабуецца ў першую чаргу прафесійная падрыхтоўка спецыялістаў да асвятлення пытанняў у розных сферах грамадскага жыцця. На ўзроўні прагматыкі рызыкагеннай зонай з'яўляецца выкарыстанне журналістамі ацэначнай рэферэнцыі і ацэначнай прэдыкацыі. Камунікатыўная небяспека заключаецца ў маніпулятыўнай прыродзе гэтых тактык. Магчымасць пазбегнуць камунікатыўнай рызык бачыцца ў захаванні галоўнай характарыстыкі медыядыскурсу – дыялагічнасці, – калі і журналіст, і рэцыпіент выступаюць суб'ектамі камунікацыі, адрасант улічвае інтарэсы і патрэбы адрасата, а аўдыторыя з'яўляецца актыўным інтэрпрэтатарам прадукту журналісцкай дзейнасці [2–А, 4–А, 7–А, 18–А, 21–А, 23–А, 24–А, 28–А, 30–А].

### **Рэкамендацыі па практычным выкарыстанні вынікаў**

Вынікі даследавання могуць выкарыстоўвацца ў далейшай распрацоўцы праблем канцэптואльнай журналістыкі і медыялінгвістыкі, пры разглядзе пытанняў мэтазгоднай і правамернай вербалізацыі медыяканцэптаў, іх адэкватнай інтэрпрэтацыі ў журналісцкіх матэрыялах; у практычнай дзейнасці беларускіх сродкаў масавай інфармацыі ў мэтах паспяховай рэалізацыі Канцэпцыі інфармацыйнай бяспекі Рэспублікі Беларусь, а таксама пры падрыхтоўцы кадраў на факультэце журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта.

## СПІС ПУБЛІКАЦЫЙ САІСКАЛЬНІКА ВУЧОНАЙ СТУПЕНІ

*Артыкулы ў навуковых выданнях, якія адпавядаюць п. 19*

*Палажэння аб прысуджэнні вучоных ступеней і прысваенні вучоных званняў*

1–А. Груздзева М. Медыяканцэпт як моўная і лінгвакультуралагічная катэгорыя // Роднае слова. – 2021. – №5 (401). – С. 49–53.

2–А. Груздзева М.А. Дыскурсная інтэрпрэтацыя паведамленняў у медыятэкстах // Труды БГТУ. Сер. 4. Прынт- і медыатэхналогіі. – 2021. – №2 (249). – С. 50–55.

3–А. Груздзева М.А. Аўтастэрэатыпы ў друкаваных медыя Беларусі // Журнал БГУ. Журналістыка. – 2021. – № 2. – С. 28–33.

4–А. Груздзева М.А. Выяўленне камунікатыўных рызык у працэсе інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыя // Весці БДПУ. Серыя 1 Педагагіка, Псіхалогія. Філалогія. – 2023. – №2 (116). – С. 128–131.

*Артыкулы ў рэцэнзаваных зборніках навуковых прац*

5–А. Дарашкевіч (Груздзева) М.А. Беларусь у моўнай свядомасці жыхароў Расіі // Сборник статей лауреатов и авторов научных работ, получивших первую категорию, XXV Республиканского конкурса научных работ студентов. – Минск, 2018. – С. 559.

6–А. Груздзева М.А. Размежаванне дэфініцый «значэнне», «паняцце», «вобраз» і «канцэпт» у кагнітыўнай журналістыцы // Сборник статей лауреатов и авторов научных работ, получивших первую категорию XXVII Республиканского конкурса научных работ студентов. – Минск: БГУ, 2021. – С. 465–466.

*Матэрыялы канферэнцый*

7–А. Дорошкевич (Груздева) М.А. Интертекстуальность как проявление речевой агрессии // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы : материалы Всероссийской научн.-практ. конф. аспирантов и студентов, Воронеж, 27–28 октября 2016 г.; редкол.: В.В. Тулупов [и др.]. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2016. – Ч. II. – С. 111–113.

8–А. Дорошкевич (Груздева) М.А. Ирония как форма критики в СМИ // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования : материалы I Междунар. науч.-практ. конф., Краснодар, 12–15 декабря 2016 г.; редкол.: П.В. Середа [и др.]. – Краснодар: Изд. КубГТУ, 2016. – С. 55–63.

9–А. Дорошкевич (Груздева) М.А. Концепт «Беларусь» в национальной концептосфере // Слово и текст в культурном и политическом пространстве : материалы Всероссийской с международным участием науч. конф. студентов и

аспирантов, Сыктывкар, 21 апреля 2017 г.; редкол.: Т.Н. Бунчук [и др.]. – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. П. Сорокина, 2017. – С. 57–58.

10–А. Дорошкевич (Груздева) М.А. Аксиологическая природа концепта «Беларусь» и его репрезентация в белорусских СМИ // Образ Родины: содержание, формирование, актуализация : материалы II Междунар. науч. конф., Москва, 20 апреля 2018 г.; редкол.: Т.А. Чикаева [и др.]. – М.: МХПИ, 2018. – С. 61–65.

11–А. Дорошкевич (Груздева) М.А. Концепт «авось» как проявление русского менталитета (на примере текстов СМИ) // Студії з філології та журналістики : матеріялы III Міжнар. наук.-практ. конф., Ужгород, 26–27 квітня 2018 р.; редкол.: М. Вашичек [та ін.]. – Вип. 5. – Ужгород: Говерла, 2018. – С. 90–93.

12–А. Дарашкевіч (Груздева) М.А. Аксіялагічная прырода канцэпту «Беларусь» // Беларуская журналістыка–2018 : материалы 75-й научн.-практ. конф. студентов и аспирантов, Минск, 14–23 мая 2018 г. ; редкол.: О.М. Самусевич [и др.]. – Минск: БГУ, 2018. – С. 19–22.

13–А. Дорошкевич (Груздева) М. Медиаобраз Беларуси в информационном дискурсе (прагматический уровень) // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы : материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов, Воронеж, 25–26 октября 2018 г.; редкол.: В.В. Тулупов [и др.]. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2018. – Ч. II. – С. 111–112.

14–А. Дарашкевіч (Груздева) М.А. Медыявобраз Беларусі на тэлеканале Euronews (дыскурсны аналіз) // Журналістыка–2018: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 15–16 ліст. 2018 г. ; рэдкал. : В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2018. – С. 327–329.

15–А. Дарашкевіч (Груздева) М.А. Парадыгматыка і сінтагматыка моўнай эксплікацыі канцэптуальнага поля «Беларусь» у сродках масавай камунікацыі // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г.; рэдкал.: В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск, 2019. – С. 56–60.

16–А. Дарашкевіч (Груздева) М. Этнастэрэатып «Беларусь» у расійскіх медыя: дыскурсіўныя стратэгіі // Международная журналистика–2019: евразийско-атлантическое партнерство и медиа : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21 февр. 2019 г.; редкол.: Б.Л. Залесский [и др.]. – Минск: БГУ, 2019. – С. 34–39.

17–А. Дорошкевич (Груздева) М.А. Прагматические стратегии экспликации концепта «Беларусь» в российских средствах массовой

коммуникации // Медиа в современном мире. Молодые исследователи : материалы 18-й междунар. конф. студентов, магистрантов и аспирантов, Санкт-Петербург, 6–7 марта 2019 года; редкол.: А.С. Смоляровой [и др.]. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2019. – С. 375–378.

18–А. Дарашкевіч (Груздзевы) М.А. Семантычны дэйкіс «беларускасць» як спосаб актуалізацыі канцэпту «Беларусь» // Слова ў кантэксте часу : матэрыялы IV Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 90-годдзю д-ра філал. навук, праф. А.І. Наркевіча, Мінск, 14–15 сак. 2019 г.; Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: Выд. цэнтр БДУ, 2019. – С. 156–159.

19–А. Дорошкевич (Груздзевы) М.А. Дискурсивный образ Беларуси в российских средствах массовой коммуникации: аксиологический аспект // «ЛОМОНОСОВ–2019»: материалы Междунар. молодежного научного форума, Москва, 8–12 апреля 2019 г.; редкол.: И.А. Алешковский [и др.] [Электронный ресурс]. – М: МАКС Пресс, 2019. – С. 1–2.

20–А. Дорошкевич (Груздзевы) М.А. Фрейм Беларусь в средствах массовой коммуникации Великобритании : дискурсивный анализ // 76-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : материалы конф. : в 3 ч.; Минск, 13–24 мая 2019 г. / Беларус. гос. ун-т ; редкол.: В.Г. Сафонов [и др.]. – Минск: БГУ, 2019. – Ч. 3. – С. 823–826.

21–А. Дарашкевіч (Груздзевы) М.А. Вербалізацыя канцэпту «Беларусь» у форме персаніфікацыі (семантыка-кагнітыўны аналіз) // Журналістыка–2019: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 21-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 14–15 ліст. 2019 г.; рэдкал.: В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2019. – С. 496–499.

22–А. Груздзевы М.А. Канцэпт «Беларусь» у медыя: тэматычны аспект // Журналістыка–2020: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 22-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 ліст. 2020 г. ; рэдкал.: В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2020. – С. 462–466.

23–А. Груздзевы М.А. Інтэрпрэтацыя інфармацыі ў рэчышчы дыскурснага аналізу СМІ // 78-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : материалы конф., Минск, 10–21 мая 2021 г.; редкол.: В.Г. Сафонов [и др.] – Мінск: БДУ, 2021. – С. 21–23.

24–А. Груздзевы М.А. Іронія ў загаловах медыятэкстаў рэгіянальных СМІ // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 24 чэрвеня 2021 г.; рэдкал.: В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2021. – С. 59–62.

25–А. Груздзевы М.А. Медыйная канцэптасфера: да вызначэння

дэфінітыўнага статус // Журналістыка–2021: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 23-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 11–12 ліст. 2021 г.; рэдкал.: В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2021. – С. 324–327.

26–А. Груздзева М.А. Медыйная канцэптасфера Беларусі: структураванасць і сістэмнасць // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст : матэрыялы V Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 100-годдзю заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. М.Я. Цікоцкага, Мінск, 23–24 лют. 2022 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал. : В.М. Самусевіч [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2022. – С. 76–81.

27–А. Груздзева М.А. Культуралагічныя складнікі медыяканцэптасферы Беларусі // 79-я навуковая конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : материалы конф., Минск, 10–21 мая 2022 г.: в 3 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол. : В.Г. Сафонов [и др.]. – Минск: БГУ, 2023. – Ч. 2. – С. 13–15.

28–А. Груздзева М.А. Аксиологическое наполнение концепта «родина» в русскоязычных медиа Беларуси // Медиалингвистика. Язык в координатах массмедиа : материалы VI Междунар. научн. конф., Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.; редкол.: Л.Р. Дускаева [и др.]. – СПб.: Медиапапир, 2022. – Вып. 9. – С. 210–214.

29–А. Груздзева М.А. Краінавы імідж у медыя // Журналістыка–2022: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 24-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 3 ліст. 2022 г.; рэдкал.: Л.Р. Хмель [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2022. – С. 298–301.

30–А. Груздзева М.А. Факторы возникновения когнитивных искажений в медиа // Коммуникации в условиях цифровой трансформации : сб. материалов VI Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 29–30 ноября 2022 г. ; редкол.: А.Д. Кривоносова [и др.]. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022. – С. 128–130.

#### *Тэзісы дакладаў*

31–А. Дорошкевич (Груздзева) М.А. Фрейм Беларусь в российских средствах массовой информации: дискурсивный анализ // Россия в мире: история, современность, перспективы : тезисы докладов Междунар. научн. студенческого симпозиума, Москва, 14–15 мая 2019 г. ; редкол. : А.О. Чубарьян [и др.]. – М. : ГАУГН-Пресс, 2019. – С. 70–72.

## РЭЗІЮМЭ

Груздзевы Марыя Аляксандраўна

### МЕДЫЙНАЯ КАНЦЭПТАСФЕРА БЕЛАРУСІ: СПАСАБЫ ВЕРБАЛІЗАЦЫІ І ІНТЭРПРЭТАЦЫІ ПАВЕДАМЛЕННЯЎ

**Ключавыя словы:** сродкі масавай інфармацыі, медыятэкст, медыйная канцэптасфера, вербалізацыя медыяканцэпту, інтэрпрэтацыя паведамленняў, камунікатыўныя рызыкі.

**Мэта даследавання** – выяўленне спосабаў вербалізацыі і ўстанаўленне спецыфікі інтэрпрэтацыі паведамленняў у айчыннай медыйнай канцэптасферы на прыкладзе максімальна частотнага ў СМІ канцэпту «Беларусь».

**Асноўныя метады даследавання:** дэскрыптыўны; семантыка-стылістычны; дыскурснага аналізу; дэдукцыі і індукцыі; паўзроўневага аналізу.

**Вынікі даследавання і іх навуковая навізна:** У даследаванні ўпершыню распрацоўваецца інструментарый аналізу вербалізацыі складнікаў медыйнай канцэптасферы і вивучаюцца прыёмы іх вербалізацыі, выяўляюцца спосабы інтэрпрэтацыі медыйных паведамленняў у канцэптасферы Беларусі.

**Рэкамендацыі па выкарыстанні:** Вынікі даследавання могуць выкарыстоўвацца ў далейшай распрацоўцы праблем канцэптэуальнай журналістыкі і медыялінгвістыкі, пры разглядзе пытанняў мэтазгоднай і правамернай вербалізацыі медыяканцэптаў, іх адэкватнай інтэрпрэтацыі ў журналісцкіх матэрыялах; у практычнай дзейнасці беларускіх сродкаў масавай інфармацыі ў мэтах паспяховай рэалізацыі Канцэпцыі інфармацыйнай бяспекі Рэспублікі Беларусь, а таксама пры падрыхтоўцы кадраў на факультэце журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта.

**Галіна выкарыстання атрыманых вынікаў:** навуковая дзейнасць, журналісцкая практыка, адукацыйны працэс.

## РЕЗЮМЕ

Груздева Мария Александровна

### МЕДИЙНАЯ КОНЦЕПТОСФЕРА БЕЛАРУСИ: СПОСОБЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СООБЩЕНИЙ

**Ключевые слова:** средства массовой информации, медиатекст, медийная концептосфера, вербализация медиаконцепта, интерпретация сообщений, коммуникативные риски.

**Цель исследования** – выявление способов вербализации и установление специфики интерпретации сообщений в отечественной медийной концептосфере на примере максимально частотного в СМИ концепта «Беларусь».

**Основные методы исследования:** дескриптивный; семантико-стилистический; дискурсного анализа; дедукции и индукции; поуровневого анализа.

**Результаты исследования и их научная новизна:** В исследовании впервые разрабатывается инструментарий анализа вербализации элементов медийной концептосферы и изучаются приемы их вербализации, выявляются способы интерпретации медийных сообщений в концептосфере Беларуси.

**Рекомендации по использованию:** Итоги исследования могут использоваться в дальнейшей разработке проблем когнитивной журналистики и медиалингвистики, при рассмотрении вопросов целесообразной и правомерной вербализации медиаконцептов, их адекватной интерпретации в журналистских материалах; в практической деятельности белорусских средств массовой информации в целях успешной реализации Концепции информационной безопасности Республики Беларусь, а также при подготовке кадров на факультете журналистики Белорусского государственного университета.

**Сфера применения полученных результатов:** научная деятельность, журналистская практика, образовательный процесс.



## SUMMARY

Gruzdeva Maria Aleksandrovna

### **THE MEDIA CONCEPTOSPHERE OF BELARUS: WAYS OF VERBALIZATION AND INTERPRETATION OF MESSAGES**

**Keywords:** mass media, media text, media conceptosphere, verbalization of media concept, interpretation of messages, communicative risks.

**The purpose of the research** is to identify the ways of verbalization and to determine the specifics of interpretation of messages in the domestic media conceptosphere on the example of the most frequent in the media concept «Belarus».

**Basic research methods:** descriptive; semantic and stylistic; discourse analysis; deduction and induction; level-by-level analysis.

**Research results and their scientific novelty:** The research for the first time develops a tools for analyzing the verbalization of the elements of the media conceptosphere and examines the techniques of their verbalization, reveals the ways of interpretation of media messages in the conceptosphere of Belarus.

**Recommendations for the practical use:** The results of the research can be used in the further development of the problems of conceptual journalism and media linguistics in addressing the issues of appropriate and rightful verbalization of media concepts, their adequate interpretation in the journalistic materials; in practical activities of the Belarusian mass media for the successful implementation of the Belarus' information security concept, as well as in the training of specialists at the Faculty of Journalism of the Belarusian State University.

**Application field:** scientific activity, journalistic practice, educational process.

