

З'ЯВА ПЕРСАНИФІКАЦЫІ Ў СУЧАСНЫМ ЖУРНАЛІСЦКІМ ПРАЦЭСЕ

Посвящена явлению персонификации в современной журналистике. Анализируются материалы белорусской прессы, позволившие выявить новые тенденции и закономерности развития публицистической речи в эпоху постмодернизма.

The article deals with the problem of personification in the modern journalistic process. The analysis of the Belarusian print press represented in the article detects new tendencies and mechanisms of publicist speech development peculiar to the post-modernist period.

У апошнія дзесяцігоддзе адбыліся значныя змены ў журналістыцы, што адбілася ў першую чаргу на арганізацыі публіцыстычнага маўлення ў прыватнасці.

Вынікам фарміравання інфармацыйнага грамадства з'явіўся новы стыль, значны ўплыў на станаўленне якога аказала постмадэрнісцкая культура з характэрнай манерай пісьма: «цытаванне спадчыны папярэдніх эпох, пераасэнсаванне элементаў культуры мінулага, парадзіраванне, іранізаваанне, прыём гульні, шматузроўневая арганізацыя тэкстаў» (Усовская 2006, 41), «асэнсаваны плюралізм стыляў, жанраў, моў...

дынамізм, інтэрактыўнасць, інтэртэкстуальнасць (гіпертэкстуальнасць), ацэнтрызм» (Там жа, 44). Праз журналісцкі тэкст, які спалучыў у сабе каштоўнасныя ўстаноўкі і канцэпцыі аўтара-журналіста і СМІ, актыўна фарміруецца грамадская думка, выяўляецца «падзейнасць» факта рэчаіснасці, інтэрпрэтаванага праз прызму «журналісцкага бачання». Адзначаныя асаблівасці вынікавалі з'яўленне ў сучасным журналісцкім працэсе новага феномена – **персаніфікацыі**. Так, прэзідэнт факультэта журналістыкі МДУ Ясен Засурскі слухна сцвярджае: «Идет персонификация в средствах массовой информации» (Засурский 2006, 9).

Персаніфікацыя ў СМІ выклікана спецыфікай сучаснага журналісцкага працэсу: новымі формамі перадачы інфармацыі, змяненнем статусу адрасата і адрасанта журналісцкага тэксту, трансфармацыяй жанравай сістэмы і інш. Калі раней, асабліва ў савецкія часы, моўная асоба журналіста параўнальна з пісьменніцкай была сацыяльна-арыентаванай, пасіўна аўтарызаванай, то зараз публіцыстычнае маўленне характарызуецца журналісцкімі падыходам да адлюстравання рэчаіснасці: праз прызму светаўспрымання і індывідуальнага меркавання журналіста выяўляецца асэнсаванне жыццёвых фактаў, рэалій, якія ў публіцыстычным маўленні атрымліваюць тлумачэнне і ацэнку з адпаведным каментарыем.

У сувязі з гэтым даследаванне з'явы персаніфікацыі ў сучасным журналісцкім працэсе будзе няпоўным, калі пакінуць па-за ўвагай такую важную для тэкстаўтварэння і тэкстаўспрымання катэгорыю, як **мадальнасць**. У навуковай літаратуры тэкставая мадальнасць атаясамліваецца з суб'ектыўна-ацэнчнай характарыстыкай аб'екта/прадмета ў тэксце. Мадальнасць уключае самыя розныя віды кваліфікацыі паведамляемага, у тым ліку, як адзначаюць даследчыкі, побач з суб'ектыўнай (эмацыянальнай, станоўчай, адмоўнай і інш.) аб'ектыўную (інтэлектуальную, лагічную і інш.) ацэнку зместу тэксту (гл. Анисимова 2003, 30). Мадальнасць тэксту, аб'ектыўная і суб'ектыўная, прымушае ўспрымаць яго як цэласны твор. Аднак часта ў залежнасці ад жанравай прыналежнасці тэксту суадносіны суб'ектыўнага і аб'ектыўнага яе складнікаў вар'іруюцца.

Суб'ектыўная мадальнасць журналісцкага тэксту ці **аўтарская мадальнасць** – гэта выражэнне ў тэксце адносін аўтара да інфармацыі, яго канцэпцыя, меркаванне, яго каштоўнасныя арыентацыі, якія прадстаўлены чытачу. Паколькі перадача інфармацыі адбываецца праз прызму аўтарскай пазіцыі, аўтарскіх адносін да аб'екта адлюстравання, факт у журналісцкім тэксце атрымлівае мадальную валентнасць і з гэтай пазіцыі вызначаецца як пэўная суб'ектыўная рэальнасць. Пры гэтым накладваецца дадатковая «асобасная» інфармацыя, якая матывавана інтэнцыяй аўтара і з'яўляецца элементам агульнай аўтарскай канцэпцыі.

Мадальнасць напрамую звязана з паняццем аўтарскай індывідуальнасці і яе праявамі ў публіцыстычным маўленні. Максімальная індывідуальнасць наглядаецца ў сучасных тэкстах газеты «СБ. Беларусь сегодня». Наглядна ілюструе сказанае папулярная рубрыка «Думкі». Змешчаныя ў ёй матэрыялы канцэптуальна накіраваны на персаніфікацыю маўленчай асобы журналіста. Мэтавая арыентацыя на суб'ектыўнасць закладзена ў самой назве рубрыкі. Фотаздзімкі аўтараў публікацый-«думак» дадаткова індывідуалізуюць матэрыял, робяць відавочнай суб'ектыўную кваліфікацыю самога паведамлення. Пры гэтым

«асобасная» інфармацыя, абавязковая для журналісцкіх твораў гэтай рубрыкі, збліжае адрасата і адрасанта, забяспечваючы персаніфікацыю выкладу – персаніфікацыю інфармацыі.

Асноўным вызначальнікам персаніфікацыі маўленчай асобы журналіста з'яўляецца актывізацыя мадальных працэсаў у сродках масавай інфармацыі і камунікацыі. Гэта заканамерная з'ява, калі ўлічыць, што ў аснове постмадэрнісцкіх адносін да рэчаіснасці, на думку даследчыкаў, ляжыць прызнанне яе ўмоўнага характару і адмаўленне магчымасці аб'ектыўнага пазнання (гл. Сметанина 2002, 171). Адсюль узрастае ўвага да розных спосабаў аўтарызацыі газетнага тэксту (ад ацэнчнасці і мадальнай лексікі да сінтаксічных канструкцый абагульняльнага тыпу). Як адзначае прафесар В.І. Іўчанкаў, уся сукупнасць мадальных і аўтарызаваных канструкцый у адносінах да мэтавых установак журналісцкага матэрыялу вядзе да неабходнасці змяніць афармленне і размеркаванне традыцыйных жанраў газетных публікацый, абвастраецца пытанне аб змяшчэнні межаў паміж імі (гл. Іўчанкаў 2003, 52). Так, у артыкуле-«думцы» Людмілы Габасавай чытаем: *«Но когда я вижу, как, согнувшись в три погибели, тащат свой груз знаний "маленькие старички"-семиклассники из соседней гимназии, не хочется верить, что это – неизбежно», «Интереса ради как-то взвесила наш ранец перед, замечу, не самым насыщенным днем. 5 учебников плюс сам портфель, плюс дневник – тетради, плюс пенал. Еле-еле вписались в норму», «С себя мы, родители, конечно, тоже вины не должны снимать. Грешны ведь: пускаем к компьютеру, забываем о зарядке...»* (СБ, 2007, 12 окт.). Прыклады пацвярджаюць меркаванне С.І. Смятанінай, што «суб'ект-стваральнік медыя-тэксту прадстае перад чытачом як асоба, якая самастойна асэнсоўвае і ацэньвае рэальную сітуацыю, якая дэманструе сваю светапоглядную пазіцыю і індывідуальнасць маўленчай разняволенасцю, імкненнем адысці ад клішэ газетна-публіцыстычнага стылю. Гэта вядзе да аўтарызацыі дакументальнага па сваёй прыродзе дыскурсу тэкстаў СМІ» (Сметанина 2002, 5).

Сучасныя журналісцкія тэксты часта перанасычаны прэцэдэнтнымі элементамі. Асабліва высокачастотныя яны ў газетных загаловках. Напрыклад: *«Москва слезам не верит...»*, *«Время – деньги»*, *«Победителей не судят?»*, *«Любовь зла?»*, *«Кушать подано»*, *«В поисках утраченного»*, *«Машина времени»*, *«Страшный сон Шекспира»*, *«Там, где зреет виноград!»*, *«По большому, государственному счету»*, *«Улыбочку, пожалуйста!»*, *«Сладкая жизнь»* і т. д. Актывнае выкарыстанне ў тэкстах СМІ прэцэдэнтных феноменаў ці фактаў інтэртэкстуальнасці павышае суб'ектыўнасць ствараемай у журналісцкім тэксце карціны свету і з'яўляецца кагнітыўным маўленчым сродкам персаніфікацыі журналіста,

паколькі, як сцвярджае С.І. Смятаніна, працэс выбару «чужога» слова, безумоўна, звязаны з індывідуальным густам, індывідуальнымі прырытэтамі, менталітэтам пішучага, яго энцыклапедычным патэнцыялам (гл. Сметаніна 2002, 133).

Даследчыца Э.А. Усоўская ўпэўнена, што сучасны аўтар – не адзіны творца тэксту, «разам з ім, і, магчыма, у большай ступені, стварае тэкст глядач-карыстальнік. Аўтарская функцыя мяняецца і зводзіцца да пасрэдніцтва; аўтар як бы «пераводзіць» каштоўнасці, што ўзніклі, у поле зроку аўдыторыі» (Усовская 2006, 77). Творчыя інтэнцыі аўтара запрашаюць чытача да дыялога, прадугледжваючы магчымасць інтэрпрэтацыі паведамлення. Скіраванасць на дыялог з чытачом праз мадальнасць праяўляецца ў загалоўках і загалоначных комплексах: «*Теряют все. Кому нужна такая “оптимизация”?*», «*Гуд бай, старина?*», «*Откуда берутся дети?*», «*Тайна Белухи. Спустя два года в Алтае нашли тело погибшего белорусского туриста?*», «*По ком звонит телефон?*», «*Где хранит гранит?*», «*Удивительное – рядом?*», «*Секрет египетских фараонов. Можно ли похудеть, ежедневно съедая 3 кг сала?*», «*Трын-трава? Эффективность лекарственных трав поставили под сомнение*» і інш. Прыведзеныя ілюстрацыі пацвярджаюць ужо адзначаную даследчыкамі асаблівасць публіцыстычнага тэксту: «У сінтаксісе асноўнай часткі тэксту ўзрастае колькасць мадальных і аўтарызаваных канструкцый, прычым іх колькасць даволі высокая нават у тэкстах такіх жанраў, як записка і рэпартаж» (Іўчанкаў 2003, 49). Аўтарская мадальнасць прадугледжвае вызначэнне мадальнага кампанента сэнсу, мадальнай валентнасці і «мадальнага ключа» публіцыстычнага тэксту на аснове ўспрымання інфармацыі маўленчай асобай адрасата. Пры гэтым вызначэнне «мадальнага ключа» ўмоўнае, як і постмадэрнісцкі публіцыстычны тэкст у цэлым, паколькі асобае значэнне набываюць фонавыя веды, інтэнцыі, светаадчуванні, эмоцыі спажывца інфармацыі.

Сучасны журналісцкі працэс, на які непасрэдна ўплываюць няпростыя сацыяльна-эканамічныя ўмовы і палітычная сітуацыя, глабалізацыя і інфарматызацыя, відавочна мяняецца. Уся сістэма масавай камунікацыі, як адзначаюць даследчыкі, паступова страчвае свой масавы характар, ператвараецца ў структуру, «арыентаваную на персаналізаваную аўдыторыю» (Засурскі 2006, 10). У гэтым выпадку размова ідзе аб індывідуалізаваным падыходзе да спажывца інфармацыі. Змяніўся статус адрасата: гэта ўжо не так званы «масавы чытач», а асоба («персона»), якая сама выбірае, што і каго чытаць, патрабуючы і якаснага інфармацыйнага прадукту.

Назіраецца тэндэнцыя да змяшчэння цэнтра: выбар інфармацыі спажывцом сёння залежыць не толькі ад самога матэрыялу (удалага загалоўка, тэматыкі і праблематыкі публіцыстычнага твора), але і ад аўтара.

«Персона» журналіста – стрыжнёвая ў творчым журналісцкім працэсе – актуалізуецца ў друкаваных і электронных СМІ. Аднак разам з гэтым узрастаюць і патрабаванні, што вынікуюць фарміраванне новага тыпу журналіста-універсала, які ў працэсе прафесійнага станаўлення шукае розныя формы максімальнага самавыражэння.

Найбольш цікавай і прыдатнай для комплекснага даследавання газеты ў гэтым аспекце становіцца **аўтарская калонка**. Яшчэ больш шматбацьцальным з’яўляецца гарманічна сінтэзаваны від апошняй: **аўтарская калонка = калонка рэдактара**. Удзячным прадметам аналізу персаналізаванага выражэння вобраза аўтара могуць стаць калонкі рэдактара газеты «СБ. Беларусь сегодня» П. Якубовіча, які яшчэ ў савецкі час меў высокую ступень персаналізаванасці сваёй тэкставай дзейнасці.

Шматлікія маўленчыя факты з даследаваных матэрыялаў сведчаць, што памкненне да эмацыянальнага выражэння асабістых перажыванняў і пачуццяў прывяло да змянення ў аўтарскіх публікацыях суаднесенасці **экспрэсіі і стандарту**. Параўн.: «*Так что с полным основанием могу позволить себе корректно ответить желающим совместно “порулить” газетой: сердечное спасибо, в ваших административных услугах пока не нуждаюсь. И лично вам ничего не должен!*» (СБ, 2004, 17 сент.). Стылістычна апраўданы і кантэкстуальна матываваным у аўтарскіх калонках становіцца тэкст, дзе экспрэсія актыўна прэвалюе: «*весь вышеперечисленный идиотизм*», «*не мой стиль – бессмысленная грубость. Ей-богу, обидно...*», «*что ж, я готов выслушать контраргументы*», «*но решать свои проблемы следует без приступов падучей...*», «*так что опять, совершенно того не желая, с привольной магистрали размышлизмов я незаметно съехал на скользкую тропинку политики*» і інш.

Другой асаблівасцю выражэння асобы аўтара ў аўтарскіх калонках стала актывізацыя рознага кшталту кантактастваральных (фатычных) стратэгий і тактык, скіраваных на дыялог. Так, аўтарскія інтэнцыі ўцягваюць чытача ў дыялог, прадугледжваючы магчымасць інтэрпрэтацыі паведамлення. Напрыклад, П. Якубовіч у матэрыяле «*Не надо нервничать. Спокойно разберемся!* (из почты главного редактора)» (СБ, 2006, 16 февр.) звяртаецца да лістоў, якія «стали комментарием к опубликованному на прошлой неделе под рубрикой “Колонка редактора” моим авторским материалам», і дае ўжо ў адказ свой «каментарый». Такім чынам мадэліруецца сітуацыя, якая ўплывае на аўтара і яго тэкст, пастаянна мяняецца суаднесенасць фактараў **адрасат і адрасант**. Праз журналісцкі тэкст аўтар вымушае чытача на асабістую творчасць, калі той дзеліцца меркаваннямі, думкамі, фактамі: «*Давайте, ува-*

жаемые читатели, заинтересованно размышляют о жизни, о сегодняшнем и завтрашнем дне. Спокойно и уважительно. Даже если мы не всегда согласны друг с другом. Ничего. Ведь и сегодня, и завтра нам жить в одном доме. Пишите» (СБ, 2006, 16 февр.). У той жа час аўтар пакідае за сабой права выбару свайго суразмоўцы: «За три дня этой недели получил чуть более 30 писем. Пишут, как всегда, о разном. Немножко, правда, смущает, что активизировались анонимщики... Коль письмо анонимное, то хоть убей, но нет ему веры, уж как себе хотите, господа авторы... А вдруг вы сводите личные счеты, хитренько распространяете сплетни – что, газета должна идти у вас на поводу? Нет уж, если решили написать в “СБ”, то делать это нужно с открытым, как говорится, забралом. Иначе мы так и будем втягивать друг друга в эпоху, где бал правит подозрительность и наветы...» (СБ, 2006, 16 февр.). Скіраванасць на дыялог прыводзіць да частотнага ўжывання звароту да чытача: «Уверен, что вы, наши читатели, имеете собственное представление о своей газете – иначе б не выписывали ее!» (СБ, 2004, 17 сент.). Асабліва факт дыялагічнасці праяўляецца ў пыталых канструкцыях: «Кто, впрочем, может сказать, что у нас нет проблем?», «А как же насчет ответственности?», «Что они скажут?», «Кому и что тут неясно?», «Что ж получается?» і г. д.

Фармат аўтарскай калонкі/калонкі рэдактара прадвызначае дамінаванне ў публіцыстычным маўленні аўтарызаваных канструкцый. Максімальная індывідуалізацыя наглядаецца праз пастаянную акцэнтualізацыю аўтарскага «я»: «я задержу внимание читателей на...», «я вроде бы понимаю, “что к чему”, но действительность не устаёт удивлять», «буду рад ошибиться, однако трудно избавиться от впечатления», «напомню ее содержание», «по моим ощущениям», «и, как тогда я смутно подозревал», «не скажу, как говорится, за всю Одессу, скажу о...», «которые, как я понимаю, идут...», «но не могу отделаться от ощущения» і інш. Асабовы займеннік «мы», калі і ўжываецца ў аўтарскіх калонках, то пераважна ў значэнні «аўтар і чытач»: «Конечно, все мы – люди и всем нам очень хочется заглянуть за горизонт», «С тех, кому много дано, мы вправе много спрашивать», «Когда мы осмыслим уроки трагического опыта века?» і інш.

Сучасны журналісцкі тэкст цалкам залежыць ад сукупнасці характарыстык канкрэтнага аўтара: перадае яго асабістыя меркаванні і праз моўныя сродкі, якія і фарміруюць індывідуальны, аўтарскі стыль, выражае маўленчую асобу журналіста. Параўн.: «Выпущенный из бутылки джинн способен пойти дальше – осенние события во Франции должны подсказать “политкорректной” Европе что к чему» (СБ, 2006, 7 февр.); «Подумаешь... Мы ж не немцы какие-нибудь, чтобы любому закону тут же брать под козырек» (СБ. 2004. 5 нояб.), «Любой, кто мало-мальски знаком с порядками, царящими в сфере “телевизионной аналитики”, в курсе того, что над головой Соловьева, Сорокиной, а чуть раньше – Савика Шустера и Евгения Киселева, на видном месте висит указательный палец, коему и следуют общенародные оракулы» (СБ, 2005, 11 окт.) і інш. Імя журналіста становіцца своеасаблівым «брэндам» выдання, а стыль – аўтарскай візітнай карткай.

Такім чынам, у сучасным журналісцкім працэсе наглядаецца заканамерная тэндэнцыя да індывідуалізацыі/суб’ектывізацыі медыятэксту і адпаведна персаніфікацыі маўленчай асобы журналіста. Апошні факт вызначае выбар маўленчых сродкаў, тым самым уплываючы на арганізацыю публіцыстычнага маўлення, і, як вынік, актывізуе змены не толькі ў жанравай сістэме сродкаў масавай інфармацыі, а і ў самім журналісцкім працэсе, закранаючы ўсе складнікі – тэкст, адрасата і адрасанта.

ЛІТАРАТУРА

Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М., 2003.

Засурский Я.: «Идет персонификация в средствах массовой информации» (Интервью С. Уразовой) // ТелеЦентр: Журнал о современном телевидении, радио и цифровом кино. 2006. № 2(16). Апрель – май.

Іўчанкаў В. І. Дыскусія беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. Мн., 2003.

Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002.

Усовская Э. А. Парадигма постмодернизма в культуре XX века. Мн., 2006.

Паступіў у рэдакцыю 14.01.09.

Вольга Міхайлаўна Самусевіч – кандыдат філалагічных навук, дацэнт кафедры стылістыкі і літаратурнага рэдагавання, намеснік дырэктара Інстытута журналістыкі БДУ.