

Маргарита Цыбульская

Белорусский государственный университет

ВИРТУАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ В НОВОМ КОММУНИКАЦИОННОМ ПОТОКЕ (ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Количество информации, циркулирующее в обществе, стремительно растет, что и позволило в конце XX века говорить об «информационном взрыве». Стало очевидным, что справиться с такой лавиной информации человек не сможет. Для этого нужны специальные средства ее обработки, хранения и использования, необходимо создать глобальное информационное пространство, которое обеспечивало бы эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворяло бы потребности в информационных продуктах и услугах. В силу этих процессов стало фактом возникновение «народной» (по определению проф. В. Ивченко – массовой) журналистики, вобравшей в себя новую парадигму сбора, обработки и подачи информации. Такие понятия, как блогосфера, моблогинги, онлайн-конференции и проч. стали реальностью, активно входят в журналистскую практику. Для современных журналистских текстов актуальным является достижение успешной коммуникации между адресантом и адресатом (реципиентом), причем успешной она будет тогда, когда учитываются такие факторы, как скорость, доступность, интерактивность. Чем быстрее ты поместил материал, чем быстрее он дошел до реципиента, был понят им, осознан, чем быстрее реципиент отклик-

нулся на журналистский материал, тем дороже и эффективнее может быть информационный продукт. В таком русле можно говорить о типологических и индивидуальных изменениях медиатекстов: творческий потенциал журналиста объемно раскрывается в возможности не только разместить материал в интернет-пространстве, но и получить незамедлительно отклик на свой информационный посыл. Этим обеспечивается неведомая ранее возможность активной диалогичности, причем расширяется право на самостоятельный выбор информации. Ведь сегодня «массовая» аудитория – это не аудитория, одновременно потребляющая «массовый» продукт из одного источника, одного монополиста-производителя. Сегодня потребитель информационного продукта самостоятельно выбирает не только само сообщение, но и его источник. Однако все чаще встает вопрос о правильном декодировании журналистских текстов «массовой» аудиторией, ведь успешность коммуникации определяется и достижением рапорта между адресантом и адресатом медиaproducta. Успешность коммуникации обуславливается наличием у адресата и адресанта общей базы знаний и представлений об окружающей действительности, а также общей базы выражений, реагирующих на те или иные проявления действительности. Поэтому, анализируя успешность коммуникации, мы обращаемся к языку как знаковой системе, в которой представлена «картина мира» адресанта и адресата, информация, накопленная поколениями и зафиксированная в сознании каждого говорящего и слушающего. В связи с этим нам интересно проследить за характером связей между различными когнитивными системами и условиями проведения речевых актов в конкретных ситуациях и текстах. Нам представляется интересным проявление в белорусских СМИ коллективного, типизированного в соотношении с индивидуальным и влияние этих процессов на успешность коммуникации. В качестве предмета аналитического описания возьмем языковую модель существительное + прилагательное. Как, например, в газетном тексте «СБ – Беларусь сегодня» по данной модели модифицируется существительное «погода». За период с января по сентябрь 2012 года в журналистских текстах «СБ – Беларусь сегодня» данная языковая модель встретила 35 раз в различных модификациях. Преобладают типизированные конструкции, восходящие к прямому значению существительного «погода»: августовская погода, дождливая и пасмурная погода, прохладная погода, солнечная погода, июльская погода и т.д. Индивидуальная конструкция «экономическая погода» встретила в публикации Вадима Елфимова «Все зависит от избирателей»: «Именно качественное отношение к вы-

борам должны демонстрировать избиратели на выборах, чтобы улучшить качество своей жизни. Или хотя бы не уронить его в зависимости от того, какая нынче экономическая погода стоит на дворе. Впрочем, и такую погоду – хотя бы отчасти – создает наш же свободный выбор» (21.06.2012). Благодаря контексту, читатель легко декодирует данную индивидуальную конструкцию.

Перед нами индивидуальная синтаксическая конструкция, которая легко декодируется реципиентом. Представим другую модель: существительное + существительное. Интересным нам показался материал Дмитрия Умпировича «Деньги на дорогу», опубликованный в «СБ – Беларусь сегодня» 4 января 2014 года, заголовок которого соответствует анализируемой языковой модели. Как отмечалось выше, сегодня благодаря интернет-коммуникации не составляет труда проследить за жизнью журналистского текста. Благодаря интернет-версии газеты мы можем просмотреть комментарии читателей, посчитать их количество, что позволит определить не только как был декодирован материал, но и насколько он оказался злободневным. Прочитав статью и 9 комментариев к ней, мы пришли к выводу, что данная языковая модель, выбранная автором в качестве заголовка, индивидуальна, однако не отражает сути статьи, читатель не нашел в статье ответы на волнующие его вопросы, автор скорее запутал адресата, чем помог ему прояснить ситуацию. Как справедливо отмечает профессор В.И. Ивченков. «журналіст як стваральнік тэксту вельмі залежыць ад кадыфікаваных у сінтагматыцы выказаў, якія “праклялі” сабе семантычны шлях і “зафіксавалі” яго частотным прымяненнем» [1, с. 11]. Мы попытались ввести в поисковую систему типизированную модель существительное + прилагательное “дорожный налог”, и система предоставила нам синонимичную конструкцию “транспортный налог”, которая встречается в журналистских материалах свыше 20 раз и соответствует теме. Кроме этого, количество комментариев, вызванных материалом, размещенном на белорусском портале TUT.BY превысило 100. В то время как модель “деньги на дорогу” встретила только один раз в газете «Белорусы и рынок» от 15–21 февраля 2010 года. Модель используется автором в качестве заголовка в прямом лексическом значении слов и полностью отражает суть статьи.

По мнению авторитетных исследователей, по сравнению с типизацией субъекта высказывания (о которой говорилось ранее), гораздо более продуктивна и важна типизация предиката. Произвести высказывание значит прежде всего выразить предикат. Не случайно А.Н. Толстой считал, что главное во фразе – найти глагол [2, с. 69]. Представим типизиро-

ванную модель, которая семантически отразила бы нашу тему – глагол + существительное “платить за автомобиль”. В архиве “СБ – Беларусь сегодня” по нашему запросу нашлось 459 статей, включающих данную языковую модель. Как видим, глагол семантически шире существительного, и это необходимо учитывать в работе с поисковыми системами.

Журналистский текст состоит из готовых моделей языковых единиц. Потенциал любой языковой модели реализуется и напрямую зависит от ее лексического наполнения. В процессе трансформации языковой модели ведущую роль играет автор, так как именно он, по нашему мнению, выбирает, останется готовая модель типизированной или модифицируется в индивидуальную, авторскую конструкцию. Следует отметить, что чрезмерное увлечение адресанта типизированными или индивидуальными конструкциями не способствует успешной коммуникации. В первом случае это приведет к шаблонности, клишированности публицистической речи, а во втором – автор рискует быть непонятым, адресат не сможет декодировать его индивидуальную языковую конструкцию. По мнению В.И. Ивченкова «журналіст – камунікатыўны лідар, таму ўменне прачытваць маўленчую сітуацыю, прадбачыць працэс яе разгортвання, разумець суразмоўцу і прагназаваць вынікі кантактавання не менш важнае, чым “аддзяляючы зерне ад жыццяў, публікаваць жыцці” (Э. Фіхтэліус)» [1, с. 12]. Авторам сегодня необходимо также учитывать работу поисковых систем в Интернете и помнить о возможностях языка, которые позволят конкурировать в интернет-пространстве.

Літаратура

1. Іўчанкаў, В.І. Культура маўлення журналіста: СМІ як каталізатар моўных тэндэнцый і заканамернасцей / В.І. Іўчанкаў // Жыццём і словам прысягаючы. Культура маўлення журналіста: зб. навук. арт. міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, Беларусь. – Мінск: Выд. цэнтр БДУ, 2012. – 143 с.
2. Солганик, Г.Я. Основы лингвистики речи: учеб. пособие / Г.Я. Солганик. – М.: Из-во Моск. ун-та, 2010. – 128 с.