

Марыя Карповіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ПУБЛІЧНАЯ КАМУНІКАТЫЎНАЯ ПРАСТОРА (фрагменты)

Роўна дзесяць год таму з нагоды свайго юбілею і юбілею факультэта мне пашчасціла выдаць кнігу «Рытарычны ідэал у журналістыцы: навукова-практычны пошук». Зварот да чытача пачынаўся з фразы: «Наша з вамі прафесійная дзейнасць у масавай камунікацыі ёсць пажыццёвы творчы пошук, навуковы і практычны...». Паколькі насамрэч ён пажыццёвы, я вырашыла зноў звярнуцца да калег-журналістаў з тымі ж прафесійнымі праблемамі, з той жа юбілейнай нагоды, толькі крыху з іншага боку і з іншым дыханнем. Іншы бок – гэта тое, што часткова прагучала ў загаловку майго матэрыялу і будзе прадоўжана ў кніжным выданні; іншае дыханне – гэта пажаданне новага міністра інфармацыі ўсім нам «обрести новое дыхание» ў сваёй працы (Аргументы и факты в Белоруссии. 2014. 2 июля. С. 2).

Камунікатыўная прастора ў сучаснай навуцы. Сам тэрмін камунікатыўная прастора ў сваім азначэнні – адна з праблем сучаснай навукі і, можа, таму, што гэты тэрмін актыўна выкарыстоўваецца ў розных гуманітарных навуках, разважае прафесар І.І. Прасвіркіна, разумеючы камунікатыўную прастору як вобразнае поле, якое існуе ў камунікатыўнай свядомасці носьбіта мовы і адлюстроўвае ўвесь спектр нацыянальных спецыфічных канатацый (сацыякультурных, гістарычных, этычных, асацыятыўных, ацэначных). Вобразнае поле рэалізуецца ў маўленчых творах-тэкстах, якія адлюстроўваюць у моўных формах адносіны чалавека да сусвету (матэрыяльнага і духоўнага) [6, с. 9]. Камунікатыўная прастора ўплывае на вынік камунікацыі, і таму так важна абазначыць некаторыя сучасныя тэндэнцыі, якія адбываюцца на камунікатыўнай прасторы. Вучоныя выдзяляюць наступныя разнавіднасці камунікатыўнай прасторы (надалей КП): закрытая КП – гэта маўленчае ўзаемадзеянне вузкага кола людзей (інтымнае, патаемнае); меней закрытая – напаўінтымная, добразычлівая; зносіны ў групе людзей, аб'яднаных сумеснай працай, агульнымі інтарэсамі, прафесійнымі і карпаратыўнымі; публічная КП – даступны для ўсіх удзел у маўленчым узаемадзеянні, у тым ліку для сродкаў масавай інфармацыі [6, с. 10]. Камунікаты СМІ павінны ствараць талерантную камунікатыўную прастору, гэта значыць не дапускаць парушэння маўленчых нормаў, якое можа быць вытлумачана як неталерантнасць у адносінах да суразмоўцаў.

«Неталерантная» трансфармацыя камунікатыўнай прасторы.

У нашым выпадку неталерантнасць палягае ў неразуменні значэння асобных лексічных адзінак у **навуковай** галіне дзейнасці. І ў першую чаргу, адзінак *тэрміналагічных*. У якасці прыкладаў возьмем два кніжныя выданні, стваральнікі якіх праігнаравалі паняцце *сістэматызацыя кніжных выданняў*, а разам з гэтым і адну з асноўных тыпалагічных катэгорый у кнігазнаўстве – **віды выдання**. У падручніку «Рэдактарская падрыхтоўка выданняў» [8] **можам прачытаць: «Готовясь стать дипломированным специалистом в области книжного дела по специальности “Издательское дело и редактирование”», студент должен понимать, что ему придется заниматься редакторской подготовкой, выбирая тот или иной вид издания»** (падкрэслена мною. – *М. К.*). І далей пералічаныя **віды** выданняў па характары інфармацыі: манаграфія (навуковая і навукова-папулярная), зборнік навуковых прац, падручнік, вучэбны дапаможнік, вучэбна-метадычны дапаможнік, слоўнікі, альманах і інш.

Перад намі кніга «Основы редактирования: системный подход в деятельности редактора» (учеб. пособие) [5]. (Прозвішча аўтара на вокладцы кнігі.) Від выдання навідавоку – вучэбнае выданне. Чытаем анатацыю (элемент апарату кніжнага выдання): «В учебном пособии раскрыта роль редактора на различных этапах издательского процесса... Посвящено редакторскому анализу и методике редактирования рукописи, включая аппарат книги... Может (издание. – *М. К.*) использоваться... для тех, кто связан с работой по созданию и редактированию текстов и их подготовкой к печати». (**Кранальнае прысвячэнне: аналіз, методыцы рэдагавання і апарату кнігі** – з аднаго боку; з другога – рэдактарскі аналіз застаўся без metodyкі і без рэдагавання; з трэцяга – *может использоваться для тех, кто...*»; з чацвёртага: без каментару!) І далей. У версе старонкі, перад анатацыяй, напісана: «**Манаграфія** (падкрэслена мною. – *М. К.*) рекомендована к изданию редакционно-издательским советом УО “Белорусский государственный технологический университет”». Не веру сваім вачам: упершыню бачу, каб вучэбны дапаможнік ператварыўся ў манаграфію! Як мы бачылі ўжо, манаграфія (навуковая і навукова-папулярная) – гэта адзін від выдання, а вучэбны дапаможнік – іншы від выдання. Ні аўтар кнігі, ні рэдактар, ні адказны за выпуск (няма карэктара?) не адрознілі вучэбны дапаможнік ад манаграфіі! А іх разыходжанні далёка не фармальныя. У адным з падручнікаў па рэдагаванні асобных відаў літаратуры чытаем: «Современный вузовский учебник (а не вучэбны дапаможнік. – *М. К.*) по общим дисциплинам (не па спецыяльных. – *М. К.*) сближается с научной монографией...

Однако – это разные виды изданий и, видимо, всегда будут таковыми, так как различное их целевое назначение. А в силу этого в учебник включается не оригинальный, а уже отработанный научный материал» [7, с. 221]. Заўважым, што гаворка ішла пра падручнік. А **вучэбны дапаможнік і манаграфія** як віды выданняў яшчэ больш розныя.

З усяго гэтага вынікае, што мы, навукоўцы, стварылі **«неталерантную»** камунікатыўную прастору ў прафесійных адносінах.

Не магу прамінуць другое кніжнае **вучэбнае** выданне – «Беларуская арфаграфія: апавяданні і гісторыі» [1]. Кнігу курывала ўсё выдавецтва: галоўны рэдактар, рэдактар, мастак, дызайнер, вярстальшчык, карэктар. Гэта нармальная з’ява. Гэта іх прафесійны абавязак. Але ж ніводзін «прафесіянал» не падказаў аўтару, што вучэбнае выданне – гэта адзін від выдання, а навукова-папулярнае выданне – зусім іншы від выдання.

У названай кнізе чытаем: «Навукова-папулярны матэрыял падаецца ў выглядзе лінгвістычных гісторый і апавяданняў, якія могуць стаць падставай для далейшых разважанняў, самастойных абагульненняў, творчага пошуку» [1, с. 300]. «Навукова-папулярныя матэрыялы» не ў стане выканаць гэтую місію! Дастаткова прачытаць адзін сказ, каб мець хоць якое-небудзь уяўленне пра навукова-папулярную кнігу: «При самом общем подходе принято считать, что читателем научно-популярной книги является не специалист. Речь пойдет о человеке, который не является специалистом в какой-нибудь области вообще, в том числе в той, с которой связана тема книги» [8, с. 78].

Вучоныя прызнаюць, што сучасная навука развіваецца так імгненна, стала такой шматграннай, што чалавек, каб адчуць у поўнай меры свой час, не можа абысціся без **навуковых** ведаў, **папулярна** выкладзеных. Але папулярнасць не ёсць, як пададзена ў нашым выданні, «тарاپунькі са штэпселямі, смайлікі, ёрыкі, дэзы ды шэраг іншых». Што датычыць сапраўднай папулярнасці, дык яе і не стае ў кнізе «Беларуская арфаграфія...», каб апошняя магла прэтэндаваць на навукова-папулярную. Доктар філалагічных навук, не кажу пра кандыдата, галаву зламае, чытаючы «Актуальны слоўнік» на 70-ці старонках [1, с. 35–105]. Дык што гаварыць пра тых чытачоў-неспецыялістаў, якія кінуцца чытаць нашу «папулярную» кнігу? Скажам так: даная кніга (не «дадзеная»), хаця і заблыталася ў тэорыі **відаў**, не прападзе. Аўтар уклаў у яе нямала сілы і навуковасці. Але ж куды глядзелі выдавецкія рэдактары – галоўныя і негалоўныя? Пра якую папулярнасць можна разважаць пры наяўнасці ў анатацыі апошняй фразы: «Кніга прызначаецца для настаўнікаў, журналістаў і рэдактараў, вучняў і студэнтаў»? Чарговая **«неталерантнасць»** у публічнай камунікатыўнай прасторы. Ці трэба

выдавецтву рэдактары, для якіх навукова-папулярнае выданне і вучэбнае выданне ідэнтычныя? Пара ўжо пераканацца, што школы па спецыяльнасці «Выдавецкая справа і рэдагаванне» няма...

На развітанне з чытачом спытаю ў рэцэнзентаў, што яны рэцэнзавалі ў «Асновах рэдагавання» – манаграфію ці вучэбны дапаможнік?

Існуе добрая парада для аўтараў – вучоных, пісьменнікаў, журналістаў: перш чым пісаць пра чайку, палічы, колькі ў яе ног...

Літаратура

1. Іўчанкаў, В.І. Беларуская арфаграфія: апавяданні і гісторыі / В.І. Іўчанкаў. – Мінск: Пачатковая школа, 2010. – 304 с.
2. Карповіч, М. Рытарычны ідэал у журналістыцы: навукова-практычны пошук / М. Карповіч. – Мінск: Тэхнапринт, 2004. – 202 с.
3. Мильчин, А.Э. Методика редактирования текста: учебник для студентов вузов / А.Э. Мильчин. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: Логос, 2005. – 524 с.
4. Накорякова, К.М. Литературное редактирование. Общая методика работы над текстом: учеб. пособие / К.М. Накорякова. – М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики им. М.В. Ломоносова, 2011. – 334 с.
5. Петрова, Л.И. Основы редактирования: системный подход в деятельности редактора: учеб. пособие / Л.И. Петрова. – Минск: Букмастер, 2012. – 384 с.
6. Просвиркина, И.И. Коммуникативное пространство в современном речевом общении / И.И. Просвиркина // НИР. Современная коммуникативистика: науч. журнал. – 2012. – № 1. – С. 9–11.
7. Редактирование отдельных видов литературы / под ред. Н.М. Сикорского. – М.: Книга, 1987. – 397 с.
8. Редакторская подготовка издания: учебник / С.Г. Антонова [и др.]; под ред. С.Г. Антоновой. – М.: Логос, 2004. – 496 с.

Александр Короченский

*Национальный исследовательский университет «БелГУ»
(Россия)*

ГИБРИДИЗАЦИЯ МЕДИАТЕКСТОВ ПОД ВЛИЯНИЕМ РЫНОЧНЫХ ФАКТОРОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМК

Многообразные влияния рыночной среды на функционирование современных СМК породило тенденцию, которая на сегодняшний день не воспринимается исследователями как совокупный результат воздействия определенных коммуникативных стратегий, имеющих целью