19. Потятиник, Б.В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.

20. Рижко,О.М. Рецепція плагіату – експертне опитування / О.М. Рижко // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences», IV(16), I.: 95, 2016, pp. 74–78.

Вольга САМУСЕВІЧ
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

КАНЦЭПТУАЛЬНАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА: ЗАМЕЖНЫЯ І АЙЧЫННЫЯ ПАДЫХОДЫ

Сёння сталі відавочнымі змены парадыгмы журналісцкай творчасці. Поруч з набыткамі савецкай школы журналістыкі ў медыясферу сталі пранікаць заходнееўрапейскія і амерыканскія мадэлі журналістыкі. Экспансія замежных форм вынікавала гібрыдызацыю жанраў, мадыфікавала мову і стыль сучасных СМІ. Сусветныя тэндэнцыі развіцця журналістыкі пачатку 21 стагоддзя – аўтарызацыя тэксту, персаніфікацыя, дыялагізацыя, дэмакратызацыя, актывізацыя мадальных канструкцый – сталі перадумовай станаўлення і развіцця канцэптуальнай журналістыкі як асобнага напрамку і ў айчыннай медыясферы.

Сам тэрмін "канцэптуальная журналістыка" набыў грамадскі рэзананс у перыяд асвятлення амерыканскімі СМІ прэзідэнцкай кампаніі 1996г. Гэты новы напрамак адлюстраваў тэндэнцыю пераходу ад інфармацыйнасці да аналітычнасці ў асвятленні найперш палітычных працэсаў. Крытыкі напрамку папярэджвалі аб неаб'ектыўным, тэндэнцыёзным асвятленні рэчаіснасці, аднабаковай інтэрпрэтацыі падзей. Аднак у прафесійнай прэсе выказвалася ўпэўненасць, што канцэптуальная журналістыка неабходна аўдыторыі, якая ў сучасных сацыяльна-эканамічных варунках перапоўнена інфармацыяй, але мае патрэбу ў яе тлумачэнні, ацэнцы і інтэрпрэтацыі [3].

Як адзначае даследчык Я. Конеў, з моманту ўзнікнення гэтай з'явы прайшло дваццаць гадоў, але канцэптуальная журналістыка не толькі не страціла свайго значэння ў інфармацыйным складніку грамадскага развіцця, а толькі замацавала сваё становішча. Сучасныя калонкі журналістаў-канцэптуалаў публікуюцца не на "палосах меркаванняў", а на інфармацыйных старонках. Гэтыя абставіны кардынальна падарвалі, на думку вучонага, базавы прынцып амерыканскага друку, сцверджаны звыш за сто гадоў таму заснавальнікам "The New-York Times" А. Оксам, — размяжоўваць навіны і меркаванні [7].

Задача вывучэння канцэптуальнай журналістыкі ў Беларусі была акрэслена прафесарам С.М. Прохаравай яшчэ на пачатку 2000-х. Канцэптуальная журналістыка, па яе вызначэнні, "асаблівым чынам "працуе" са словам… фарміруе адносіны гаворачага да моўнага знака і ўдзельнічае ў фарміраванні канцэптуальнай карціны свету носьбітаў мовы [8, с. 54].

Этымалогія тэрміна "канцэптуальны" паходзіць ад слова "канцэпцыя" (ад лац. *conceptio* – разуменне, сістэма):

1. Сістэма поглядаў па тых ці іншых пытаннях, падзеях, праблемах, іх разуменне і асвятленне ў сродках масавай інфармацыі.

2. Ідэйна-творчая трактоўка тэмы, асноўная думка журналісцкага твора [2, с. 56].

Адным з навуковых тэрмінаў, якія дазваляюць апісаць вынік працэсу канцэптуалізацыі – працэдуры надзялення анталагічнымі характарыстыкамі ці апісання сэнсу слоў, з'яўляецца тэрмін "канцэпт" (от лат. conceptus – мысль, понятие), што значыць сэнсавае значэнне імя (знака), змест паняцця, аб'ём якога ёсць прадмет (дэнатат) гэтага імя [9]. Канцэптуальная лексіка, якая складае ядро слоўніка СМІ, выражае ідэалагічную накіраванасць мовы СМІ, абумоўлівае ідэалагічную дыферэнцыяцыю мовы масавай камунікацыі [11, с. 18].

Аналіз газетных тэкстаў у кагнітыўна-дыскурсіўнай парадыгме, адзначае В. Дзесюкевіч, дазволіў вызначыць і ключавы метад канцэптуальнай журналістыкі – "стварэнне пераканаўчых для чытача профілей канцэптаў на аснове выяўленай канцэптуалізацыі моўнага знака вядомымі асобамі, параўнанне з якімі дазваляе чытачу асэнсаваць уласную канцэптуалізацыю, дзякуючы чаму і адбываецца "пазнанне сэнсу і пазнанне сябе" чытачом" [4, с. 103].

Аналіз навуковай літаратуры дазваляе вылучыць тры асноўныя прычыны даследчай цікавасці да канцэптуальнай журналістыкі: 1) інтралінгвістычныя патрэбы лінгвістыкі тэксту, якая звяртаецца да рэальных сфер функцыянавання моўнай сістэмы ў розныя гістарычныя перыяды; 2) неабходнасць распрацоўкі метадаў аналізу медыятэкстаў для маніторынгу тэндэнцый у сферы грамадскай думкі; 3) сацыяльны заказ, накіраваны на вызваленне ў інфармацыйнай прасторы ад маніпуляцый грамадскай свядомасцю. Апошняя прычына звязана з тым, што палітычная і сацыяльная інфармацыя, прэзентуемая ў вербальнай форме і перадаваемая па каналах масавай камунікацыі, з'яўляецца найважнейшым рэсурсам упраўлення грамадствам, у тым ліку праз ініцыяванне ў ім працэсаў самаарганізацыі [11, с. 30].

Канцэптуальная журналістыка – гэта найперш аўтарская журналістыка, дзе дамінантным элементам прадстае ўласнае

меркаванне, грамадзянская пазіцыя, суб'ектыўны погляд аўтара, паколькі ён выступае ад свайго імя і прынцыпова прэзентуе асабістыя думкі. Па-другое, канцэптуальная журналістыка – гэта журналістыка, арыентаваная на ацэнку і аналіз. У сувязі з гэтым уся аналітычная журналістыка канцэптуальна. Як адзначае В. Богуслаўская, аналітыка, г.зн. праясненне складаных узаемасувязей паміж разнастайнымі фактарамі сацыяльнага жыцця, у інфармацыйных раздзелах і каментарыях аказвае рэгулюючы ўплыў на камунікацыйны дыялог. Прымітыўнае транслiвараванне інфармацыі не садзейнічае асэнсаванню інфармацыі аўдыторыяй, не павялічвае разуменне існуючых працэсаў, не дапамагае ўзаемаразуменню. Камунікацыйныя патокі цяжка ўпарадкаваць, але яшчэ складаней у іх разабрацца. Менавіта ў гэтай сферы найбольш значнай бачыцца роля аналітычнай журналістыкі. З дапамогай аналізу, выяўлення схаваных прычын і матываў, праяснення складаных узаемасувязяў журналіст пасродкам тэксту садзейнічае разуменню і ўзаемаразуменню, дапамагае асэнсаваць перапляценне разнастайных інтарэсаў, аспектаў праблемы, сутнасць канфліктаў [1, с. 54].

Па-трэцяе, канцэптуальная журналістыка аперыруе канцэптамі нацыянальнай лагасферы, часам у працэсе інтэрпрэтацыі (наўмысна ці не) трансфармуючы іх традыцыйны змест. Гэта ў сваю чаргу ўплывае на карціну свету беларусаў, мадыфікуе ментальныя каштоўнасныя стэрэатыпы і ўстаноўкі. Тэксты сучасных СМІ, адзначаюць даследчыкі, прадстаюць як нацыянальны паток свядомасці сучаснага чалавека, як ментальна-моўная прастора, у якой перакрыжоўваюцца фрагменты нацыянальнай карціны свету, адлюстраваныя моўнай свядомасцю аўтара і адрасата [10, с. 15]. Па-чацвёртае, канцэптуальная журналістыка – гэта журналістыка, у якой інфармацыйная функцыя і функцыя ўздзеяння карэлююцца, пры гэтым у тэкстах своеасаблівым чынам спалучаюцца экспрэсія і стандарт. У канцэптуальнай журналістыцы акцэнт робіцца не на фіксаванні падзей і з'яў, а на тлумачэнні, інтэрпрэтацыі іх значэнняў. Такі тып паведамлення часта называецца інтэрпрэтуючай журналістыкай. У сувязі з гэтым набывае актуальнасць вызначэнне тэрміна "інтэрпрэтацыя" ў кантэксце навуковай журналісцкай парадыгмы. Кампанентам інтэрпрэтацыі з'яўляюцца сам прадмет ўвагі, камунікатыўная інтэнцыя аўтара, ацэнка, а таксама культураспецыфічныя і ідэалагічныя фактары, якія ўплываюць на інтэрпрэтацыйны вынік. Значным для аналізу інтэрпрэтацыйных якасцяў медыятэксту з'ўляецца таксама паняцце "дыяпазон інтэрпрэтацыі", які ахоплівае ўвесь спектр адрозненняў – моўных, сацыякультурных і ідэалагічных, што маюць месца пры

асвятленні адной і той жа падзеі рознымі ўдзельнікамі інфармацыйнага працэсу [5, с. 82].

Разгортаванне інтэрпрэтацыйнай мадэлі адбываецца ў выглядзе замкнёнага ланцужка, які складаецца з наступных звёнаў: адбор фактаў, асвятленне падзей, стварэнне карціны свету і фарміраванне стэрэатыпаў, культурна-ідэалагічны і сацыяльна-палітычны кантэкст. Варта адзначыць, што сацыяльна-палітычны кантэкст – адносна рухомы кампанент мадэлі, які характарызуецца зменлівасцю і абумоўлены палітычнай сістэмай грамадства, падпарадкаваны палітыка-сацыяльным, ідэалагічным, культурным нормам, гістарычным традыцыям і ўстаноўкам палітычнага рэжыму канкрэтнага грамадства. Сацыяльна-палітычны кантэкст выступае ў ролі знешняга фактара, дэтэрмінуючага напрамак інтэрпрэтацыі факта рэальнага пры яго вербалізацыі і адпаведна адбор канцэптаў з улікам фактара адрасата [10, с. 245].

У кантэксце фарміравання грамадскай думкі менавіта канцэптуальны, ці кагнітыўна-ідэалагічны, узровень медыятэксту выконвае дамінуючую ролю. Менавіта мова СМІ з'яўляецца той універсальнай знакавай сістэмай, з дапамогай якой ў індывідуальнай і масавай свядомасці фарміруецца карціна свету. Пытанне аб мадэлі свету, ствараемай журналістыкай, падкрэслівае М. Кім, можа стаць цэнтральнай анталагічнай праблема для тэорыі журналістыкі. Гэта мадэль – вынік не механічнага адлюстравання рэальнасці, а бясконцага яе асэнсавання і разумення. Носьбітам гэтай мадэлі з’яўляецца тэкст СМІ [6, с. 114].

Шматлікія даследаванні па медыяпсіхалогіі пацвярджаюць той факт, што ўспрыманне чалавекам акаляючага асяроддзя ў вялікай ступені залежыць ад таго, як яго прадстаўляюць СМІ. Не маючы ўласнага вопыту бязмежнай колькасці падзей, што адбываюцца ў рэчаіснасці, мы вымушаны будаваць свае веды аб свеце на падставе медыярэканструкцыі і інтэрпрэтацыі, якія па сваёй прыродзе ідэалагічны і культураспецыфічны. Будучы прадуктам розных сацыяльна-палітычных і нацыянальна-культурных супольнасцей, тэксты СМІ адлюстроўваюць шматлікі характар гэтых інтэрпрэтацый, перадаюць тую ці іншую мадальнасць. Менавіта канцэптуальная журналістыка адлюстроўвае сацыяльна-ідэалагічныя змены, вызначае і фіксуе новыя каштоўнасці і ідэалагемы.

У працэсе інтэрпрэтацыі адрасат не толькі актыўна інтэрпрэтуе прадстаўлены вербальны і невербальны фрагмент, але і дае сацыяльную ацэнку. Можна сцвярджаць, што інтэрпрэтацыйная дзейнасць мае ацэначны характар, паколькі сэнсавы змест медыятэксту ўключае і афектыўны (эмацыянальна-экспрэсіўны) кампанент выказвання, які

ўзмацняе суб'ектыўна-ацэначную характарыстыку маўленчай дзейнасці. Інфармацыйна-змястоўная функцыя канцэптуальнай журналістыкі такім чынам спалучаецца з функцыяй кагнітыўна-ідэалагічнай.

Канцэптуальная журналістыка апрыоры – гэта журналістыка, прадстаўленая якаснымі выданнямі. У навуцы паняцце "якасны" ў адносінах да СМІ не набыло яшчэ дакладнага тэрміналагічнага вызначэння. Мы схільны пагадзіцца з вучоным В. Багуслаўскай, якая лічыць, што якаснае выданне сёння найперш з’яўляецца інструментам інфармавання і аналізу. На першы план выходзіць аналітычная функцыя. У адносінах якаснай газеты з яе чытачом выключаецца ментарства, адсутнічае дыспазіцыя “настаўнік-вучань” ці “суб’ект-абект”. Чытачу адводзіцца роля актыўнага сацыяльнага суб’екта, які на роўных удзельнічае ва ўсіх аспектах жыцця краіны і грамадства. Інфармацыйная прастора якаснага выдання прадугледжана для грамадскага дыялогу, у якім дапушчальным з’яўляецца аргументаванае свабоднае выказванне ўсіх удзельнікаў. У выніку у інфармацыйнай прасторы якаснага выдання выразна разведзены факт, аналіз і каментар. Для якаснага выдання немагчыма ангажыраванасць. Аўдыторыя такога выдання, падкрэслівае вучоны, адрозніваецца высокім узроўнем адукацыі і высокім сацыяльным статусам [1, с. 228].

Такім чынам, канцэптуальная журналістыка, напаўняючы новымі сэнсамі і адценнямі канцэптасферу аўдыторыі, фарміруе ці карэкціруе грамадскую думку. Гэта, у сваю чаргу, патрабуе ад журналіста высокай маўленча-мысліцельнай культуры, інтэлекту, актыўнай грамадзянскай пазіцыі і разумення сацыяльнай адказнасці.

Літаратура

1. Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В.В. Богуславская. Изд. 4-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2013. – 280 с.

2. Вараб’ёў, В.П. Журналістыка: ад А да Я: Даведнік / В.П. Вараб’ёў, С.В. Дубовік. – Мінск: Выдавецкі цэнтр БДУ, 2002. – 216 с.

3. Ворошилов, В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. — Учебник. 2-е издание. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – https://ru.scribd.com/doc/

4. Десюкевич, О.И. К вопросу о концептуальной научной журналистике: из опыта работы журнала "Знание – сила" / Ольга Десюкевич // Веснік БДУ. – Сер.4– 2007. – №2. – С. 102- 107.

5. Добросклонская, Т.Г. Язык средств массовой информации: учебное пособие / Т.Г. Добросклонская. – М.: КДУ, 2012. – 116 с.

6. Ким, М.Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров / М.Н. Ким. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.

7. Конев, Е.Ф. Концептуальная журналистика: противоречия и перспективы развития / Егор Конев // Журналістыка-2007: надзённыя праблемы. Пер-

спектывы. Матэрыялы 9-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Вып. 9 / Рэдкал. С.В. Дубовік (адк. рэд) і інш. -- Мінск, 2007. -- 423

8. Прохорова, С.М. Концептуальная журналистика в Беларуси / Светлана Прохорова // Язык и социум: Матер.междунар.науч.конф.: В 2-х ч. – Мн., 2003. – Ч.1. – С. 54-61.

9. Современный толковый словарь изд. «Большая Советская Энциклопедия» // http://www.classes.ru/all-russian/dictionary-russian-synonyms4-term-53576.htm

10. Чернышова, Т.В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России / Татьяна Чернышова. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 296 с.

11. Язык СМІ и политика / Под ред.Г.Я.Солганіка. – М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – 952 с.

Иван САЧЕНКО

Белорусский государственный университет

ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ТРИАДА СМИ: СВОБОДА – НЕОБХОДИМОСТЬ – ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

На нынешнем этапе развития новейшей истории взаимозависимость и конкретная реализация в массово-информационной деятельности СМИ свободы-необходимости-ответственности получила широкое признание как важнейший базовый фактор достижения высокой степени информированности аудитории. Следует признать также, что этому процессу способствовали не только демократизация госу-дарственных институтов власти, но и увеличение количества крупных ежедневных общенациональных изданий, широкомасштабного внедрения в процесс механизма интегрирования в общество инфор-мационных потоков идей и мнений автоматизированных компьютерных и других высокотехнологических систем, появление радиовещания, телевидения и интернета. В результате СМИ превратились в одно из самых мощных и эффективных средств формирования национального, регионального и мирового общественного мнения, а уровень выражения и согласия социальных интересов достиг такого высокого профес-сионального уровня, что все попытки превратить в абсурд свободу-необходимость-ответственность и, следовательно, непрерывный про-цесс высокой информированности миллионов людей практически повсеместно провалились.

В этой связи каждое государство имеет законное право беспокоиться о том, каким образом будут осуществляться механизмы массово-информационной деятельности СМИ, необходимой для интеллектуаль-