

МЕДЫЙНЫЯ ПРАЦЭСЫ СУЧАСНАСЦІ: РЫЗЫКІ НЕВЕРБАЛЬНАГА ДЗЕЯННЯ Ў ПРАЕКЦЫІ НА РЫТАРЫЧНЫ ІДЭАЛ САКРАТА–ПЛАТОНА

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 жыццякаў, публікаваць жыццікі» [3, с.17].

Функцыянальная стратыфікацыя публіцыстыкі паводле сваіх разнавіднасцей (страт) характарызуецца асаблівай сістэмай арганізацыі, дзе вербальныя стратэгіі, тактыкі і разумова-маўленчая дзейнасць грамадства (лагасфера) выражаюцца найбольш наглядна, выразна і асаблівым перлакутыўным эфектам.

Умець скарэктаваць маўленчую падзею, знаходзячы ісціну, ёсць вызначальная якасць прафесіі журналіста. Толькі раўнапраўны, суб'ект-суб'ектны дыялог з чытачом уганаруецца поспехам, калі *hot eloquens* бачыць свайго суразмоўцу такім, як ён сам, – жывым, дзейным, актыўным суб'ектам, а не чыстым лістом, які трэба спісаць, пустым сасудам, які трэба запоўніць. Шукай ісціну ў дыялогу! Сакрат даў нам вялікае адкрыццё: ён паглядзеў на чалавека, з якім размаўляў, абсалютна інакш, як гэта было да яго, у сафістаў. Ён убачыў у іншым сябе самога, ці ўбачыў сябе самога як іншага, і ператварыў гэтага іншага ў суразмоўцу. Гэта стала пачаткам сапраўднага дыялогу, перададзенага нам, нашчадкам, у якім погляд на чалавека быў новым, напоўненым гармоніяй і пошукам ісціны, а аўдыторыя пераставала быць пасіўным аб'ектам, падпарадкаваным маніпулятыўнай сіле маўленчага дзеяння. Сіла ўздзеяння інфармацыі, маштаб уплыву на грамадскую думку вымушае журналістыку быць павелічальным шкельцам пры выражэнні непазбежных сацыяльных эмоцый і меркаванняў, нават калі ацэначнасць пільна маскіруецца пад аб'ектыўнасць. Бо маўленчая дзейнасць журналіста ў цесным звязку з актуалізаванымі сацыяльнымі дзеяннямі грамадства вызначае асноўныя прыярытэты развіцця і адлюстроўвае механізм уладкавання маўленчых зносін суб'ектаў камунікацыі – СМІ і чалавека.

У сучаснай вербалістыцы вылучаюцца два тыпы рытарычнага маўлення – сафістычны (амерыканізаваны, сёння ўзяты на ўзбраенне медыямі) і Сакрата–Платона (еўрапейскі, славянскі, усходне-славянскі, айчынны). Такая тыпалогія бярэ пачатак з антычнай Грэцыі, калі ў час сафістаў і Сакрата паралельна існавалі ў напружанай барацьбе адно з адным два ідэалы прамовы. Паводле Сакрата, такая прмова ісцінная, карысная для грамадства, строга ўпарадкаваная ў сэнсавым і фармальным планах. Ідэал сафістаў зусім іншы. Прмова павінна быць «падпарадкавальнай», маніпулюючай сілай. Другім патрабаваннем з’яўлялася фармальная, слоўная прыгажосць і элегантнасць, трэцім – лагічная вытанчанасць і трафарэтна-лагічная правільнасць. Усё гэта прыводзіла да галоўнага, якое не выстаўлялася напаказ, – дала магчымасць самавыражэння ў прамове. Выдатная прмова для сафіста – гэта перш за ўсё пэўная самарэклама, самасцвярджэнне.

Сафістычны ідэал сфарміраваўся з вучэння, якое мела цягу да рэлятывізму і прапаведвалася філосафамі-асветнікамі. Яны лічыліся першымі прафесійнымі настаўнікамі араатарскага майстэрства. Сафіст (*sophistes* – мудрэц), настаўнік мудрасці вучыў: як у вольнай дзяржаве чалавек мае права меркаваць аб дзяржаўных справах і патрабаваць, каб з ім лічыліся, так і пра любы прадмет усякі чалавек мае права мець сваё меркаванне, і яно мае столькі ж правоў на існаванне, як і любое іншае. Аб’ектыўнай ісціны няма, ёсць толькі суб’ектыўнае меркаванне пра яе: чалавек ёсць мера ўсіх рэчаў. Адсюль робіцца выснова: нельга гаварыць, што адна думка больш сапраўдная, чым другая; можна толькі гаварыць, што адна думка больш пераканальная, чым іншая. Навучыць пераконваць, «слабае меркаванне быць моцным» – асноўная задача сафістаў-настаўнікаў. Да іх мог звярнуцца кожны, хто хацеў спасцігнуць ведаў. Яны прапанавалі навучыць любога жадаючага даступным ведам і гэтым зрабіць яго дасканалым. У распараджэнні сафістаў было два сродкі: дыялектыка (майстэрства разважання) і рыторыка (майстэрства гаварыць). Першая была накіравана на розум слухача, другая – на пачуцці. Калі чалавек валодае гэтымі двума майстэрствамі – перамога яму забяспечана. Тады і рэалізуецца катонаўскі завет: «*Vir bonus dicendi peritus*» (годны муж – майстар у слове).

Спачатку сафісты вучылі вынайздзеным імі ж лагічным прыёмам доказу і абвяржэння, яны адкрылі шэраг правіл лагічнага мыслен-

ня, аднак у хуткім часе адышлі ад прынцыпаў яго арганізацыі і сканцэнтраваліся на распрацоўцы ўловак, хітрыкаў, заснаваных на знешнім падабенстве з'яў, на тым, што канкрэтная сітуацыя вынікае з агульных месцаў (loci communes), падзея зыходзіць з агульнай сувязі падзей, на полісеміі, на падмене паняццяў, і г. д. сафісты Пратагор, Горгіі, Гіпіі, Продзік, Антыфонт усе ісціны выставілі сумніўнымі, аб'явілі іх адноснымі, што прыводзіць да абвяржэння аб'ектыўнай ісціны. «Малодшыя» сафісты Фразімах, Крыціі, Алкідам, Лікфрон, Палемон, Гіпадам бяруць на ўзбраенне жангліраванне словамі, фальшывыя прыёмы доказу ісціны і падману адначасова. З гэтага пачынаецца ідэйнае раздваенне сафістыкі. Нездарма ўжо ў антычнасці да сафіста ставіліся дваяка: як да настаўніка мудрасці і як да рытара-краснабая, які «ўмеє гаварыць пра ўсё, не ведаючы нічога». У выніку ўзнікаюць сафізмы – наўмыснае прымяненне ў спрэчцы і доказах падманлівых аргументаў, заснаваных на свядомым парушэнні лагічных правіл. Менавіта гэта адрознівае іх ад паралагізмаў і апорый, якія могуць утрымліваць у сабе ненаўмысную памылку або ўвогуле не мець лагічных памылак, але прыводзіць да яўна няправільнага вываду.

Сафістычнае красамоўства стала базай для стварэння арсеналу хітрык і ўловак у спрэчцы, якія з поспехам прымяняем і па сёння, не задумваючыся пра іх маніпулятыўную сілу. Такіх прыёмаў налічваецца сотні: ад самых банальных, незаўважных, да вытанчаных. Напрыклад, чуем: «Вы, канечне, чыталі гэтую кнігу...», «Канечне, вы ведаеце гэтага рэжысёра...», «Не сумняваюся, што вы, такі разумны і інтэлігентны, не дазволіце...», «Вы, як будучы журналіст, павінны ведаць...». Гэтыя прыёмы часам называюць «стаўкай на падманлівы сорам». Пры такім звароце да суразмоўцы хаваецца небяспечная сіла ўплыву. Як жа прызнацца, што ты не чытаў твора ці не ведаеш рэжысёра, і ты пачынаеш губляць свае пазіцыі, падпарадкоўвацца, табой пачынаюць маніпуляваць. Банальная сітуацыя, калі ў спрэчцы са студэнтам у запале не вытрымлівае выкладчыца: «Я трыццаць гадоў выкладаю, а вы мне будзеце даказваць...», прыструньвае шэф свайго падначаленага: «Калі будзеце на маім месцы, то і загадаеце...», выступаюцца, не называючы кагосьці канкрэтна, прыбягае да надуманага аўтарытэту: «Як сцвярджаюць амерыканскія даследчыкі...» і шмат інш. Калі так звяртаюцца, то гэта азначае толькі адно: у апанента няма аргументаў.

Росквіт сафістыкі быў даволі бурным, але нядоўгім. Узнісшыся разам з уздымам афінскай дэмакратыі, яна заняпала з ёю. Ідэал грамадскага жыцця распадаецца на два ўзаемавыключальныя паняцці: жыццё дзейснае, ідэалам якога быў палітык і рытар («*Vir bonus dicendi peritus*»), і жыццё сузіральнае, ідэалам якога быў філосаф, тэарэтык і мысліцель. Антычная культура раздвойваецца на два полюсы – рыторыку і філасофію, паводле якіх сфарміраваліся культурныя ідэалы; паміж імі часам вялася жорсткая барацьба, калі намячалася перамер’е, але барацьба ніколі не заканчвалася перамогай аднаго над другім, а перамер’е не ператваралася ў зліццё абодвух.

Першым супраць вучэння аб адноснасці ісціны і сафістычнага рытарычнага ідэалу катэгарычна выступіў Сакрат. Абсалютная ісціна існуе, яна Божая, вышэйшая за чалавечыя меркаванні, і яна з’яўляецца мерай усіх рэчаў. Рытар сам павінен ведаць, што праўдзівае, а што падманлівае, што ёсць справядлівасць і несправядлівасць. Не валодаючы такімі ведамі, рытар-сафіст, які імкнецца да поспеху, будзе ісці за публікай, патакаючы ёй, прыносячы гэтым не карысць, а шкоду. Узгадаем заключны фрагмент «Апалогіі Сакрата» – прамову пасля вынясення яму смяротнага прысуду: «Быць можа, вы думаеце, афіняне, што я асуджаны таму, што ў мяне не хапіла такіх доказаў, якімі я б мог схіліць вас на свой бок, калі б не лічыў бы рабіць і гаварыць усё, каб пазбегнуць прысуду. Зусім не. У мяне, праўда што, не хапіла, толькі не доказаў, а дзёрзкасці і бессаромнасці і жадання гаварыць вам тое, што вам прыемней за ўсё было б слухаць: каб я аплакваў сябе, бедаваў, словам, рабіў і гаварыў многае, што вы прызвычаліся чуць ад іншых, але што недастойна мяне, як я сцвярджаю» [Цыт па кн.: Михальская А. К., с. 19]. Наступным момантам найвышэйшага абвастрэння барацьбы двух рытарычных ідэалаў сталі дыялогі Платона «Федр» і «Горгій».

Пасля заваяванняў Аляксандра Македонскага фарміруецца новая плынь, якую сучаснікі назавуць «азіянтам». Перайманне стыляў і прамоўніцкіх манер Лісія, Платона і Дэмафена былі ўганараваны імем атыцызму, а традыцыі эліністычнай школы заклеяваны кплівай мянушкай «азіянта». Развіццё класікі падмянялася яе дагматызацыяй. Замест жывога слова асновай творчасці стала педантычная вучонасць, творы аднаўляліся паводле класікаў таго часу, інтэрпрэтаваліся паводле густаў тэарэтызуючых эстэтаў. Атыцызм стаў модай, даступнай толькі вузкаму колу знаўцаў тако-

га мастацтва. З заняпадам рабаўладальнай дэмакратыі рыторыка ператвараецца ў нарматыўна-каталагізатарскую дысцыпліну і ратвараецца ў стылістыцы, якая і да апошняга часу ўтрымлівае ў сабе вялікі арсенал сродкаў, прыёмаў, фігур, тропай, так бы мовіць, гатовых формул для пабудовы мастацка адзначанага маўлення, для ўпрыгожвання яго.

Паводле звестак розных энцыклапедый, наменклатура тропай у антычнасці налічвала каля дзвюхсот адзінак. Найбольш вядомыя сучасніку віды тропай – метафара, увасабленне, персаніфікацыя, эпітэт, аксюмаран, антанамазія, метанімія, сінекдаха, літота, гіпербала і інш. – толькі часцінка гэтай наменклатуры. Безумоўна, і *інш.* зусім не пазначае, што працэс іх стварэння вычарпаны. І справа не столькі ў розных падыходах даследчыкаў да гэтай з’явы, а ў самім працэсе трапеічнасці, у арбіту якой можа быць зацягнуты любы семантычны перанос, вар’іруючы мільённымі выпадкамі спалучальнасці слова са словам. Як бачым, нават на класіфікацыйным узроўні працэс стварэння тропай (семантычнага пераносу па аналогіі, супастаўленні, падабенстве) бясконцы. «Мастацкія тропы ўяўляюць сабой з’яву, якая па сваёй прыродзе супадае са з’явай стварэння новых слоў у самой мове. Розніца заключаецца толькі ў тым, што новае значэнне, якое ўзнікла ў мове, становіцца абавязковым і агульнараспаўсюджаным, у той час як тропы маюць спецыяльныя выразныя функцыі і ўвогуле не захоўваюць за сабой часавых значэнняў, што ўзнікаюць у адпаведным кантэксте» [3, с. 227].

Перад тым як стаць набыткам сучаснікаў, формулы тропай павінны былі быць вынайздзены. І часцей за ўсё гэта рабілася на антычных народных форумах, калі трэба было запаліць сэрцы людзей, звярнуць іх розум да пераканання, вобразнасцю ўзмацніць аргумент.

Публіцыстычны тэкст мае выразныя адметнасці функцыянавання, сутнасць якіх можна звесці да вядомага пастулата: хто валодае інфармацыяй – той валодае светам. Калі паспрабаваць знайсці асноўны адменнік існавання публіцыстычнага маўлення ад іншых дзейнасных у жыцці чалавека сфер, то можна звесці суму адрознівальных уласцівасцей тэксту СМІ да анталогічнага па сваёй прыродзе феномену – утрымліванне ў сабе актуальнай інфармацыі. Публіцыстычны тэкст ёсць складнік жыцця любога цывілізаванага грамадства, у ім маніфестуецца вобраз, лад жыцця народа, выразна

адбіваецца этна-псіхалагічны склад, у выявах аўтарскага «я» журналіста праглядаецца аблічча часу, месца і вымярэння людской далучанасці да працэсаў пазнання навакольнага свету.

Творчасць СМІ выступае ў ролі прадвесніка, а далей і выразніка ўзнікнення пэўных маўленчых тэндэнцый, замацавання заканамернасцей развіцця мовы. Мова СМІ вылучаецца сацыяльнай азначнасцю, у аснову якой кладзецца прынцып пярэратыўнасці пры маніпуляванні фактамі, што адчужаюцца ад каштоўнасцей пабудаванага грамадства, і прынцып пярэратыўнасці пры ўхваленні «сваіх» вартасцей. Вынікам агульнай тэндэнцыі слоўнай азначнасці стала завострана экспрэсіўная, стылістычна вольгарызаваная лексіка, накіраваная на выкрыццё «чужароднасці», адпаведная камунікацыйным устаноўкам адрасата. Суб'ектыўная мадальнасць медыямаўлення паказвае на знешне схаваную, імпліцытную пазіцыю журналіста, які не жадае праяўляць сваю рэакцыю на рэчаіснасць адкрыта, але на гэта паказваюць мадыфікатары асноўнай мадальнай кваліфікацыі, ствараючы ў мадальнай іерархіі выказвання кваліфікацыю «апошняй інстанцыі» – непрыміральнай пазіцыі, як таго патрабуе карпаратыўны інтарэс выдання. У такім выпадку на перыферыі выказвання ўзнікае імітацыя дадатковага семантычнага ядра, што стварае эфект поліпрэдыкацыйнасці паведамлення. Гэта якраз і адлюстроўвае складаны ўзаемадзеянні паміж чатырма фактарамі камунікацыі: гаворачым (адрасантам), суразмоўцам (адрасатам), зместам выказвання і рэчаіснасцю.

Сукупнасць мадальных і аўтарызаваных канструкцый у дачыненні да мэтавых устаноўак матэрыялу спараджае патрэбу змяніць афармленне і размеркаванне традыцыйных жанраў газетных публікацый, абстрае пытанне аб змяшчэнні межаў паміж імі. Адсюль узрастае доля ўвагі да розных спосабаў аўтарызацыі газетнага тэксту. Напрыклад, перадавы артыкул мінулага быў прадуктам рэдакцыі, меў калектыўнае аўтарства, быў агітатарам і прапагандыстам. З канца 90-х гадоў ХХ стагоддзя ён выдаляецца з першай паласы газеты. Што прыйшло на змену аналітычнаму жанру? Першыя паласы газет мінулага і сённяшнія даюць наглядны адказ на пытанне. Святое месца пустым не бывае, на змену першапалоснай перадавіцы прыйшлі новыя сродкі падачы інфармацыі ў выглядзе паведамленняў, фотакалажаў і інш. Гэта кардынальным чынам памяняла грамадства, якое перастала быць аб'ектам павучання, чыстым лістом

(*tabula rasa*), маніпуляцыі, а становіцца раўнапраўным суб'ектам, які паводле прачытанай, праслуханай, прагледжанай інфармацыі мае права выбару, альтэрнатывы, роздуму.

У апошнія дзесяцігоддзе актыўнымі замяняльнікамі перадавіцы сталі калонкі рэдактара, думкі, меркаванні і блогі, у якіх падаецца персаніфіцыраваны погляд, аналітычны агляд падзей, разлічаныя на актыўнае супрацоўніцтва з чытачом, на рэалізацыю суб'ект-суб'ектных вербальных адносін.

Такім чынам, медыйная вербалістыка сучаснасці, вызвалена ад рытуальнай зададзенасці, апелюе да такіх якасцей, як іранічнасць, самаіронія, скепсіс і крытычнасць ва ўспрыманні і супастаўленні інфармацыі, здольнасць адзначаць эстэтычнае афармленне маўлення, нецярпімасць да катэгарычнай ацэнчанасці.

Журналісцкі тэкст можа адпавядаць ці не адпавядаць пэўным правілам пабудовы, сістэмнасці паводзін моўнага факта ў складаным цэлым, але ён заўсёды павінен мець арсенал ключавых камунікатыўных кампазітаў, скіроўваючых яго на існасць, прызначанасць свайго існавання. Такімі камунікатыўнымі кампазітамі з'яўляюцца знешнелінгвістычныя фактары функцыянальнай накіраванасці СМІ. Будуюцца даволі складаная іерархія пераўтварэння індывідуальнага духоўнага прадукта, прапанаванага праз СМІ канкрэтнымі людзьмі, у прадукт грамадскі, калектыўны. Публіцыстычныя тэксты адрозніваюцца незвычайнай шырынёй тэматыкі, яны могуць датычыць любой тэмы, якая патрапіла ў цэнтр грамадскай увагі. Гэта натуральным чынам ўплывае на журналісцкае маўленне: узнікае неабходнасць уключаць спецыяльную лексіку, якая патрабуе тлумачэнняў, а калі і разгорнутых каментарыеў. З другога боку, шэраг тэм пастаянна знаходзіцца ў полі зроку грамадскай увагі, і лексіка, якая адносіцца да гэтых тэм, набывае публіцыстычную афарбоўку. Фарміруецца пласт маўленчых адзінак, характэрных для публіцыстычнага тэксту, камунікатыўная прызначанасць якога спрыяе канструяванню своеасаблівага тэзаўруса. Апошні вызначаецца не жанрава і не функцыянальна, а сацыяльнай абумоўленасцю камунікацыі, якая становіцца важным механізмам станаўлення індывіда як сацыяльнай асобы, правадніком устаноў пэўнага соцыуму, фарміруючых, у сваю чаргу, індывідуальныя і групавыя ўстаноўкі. Індывідуальныя матывацыі і формы паводзін могуць быць прыняты соцыумам, калі яны ўяўляюць сабой варыяцыі ў

азначанах межах. Выразным прыкладам апошняга можа стаць праекцыя на грамадскае ўладкаванне манеры паводзін і ладу жыцця палітыкаў.

Сёння даволі моднымі сталі рознага тыпу тэлевізійныя дыялогі, ток-шоу, якія даволі часта сталі перарастаць у вербальныя і невербальныя канфлікты. На якім фоне грамадскага жыцця яны праходзяць? З жалем можам канстатаваць: на фоне маўленчай агрэсіі. Падчас вывады аб праваце ці неправаце ўдзельнікаў канфлікту зрабіць нельга, і тады ілюструецца пераход вербальных агрэсіўных дзеянняў у невербальныя, у фізічную канфрантацыю.

Камунікатыўнасць медыятэксту з'яўляецца інструментам карэкцыі асацыяльных паводзін чалавека або групы людзей. Можна сказаць, што ў ролі сацыяльнага працэсара журналісцкі тэкст служыць фарміраванню грамадства ў цэлым, адыгрываючы сувязную ролю ў жыцці камунікантаў. Публіцыстычны тэкст выражае карэляцыі ўласна паводзін аб'екта інфармацыі і артэфактаў, г. зн. апрацаванага рэдактарам або апэратарам і рэдактарам друкаванага тэксту або відэатэксту. Артэфакт даступны адрасату – грамадству. Тое, што стаіць за такой апрацоўкай, застаецца для яго невядомым. Маўленчы імідж палітыка складаецца менавіта з артэфактаў, тады калі зыходная маўленчая падзея і іх першапачатковая фіксацыя часта не бярэцца пад увагу. Што застаецца для журналіста, які вядзе такога кшталту перадачы? Пасіўная роля наглядатая, разагравальніца канфлікту да невербальнага дзеяння. Так, у 1995 годзе на тэледэбатах «Адзін на адзін» распачалася гонка за такімі сенсацыямі, калі Уладзімір Жырыноўскі сказаў свайму апаненту Барысу Немцову, што яго губернія лідзіруе ў краіне па колькасці венерычных захворванняў. Губернатар параіў суразмоўцу прайсці курс лячэння ад венерычнай заклапочанасці і паказаў яму часопіс «Плэйбой» з інтэрв'ю, у якім Жырыноўскі сцвярджаў факт інтымных сувязей з 200 жанчынамі.

«Мы вас вылечим!» – сязвіл Немцов.

Жириновский: Да, не надо лечить-то!

Немцов: У нас два укола, и всё» [1].

Медыявербалістыка выплюхнутай шклянкі, прымітыўнай бойкі ў студыі – пазнака нашага часу, калі даволі часта не хапае розуму давесці сваю думку, не стае аргументаў, такту, элементарнай культуры. І яно – бескультур'е, мардабой тыражуецца на мільённыя

аўдыторыі. Праграма мела велізарны рынкавы поспех. На наступны дзень яе пазапланавана паўтарылі, яна ўзняла рэйтынг перадачы.

Якая камунікатыўная роля належыць у такіх сітуацыях журналісту? Узгадаем:

Жириновский: Это подонок, прямо скажем, что это подонок!

Ведущий: Господа, я прошу прощения...

Жириновский: Я хочу плеснуть ему в лицо!

Ведущий: Ой, что вы делаете! Ну что же вы делаете! Мы вынуждены прервать нашу программу, будьте с нами через неделю [1].

Кінутым Аляксандрам Любімавым «Ой, что вы делаете! Ну что же вы делаете!» журналіст распісаўся ў бездапаможнасці, у сваёй разгубленасці. Перадача дала імпульс для невербальнай разбэшчанасці аднаго з удзельнікаў. Чытаем сведчанні: «В том же 1995 году, только тремя месяцами позже, Жириновский стал участником массовой драки уже в стенах парламента. К слову сказать, зачинщиком тогда выступил не он. Все началось с того, что депутат Николай Лысенко обвинил своего коллегу, Глеба Якунина, в том, что тот не имеет права носить облачения священника, и сорвал с него крест. Жириновский поддержал господина Лысенко словами: «Коля, бей его!» Депутат Евгения Тишковская пыталась вмешаться, но лидер ЛДПР оттащил ее за волосы и начал душиить. В марте 2005 года Владимир Жириновский подрался с депутатом Андреем Савельевым. Тогда члены фракции ЛДПР выразили свое недовольство результатами выборов в Ямало-Ненецком автономном округе. В итоге, словесная перепалка между Жириновским и Савельевым перешла в массовую драку с участием 20 парламентариев. Одним из последних ярких столкновений лидера ЛДПР можно назвать драку, произошедшую в феврале 2008 года во время записи предвыборных дебатов на телеканале «Звезда». Тогда, недовольный ходом дискуссии Владимир Жириновский ударил доверенное лицо кандидата в президенты Андрея Богданова – Николая Гацу» [1].

Носьбіт мовы валодае важнай здольнасцю вызначаць і рэзюмаваць даволі дакладна складаныя інфармацыйныя стратэгіі паведамлення, актывізаваць мадэль рэальнай сітуацыі, якая фарміруецца з элементаў сацыяльнага вопыту, іншых інфармацыйных крыніц, вывесці агульную тэматычную структуру з нейкай канкрэтнай сітуацыйнай мадэлі; улічваючы існуючую сістэму вартасцей публіцыстычнага тэксту, нормы журналісцкай практыкі, зададзеныя во-

пытам стэрэатышы і эстэтычныя арыенціры, накішталт навізны паведамлення, запраграмаванае негатыўнае стаўленне, вырашыць, якія з галоўных тэм найбольш рэlevantныя і значныя.

У працэсе апрацоўкі медыятэксту выяўляецца шэраг прыёмаў, якія кіруюць дзеяннямі і ўстаноўкамі аўтара. У сукупнасці гэтыя фактары вызначаюць структуру рэlevantнасці паведамлення – у інтэрпрэтацыі рэпрадуцэнта і перцептыцы рэцыпіента. Веды, перакананні, устаноўкі, валоданне сітуацыяй, усе іншыя тыпы агульнай інфармацыі набываюцца, выкарыстоўваюцца і змяняюцца ў розных сацыяльных кантэкстах. Журналіст як сацыяльны суб'ект пастаянна выражае гэтыя веды, правярае і супастаўляе іх з ведамі іншых людзей.

Кагнітыўны аспект апрацоўкі дыскурса заснаваны на ўзаемадзеянні паміж рэпрэзентацыямі і сацыяльным вопытам, аперацыямі ў памяці. Стэрэатышыя, характэрныя для пэўнага грамадства сацыяльныя і прагматычныя сітуацыі могуць утрымлівацца ў памяці ў форме сцэнарыяў такім чынам, што носьбіты мовы маюць магчымасць узаемадзеянічаць не толькі на вербальным узроўні, але і на сацыяльна адзначаным, паравербальным, падзейным. Любы слоўны акт выступае ў такім разе як сацыяльнае (а таксама як кагнітыўнае, прагматычнае, ментальнае) дзеянне. Фэнаменальнасцю нашага часу становіцца лёгкае пасмейванне, абсмактванне факцікаў пераўтварэння вербальнага дзеяння ў невербальнае накішталт высвятлення адносін Лебедзева і Палонскага ў студыі энтэбэшнікаў, што сведчыць пра адсутнасць у такіх жа студыях доказнай базы, аргументацыі, заснаванай на прыметах айчыннага рытарычнага ідэалу: дыялагічнага па змесце і па форме, анталагічнага, гарманізуючага, які з антычнасці супрацьпастаўлены ідэалу сафістычнаму: маналагічнаму і па змесце і па форме, рэлятывісцкаму, аганальнаму.

Літаратура

1. Википедия. – Рэжым доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki>.
2. Михальская, А. К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике / А. К. Михальская. – М. : Издательский центр «Academia», 1996.
3. Томашевский, Б. В. Стилистика / Б. В. Томашевский. – Л. : Издательство Ленинградского университета, 1983.
4. Фихтелиус, Э. Десять заповедей журналистики / Э. Фихтелиус. – Вэрнамо : Fálths Tryckeri, 1999.