

франшыз выклікае вялікую цікавасць для філалагічных даследаванняў, бо дазваляе абагульніць і сістэматызаваць вопыт журналістаў-практыкаў па кіраванні зместам газет франчайзінгавай сеткі.

Літаратура

1. Глазкова, Е. А. Художественно-выразительное своеобразие трансмедийных экранных произведений : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.03 / Е. А. Глазкова; Академия медиаиндустрии. – М., 2017 – 268 с.
2. Зверева, Е. Современные журнальные издания синтетического типа: реализация принципов синергетики / Е. Зверева // Журналистыка-2016: стан, праблемы, перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10-11 ліст. 2016 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016. – С. 70–73.

Вольга Самусевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ІДЭАЛАГІЧНЫЯ ТЭКСТЫ Ў БЕЛАРУСКІМ МЕДЫЯДЫСКУРСЕ

У сучасных умовах фарміраванне грамадскай думкі пераважае на адбываецца ў масавакамунікатыўнай прасторы. У нашых рэаліях журналістыка заўжды мела ідэалагічны модус, накіраваны на сцвярджэнне ў грамадстве пэўных каштоўнасцей, адпаведных канкрэтным задачам эпохі.

Медыядыкурс не толькі траслюе і падтрымлівае, але і ўмацоўвае ідэалагічную аснову грамадства. Так, стабільнасць, да якой імкнецца кожная краіна, можа быць забяспечана толькі прадумана пабудаванай ідэалогіяй, з апорай на ўніверсальныя канцэпты, канстантныя для любога соцыуму, аднак якія праз СМІ атрымліваюць актуальнае для канкрэтнага гістарычнага перыяду сямантыка-ідэалагічнае напаўненне. Па меркаванні даследчыкаў, сродкі масавай інфармацыі ствараюць тэкстуальна-ідэалагізаваную «аўдыя-іконасферу», у якой жыве сучасны чалавек і якая служыць дакладнай канцэптualiзацыі рэчаіснасці [1, с. 19].

Справядліва адзначае Н. Клушына, што сярод шматлікіх дыскурсаў сучаснасці менавіта ідэалагічны медыядыкурс фарміруе грамадскую думку на базе агульнага фонду ідэалагічных ведаў, прадстаўленых у СМІ праз прызму нацыянальных інтарэсаў [3, с. 276]. Вучоная вызначае ідэалагічны медыятэкст як тэкст на палітычныя тэмы, створаны журналістам, які мае ўласнае разуменне палітычнай сітуацыі, выразную

аўтарскую пазіцыю, уласную стылістыку [3, с. 279]. Даследчыца, аднак, папярэджвае, што палітычны тэкст не роўны тэксту ідэалагічнаму. Палітычны тэкст выключае суб'ектыўнасць, ідэалагічны тэкст, наадварот, мае выразны асобны пачатак, бо ствараецца журналістам – творцам. Імператыўнасць, агітацыйнасць, падкрэсленая афіцыйнасць палітычнага дыскурсу нейтралізуецца ў сучаснай медыйнай прасторы, якая мае спецыфічныя параметры і развіваецца па ўласных законах [3, с. 281].

Сёння ідэалагічны медыядыкурс патрабуе як пільнай навуковай увагі, так і рэдактарскага разумення яго павышанай сацыяльнай значнасці. Гэта вынікавана шэрагам фактараў: павелічэннем тэхналагічных магчымасцяў СМІ ў фарміраванні грамадскай думкі; ростам адукацыйнага і культурнага ўзроўню аўдыторыі, што павышае патрабаванні да канцэптualaна-змястоўнага напаўнення тэкстаў СМІ; інтэнсіфікацыяй патокаў сацыяльнай інфармацыі, ахопам і хуткасцю медыяўплыву; эксплікацыяй ідэалагічнай канатацыі.

Актывізацыя цікавасці як практыкаў і тэарэтыкаў журналістыкі, так і аўдыторыі да тэкстаў ідэалагічнай тэматыкі выклікана шматлікімі прычынамі, абумоўленымі патрэбамі грамадска-палітычнага, сацыяльна-эканамічнага і культурнага развіцця краіны; навукова абгрунтаванымі патрэбамі духоўнага развіцця асобы; неабходнасцю канцэнтравання медыяўвагі на значных напрамках сацыяльна-эканамічнага развіцця (інтэнсіфікацыяй вытворчасці, паскарэннем навукова-тэхнічнага працэсу, выкарыстаннем эканамічных рэзерваў); мэтанакіраванасцю, канкрэтнасцю і апэратыўнасцю ў адносінах да медыярэпрэзентацыі сацыяльна-эканамічнай праблематыкі; імкненнем журналістаў асвятляць пераважна сацыяльныя праблемы; інтарэсамі і пажаданнямі аўдыторыі.

Сёння відавочны той факт, што якасць (змястоўная, фактуальная, канцэптualaная, моўна-стылістычная і інш.) ідэалагічнага тэксту інтэрнэт-прасторы саступае якасці аналагічных (ідэалагічных) матэрыялаў перыёдыкі. Аднак даследаванні медыярынку засведчылі тэндэнцыю рэзкага змяншэння аўдыторыі прынт-выданняў.

Гэты факт, як і сам рытм сучаснасці, патрабуе ад перыядычных СМІ мець нешта асаблівае, што можа прыцягнуць увагу чытацкай аўдыторыі да выдання, а ў прыватнасці да палітычнай тэмы, складанай праблемы, якія рэдакцыя лічыць найбольш важнымі і актуальнымі. Арыгінальная форма сама па сабе прыцягвае ўвагу, паколькі садзейнічае здзяйсненню кантакту з чытацкай аўдыторыяй дзякуючы асэнсаванаму «правацыраванню» яе цікавасці рэлевантнымі журналісцкімі прыёмамі.

Гэта арыгінальнасць выяўляецца, на думку даследчыкаў, у падыходзе да тэмы; у архітэктоніцы – у кампазіцыі твора і мантажы фактычнага матэрыялу; у абпрацоўцы дэталей публікацыі; у злучэнні форм і прыёмаў з розных жанраў, што вынікуе эффект нечаканасці і здзіўлення; у адраджэнні малавядомых, пазабытых форм з практыкі мінулага, годных для паўторнага крытычнага выкарыстання; у стылі аўтара [2, с. 45].

Такім чынам, актыўныя палітычныя і сацыяльна-эканамічныя пераўтварэнні і працэсы, што адбываюцца ў сучаснай Беларусі, выклікалі эскалацыю ідэалагічнага складніка ў медыядыскурсе. Аднак пакуль адчуваецца недахоп якаснага ідэалагічнага медыятэксту, насычанага аналітыкай, канструктыўнымі ідэямі, небеспадстаўнымі развагамі і палемікай. Асноўную прычыну гэтага мы бачым у тым, што сёння ў журналістыцы не так шмат прафесіяналаў, якія б не толькі паймаў валодаць словам, але і свабодна арыентаваліся ў палітычнай сітуацыі, аперывалі эканамічнымі ведамі, глыбока ведалі гісторыю, права і ідэалогію, галоўнае – мелі выразную грамадзянскую пазіцыю і разумелі сацыяльную адказнасць за сваё слова.

Літаратура

1. Володина, М. В. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. В. Володина // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М. В. Володиной. – М. : Академический проект ; Альма Матер, 2008. – С. 6–24.
2. Георгиев, Д. Режиссура газеты / Димитр Георгиев. – М. : Мысль, 1979. – 262 с.
3. Клушина, Н. И. Власть, СМИ и общество (стратегии и тактики формирования общественного мнения) / Н. И. Клушина // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. – М. : Изд-во Моск. ун-та; Фак-т журналистики, 2012. – С. 262–283.

Наталья Саянова

Белорусский государственный университет

ЭВОЛЮЦИЯ ПУБЛИЦИСТИКИ: ЖАНРОВЫЙ АСПЕКТ

На протяжении многих веков существования публицистика как сфера литературной, общественно-политической и позже собственно журналистской деятельности отражала различные актуальные проблемы социума, влияла на формирование общественного мнения, способствовала интеллектуальному и научному прогрессу. Тематические приоритеты публицистики неоднократно изменялись, расширился диапазон проблем,