

4. Слоўнік беларускай мовы: арфаграфія, арфаэпія, акцэнтацыя, слова змяненне / Ін-т мовазнаўства імя Я. Коласа АН БССР ; пад рэд. М. В. Бірылы. Мінск : БелСЭ, 1987. 903 с.
5. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста. Изд. 3-е, перераб. и доп. М. : Логос, 2005. 524 с.

ДЭФІНІЦЫЯ ЯК СКЛАДНІК МЕДЫЯТЭКСТУ

С. В. Зелянко

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
siarhejzelianko@gmail.com*

Прыводзяцца вынікі аналізу выкарыстання ў беларускіх друкаваных сродках масавай інфармацыі дэфініцый неалагізмаў. Разглядаюцца асноўныя тыпы тлумачэння патэнцыйна незразумелых для аўдыторыі паняццяў у журналісцкім тэксце. Фармулююцца высновы наконт функцыянальнай разнастайнасці ўключэння азначэнняў запазычаных лексем у медыятэкст.

Ключавыя словы: дэфініцыя; медыятэкст; тлумачэнне; неалагізм; запазычаная лексіка.

DEFINITION AS PART OF A MEDIA TEXT

S. V. Zelianko

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: S. V. Zelianko (siarhejzelianko@gmail.com)*

The results of the analysis of the use of the definitions of neologisms in the Belarusian print media are presented. The main types of explanations of potentially incomprehensible concepts for the audience in a journalistic text are considered. Conclusions are formulated regarding the functional diversity of the inclusion of definitions of borrowed tokens in media texts.

Keywords: definition; media text; interpretation; neologism; borrowed vocabulary.

Камунікатыўная функцыя з'яўляецца асноватворнай у журналістыцы. Без наладжвання і ўтрымання кантакту з аўдыторыяй праз тэкст (кантэнт) супрацоўнікі СМІ не будуць здольнымі выконваць свае прафесійныя абавязкі – інфармаваць і кансалідаваць грамадства. Аднак, як сцвярджае акадэмік Я. П. Прохараў, «камунікатыўная функ-

цыя, якая ўяўляецца чыста “тэхнічнай”, эфектыўна рэалізуецца толькі пры зразумелым змястоўным напаўненні» [1, с. 59]. Маецца на ўвазе, што паведамленне, якое транслюецца журналістам праз медыя, павінна адэкватна адлюстроўваць факты рэчаіснасці і без перашкод успрымацца аўдыторыяй. Прафесар М. Я. Цікоцкі ў дачыненні да друкаваных сродкаў масавай інфармацыі некалі выказаў думку, якая на сёння ўжо стала хрэстаматыйнай: «Газету чытаюць людзі рознага культурна-адукацыйнага ўзроўню, розных узростаў і прафесій – “ад акадэміка да цесляра”. Таму мова газеты павінна быць яснай і зразумелай кожнаму» [2, с. 267]. Безумоўна, апошні тэзіс, сфармуляваны бацькам беларускай стылістыкі, не страчвае сваёй актуальнасці і для аўдыявізуальных СМІ, і для новых медыя, якія ў якасці асноўнага канала трансляцыі кантэнту выкарыстоўваюць найноўшыя інфармацыйныя тэхналогіі.

Штогадовы прырост аб’ёму новай інфармацыі ў свеце з 1999 г. па 2002 г., па ацэнках даследчыкаў Каліфарнійскага ўніверсітэта, складаў 30 % [3, р. 2]. Аналітыкі міжнароднай кансалтынгавай кампаніі International Data Corporation (IDC) у справаздачы «The Digital Universe in 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East» сцвярджаюць, што з 2005 г. да 2020 г. лічбавы сусвет павінен павялічыцца ў 300 разоў, падвойвацца пры гэтым кожныя два гады [4, р. 1]. Безумоўна, «інфармацыйны выбух» – перманентны рост хуткасці апублікавання інфармацыі і павелічэнне яе аб’ёмаў – прымушае журналістаў рэагаваць на яго прычыны і наступствы праз адлюстраванне і апісанне ва ўласных матэрыялах разнастайных інавацый. Выкарыстанне творчымі супрацоўнікамі СМІ адпаведных лексічных адзінак, якія павінны пазначаць прадметы, з’явы і паняцці, што не існавалі раней, толькі ўвайшлі ва ўжытак, становіцца камунікатыўным выклікам як для саміх журналістаў, так і для іх чытачоў, гледачоў, слухачоў. У дачыненні да журналістаў можа ўзнікнуць ганебная для прафесіяналаў, якія працуюць са словам, сітуацыя, калі неалагізм, асабліва з разраду запазычанай лексікі, будзе выкарыстоўвацца без карэктнага разумення яго значэння. Для аўдыторыі новая лексіка можа стаць камунікатыўнай перашкодай з-за сваёй нераспаўсюджанасці, што выклікае праблему яе адэкватнай інтэрпрэтацыі, нават у адпаведным кантэксце. Пры гэтым, безумоўна, з гледжання тэорыі і практыкі рэдагавання тэкстаў СМІ падобных прыкрых сітуацый узнікаць не павінна. Журналіст, па-першае, не мае права карыстацца лексічнымі сродкамі, значэння якіх не ведае; па-другое, абавязкова павінен дбаць пра адэкватнае разуменне аўдыторыяй паведамлення, што транслюецца праз любы канал інфармацыі.

Адным з дзейсных спосабаў падтрымання кантакту журналіста з аўдыторыяй у выпадках, калі ў медыятэксце выкарыстоўваецца гіпатэтычна незразумелая для адрасатаў інфармацыі лексіка, становіцца ўвядзенне ў медыятэкст фрагментаў з апісаннем новых паняццяў. Найпростым сродкам тлумачэння значэння запазычанай лексемы ў медыятэксце з’яўляецца яе дакладны пераклад на беларускую з мовы-крыніцы: «Сэлфі з дзвюма гарыламі рэйнджар (англ. – “ляснік”) апублікаваў на сваёй старонцы ў “Фэйсбуку”» (Звязда, 24.04.2019); «За мяжой народ без ваганняў адмаўляецца ад водпуску all inclusive (англ. “усё ўключана”) дзеля яднання з нескранутай прыродай» (Звязда, 11.04.2019); «У новым сезоне тэлеканал СТБ стане першым агульнанацыянальным тэлеканалам з вяршаннем у фармаце HD (англ. High Definition – высокае разрозненне)» (Звязда, 01.09.2017); «Канструкцыя тэкстаў Максіма Даско нагадвае новы фармат падачы інфармацыі інтэрнэт-рэсурсаў – лонгрыд (англ. “доўгае чытанне”)» (Звязда, 20.07.2016). Як бачна, падобныя варыянты раскрыцця сэнсу патэнцыйна незразумелых аўдыторыі паняццяў, выражаных словамі, словазлучэннямі, абрэвіятурамі, выкарыстоўваюцца, калі дакладны пераклад дазваляе цалкам перадаць значэнне запазычання, арганічна ўпісваецца ў кантэкст паведамлення, не перашкаджае ўспрыманню асноўнага тэксту.

Праведзены аналіз беларускіх друкаваных СМІ паказаў, што журналісты часам тлумачаць выкарыстаныя ва ўласных тэкстах неалагізмы праз іх поўную ці частковую слоўнікавую дэфініцыю. Напрыклад, у інтэрв’ю з генеральным пракурорам Беларусі А. Канюком чытаем: «Цяпер аддаю перавагу більярду. Гэта – інтэлектуальны занятак. Як і снукер, у які не гуляю, але люблю глядзець. (Снукер – англ. Snooker – разнавіднасць більярднай лузной гульні. – Аўт.)» (Беларусь. Belarus. 2019. № 1. С. 32). Можна сцвярджаць, што тлумачэнне лексемы *снукер*, уведзенае ў тэкст інтэрв’ю, павінна садзейнічаць узаемапаразуменню паміж журналістам і аўдыторыяй, паколькі навідавоку прафесійнае імкненне аўтара данесці да адрасатаў інфармацыю ў найбольш прыдатным да адэкватнага ўспрымання выглядзе. Падобныя прыклады назіраем і ў наступных выпадках тлумачэння запазычанай лексікі журналістамі: «Мы не вырошчваем расліны, а толькі змешваем тое, што ўжо ёсць. Кажучы прафесійнай мовай, ствараем гарбатныя блэнды. Блэнд (ад англ. blend – сумесь) – камбінацыя розных інгрыдientаў для атрымання новага прадукту. У нашым выпадку чайныя лісты міксуюцца з зёлкамі, садавінай і спецыямі. Дарэчы, катэілі (малочныя, фруктовыя, алкагольныя) і напоі на аснове класічнай чорнай кавы – гэта таксама блэнды» (Алеся. 2017. № 12. С. 34); «У ад-

пачынку ад працы на Філіпінах пазнаёмілася з кайтсёрферамі (ад англ. kite – паветраны змей. Від спорту, на аснове руху пад уздзеяннем сілы цягі, што развіваецца паветраным змеём. Змея ж утрымлівае і накіроўвае спартсмен)» (Звязда, 28.11.2015).

Поўная слоўнікаявая дэфініцыя запазычанай лексемы можа не ўключацца ў дужках непасрэдна ў журналісцкі тэкст, а прыводзіцца ў журналісцкім матэрыяле ў выглядзе падрадкавай заўвагі, як у наступных прыкладах: «Пікап (англ. pick up – пазнаёміцца) – знаёмства з мэтай спакушэння; намеры і дзеянні, прызначаныя для эфектыўнага прыцягнення аб’екта супрацьлеглага полу» (Звязда, 28.09.2013); «“Гік” – (ад англ. Geek) чалавек, які празмерна нечым цікавіцца ці захапляецца. Ужываецца пераважна ў дачыненні да людзей, празмерна зацікаўленых камп’ютарамі» (Звязда. 24.12.2013). Выкарыстанне падобных тэкставых фрагментаў журналістам па-за межамі асноўнага тэксту дазваляе пазбегнуць сэнсавых і кампазіцыйных разрываў у наратыве, якія могуць выклікаць камунікатыўныя збоі ў працэсах рэцэпцыі і інтэрпрэтацыі аўдыторыяй прапанаванай інфармацыі. Падрадкавыя заўвагі з тлумачэннем патэнцыйна незразумелых чытачам (у тым ліку і інтэрнэт-карыстальнікам) лексем можна параўнаць з адсылкай адрасатаў інфармацыі да слоўнікаў (друкаваных і электронных), з тым толькі адрозненнем, што дэфініцыя паняцця даецца не ў дапаможнай крыніцы, а ў самім СМІ, што спрашчае пошук значэння невядомага аўдыторыі слова.

У паданалізных тэкстах, асабліва гэта тычыцца тэматычных аглядных артыкулаў, дэфініцыі неалагізмаў часам сустракаюцца ў лідах публікацый, напрыклад: «Дартс (ад англ. darts – “дроцікі”) – сукупнасць гульні, у якіх гульцы кідаюць дроцікі даўжынёй не больш за 30,5 см і вагой не больш за 50 г у круглую мішэнь 45,1 см у дыяметры. Яна падзелена на 20 секцый, кожнай з якіх прысвоены лік ад 1 да 20» (Звязда, 18.08.2017); «Як вядома, смог (ад англ. smoke і fog, літаральна – “дымавы туман”) – празмернае забруджванне паветра шкоднымі рэчывамі, вылучанымі ў выніку працы прамысловых вытворчасцяў, транспартам і цеплавывтворчымі ўстановамі пры пэўных умовах надвор’я» (Звязда, 05.01.2017). Кантэнт-аналіз беларускіх выданняў дазволіў выявіць і варыянты ўключэння тлумачэнняў запазычаных лексем у першых сказах журналісцкіх артыкулаў: «Квэст (англ. quest – “пошук, заданне”) – гульня, дзе трэба выканаць заданні для дасягнення мэты» (ЛіМ, 28.06.2016); «Сістэма Tax-Free (англ. “без збораў”) даступна амаль у 40 краінах свету. Яна ўяўляе сабой магчымасць вярнуць ПДВ, які ўваходзіць у кошт тавару, набытага за мяжой» (Звязда, 26.09.2013). Паколькі і лід, і пачатак артыкула з’яўляюцца «моцнымі» пазіцыямі медыятэксту, што

прыцягваюць асаблівую ўвагу чытача, падобныя выпадкі выкарыстання супрацоўнікамі СМІ слоўнікавых дэфініцый неалагізмаў могуць тлумачыцца інтэнцыяй журналіста адразу ўключыць адрасата ў камунікацыю, даць яму базавую інфармацыю па тэме артыкула, каб пасля пашырыць яе дадатковымі звесткамі, актуалізацыя якіх магчыма толькі пры наяўнасці ў аўдыторыі адпаведных фонавых ведаў – разумення значэння пэўнай запазычанай лексемы, што з’яўляецца тэматычным стрыжнем паведамлення.

Найбольш складаным прыкладам уключэння тлумачэнняў неалагізмаў у медыятэкст з’яўляецца іх аўтарскае каментаванне, якое суправаджае непасрэдны пераклад запазычанай лексемы і саму дэфініцыю: «БРИК (англ. BRICS – скарачэнне ад Brazil, Russia, India, China, South Africa) – група з пяці краін, куды ўваходзяць Бразілія, Расія, Індыя, Кітай, Паўднёва-Афрыканская Рэспубліка. Скарачэнне БРИК (BRIC) было ўпершыню прапанавана аналітыкам Джымам О’Нілам у лістападзе 2001 года ў аналітычнай запісцы банка Goldman Sachs, якая называлася “Цагліны для новай эканомікі”. Спачатку ў адносінах да арганізацыі выкарыстоўвалася менавіта такая абрэвіатура. У сувязі з далучэннем ПАР 18 лютага 2011 года група пачала насіць назву BRICS. Паслядоўнасць літар у абрэвіатуры вызначаецца не толькі мілагучнасцю, але і тым, што яна вельмі падобная на англійскае слова “bricks” – «цагліны». Такім чынам выходзіць вельмі сімвалічна, паколькі гэты тэрмін выкарыстоўваецца ў якасці абазначэння групы краін, за кошт росту якіх шмат у чым будзе забяспечвацца перспектыва сусветнай эканомікі» (Звязда 09.09.2017). Як бачна, пашырэнне значэння, якое закладзена ў дэфініцыі запазычанай лексемы, за кошт выкарыстання сродкаў публіцыстычнага стылю дазваляе журналісту нівеліраваць сухасць інфармацыі, строгасць выкладу звестак, жорсткасць структуры фармулёвак, якія не з’яўляюцца ўласцівымі для медыямаўлення.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М. : Аспект Пресс, 2011. 351 с.
2. Цікоцкі М. Я. Стылістыка беларускай мовы. Мінск : Універсітэцкае, 1995. 294 с.
3. Lyman P., Varian H.R. How much information? 2003. Release of the University of California. Oct. 27, 2003 [Electronic resource]. URL: http://groups.ischool.berkeley.edu/archive/how-much-info-2003/printable_report.pdf (date of access: 31.07.2019).
4. Gantz J., Reinsel D. The Digital Universe in 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East [Electronic resource]. URL: <https://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf> (date of access: 31.07.2019).