

[3, с. 107]. Активизация в медиадискурсе префиксоида *евро-* отражает подвижность деривационных процессов в современном русском языке и выступает маркером социально и политически значимых событий, оценочность которых связана с установкой автора на критический анализ действительности через лингвокреативное приращение имплицитного смысла.

Библиографические ссылки

1. Сенько Е. В. Префиксоиды как сложившаяся система современного русского словообразования // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. С. 1–8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16059> (дата обращения: 21.05.2021).
2. Радбиль Т. Б., Рацибурская Л. В. Словообразовательные инновации на базе заимствованных элементов в современном русском языке: лингвокультурологический аспект // Мир русского слова. 2017. № 2. С. 33–39.
3. Новосельцева И. И. Графическая игра в заголовках еженедельника «БелГазета» // Язык в различных сферах коммуникации : материалы III Междунар. науч. конф., Чита, 20–21 сентября 2019 года. Чита: Забайкальский гос. ун-т, 2019. С. 104–107.

ПРАГМАТЫЧНЫ АСПЕКТ ПРАНАМІНАЛЬНАЙ АЎТАРЭФЕРЭНЦЫІ Ў БЕЛАРУСКАМОЎНЫМ МЕДЫЯТЭКСЦЕ (на прыкладзе газеты «Культура»)

Т. А. Піваварчык

*Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы,
вул. Ажэшкі, 22, 230023, г. Гродна, Рэспубліка Беларусь,
t.pivavarchyk@grsu.by*

Разглядаецца ўжыванне ў медыятэксце ў функцыі аўтарэферэнцыі суб'ектных займеннікаў, іх дэскрыптыўных і нулявых карэлятаў. Прапануецца прагматычная інтэрпрэтацыя варыянтаў аўтарэферэнцыі з пункту гледжання прафесійнай маўленчай і дыскурсіўнай дзейнасці аўтараў. Вынікі даследавання могуць быць карыснымі для падвышэння камунікатыўнай кампетэнцыі журналістаў.

Ключавыя словы: беларуская мова; прагматыка; медыятэкст; займеннік; аўтарэферэнцыя.

**PRAGMATIC ASPECT
OF PRANOMINAL SELF-REFERENCE
IN THE BELARUSIAN-LANGUAGE MEDIA TEXT
(on the example of the newspaper «Kultura»)**

T. A. Pivovarchik

*Yanka Kupala Grodno State University,
22, Ozheshko Str., 230023, Grodno, Republic of Belarus
Corresponding author: T. A. Pivovovarchik (t.pivavarchyk@grsu.by)*

The use of subjective pronouns, their descriptive and zero correlates in the function of self-reference in the media text are discussed in this article. A pragmatic interpretation of the variants of self-referencing from the point of view of professional speech and discursive activities of the authors is proposed. The research results can be useful for improving the communicative competence of journalists.

Key words: the Belarusian language; pragmatics; media text; pronoun; autoreference.

У дакладзе аналізуецца ўжыванне журналістамі рэспубліканскай газеты «Культура» суб'ектных займеннікаў *я і мы* і іх дэскрыптыўных і нулявых карэлятаў у функцыі самарэфэрэнцыі. Мэта – даць прагматычную інтэрпрэтацыю варыянтам аўтарэфэрэнцыі з пункту гледжання прафесійнай маўленчай і дыскурсіўнай дзейнасці аўтараў-журналістаў. Матэрыял для назіранняў склаў адзін выпуск газеты – № 3 (922), датаваны 16.01.2010 – 22.01.2010. Разгледзім, як у медыятэкстах «Культуры» ажыццяўляюцца рэфэрэнцыяльны выбар, пад уздзеяннем якіх фактараў і з якой прагматычнай устаноўкай.

Часцей за ўсё мы сутыкаемся з рэдукаванай аўтарэфэрэнцыяй без суб'ектнага займенніка – толькі праз асабовыя канчаткі дзеяслова і кантэкст: *Адзначу і вельмі стройную канцэпцыю сёлетняга фестывалю; Памятаю, гады тры таму знайшла даволі ўдалы сайт...* Функцыя самапазначэння аўтара размяркоўваецца на лексічныя і сінтаксічныя адзінкі, што выступаюць сродкамі выражэння кваліфікацыйных модусных катэгорый: *Па-сучаснаму стала выглядаць і фее...; Таму і звярнуцца да яго сёння, каб прааналізаваць змены, не змагла; На жаль, вытворцы з краін былога СССР ... пакуль не прапануюць стэрэастужак на лічбавых носбітах; Асобнай радасцю ў спектаклі стала ра-*

бота сцэнографа. Аўтар у такіх выказваннях выступае як назіральнік, суб'ект меркавання і ўспамінаў, аксіялагічнага стаўлення, носьбіт пачуццяў і пад. Камунікатыўны прырытэт аўтара змякчаецца праз граматычную транспазіцыю (ад першай асобы да абагульняючай другой або безасабовасці і пасіўных канструкцый): *Калі прыгледзецца больш пільна да самога твора, становіцца відавочна, што ў ім няма як такога падзелу...*; *Асабліва гэта адчувальна, калі сутыкаешся з «жывым» палатном і бачыш яго пасля ў штучным, «закансерваваным», варыянце.* Аўтар падмаецца над уласным, прыватным, выступае ад імя ўсіх удзельнікаў падзеі або залучае чытачоў у эпістэмічны працэс, адначасова падвышае аб'ектыўнасць сваіх слоў: *Немагчыма было не заўважыць, наколькі тонка і дакладна працуюць мастакі з тонамі; Можна знайсці ў Сеціве пляцоўкі, якія аб'ядноўваюць некалькіх творцаў; Спачатку ад такой колькасці адначасовых прапаноў можна было і раззубіцца.* Параўнайце: *я заўважыў; я раззубіўся.* Такая «суб'ектыўная мадальнасць журналісцкага тэксту, ці аўтарская мадальнасць, – гэта выразненне ў тэксце адносінаў аўтара да інфармацыі, яго канцэпцыя, пункт гледжання, яго каштоўнасныя арыентацыі, сфармуляваныя спецыяльна дзеля рэцэпцыі іх чытачом» [1, с. 248].

Журналісты актыўна карыстаюцца магчымасцямі так званай поўнай аўтарэферэнцыі з дапамогай назоўніка ці субстантыўнага спалучэння. У навінных тэкстах ужываецца функцыянальная назва *карэспандэнт «К»*, з дапамогай якой аўтар пазначае сваю ролю рэцыпіента інфармацыі ў камунікатыўным працэсе: *Як растлумачылі карэспандэнту «К» ва УП «Кінавідэапракат Мінгарвыканкама», гэтая сістэма «пасіўнага» лічбавага стэрэа – самая распаўсюджаная ў краінах Еўропы.* Такім чынам падкрэсліваецца, што інфармацыя была атрымана менавіта журналістам, які напісаў тэкст, ускосна пацвярджаецца даставернасць звестак і нават у пэўным сэнсе пазначаецца аўтарскае права журналіста: *І, як расправёў карэспандэнту «К» старшыня Беларускага саюза мастакоў Уладзімір Савіч, у хуткім часе ... навінен з'явіцца сайт гэтага грамадскага аб'яднання.* Пазначаныя прагматычныя эфекты становяцца відавочнымі, калі элімінаваць з выказвання самаабазначэнне аўтара: семантычны змест захаваецца, а змены будуць адчувальнымі для прагматычнага фокусу – у сувязі з «паніжэннем» камунікатыўнага статусу аўтара [2]. Замест прамой рэферэнцыі да аўтара тэксту метанімічна ўжываецца скарачаная назва газеты, што падкрэслівае калектыўны характар дзейнасці рэдакцыі, адзінства рэдакцыйнай палітыкі: *Па адказ на гэтае пытанне «К» звярнулася да галоўнага*

*рэжысёра гарадскога Цэнтра культуры і дасугу Тамары Залеішчанка; Як **распавяла «К»** загадчык літаратурна-драматычнай часткі тэатра Святлана Дашкевіч...*

У выказваннях з рэдукаванай аўтарэферэнцыяй, сродкам рэалізацыі якой выступае суб'ектны займеннік, лексема *мы* значна пераважае над лексмай *я*. Журналісты выкарыстоўваюць займеннік *мы* ў вельмі шырокім рэпертуары яго значэнняў, у тым ліку нерэферэнтна і канцэптуальна [3] – з актуалізацыяй якасна-ацэначных сэнсаў: 'усе людзі', 'беларуская дзяржава', 'беларускі народ', 'рэдакцыя', 'рэальныя і патэнцыяльныя ўдзельнікі пэўнай сітуацыі' і інш. Напрыклад: *І што трэба зрабіць, каб і ў галіне эстрады **мы** былі «наперадзе планеты ўсёй»?; Праходзячы па залах музея, **мы** бачым творы, з якіх **на нас** глядзіць мінуўшчына; Тады ж прайшло закрыццё выстаўкі «Песня пра долю», якая, як **мы** паведамылі ўжо, стваралася ў рамках культурна-адукацыйнага праекта. На першы план выходзіць модус аўтара, звязаны з яго жаданнем ідэнтыфікаваць сябе з некаторай групай асоб, з яго самаацэнкай у межах некаторага калектыву, з жаданнем аўтара заахвоціць чытача да эпістэмічнай і ацэначнай дзейнасці. Да займенніка *я* журналісты звяртаюцца значна радзей – калі апісваюць эмацыянальна моцныя ўспаміны і ўласныя ўзрушальныя ўражанні ад падзеі: *З творчасцю Арлена Міхайлавіча **я** ўпершыню пазнаёміўся яшчэ ў сярэдзіне 1960-х, калі ён праілюстраваў купалаўскія «Тры паэмы». І вось тады **я** зразумеў, што Каішкурэвіч – вялікі майстар рамантычнай ілюстрацыі. Звычайна актыўнае **я** – гэта і прыкмета ідыястылю аўтара, і спецыфіка жанравай формы, і патрабаванне ўзнятай тэмы.**

Такім чынам, аўтары прааналізаваных тэкстаў часцей пазбягаюць прамых пазначэнняў сваёй асобы, а неабходную аўтарэферэнцыю ажыццяўляюць імпліцытна і ўскосна. Нават у тэкстах рэпартажнага характару пранамінальная суб'ектыўнасць паніжана. Да фактараў, што ўплываюць на рэферэнцыяльны выбар, можна аднесці прафесійна-дыскурсіўныя, тэматычна-жанравыя, ідыястылёвыя з'явы. Агульная тэндэнцыя газеты «Культура» – нявызначанасць або абагульненасць рэферэнцыі ў тых выпадках, калі гэта датычыць аўтара тэксту. Журналісты не вагаюцца паміж аб'ектыўнасцю і суб'ектыўнасцю, аддаючы несумненную перавагу першаму. Чым больш ты «адкрываеш» сябе, тым больш адказнай становіцца твая роля. І менавіта тады ты правакуеш чытачоў на дыялог, бо гэты дыялог можа быць толькі на суб'ект-суб'ектнай аснове. Сёння ж мы часта сустракаемся з тым, што чытачы ўспрымаюць матэрыял, але не цікавяцца асобай аўтара. Каб

было інакш, павінна быць адкрытая публіцыстыка – у пэўным сэнсе завостраная, тэндэнцыйная, у якой выразна адчуваецца непаўторны аўтарскі почырк публіцыста.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Самусевіч В. М. Актывізацыя мадальных працэсаў у публіцыстычным маўленні (персаніфікацыя журналісцкай дзейнасці – суб'ектывізацыя тэксту) // Журналістыка-2007: надзённыя праблемы. Перспектывы. Матэрыялы 9-й Міжнар. навук.-практ. канф. Вып. 9 / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш]. Мінск, 2007. С. 247–249.
2. Гранева И. Ю. Местоимение *Мы* и проблема языковой концептуализации мира // Вопросы когнитивной лингвистики. 2009. № 2 (19). С. 82–87.
3. Пивоварчик Т. А. Распределение коммуникативных приоритетов в речевых ситуациях // Вестник Кемеровского госу. ун-та. 2015. № 3 (63). Т. 1. С. 178–183.

СЕМАНТИКА КЛИКБЕЙТА В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ*

Н. А. Прокофьева¹⁾, И. А. Акулович²⁾

*¹⁾Санкт-Петербургский государственный университет,
1-я линия В. О., 26, 199004, г. Санкт-Петербург, Россия,
n.prokofieva@spbu.ru,*

*²⁾Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина),
ул. Профессора Попова, 5, 197376, г. Санкт-Петербург, Россия,*

*Санкт-Петербургский государственный университет,
1-я линия В. О., 26, 199004, г. Санкт-Петербург, Россия,
iaakulovich@etu.ru*

*Научный руководитель – В. И. Коньков, доктор филологических наук,
профессор*

В статье предпринята попытка семантической классификации распространенного сегодня явления кликбейтинга. Выделяется три семантических поля, в которых востребован заголовок-закличка. Особое внимание уделено семантике комического в таких заголовках.

Ключевые слова: комическое; кликбейт; заголовок-закличка; медиа-текст; семантика.