ЖУРНАЛІСЦКАЕ ПЫТАННЕ ЯК СРОДАК РЫТАРЫЗАЦЫІ МЕДЫЯТЭКСТУ (на матэрыяле партала выдавецкага дома «Звязда»)

В. А. Зразікава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
zrazikova@tut.by

На прыкладзе публікацый партала выдавецкага дома «Звязда» разглядаецца адзін з пашыраных у журналісцкай маўленчай практыцы прыёмаў – рытарызацыя медыятэксту. Асобная ўвага ўдзяляецца класіфікацыі журналісцкіх пытанняў з улікам іх рэпрэзентацыі ў медыйнай камунікацыі.

Ключавыя словы: аўтар; выдавецкі дом «Звязда»; журналісцкае пытанне; медыятэкст; рытарызацыя; рытарычная камунікацыя; рэцыпіент.

JOURNALISTIC QUESTION AS A MEANS OF RHETORIZING MEDIATEXT (at the basis of the materials of the publishing house «Zvyazda» portal)

V. A. Zrazikova

Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. A. Zrazikova (Zrazikova@tut.by)

The paper examines a popular journalistic technique – madia text rhetorization at the basis of the materials of the publications of he publishing house «Zvyazda» web-portal. Classification of journalistic questions, considering their representations in media communication, is viewed with particular attention.

Key words: author; publishing house «Zvyazda»; journalistic question; media text; rhetorization; rhetorical communication; recipient.

У сучасных медыятэкстах выкарыстанне рытарычных сродкаў і прыёмаў з’яўляецца рэлевантнай формай арганізацыі публіцыстычнага выказвання. Рытарызацыя медыяпрасторы звязана найперш з пошукам новых эфектыўных формаў камунікацыі аўтара і адрасата ва ўмовах зменлівай сацыякультурнай рэальнасці.

На першы план выходзіць камунікатыўна-прагматычная канцэпцыя, а рытарычныя канструкцыі ўспрымаюцца як структураўтваральныя кампаненты наратыву. Аналіз тэкстаў масмедыя ў рытарычным аспекце дазваляе пашырыць уяўленне пра характар медыятызацыйных працэсаў публіцыстычнага дыскурсу і ўдакладаніць яго спецыфіку ў цэлым.

У аснове рытарычнай мадыфікацыі медыядыскурсу знаходзіцца ўстаноўка ўздзеяння на аўдыторыю (стратэгія пераканання), актуалізацыя крэатыўных практык маўлення з дамінаваннем аўтарскага ўсведамлення рэчаіснасці. Адсюль «рытарычная мадальнасць медыятэксту – гэта канчатковы сэнс, дзеля якога гэты тэкст ствараецца. А рытарычны сэнс – гэта камунікатыўна-мэтавая (ці камунікатыўна-інтэнцыянальная) кампанента медыямаўлення. І гэтай кампанентай часцей за ўсё з’яўляецца пераканание» [1].

Як паказвае лінгвістычны аналіз партала выдавецкага дома «Звязда» [2], рытарызацыя медыятэксту адбываецца за кошт ужывання аўтарамі вербальных сродкаў маўленчай выразнасці: тропаў (метафара, метанімія, параўнанне, алегорыя, іронія, аксюмаран, эпітэт, каламбур, перыфраз, эўфемізм), фразеалагізмаў, сінтаксічных (антытэза, паўтор, перыяд, градацыя) і праксемічных рытарычных фігур. Апошнія садзейнічаюць устанаўленню кантакту аўтара з аўдыторыяй: рытарычны ўсклік, рытарычнае пытанне, рытарычны зварот.

Адзін з найбольш дзейсных рытарычных механізмаў – трапеізацыя мовы: *Рыцар беларускай культуры*. Сышоў з жыцця Адам Мальдзіс (04.01.2022); скарбы *гаспадыні меднай гары*; *мінералы з «прапіскай»* ад Прыбалтыкі да Камчаткі; можаце запытацца, …як выглядала «*золата дуракоў*» (ці яшчэ яго звалі кашэчым золатам) (09.01.2022); Выразна бачны падушачкі, бо лапы ў «*тэпцікі*» *з футра* абутыя, *сляды-аўтографы* (08.01.2022); *«паласатая» мара, «вусаты нянь», «дзіця асфальту»* (02.01.2022); Неяк каля пад’езда сустрэў суседа, які жыве паверхам вышэй. Ён вельмі радасна паведаміў, што купляе... тыгра! … Калі сусед убачыў рэакцыю на маім твары, удакладніў, што афармляе дакументы на пакупку аўто «Opel Tigra» (27.12.2021); *цень таленту* (02.10.2021).

З часоў антычнай рыторыкі метад пытання вызначаецца як найбольш эфектыўны сродак выражэння аратарам (аўтарам) сваіх ідэй і перакананняў. Журналісты выкарыстоўваюць яго пры пабудове камунікатыўнага дыялогу. У гэтым сэнсе журналісцкае пытанне мае шырокае значэнне і з’яўляецца асноўным інструментам правядзення інтэрв’ю, размовы.

Журналісцкае пытанне як разнавіднасць рытарычнага належыць да арсенала праксемічных фігур, часта сустракаецца ў структуры медыятэксту і выступае неабходным, натарульным кампанентам журналісцкага маўлення. Як правіла, гэта сцвярджэнне ў форме пытання, якое ўздзейнічае на пачуцці і думкі рэцыпіента і не патрабуе прамога адказу. У залежнасці ад скіраванасці рытарычнай камунікацыі можна вылучыць наступныя тыпы журналісцкіх пытанняў:

1) Пачатковыя пытанні вызначаюць тэму абмеркавання і адначасова выконваюць намінатыўныя функцыі (пытанні-загалоўкі). Па сваёй прыродзе яны падобныя да апелятыўных ці верыфікатыўных пытанняў: *Як чытаць зімовы лес быццам адкрытую кнігу? Аўтографы на снезе* (08.01.2022); *Ці будзе археалагічны музей у Віцебску?* (08.12.2021); *Ці з'явіцца ў Любані вуліца імя газеты «Звязда»?* (21.12.2016); *Вольга, Альгерд, Аляксандр: што іх яднае?* (16.07.2013). У апошнім прыкладзе прыём рытарызацыі праз пытанне з'яўляецца скразным у рубрыкацыі тэксту: *Ці была тут Вольга?, Альгерд на пастаменце?, Неўскі прыязджаў па ўнука?*

2) Удакладняльныя пытанні (пытанні-ідэнтыфікатары) накіроўваюць размову і маюць прадказальныя адказы: *Бо хто быў большым аўтарытэтам у падобным, чым Адам Мальдзіс, які дапамагаў з гістарычным каларытам таму ж Уладзіміру Караткевічу? У каго яшчэ можна было спытаць, ці існуе працяг эпапеі «Каласы пад сярпом тваім», і пачуць у адказ спараўдную дэтэктыўную гісторыю?* (04.01.2022); *Падскочыўшы, драпежніца далезла да гнязда, растрапала, схапіла адну палёўку і пабегла напрасткі да лесу. Можа, спалохалася*? (08.01.2022).

3) Інфармацыйныя пытанні – аб'ектывацыя невядомых аўтару фактаў ці звестак: *Цікава, ці пакінуў Уладзімір Паўлавіч успаміны пра гэтыя краіны?* (16.10.2021).

4) Экспліцытныя пытанні паведамляюць пра яўныя кантэкставыя сітуацыі (аўтар сам на іх адказвае): *Ці ведаюць звяры, што кожны іх крок «запісваецца», і па метках гэтых можна іх адшукаць? Ведаюць.*

А гэта меткі чые? Дзікія козачкі – меншаная копія аленевых, але яны яшчэ тыя майстры заблытваць сляды! (08.01.2022).

5) Заключныя пытанні адкрытага тыпу (імпліцытныя, схаваныя) патрабуюць самастойнага пошуку адказаў на аўтарскія запыты і прапановы: Чаму б, напрыклад, з удзелам кітайскага боку (а ў Пекіне і іншых гарадах Паднябеснай плённа працуюць цэнтры, інстытуты славістыкі) не правесці адмысловы практычны семінар перакладчыкаў?

Чаму б не наладзіць у беларускім і кітайскім літаратурна-мастацкім перыядычным друку дыскусію, абмеркаванне на тэму «Каго з кітайскай паэзіі даўніх часін і кітайскай паэзіі сучаснасці найперш перакладаць?..»? Чаму б не правесці ў беларускіх ВНУ, на філалагічных факультэтах універсітэтаў сустрэчы з сучаснымі кітайскімі паэтамі..?

Вось і няма ўжо Міколы Мятліцкага... Няма, лічы, галоўнага рупліўца на ніве развіцця беларуска-кітайскіх літаратурных стасункаў у XXI стагоддзі. Хто прыйдзе следам?.. Хто падхопіць распачатую ім справу стварэння ў Беларусі паэтычнага партрэта Паднябеснай, паэтычнага партрэта блізкага нам Кітая..? (31.12.2021).

Мо ў Беларусі праз кніжнае выданне будзе згадана імя таленавітага нашага земляка?... (16.10.2021).

Рыторыка журналісцкага пытання не патрабуе «перацягвання» суразмоўцы на свой бок, а дапамагае найбольш яскрава і ясна адлюстраваць аўтарскую пазіцыю, пераканаць рэцыпіента ў яе правамернасці. Журналіст такім чынам будуе медыякамунікацыю, каб закрануць самыя важныя, на яго погляд, праблемы (тэмы), але робіць гэта імпліцытным (схаваным) спосабам.

Тыпы журналісцкіх пытанняў выражаюцца ў разнапланавых рэпліках, кожная з якіх выконвае свае функцыі (сугестыўную, намінатыўную, інфармацыйную) і дазваляе зразумець сутнасць аўтарскай пазіцыі ў цэлым. Актуалізацыя рытарычных ведаў і ўяўленняў, асэнсаванне рыторыкі як камунікатыўнай асновы сучаснага працэсу медыятворчасці значна дапамагае ў спасціжэнні матрыцы публіцыстычнага дыскурсу.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Анненкова И. В*. Об одной константе текстов СМИ: к постановке вопроса о риторической модальности // Вестник Пермского университета. 2009. № 5. С. 40–41.
2. Партал выдавецкага дома «Звязда» [Электронны рэсурс]. URL: https://zviazda.by/ru (дата звароту: 09.01.2022).