

ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТНОГО НАПОЛНЕНИЯ СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ SB.BY С УЧЕТОМ ЕГО КОНВЕРГЕНТНОЙ СТРУКТУРЫ

О. В. Луцинская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
olgalu805@gmail.com*

В статье рассматривается реализация экстра- и интралингвистических характеристик посредством дискурс-категорий в сетевом издании sb.by Издательского дома «Беларусь сегодня». Приводятся примеры из медиатекстов издания, демонстрирующие отражение категорий в их содержании. Внимание обращается на степень присутствия конвергенции и креолизации в публикациях сетевого издания.

Ключевые слова: дискурсный анализ; экстра- и интралингвистические характеристики; дискурс-категории; сетевое издание sb.by Издательского дома «Беларусь сегодня»; конвергенция; креолизация.

CONTENT PECULIARITIES OF NETWORK EDITION SB.BY AND ITS CONVERGENT STRUCTURE

O. V. Luschinskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: O. V. Luschinskaya (olgalu805@gmail.com)*

The article considers realization of extra- and intralinguistic characteristics via discourse categories in the network edition sb.by of the Publishing House «Belarus Today». The examples taken from its media texts demonstrate how discourse categories are reflected in their content. Attention is paid to the degree of presence of convergence and creolization in the online publications.

Key words: discourse analysis; extra- and intralinguistic characteristics; discourse categories; network edition sb.by of the Publishing House «Belarus Today»; convergence; creolization.

В парадигме дискурсного анализа основополагающее место занимает рассмотрение совокупности экстра- и интралингвистических характеристик, репрезентированных через дискурс-категории, как основание для построения поликодового текста. В данной работе анализируются экстра- и интралингвистические особенности в их преломлении через использование мультимедийных технологий в белорусском сетевом издании sb.by Издательского дома «Беларусь сегодня».

Репрезентация дискурс-категории – *аудитория*. Домашняя страница издания представляется удобной для пользователей, дает им возможность легко ориентироваться в информации, имеет свои особенности дизайна, выстроенные системно-структурные отношения, что является доказательством отражения категории «аудитория». Кроме того, для привлечения внимания читателей на домашней странице используется много иллюстративного материала, который доминирует над текстовой информацией. С учетом того, что издание освещает, в первую очередь, вопросы общественно-политического и экономического характера, то его целевая аудитория – белорусские пользователи, интересующиеся этой тематикой, событиями, происходящими как в Республике Беларусь, так и за рубежом, понимающие многие процессы и явления данной сферы и владеющие определенной информацией об этих событиях. Так, тематический охват раздела «Экономика» достаточно широкий: от событий в регионах и малых городах Беларуси до мировых новостей, имеющих отношение к нашей стране. Но именно *отечественные события* доминируют в рубрике, что подтверждает репрезентацию дискурс-категории «аудитория».

Журналисты принимают во внимание знания, интересы, отношения, ценности и др. аудитории и вписывают ее в свой контекст. Так, в материале «Зачем Дональду Трампу покупать Гренландию» от 20.08.2019 г. (раздел «Политика») автор «разговаривает» с читателями, обращается к ним и пишет: *«Согласитесь, сделать предложение, от которого нельзя отказаться, лучше в одно лицо. Чем в многоликий Брюссель или Страсбург, где не сразу и поймешь, от кого зависит решение»*. Слово «согласитесь» отражает вписанность читателей в свой текст и уверенность в том, что они поддерживают его мнение. В этом же тексте пишущий использует риторические вопросы, способствующие «диалогу» коммуникантов и репрезентирующие их связь: *«Зачем же Трампу Гренландия? Почему не другие острова, которых в мире достаточно?»* или *«В жизни оно ведь так часто бывает, правда?»*.

Дискурс-категория *коммуникативная установка* реализуется в каждом медиатексте отдельно, однако в целом, сетевое издание сфокусировано на *информировании* своих пользователей о текущих и актуальных событиях, происходящих в нашей стране и на международной арене, о запланированных и проводимых мероприятиях, встречах на высоком уровне, о новых указах, законах, проектах и др. Данная категория в определенной степени может быть реконструирована как из названия материала, так и непосредственно после его прочтения. В то же время медиатексты электронного издания объясняют, анализируют, интерпретируют информацию для своих пользователей, что определяется выбранным жанром и форматом сообщения.

В рубриках издания представлены разные жанры, следовательно, категория *самоидентификация* прослеживается в медиатекстах по-разному – имплицитно или эксплицитно. В информационных сообщениях автор репрезентирован, в большей степени, имплицитно, и описать его речевой портрет можно, исходя из фактов и той информации, которую он использует в тексте. В целом журналисты стараются быть объективными, передавать информацию о событиях, используя достоверные источники и ссылаясь на слова экспертов, участников описываемой коммуникативной ситуации. В публикации «В Минске готовятся к первому форуму регионов Беларуси и Узбекистана» от 06.07.2019 г. (раздел «Политика») автор пишет: *«Судя по всему, Форумы регионов становятся все более востребованным форматом партнерства на постсоветском пространстве. Ведь именно кооперационные связи между регионами служат тем локомотивом, который движет экономическое сотрудничество между странами в целом»*. Модальная конструкция «судя по всему» передает эксплицитно авторское отношение и оценку факту, а далее журналист объясняет, почему он так считает. Периодически авторы сообщений используют оценочные слова и словосочетания в информационных жанрах, но это не является распространенным приемом.

В то же время «самоидентификация» может репрезентироваться эксплицитно, что выражается при помощи определенных лингвистических средств. В материале «После “Белагро” наши технологии и техника активнее идут за рубеж» (от 16.06.2019 г., рубрика «Экономика») журналист пишет: *«С удивлением узнал, что посмотреть, как работает льняное оборудование, к нам приезжал даже сам глава компании Depoortere, возглавляющий бельгийскую делегацию, которая заинтересована в совместном производстве»* или *«Помню, как она проходила*

на полях в ОАО «Гастелловское»». Кроме того, можно отметить, что в текстах авторы отождествляют себя с аудиторией. Так, в этом же тексте пишущий использует 1-е лицо во множественном числе: *«Учитываем ли это, идем ли дальше разговоров?»*, *«Мы рады всем, кто посетил выставку»*.

Анализировать репрезентацию дискурс-категории «*время*» можно с разных точек зрения. С одной стороны, в рубриках сетевого издания каждый день освещаются текущие события, поэтому данная категория связана с настоящим моментом. С другой стороны, учитывая тот факт, что в разделах содержится архив новостей и можно познакомиться с событиями, произошедшими очень давно, «*время*» представлено в рамках широкого контекста. Часто журналисты освещают события, которые произойдут в будущем, и описывают их, т. е. категория «*время*» репрезентируется в контексте предстоящих событий. Приведем пример публикации из рубрики «Экономика» от 26.05.2020 г. «Товарооборот между Беларусью и Италией **в перспективе может составить** миллиард евро». Уже в заголовке говорится о предполагаемых событиях в будущем, и в тексте автор пишет: *«По словам посла, Италия планирует увеличить товарооборот за счет таких традиционно сильных областей итальянской экономики как производство оборудования, строительство, медицинская сфера, а также за счет “зеленой экономики”»*.

Обычно на первых страницах разных разделов помещаются публикации, охватывающие период нескольких дней. Однако справа содержится лента с текущими новостями, как и на домашней странице сетевого издания. Этот факт в очередной раз демонстрирует реализацию категории «*время*» и показывает, что она может по-разному отражаться на одной и той же странице, что характерно именно для онлайн-изданий.

Категория *пространство* отражает географический охват описываемого события и реализуется через упоминание, наряду с городами и регионами Беларуси, разных стран, их городов и других маркеров локальности. Так, в проанализированных текстах, в частности, на политическую и экономическую тематику встретились страны Америка, Канада, Индия, Израиль, страны Восточной и Западной Европы, Центральной Азии и др. Можно утверждать, что категория «*пространство*» охватывает достаточно широкий географический диапазон, однако преобладающим выступает белорусское географическое пространство, которое конкретизируется указанием точных локальных мест, не только в рамках регионов, больших, но и малых городов и других населенных пунктов. Приведем пример материала от 31.07.2020 г. из рубрики

«Общество» под названием «Что покажут гостям Международного фестиваля “Зов Полесья” в Петриковском районе»: *«В агрогородке Лясковичи Петриковского района продолжается подготовка к VI Международному фестивалю этнокультурных традиций “Зов Полесья”».*

Категория *интертекстуальность* реализуется через ссылки на другие (неавторские) тексты: интервью с участниками события, цитаты, устойчивые выражения и др. Особенно ярко эта категория представлена в информационных жанрах, в которых используется много цитат участников событий. Она репрезентируется через цитируемую информацию, которая часто является преобладающей в сообщении на фоне авторского текста. Журналисты делают это не случайно, а для того, чтобы подтвердить фактами «из первых уст» то, о чем они сообщают. Кроме того, таким образом авторы стремятся сделать материал непредвзятым, точным и объективным. Отметим также, что в разделе «Политика» встречаются публикации в жанре краткой новостной заметки, которые содержат одну, большую по объему, цитату.

Категория *интерсобытийность* проявляется через связь основного события с другими, имеющими к нему непосредственное отношение, и автор упоминает их для того, чтобы представить полную картину освещаемого. Анализ медиатекстов сетевого издания показывает, что данная категория не получила широкого распространения в них. Это можно объяснить тем фактом, что основной акцент делается на текущие события и все, что с ними связано в данный момент, а не на глубокий и всесторонний анализ. В то же время можно привести пример материала «В Греции дан старт досрочным парламентским выборам» в рубрике «Политика» от 07.07.2019 г., в котором автор наряду с основным событием – выборами в Греции – упоминает факт, что *«в конце мая прошли выборы в Европейский парламент, где правящую партию СИРИЗА премьер-министра Греции Алексиса Ципраса обошла оппозиционная “Новая демократия” Кириакоса Мицотакиса. Ее представители стали главами 12 из 13 регионов. В связи с этим Алексис Ципрас назначил на 7 июля досрочные парламентские выборы».* Ссылка автора на выборы в Европейский парламент объясняет аудитории досрочность парламентских выборов в Греции.

Данная категория чаще реализуется в публикациях аналитического характера или расширенных новостных заметках, в которых журналисты более детально описывают новости. Сошлемся на материал «Почему важны альтернативные поставки нефти» от 22.05.2020 г. из рубрики «Экономика». Журналист в первом абзаце упоминает предыдущее со-

бытие, которое имеет отношение к центральной новости: *«Скоро белорусский “Нафтан” получит первую партию американской нефти: в начале июня из техасского порта в Клайпеду придет танкер, на борту которого будет 80 тысяч тонн сырья. Напомним, что поставка стала возможной благодаря договоренностям, достигнутым в ходе визита в Беларусь госсекретаря США Майкла Помпео и переговоров с Президентом Александром Лукашенко»*. Информация, выделенная жирным начертанием, отражает категорию «интерсобытийность». В этом же материале есть еще один пример ее репрезентации: *«Активные действия по поиску альтернативных углеводородных каналов начались после того, как белорусская сторона в конце 2019 года не смогла договориться с российской о закупках нефти на следующий год»*. Таким образом, реализация дискурс-категории «интерсобытийность» определяется центральным событием и необходимостью упоминания других, связанных с ним новостей, для более конкретной и точной передачи информации читателям.

Категория *интерсубъектность* является неотъемлемым компонентом любого журналистского материала, поскольку коммуникативное событие всегда предполагает вовлеченность разных субъектов, как непосредственно имеющих отношение к происходящему, так и косвенно к нему относящихся. Упоминая всех коммуникантов в материале, автор конкретно называет их должности, статусы и другую идентифицирующую информацию. Приведем пример из текста от 21.05.2020 г. («Политика») под названием «СМИД ОДКБ пройдет 26 мая в видеоформате». В лиде журналист ссылается на пресс-секретаря: *«Заседание Совета министров иностранных дел Организации Договора о коллективной безопасности состоится 26 мая в формате видеоконференции, сообщила пресс-секретарь ОДКБ Владимир Зайнетдинов»*. Категория «интерсубъектность» отражает также отношения, взаимодействие автора и аудитории, то есть проявляется двояко. Это выражается в том, как журналист учитывает свою аудиторию, какие факты выбирает для нее, какой использует язык. В свою очередь, как читатель реагирует на сообщение, оставляет комментарий или нет, связывается ли с автором, сообщает или нет дополнительную информацию и др.

Дискурс-категория *стилистический диапазон* относится к группе интралингвистических критериев и отражает лингвистическую составляющую медиатекстов. Тематический охват материалов рубрики «Политика» достаточно широкий: от национальных новостей до международных, имеющих отношение к нашей стране. Ключевые слова, которые

чаще всего встречаются в заголовках и в медиатекстах данного раздела, включают следующие тематически связанные лексические единицы: *президент, Лукашенко, лидеры стран, Беларусь и Россия, союзное государство, союзный договор, интеграция, стратегический партнер, Европейский союз, диалог с ЕС, санкции, урегулирование конфликта, научно-техническое развитие, перспективы устойчивого развития, развитие партнерства, парламент, вице-премьер, премьер-министр, совместные проекты, сотрудничество между странами, государственная политика, главы правительств СНГ, эмигранты, выборы, кабинет министров, Форум регионов, укрепление безопасности, ядерное разоружение* и др. Ключевые слова позволяют проследить две основные темы – национальные новости и международные события.

С учетом специфики рубрики «Экономика» преобладающими лексическими единицами выступают: *республиканский бюджет, финансирование, финансовые институты, сельское хозяйство, директор предприятия, инвестирование, денежный оборот, розничный товарооборот, стратегия экономического развития, мировые цены на нефть, мировой рынок нефтепродуктов, минфин, внебюджетные средства, регулирование тарифов, импортозамещение, приватизация, оплата труда, экономические последствия, работники бюджетных организаций, экономические показатели, производительность труда, мировая и национальная экономика* и др. Данные примеры позволяют сделать вывод, что тематика рубрики «Экономика» разнообразная, освещаются события региональные и национальные, в то же время журналисты обращают внимание и на международные экономические новости, особенно если это связано с экономикой нашей страны и имеет для нее непосредственное значение.

Отметим, что в материалах информационного характера журналисты используют в основном фактическую информацию, которую передают нейтрально, не навязывая читателям свою точку зрения и не используя широкий репертуар стилистических средств, в то время как в аналитических материалах, в которых присутствует авторское мнение, наоборот, применяются различные языковые средства и приемы.

В медиатекстах сетевого издания выдерживается целостность, которая выражается смысловым единством и логическим развертыванием информации. Связность проявляется на уровне лексических, грамматических, стилистических и композиционных средств. Гипертекстовые средства связи (ссылки на другие тексты) не нашли широкого распространения в медиатекстах. Используются разные типы шрифтов: жир-

ный в лидах и в вопросах журналистов в жанре «интервью». Кроме того, жирным начертанием могут выделяться имена и должности людей, на мнения которых ссылаются журналисты; курсив применяется в цитатах. Системность медиатекстов реализована в их построении по определенной схеме следования элементов. С учетом того, что после ознакомления с медиатекстами формируется целостный образ содержания, можно говорить о свойстве завершенности.

В проанализированных рубриках издания, в первую очередь «Политика» и «Экономика», медиатексты не являются конвергентными продуктами в широком смысле этого слова. В них не используются видеоматериалы или другие мультимедийные средства. Можно утверждать, что конвергенция не получила в публикациях сетевого издания должного развития и реализации. Кроме того, не так часто используются и гиперссылки на другие источники информации, выводящие пользователей в иное текстовое пространство, чтобы узнать больше о контексте самого описываемого события или людях, имеющих отношение к освещаемой новости. Анализ выявил, что в некоторых материалах присутствуют единичные ссылки на другие тексты, например, на сайты государственных институтов, о которых упоминается в сообщении; на отечественные и мировые агентства, такие как БелТА, ТАСС, РИА Новости, Блумберг и др. Иногда встречаются ссылки на публикации, тематически связанные с основным событием, или в самом тексте может быть помещена фотография и ссылка на материал с активированным заголовком к нему, выводящая пользователей в другое текстовое пространство, но связанное с текущим сообщением тематически. Иногда иллюстративная информация доминирует над текстовой и передает основной сюжет. Материалы представляют собой креолизованные сообщения, в которых акцент сделан именно на фотографию, сопровождающую информацию.

Отсутствие мультимедийных текстов можно объяснить тем фактом, что ведущими жанрами рубрик издания являются информационные, цель которых – передать основную информацию быстро и своевременно, кратко сообщить о событии и в то же время по возможности дать полную картину освещаемого, предоставить читателям как можно больше информации о различных событиях, происходящих в своей стране и в мире. Сохраняя лаконичность, новостное сообщение, тем не менее, передает всю полноту смысла описываемого события.

Таким образом, исследование совокупности критериев медиаконтента сетевого издания sb.by Издательского дома «Беларусь сегодня» по-

зволяет выстроить концепцию организационного, мультимедийного и экстралингвистического построения медийного дискурса как сложного коммуникативного явления.

Библиографические ссылки

1. *Луцинская О. В.* Дискурс конвергентных средств массовой коммуникации: теория, методология и современное моделирование / науч. ред. В. И. Ивченков. Минск: БГУ, 2021. 271 с.