

**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ**

Кафедра медыялінгвістыкі і рэдагавання

ДАНІЛЕНКА
Яраслаў Андрэевіч

**ЛІНГВАСТЫЛІСТЫЧНАЯ АРГАНІЗАЦЫЯ РАДЫЁМАЎЛЕННЯ
(на матэрыяле медыятэкстаў Першага нацыянальнага канала
Беларускага радыё)**

Дыпломная праца

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філалагічных
наук, дацэнт
П. П. Жаўняровіч

Дапушчана да абароны
“__” _____ 2022 г.

Заг. кафедры медыялінгвістыкі і рэдагавання
доктар філалагічных навук, прафесар В. І. Іўчанкаў

Мінск, 2022

ЗМЕСТ

РЭФЕРАТ	3
РЕФЕРАТ	4
ABSTRACT.....	5
УВОДЗІНЫ.....	6
ГЛАВА 1. СУЧАСНЫ РАДЫЁДЫСКУРС: КАМУНІКАТЫЎНА- ПРАГМАТЫЧНЫ АСПЕКТ	9
1.1. Станаўленне беларускага радыёмаўлення.....	9
1.2. Дыялагізацыя радыёмаўлення на сучасным этапе.....	11
1.3. Мова і стыль радыёмаўлення	14
1.4. Жанравая дэферэнцыяцыя радыётэкстаў	22
1.4.1. Інфармацыйныя жанры	23
1.4.2. Аналітычныя жанры	25
1.4.3. Дакументальна-мастацкія жанры.....	27
ГЛАВА 2. АНАЛІЗ МЕДЫЯТЭКСТАЎ ПЕРШАГА НАЦЫЯНАЛЬНАГА: ЛІНГВАСТЫЛІСТЫЧНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА.....	30
2.1. «Радыёфакт» – брэнд інфармацыйна-аналітычнага вяшчання краіны	30
2.2. Эфірны вобраз інфармацыйных выпускаў «Навін».....	35
2.3. Лінейна-структурныя тактыкі ў праекце «Аktуальны мікрафон»	38
2.4. Радыёблог як сродак журналісцкай камунікацыі.....	41
2.5. Маўленчая кампетэнтнасць вядучых забаўляльнага эфіру на Першым нацыянальным	43
2.6. Дыстрыбуцыя кантэнту Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё ў сацыяльных сетках	46
ЗАКЛЮЧЭННЕ	49
СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ	52
Дадатак А.....	56
Дадатак Б	58
Дадатак В	60

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы складае 62 старонкі і ўтрымлівае 54 крыніцы выкарыстанай літаратуры.

Ключавыя словы: медыялінгвістыка, радыё, медыятэкст, камунікатыўная стратэгія, маўленне.

Аб'ект даследавання – медыятэксты Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё, якія выйшлі ў эфір (ці былі апублікаваныя на афіцыйных рэсурсах) у 2022 годзе.

Прадмет даследавання – лінгвастылістычныя асаблівасці медыятэкстаў, падрыхтаваных да выхаду ў эфір журналістамі Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

Мэта даследавання – вызначыць асаблівасці лінгвастылістычнай арганізацыі радыёмаўлення на прыкладзе медыятэкстаў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады (аналіз, сістэматызацыя, апісанне, вывучэнне лінгвістычнай літаратуры і іншых навуковых прац па праблематыцы тэмы), метады дыскурсу-аналізу, параўнальны і медыялінгвістычны метады.

Вынікі даследавання. Вызначана сутнасць паняцця радыёмаўлення, яго дыялагізацыя як асноўная тэндэнцыя радыёдыскурсу. Характар кантакту радыёвяшчання і аўдыторыі не быў заўсёды аднолькавы, ён гістарычна мяняўся. Сучасныя патрабаванні да радыёмаўлення – дынамічнасць, сцісласць, даходлівасць – вызначылі лаканічнасць мовы. У цесным супрацоўніцтве з сучаснымі тэхналогіямі журналісты Беларускага радыё ствараюць медыякантэнт, які цікавіць не толькі слухачоў эфіру, але і карыстальнікаў мабільных гаджэтаў (сацыяльныя сеткі, Telegram-каналы).

Навуковая навізна працы абумоўлена тым, што даследаванне радыёдыскурсу, які функцыянуе ва ўмовах канвергенцыі СМІ, з лінгвастылістычнай і камунікатыўна-прагматычнай пазіцыі адкрывае новыя аспекты інфармацыйнага, аналітычнага, забаўляльнага радыёвяшчання. Такі падыход дазваляе выявіць новыя працэсы і тэндэнцыі ў мове сродкаў масавай камунікацыі, якія з'явіліся ў выніку сумяшчэння розных медыяплатформаў, розных формаў і фарматаў вяшчання.

Практычнае значэнне выяўляецца ў выкарыстанні вынікаў даследавання пры падрыхтоўцы медыятэкстаў журналістамі Беларускага радыё.

Дыпломная праца выканана самастойна. Аўтар пацвярджае дакладнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, якія былі выкарыстаны ў працы.

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 62 страницы и содержит 54 источника использованной литературы.

Ключевые слова: медиалингвистика, радио, медиатекст, коммуникативная стратегия, речь.

Объект исследования – медиатексты Первого национального канала Белорусского радио, вышедшие в эфир (или были опубликованы на официальных ресурсах) в 2022 году.

Предмет исследования – лингвостилистические особенности медиатекстов, подготовленных к выходу в эфир журналистами Первого национального канала Белорусского радио.

Цель исследования – определить особенности лингвостилистической организации радиоречи на примере медиатекстов Первого национального канала Белорусского радио.

Методы исследования: общенаучные методы (анализ, систематизация, описание, изучение лингвистической литературы и других научных работ по проблематике темы), метод дискурс-анализа, сравнительный и медиалингвистический метод.

Результаты исследования. Определена суть понятия радиоречи, ее диалогизация как основная тенденция радиодискурса. Характер контакта радиовещания и аудитории не был всегда одинаков, он исторически менялся. Современные требования к радиоречи – динамичность, краткость, доходчивость – определили лаконичность речи. В тесном сотрудничестве с современными технологиями журналисты Белорусского радио создают медиаконтент, который интересует не только слушателей эфира, но и пользователей мобильных гаджетов (социальные сети, Telegram-каналы).

Научная новизна работы обусловлена тем, что исследование радиодискурса, функционирующего в условиях конвергенции СМИ, с лингвостилистической и коммуникативно-прагматической позиции открывает новые аспекты информационного, аналитического, развлекательного радиовещания. Такой подход позволяет выявить новые процессы и тенденции в языке средств массовой коммуникации, появившиеся в результате совмещения различных медиаплатформ, различных форм и форматов вещания.

Практическое значение выражается в использовании результатов исследования при подготовке медиатекстов журналистами Белорусского радио.

Дипломная работа выполнена самостоятельно. Автор подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, которые были использованы в работе.

ABSTRACT

Diploma work: 62 pages, 54 sources.

Key words: medialogistics, radio, mediatext, communication strategy, speech.

Object of research – mediatexts of the First National Channel of the Belarusian Radio, which aired (or were published on official resources) in 2022.

Subject of research – linguistic and stylistic features of media texts prepared for broadcast by journalists of the First National Channel of the Belarusian Radio.

Aim of work – to determine the features of the linguistic and stylistic organization of radio speech on the example of the media texts of the First National Channel of the Belarusian Radio.

Research methods: general scientific methods (analysis, systematization, description, study of linguistic literature and other scientific works on the topic), the method of discourse analysis, comparative and medialogistic method.

Results of the research: The essence of the concept of radio speech, its dialogization as the main trend of radio discourse is defined. The nature of the contact between radio broadcasting and the audience has not always been the same, it has changed historically. Modern requirements for radio speech – dynamism, brevity, intelligibility – have determined the conciseness of speech. In close cooperation with modern technologies, Belarusian Radio journalists create media content that interests not only listeners of the broadcast, but also users of mobile gadgets and social networks.

The scientific novelty of the work is due to the fact that the study of radio discourse, functioning in the conditions of convergence of the media, from a linguo-stylistic and communicative-pragmatic position opens up new aspects of information, analytical, entertainment broadcasting. This approach makes it possible to identify new processes and trends in the language of mass communication that have emerged as a result of combining various media platforms, various forms and formats of broadcasting.

Practical significance of the work: Is expressed in the use of the research results in the preparation of media texts by journalists of the Belarusian radio.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the objectivity of references to sources used in the work.

Diploma work is done independently.

УВОДЗІНЫ

Пачынаючы з XX стагоддзя, чалавек стаў больш актыўна цікавіцца перадачай маўленчай камунікацыі на адлегласці. Працы вядомых навукоўцаў М. Фарадэя, С. Томсана, Э. Бранлі, Д. Максвэла дазволілі сфармаваць трывалую тэорыю радыёвяшчання, якую ўжо эксперыментальна пацвердзіў Генрых Герц. Аднак навуковы свет сышоўся на меркаванні, што менавіта расійскі навуковец А. С. Папоў стаў бацькам радыёвяшчання. Ён выступіў 7 мая 1895 года з дакладам і дэманстрацыяй прыёмніка на пасяджэнні рускага фізіка-хімічнага таварыства. Зараз можна смела сцвярджаць той факт, што Папоў зрабіў электронную рэвалюцыю, якая змяніла ў тым ліку і інфармацыйную прастору.

Зараз аўтарытэт радыё, як асноўнай крыніцы інфармацыі, падрываюць тэлебачанне і інтэрнэт. Усё часцей мы можам заўважаць, як некалі інфармацыйныя радыёканалы перапрафілююцца ў музычныя FM-станцыі. Прычына – больш аўдыторыі і больш рэкламадаўцаў. На такім рынку цяжка стаць лідэрам, паколькі «жадаючых» незлічонае мноства. Аднак практычна ў кожнай краіне існуе адзін-два «традыцыйныя» радыёканалы, эфір якіх складаюць інфармацыйныя і аналітычныя перадачы. Напрыклад, у Германіі – «DW-Radio», у Расіі – «Вести ФМ», у Польшчы – «Polskie Radio» і г.д. У нас – гэта Першы нацыянальны канал Беларускага радыё.

На працягу 96 гадоў існавання, на хвалі айчыннага радыё з’яўляліся новыя праекты ва ўнікальных жанрах. Некаторыя з іх гучаць у эфіры і карыстаюцца папулярнасцю цяпер.

Маўленчая практыка ў сучасных электронных СМІ адрозніваецца рэзкім пашырэннем сферы вуснага маўлення. Усепранікальная здольнасць, велізарная хуткасць перадачы інфармацыі, масавасць і ў той жа час індывідуальнасць звароту да слухача гістарычна і лагічна вызначылі маштаб распаўсюджвання радыёкамунікацыі, яе значэнне ў жыцці людзей. Яна звязана з часам, таму незваротная, аднамантавая ў сваім руху. У слухача няма магчымасці спыніць яе. «Звесткі паступаюць да аўдыторыі і засвойваюцца ёю бесперапынна, як патока новых фактаў. Таму радыёінфармацыя дзейнічае ў значнай ступені на эмоцыі слухача і звернутая да яго пачуццяў. Яна актывізуе яго фантазію, зрокавыя ўяўленні, эфектыўна фарміруе ў людзей паняцце аб рэчаіснасці, псіхалагічныя ўстаноўкі і стэрэатыпы» [40, с. 78].

Трэба ўлічваць і яшчэ адзін важны аспект радыёвяшчання – дыялагічнасць. Е. В. Халіна канстатуе, «у аснове сучаснай радыёкамунікацыі ляжаць міжасобныя зносіны» [48, с. 18]. Вядучы ў радыёэфіры выступае не толькі як аб’ект ацэньвання, але і «як суб’ект зносін, таму ўзаемадзеянне чалавека ў эфіры з аўдыторыяй падпарадкоўваецца такім жа законам, як і

ўзаемадзеянне людзей у міжасобаснай камунікацыі. Чым больш паспяховая такая двухбаковая камунікацыя, тым больш эфектыўна слухач засвойвае інфармацыю. «Калі паміж аўдыторыяй і камунікатарам наладжаны пазітыўны кантакт, гэта значыць камунікатар цікавы і адказвае надзеям і патрабаванням аўдыторыі» [48, с. 19].

Радывяшчанне ў сучаснай сістэме шматбаковага інфармацыйнага ўзаемадзеяння не толькі не страціла сваёй папулярнасці, але набыло новыя метады і практыкі дзейнасці. Дзякуючы інтэрнэту радыё атрымала магутны інструмент для пашырэння маштабу вяшчання, для ўвасаблення свайго арганізацыйна-структурнага і прафесійна-творчага патэнцыялу.

Актуальнасць працы абумоўлена тым, што даследаванне радыёдыскурсу, які функцыянуе ва ўмовах канвергенцыі СМІ, з лінгвастылістычнай і камунікатыўна-прагматычнай пазіцыі адкрывае новыя аспекты інфармацыйнага, аналітычнага, забаўляльнага радывяшчання. Такі падыход дазваляе выявіць новыя працэсы і тэндэнцыі ў мове сродкаў масавай камунікацыі, якія з'явіліся ў выніку сумяшчэння розных медыяплатформаў, розных формаў і фарматаў вяшчання.

Мэта дыпломнай працы – вызначыць асаблівасці лінгвастылістычнай арганізацыі радыёмаўлення на прыкладзе медыятэкстаў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

Для рэалізацыі пастаўленай мэты ў дыпломнай працы вырашаюцца агульныя і прыватныя **задачы**:

1. Вызначыць асноўныя тэндэнцыі развіцця сучаснага радыёдыскурсу;
 1. Прасачыць этапы станаўлення беларускага радыёмаўлення;
 2. Ацаніць дыялагізацыю радыёмаўлення на сучасным этапе;
 3. Вызначыць уласцівасці мовы і стылю радыёмаўлення;
 4. Разгледзіць жанравую дэферэнцыяцыю радыётэкстаў;
2. Прааналізаваць медыятэксты Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё. Даць лінгвастылістычную характарыстыку;
 1. Прасачыць асаблівасці брэнда інфармацыйна-аналітычнага вяшчання краіны – праграмы «Радыёфакт»;
 2. Вызначыць эфірны вобраз інфармацыйных выпускаў «Навін»;
 3. Зрабіць аналіз лінейна-структурных тактык у праекце «Актуальны мікрафон»;
 4. Апісаць праект «Радыёблог» як сродак журналісцкай камунікацыі;
 5. Вызначыць маўленчую кампетэнтнасць вядучых забаўляльнага эфіру;
 6. Разгледзіць дыстрыбуцыю кантэнту Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё ў сацыяльных сетках.

Метадалогія. Для вырашэння задач выкарыстоўваліся наступныя метады

даследавання: агульнанавуковыя метады (аналіз, сістэматызацыя, апісанне, вывучэнне лінгвістычнай літаратуры і іншых навуковых прац па праблематыцы тэмы), метады дыскурсу-аналіза, параўнальны і медыялінгвістычны метады.

Аб'ект даследавання – медыятэксты Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё, якія выйшлі ў эфір (ці былі апублікаваныя на афіцыйных рэсурсах) у 2022 годзе.

Прадметам даследавання дадзенай дыпломнай працы з'яўляюцца лінгвастычныя асаблівасці медыятэкстаў, падрыхтаваных да выхаду ў эфір журналістамі Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

Матэрыялам для даследавання сталі эфірныя матэрыялы Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

Тэарэтычнай базай даследавання з'яўляюцца тэарэтычныя працы айчынных і замежных аўтараў: Іўчанкаў В. І. «Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту», Жаўняровіч П. П. «Медыятэкст пастоў радыё- і тэлеканалаў у сацыяльнай сетцы Facebook», Стральцоў Б. В. «Асноўныя творчыя метады ў журналістыцы», Цікоцкі М. Я. «Стылістыка беларускай мовы», Несцерава Н. Г. «Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект)», Ісэрс А. С. «Взаимодействие дискурсов и кодов в современной русской коммуникации», Ключёв Ю. У. «Радиожурналистика. Основы профессии», Сёрль Дж. Р. «Что такое речевой акт», Багуслаўская В. В. «Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция», Дабрасклонская Т. Г. «Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики» і інш.

Праца складаецца з уводзінаў, дзвюх глаў, заключэння і спіса выкарыстанай літаратуры. Агульная колькасць старонак – 62.

ГЛАВА 1

СУЧАСНЫ РАДЫЁДЫСКУРС: КАМУНІКАТЫЎНА-ПРАГМАТЫЧНЫ АСПЕКТ

1.1. Станаўленне беларускага радыёмаўлення

«Увага! Гаворыць Мінск! Радыёстанцыя РВ-10 імя Саўнаркама БССР пачынае сваю работу». Гэтыя словы сталі першымі ў гісторыі айчыннага радыё. 15 лістапада 1925 года а палове на 19-ю адбыўся першы беларускамоўны радыёэфір у гісторыі. Спачатку слухачь айчынны кантэнт маглі далёка не ўсе беларусы. Колькасць рэпрадуктараў на ўсю тэрыторыю тагачаснай краіны была невялікая – усяго 25 тысяч. Газета «Звязда» ў артыкуле «Адкрыццё ў Мінску шырокавяшчальнай радыёстанцыі» 17 лістапада 1925 года пісала: «Станцыя будзе абслугоўваць усю Беларусь, – яна ахоплівае радыусам свайго дзеяння 300 вёрст. Усе месцы Беларусі будуць такім чынам абслужаны».

Новаму сродку масавай інфармацыі надавалі вялікую ўвагу, і паступова колькасць слухачоў павялічвалася. Гэтаму паспрыяла некалькі фактараў. Па-першае, гэта «культурная рэвалюцыя» і апэратыўнасць атрымання інфармацыі, па-другое – зручны рупар партыйнай прапаганды.

Аб стварэнні Саюза Савецкіх Сацыялістычных Рэспублік грамадзяне нашай краіны даведаліся праз нататкі ў перыядычных выданнях з паметкай «Радыёпаведамленне» [31, с. 29]. Праз радыёстанцыю крэйсера «Аўрора» зварот Петраградскага ваенна-рэвалюцыйнага камітэта «Да грамадзян Расіі», які быў напісаны У. І. Леніным, атрымалі радысты вайсковых радыёстанцый. 29 кастрычніка Галоўная радыёстанцыя Заходняга фронту ў Мінску перадала ў эфір наступную радыёпраграму: «Распаўсюджвайце дэкрэт Леніна аб пераходзе зямлі неадкладна да сялянства. Няхай вашы камітэты заклікаюць усіх да гэтага. Таварышы, ад вашай аднадушнасці яшчэ больш умацуецца ваша сялянская і рабочая ўлада, наша рэвалюцыя. Няхай живе рэвалюцыя рабочых і сялян супраць Карнілавых і Керанскіх! Мінскі савет рабочых і салдацкіх дэпутатаў» [31, с. 61]. Першыя распараджэнні рэвалюцыйнага ўрада прымала і вайсковая радыёстанцыя ў Бабруйску.

Неабмежаваныя магчымасці радыё ў галіне прапаганды і ўздзеяння на масы разумеў і першы кіраўнік Савецкага Саюза. У ноч з 8 (21) на 9 (22) лістапада У. І. Ленін перадаў наступную радыёграму «Радыё ўсім. Усім палкавым, дывізіённым, карпусным, армейскім і іншым камітэтам, усім салдатам рэвалюцыйнай арміі і матросам рэвалюцыйнага флоту» [27, с. 280].

Беларускае радыё, як і радыёстанцыі іншых савецкіх рэспублік, бярэ

вытокі з першых дэкрэтаў савецкай улады аб радыёсправе. У розных архівах захавалася звыш 200 ленінскіх дакументаў аб радыё.

Дзяржаўны дзеяч і вучоны У. Д. Бонч-Бруевіч у артыкуле «Ленін і радыё» адзначае, што першы кіраўнік савецкай дзяржавы быў заклапочаны тым, што «ў кожнай вёсцы павінна быць радыё. Кожны валкам і селькам, а таксама нашы клубы пры фабрыках і заводах павінны ведаць, што ў пэўны час ім паведамаць палітычныя навіны, усё найгалоўнейшае ў падзеях дня, і такім чынам наша краіна будзе жыць узмоцненым палітычным жыццём, ведаючы штодзённа ўсё, што здзяйсняе ўрад, што здзяйсняецца найважнейшае, складаючы грамадскую думку па галоўных пытаннях. Краіна не будзе жыць у поцемках; газеты прыходзяць са спазненнем і цяпер радыё, пры нашых умовах разрухі, асабліва важнае» [6, с. 2].

Разбураная вайной, эканамічна знісцелая Беларусь хуткімі тэмпамі пачынае развіваць радыёвяшчанне. Да 1925 года ў многіх гарадах з'яўляюцца дэтэктарныя прыёмнікі, якія прымаюць перадачы многіх маскоўскіх радыёвяшчальных станцый. У той жа час расце і колькасць радыёаматараў. Гэтаму, у сваю чаргу, паспрыяла стварэнне акцыянернага таварыства «Радыёперадача» і пастанова ЦК РКП(б) ад 26 лютага 1925 года «Аб радыёагітацыі». У ёй гаварылася аб тым, што «для правільнага і найхутчэйшага развіцця і падзешаўлення прадукцыі савецкай радыёпрамысловасці, а таксама для арганізацыі распаўсюджвання сярод шырокіх мас рабочых і сялян радыёпрыёмнікаў на пачатках ільготнага крэдытавання, выдачу ўрадавай пазыкі АТ «Радыёперадача»» [36, с. 511].

Задачай гэтага таварыства ЦК лічыў устаноўку радыёпрыёмнікаў для масавага слухача – у першую чаргу гучнагаварыцеляў у рабочых клубах і дамах селяніна, а таксама ў хатах-чытальнях. Такім чынам, галоўная роля ў фарміраванні радыёсеткі краіны, развіцці радыё ва ўсіх губернях і абласцях, у гарадах і вёсках належала менавіта акцыянернаму таварыству «Радыёперадача».

Паступова пашыралася сетка перадач інфармацыйнымі выпускамі навін як саюзных, так і рэспубліканскіх. Новыя, у тым ліку прапагандысцкія, задачы патрабавалі і адпаведна новых форм вяшчання. 28 жніўня 1932 года Усесаюзны радыёкамітэт вырашыў ліквідаваць рэдакцыі радыёгазет і арганізаваў рэдакцыю цэнтральнай інфармацыі, якая пазней была названая рэдакцыяй «Апошніх паведамленняў». Падобная перабудова вяшчання была праведзена і ў рэспубліканскіх камітэтах. На падставе пастановы СНК СССР ад 27 лістапада 1933 года Саўнарком БССР 28 снежня таго ж года рэарганізаваў Камітэт радыёвяшчання ў Камітэт радыёінфармацыі і радыёвяшчання і вылучыў яго ў самастойнае ведамства.

Радыёжурналісты імкнуліся не толькі інфармаваць аўдыторыю, але і

тлумачыць сацыяльны сэнс у карэспандэнцыях, рэпартажах і тых спецыяльных раздзелах, якія затым увайшлі ў практыку радыёвяшчання пад назвай радыёкаментарыя. А тлумачэнні неабходна было даваць, бо для людзей, якія ў пачатку 1930-х гадоў прыходзілі з глухіх вёсак на заводы і фабрыкі, складаныя механізмы, зробленыя па апошнім слове тагачаснай тэхнікі, былі параджэннем незразумелых сіл.

З 1 лютага 1937 года савецкае радыёвяшчанне працавала па адзінай усесаюзнай сетцы, прадугледжвалася побач з рэспубліканскімі і мясцовымі перадачамі трансліраваць некаторыя перадачы Цэнтральнага радыё, напрыклад, «Апошнія паведамленні», агляды газеты «Правда». У асобных выпадках даваліся спецыяльныя распараджэнні адносна трансляцыі. Ва ўмовах такой шматнацыянальнай і вялізнай краіны, як СССР, падзеленай на паясы часу, адзіная сетка была неабходнасцю і мела арганізуючае значэнне для рэспубліканскіх і абласных камітэтаў. У ёй былі часавыя адрэзкі, аддадзеныя выключна толькі перадачам Цэнтральнага радыё. Вакол іх размяшчаліся перадачы мясцовага радыё.

1.2. Дыялагізацыя радыёмаўлення на сучасным этапе

Сёння, ва ўмовах інфармацыйнага грамадства, культурна-моўны ўплыў найбольш актыўна ажыццяўляецца менавіта па каналах масавай камунікацыі. Цяпер, на думку Л. І. Ермалёнкінай, «медыякультура становіцца сферай праламлення светапоглядных пошукаў чалавека і ўсведамлення ім уласнай ідэнтычнасці» [14, с. 1]. З гэтай пазіцыі выклікае зацікаўленасць дыскурс сучаснага інфармацыйнага радыё. Ён актыўна фарміруе прастору для міжасобаснай камунікацыі. Такая спецыфіка дазваляе казаць аб актуальнасці разгляду такога дыскурсагеннага фактару, як дыялагічнасць.

Тыпалагічныя змены радыёдыскурсу, звязаныя з пераходам да новай канцэпцыі вяшчання ва ўмовах постсавецкай ідэалогіі і новай рыначнай эканомікі, прад'явілі да інфармацыйнага прадукту патрабаванне камерцыйнай эфектыўнасці. Маркетынговая палітыка СМІ пачала выбудоўвацца на такіх паказчыках, як уласная мэтавая аўдыторыя і эфектыўныя інструменты ўздзеяння ад уласна моўных да рэкламна-камерцыйных.

Фактарам змены структуры маўленчай стратэгіі ўнутры дыскурсу становіцца перш за ўсё ўзрастанне ролі інтэрактыўнай журналістыкі, якая ўспрымаецца як асноўны спосаб прыцягнення увагі аўдыторыі і ўцягванне яе ва ўласную дыскурсіўную прастору.

Разам з тым навуковая традыцыя вылучае вузкае і шырокае разуменне дыялагічнасці як рэальнага дыялогу (простай формы) маўленчых зносін і

дыялагічных зносін паміж тэкстамі і ўнутры тэксту: тэкст «жыве» толькі ўнутры кантэксту. «Толькі ў кропцы гэтага кантакту тэкстаў ўспыхвае святло, якое асвятляе і назад і наперад, якое далучае гэты тэкст да дыялогу» [1, с. 361]. Як адзначае М. Бахцін у працы «Праблема тэксту ў лінгвістыцы, філалогіі і іншых гуманітарных навук», кожная рэпліка сама па сабе маналагічная, а кожны маналог з'яўляецца рэплікай вялікага дыялогу (маўленчых зносін пэўнай сферы). Маналог як маўленне, нікому не адрасаванае і не прадугледжвае адказу. Дыялагічныя адносіны – гэта сэнсавыя адносіны паміж рознымі выказваннямі ў маўленчым зносінах [2].

Л. В. Шайміева паняцце «дыялагічнасць» прапануе разглядаць па двух напрамках. У першым выпадку, гэта анталагічная ўласцівасць мовы і тэксту, у другім – вынік свядомага выбудоўвання дыялогу ў працэсе камунікацыі (больш за ўсё гэта характэрна для такога жанру, як інтэрв'ю). У першым выпадку размова пра прынцыповую дыялагічнасць любога тэксту, у тым ліку і маналагічнага. У другім выпадку размова пра канкрэтныя праявы дыялагічнасці ў розных відах тэкстаў, у прыватнасці, вывучаецца дзейнасць журналіста па выбудоўванні дыялогу [52].

Дыялагічнасць – гэта праекцыя асаблівасцяў камунікацыі на «тканіне» тэксту; не толькі адрасаванасць тэксту (звароты і інш.); моўныя сляды ўзаемадзеяння камунікатаў у маўленчым творы, уздзеяння на адрасанта, ўспрымання ўздзеяння адрасатам. Дыялагічнасць і дыялагізацыя – феномены, цесна звязаныя адзін з адным. Дыялагічнасць тэксту – вынік яго дыялагізацыі – канстатуе ў сваёй працы «Прагматыка дыялагізацыі і дыялагічнасці радыёмаўлення» Л. В. Шайміева.

Сучасны публічны дыялог прайшоў праз сацыякультурныя трансфармацыі інстытута масавай інфармацыі, якія адбываліся на мяжы XX і XXI стагоддзя і працягваюць адбывацца. Яны адпавядаюць ідэі адкрытасці грамадства і яго патрэбы ў публічным дыялогу. Сучасны публічны дыялог разглядаецца як дынамічная сфера маўленчай камунікацыі, прадстаўленая вялікай колькасцю разнавіднасцяў, аб'ядноўваюцца агульнай структурна-моўнай прыкметай «рэпліцыраваннем», калі «маўленне суразмоўцы чаргуецца з размовамі іншага ці іншых» [29, с. 251].

Усё больш нарастае роля інтэрактыўнасці і дыялагізацыі, «што трактуецца як псіхалагічнае ці фэнаменалагічнае перажыванне агульнасці інтарэсаў, дзеянняў» [29, с. 37], цяпер прыярытэт аддаецца камунікацыі па адносінах да інфармацыі. В. В. Багуслаўская адзначае: «ва ўмовах сучаснага масава-камунікацыйнага дыскурсу асноўнае патрабаванне да працэсу спараджэння тэксту заключаецца ў яго здольнасці падахвочваць суразмоўцу да актыўнасці» [4, с. 150].

Прагматычныя сферы, якія абумоўліваюць моўныя асаблівасці радыёдыскурсу, ладкуюцца ў лінію камунікатыўнай восі, што разумеецца як лінія суаднесенасці кампанентаў «адрасант-адрасату». Услед за Р. В. Якабсонам у пракцыі на радыёмаўленне можна вылучыць у дыяпазоне камунікатыўнай восі такія прагматычныя сферы, як:

- сфера аўтара / сфера журналіста;
- сфера адрасата;
- сфера госця эфіру;
- сфера радыёслухачоў;
- рэферэнтная сфера;
- сфера моўнага кода размовы;
- сфера кантакту паміж удзельнікамі дыялогу [52, с. 2].

Назіранні паказваюць, што ў дыялогу вылучаецца яшчэ адна значная сфера камунікацыі – гэта «сфера лініі (алгарытму, паслядоўнасці этапаў) размовы» [52, с. 2]. Сярод прагматыка-культуралагічных асаблівасцей сучаснага радыёмаўлення з’яўляюцца дэмакратычнасць, дыялагічнасць, у тым ліку ўзмацненне фактару, які ўздзейнічае на слухача. Сучасныя радыёжанры становяцца прынцыпова дыялагічнымі, У. В. Смірноў нават увёў тэрмін «дыялагізацыя эфіру» [42, с. 191]. На думку даследчыка, работа ў бесцензурным эфіры, маюцца на ўвазе савецкі час, праявіла станоўчыя тэндэнцыі, высветліла актуальныя праблемы сучаснага вяртання.

Дыялагізацыя эфіру – адна з тэндэнцый, якая актыўна ўкараняецца ў айчынны вяртання. Радыё набліжаецца да прамых зносін са слухачамі, распаўсюджваецца інтэрактыўны пачатак, аўдыторыі прапануюць прымаць непасрэдны ўдзел у перадачах. «Усведамляючы ролю дыялогу ў арганізацыі дыскурсу радыё, прыярытэт у яго інфармацыйнай прасторы сацыякультурных канвенцый над моўнымі, актуальна разглядаць пытанне аб тым, наколькі рэгламентацыі дыскурсу, абумоўленыя яго інфармацыйна-масавай прыродай, рэалізуюць ідэю дыялагічнасці, якая заключаецца не толькі ў камунікатыўнай кааперацыі удзельнікаў зносін, але і разглядае сустрэчу іх сэнсавых пазіцый», – лічыць Л. І. Ермалёнка [14].

Характарызуючы спецыфіку інтэрактыўнасці, І. І. Карпенка не зводзіць азначанае паняцце да рэакцыі радыёслухачоў (водгуку аўдыторыі на інфармацыю), да таго, што стаіць за паняццем «зваротная сувязь». Інтэрактыўнасць прадугледжвае больш актыўную ўключанасць у камунікацыю. У прапанаваным разуменні інтэрактыўнасці аўтар грунтуецца на падыходзе амерыканскага даследчыка Г. Ласуэла, які вылучае тры ўзроўні інтэрактыўнасці:

- двухбаковая, але не інтэрактыўная камунікацыя – наяўнасць званкоў і лістоў;

- рэактыўная, або квазіінтэрактыўная, камунікацыя, дзе адзін полюс атрымлівае паведамленні аб рэакцыі іншага. У нашым кантэксце гэта апісваецца як зваротная сувязь;
- цалкам інтэрактыўная камунікацыя, дзе ўсе суб'екты могуць удзельнічаць у абмене інфармацыяй «на роўных» [21, с. 153].

Сучасныя СМІ, якія сінтэзуюць магчымасці традыцыйных СМІ і найноўшыя інфармацыйныя тэхналогіі, здольныя гарантаваць медыякамунікацыю ў рэжыме поўнай двухбаковай інтэрактыўнасці, гэта значыць у рэжыме спалучэння сінхроннай (адначасовай) і асінхроннай зваротнай сувязі. Усё гэта адбываецца ў адным і тым жа медыяасяроддзі.

Зыходзячы з раўназначнасці адрасанта і адрасата, Н. Г. Несцерава ў сваёй манаграфіі «Сучасны радыёдыкурс» падкрэслівае асаблівую пазіцыю кожнага з двух названых удзельнікаў маўленчай сітуацыі. «Асаблівая пазіцыя адрасанта, функцыю якога выконвае радыёведучы, абумоўлена тым, што ініцыяцыя маўленчага акта ў пераважнай большасці выпадкаў з'яўляецца яго прэрагатывай. Пры гэтым ініцыяцыя маўленчага акта без уліку адрасата, мэтавай аўдыторыі, проста бессэнсоўная, таму што найважнейшай стратэгічнай мэтай размоўных жанраў радыёкамунікацыі з'яўляецца ўсталяванне жывога, рэальнага дыялогу з адрасатам» [34, с. 67]. Адно з ядзерных палажэнняў у арганізацыі дыялагічных зносін, на думку навукоўца, займае ўстаноўка на арыгінальнасць, нестандартнасць, што дасягаецца рэалізацыяй разнастайных камунікатыўных тактык.

Дыялагічнасць як тэндэнцыя радыёжурналістыкі апошніх дзесяцігоддзяў паказвае: працэс зносін з дапамогай радыё з'яўляецца жывым, дынамічным, арыентаваным на суцэльнае адлюстраванне рэчаіснасці. Аўтары падручніка «Курс радыётэлевізійнай журналістыкі» падкрэсліваюць: «Радыёвяшчанне адкрывае дзверы аўдыторыі ў поліфанію свету, які гучыць, адбіраючы, арганізуючы, узбуйняючы яго фрагменты, знаходзячы ўзаемасувязі і вяртаючы іх аўдыторыі. Авізуальная сутнасць гэтага камунікатыўнага канала, якая з'яўляецца яго асноўным абмежавальнікам у працэсе сацыяльных зносін, значна актывізуе слыхавое ўспрыманне, уключае ўяўленне і дае магутны штуршок зрокавым вобразам» [9, с. 10]. Менавіта дыялагічнасць у разгледаных матэрыялах Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё дазваляе аўтарам быць сапраўдным суразмоўцам, дарадцам і сябрам кожнаму слухачу, які наладкаваўся на адпаведную хвалю.

1.3. Мова і стыль радыёмаўлення

Задача любога асэнсаванага журналістскага тэксту – мэтанакіраваны

ўплыў на аўдыторыю, фарміраванне інфармацыйных уяўленняў пра рэальнасць. У радыё- і тэлевяшчанні з дапамогай маўлення фарміруецца асаблівая інфармацыйна-камунікатыўная прастора зносін, якая заснавана на маўленчай і мысленчай дзейнасці чалавека і вусным характары маўлення.

Па сутнасці, маўленне ў радыёэфіры – гэта гукавая рэалізацыя тэксту, незалежна ад таго, падрыхтаванае яно ці спантаннае. Ю. У. Ключоў прапануе разглядаць радыёмаўленне ў трох напрамках. Па першае, як працэс карыстання вербальнай мовай радыё. Па другое – канкрэтнае радыёмаўленне, якое працякае ў часе. І ў трэцім выпадку, Ю. У. Ключоў разглядае радыёмаўленне як любое маўленне, якое гучыць на радыёхвалях [24, с. 90].

Як адзначалася ў раздзеле 1.2 нашага даследавання, маўленчыя зносіны на радыё часцей за ўсё прадстаўлены як камунікацыя ў выглядзе дыялогу або палілогу. В. Б. Касевіч, кажучы пра радыёмаўленне, адзначаў, што гэта «абмен тэкстамі, прычым кожны тэкст суаднесены з рэальнай сітуацыяй, якая апісваецца, з тым, хто размаўляе, і тым, хто слухае» [22, с. 49]. Матэрыяльным вынікам вуснага маўлення з’яўляюцца гукавыя хвалі. Менавіта з дапамогай гукаў любое выступленне па радыё набывае эфірнае гучанне, менавіта гукі, іх спалучэнне складаюць жывую тканіну маўленчых зносін на радыё [24, с. 91].

Веданне асаблівасцяў вуснага маўлення і сакрэтаў «эфірнага гучання» мае для практыкаў радыё першачарговае значэнне, прынцыпова важнае не толькі ў галіне ўздзеяння на слухача, але і перш за ўсё ў галіне паняццевай, інфарматыўнай, дзе на першым плане – праблема адэкватнасці формы і зместу выказвання.

Многія істотныя пытанні тэорыі і моўнай практыкі радыёвяшчання да гэтага часу застаюцца нявырашанымі. М. У. Зарва прыводзіць у прыклад нярэдка рэкамендацыі ў кнігах і артыкулах, якія носяць вельмі агульны характар («мова радыёперадач павінна быць простаай, яснай, даходлівай, вобразнай, выразнай, яркай» і г. д.). «А калі яны бываюць канкрэтныя і нават вельмі катэгарычныя, то не заўсёды пераканаўчыя, таму што, правільныя толькі адносна прыватных выпадкаў, яны падаюцца ў якасці асноўных палажэнняў патэнцыйна існуючай тэорыі мовы радыё. Адной з устойлівых і распаўсюджаных памылак з’яўляецца меркаванне, быццам радыёмаўленне – гэта гутарковае маўленне, быццам асаблівасці гутарковага маўлення абумоўліваюць яго своеасаблівасць» [16, с. 15].

Гутарковасць – аснова радыёфанічнасці мовы. Але гэтае паняцце часцей за ўсё носіць характар чыстай абстракцыі, лінгвістычны змест яе ніяк не раскрываецца і, такім чынам, развагі пра гутарковасць губляюць усялякі сэнс. У сучаснай літаратурнай мове адбываецца актыўны працэс збліжэння гутарковага маўлення з маўленнем кніжным, прафесійным. У гутарцы, якая заснавана на

асабістых, непасрэдных зносінах, дзейнічае закон камунікатыўнай мэтазгоднасці, калі ўдзельнікі камунікатыўнага акта падбіраюць такі набор моўных сродкаў, які дазваляе атрымаць аптымальны варыянт у адпаведнай маўленчай сітуацыі.

Як лічыць М. У. Зарва, гутарковае маўленне ў яго «чыстым» выглядзе, магчыма, і выкарыстоўваецца на радыё ў вельмі абмежаваных межах – у мастацкім, літаратурна-драматычным вяшчанні, якое прайгравае жывое маўленне, а таксама ў бястэкставых дакументальных запісах сапраўднай гутарковай мовы. «На радыё суразмоўцы аддаленыя адзін ад аднаго, тут адсутнічаюць непасрэдныя зносіны, тут мы маем справу не з прыяцельскай размовай на тэмы штодзённасці. Слова, якое гучыць у эфіры, хоць і ўспрымаецца, як правіла, прыватнымі асобамі або невялікімі сямейнымі групамі і звернута да кожнага слухача, у цэлым прызначана для шматмільённага калектыву і яно павінна быць зразумела ўсім» [16, с. 22].

Асноўная ўласцівасць маўлення, якая выкарыстоўваецца на радыё – публіцыстычнасць, якая, акрамя дыялагічнасці, ўключае вусны характар і сацыяльную скіраванасць выступлення, арыентаванасць на канкрэтную аўдыторыю. Гэта звязана з арыентаванасцю на адрасата, імкненне ўзаемадзейнічаць з ім. Гэтае ўзаемадзеянне можа адбывацца «з магчымымі сэнсавымі пазіцыямі» слухачоў. Радыёжурналіст павінен прадбачыць рэакцыю аўдыторыі і здолець адказаць на яе ўдзельнікам дыялогу ў эфіры. На думку Л. Р. Дускавай, «дыялагічнасці маўлення спрыяюць комплексы «пытанне-адказ», прамая і ўскосная адрасаванасць, падахвочванні да ментальных і канкрэтных фізічных дзеянняў, выкарыстанне «мы-канструкцый», якія паказваюць на двухбаковасць камунікацыі» [13, с. 644].

«Для радыёвяшчання характэрная дваістая прырода: сацыяльная і асобасная арыентаванасць. Для таго каб выступленне было эфектыўным, важна сумяшчаць гэтыя два складнікі. Радыёмаўленне павінна быць канкрэтным і даходлівым па змесце, нязмушаным па тоне, г. зн. арганізавана паводле тыпу неафіцыйнай гутаркі (зразумела, за выключэннем выпадкаў афіцыйнай заявы)», – лічыць А. Н. Храмава [49, с. 147]. Такім чынам, у аўдыявізуальных СМІ для паспяховай творчай дзейнасці журналіста вялікае значэнне маюць вонкавыя характарыстыкі зносін – *што* і *як* каза чалавек.

Для таго, каб вызначыць асаблівасці радыётэкстаў, перш за ўсё, трэба вызначыць што такое тэкст. Тэкст (ад лац. *textum* – «сувязь, злучэнне») – гэта:

- «паслядоўнае размяшчэнне знакаў, якія ўтвараюць адзіны семантычна закончаны твор» [37, с. 95];
- «складанае і рознахарактарнае сістэмнае знакавае ўтварэнне» [37, с. 99];
- самастойны аўтарскі твор, «выяўлены з дапамогай пэўнай сістэмы

знакаў» [17, с. 328];

- «інфармацыйны змест дакумента, праграмы, паведамлення» [17, с. 328];
- структураўтваральны кампанент сродкаў масавай камунікацыі;
- універсальны кампанент (сродак) публічных зносін.

Выклікае цікавасць пытанне адрознення звычайнага тэксту ад журналісцкага. В. І. Іўчанкаў адзначае: асноўнае функцыянальнае прызначэнне апошняга – «несці інфармацыю і ўздзейнічаць, грунтуецца на творах асаблівага роду – сацыяльна значных, яны павінны аб’ектыўна адлюстроўваць сацыяльна значную падзею, у сувязі з чым журналісцкія тэксты падзяляюць на дзве разнавіднасці: інфармацыйныя і публіцыстычныя» [20, с. 21].

Асноўныя функцыі журналісцкага тэксту вылучылі навукоўцы Г. С. Мельнік і М. М. Кім. На іх думку, тэкст выконвае эўрыстычную (пазнавальную), аксіялагічную, анталагічную, камунікатыўную, семантычную, забаўляльную функцыі [30, с. 99]. Гэтыя т. зв. функцыянальныя (арганічна уласцівыя журналісцкаму твору) характарыстыкі цалкам можна аднесці да тэксту, прызначанага для гучання па радыё. Разам з тым, журналісцкі тэкст можна аднесці да ўніверсальнага. Такую думку прыводзіць Б. Я. Місонжнікаў: «Больш за тое, менавіта гэты від тэксту надзелены шырокімі, можна сказаць, унікальнымі магчымасцямі – ён прадстаўлены выключна шматаспектна, у самых розных варыянтах, аднаўляецца з улікам асэнсаванай і лагічна апраўданай мэтазгоднасці» [37, с. 95].

Журналісцкі тэкст у любым праяўленні валодае шматлікімі якаснымі характэрнымі прыкметамі, і ў гэтым плане ён можа быць адпаведным чынам ацэнены. Так, можна вызначыць, наколькі высокі ўзровень выканання матэрыялу і якія крытэрыі падыходзяць для гэтага. У канцэпцыі прафесара Б. В. Стральцова, журналісцкі тэкст мае сваю спецыфіку ў мадэльнай арганізацыі. На думку навукоўца, мадэль публіцыстычнага твора ўключае такія абавязковыя кампаненты як:

- паслядоўная сістэма фактаў або з’яднаная на кантрасце ці злітнасці сістэма фактаў;
- грунтоўная сістэма аргументацыі (пераважна на базіснай інфармацыі);
- аналітычная напоўненасць і эмацыянальнае гучанне аўтарскага маналогу;
- пэўная адназначнасць вывадаў і абагульненняў, якія ці то фармулююцца адкрыта, ці то вынікаюць з самой логікі распрацоўкі тэмы;
- адкрытая тэндэнцыйная катэгарычнасць [44, с. 28].

Тэкст у радыёжурналістыцы, па словах Ю. У. Ключева, гэта спецыяльна створаны для перадачы па радыё журналісцкі твор, які мае вусную, прамойніцкую форму выражэння зместу; які абапіраецца, галоўным чынам, на лексічныя сродкі кніжнай літаратурнай мовы, часта імітуе жывое нязмушанае

гутарковае маўленне; які выяўляецца ў маналагічнай або дыялагічнай форме. Кожны асобны твор, які прагучаў у эфіры, можна назваць мікратэкстам праграмы [24, с. 90].

Тэкст на радыё можна разумець і ў больш шырокім ключы – як увесь аўдыяматэрыял, які гучыць па радыё: музычныя пазыўныя, джынгляы (кароткія лагатыпы радыёперадачы ці радыёканала), любыя не журналісцкія выступленні (рэклама, музыка, прадстаўленне праграмы ў эфіры). Сукупнасць усіх сюжэтаў і перадач эфіру канкрэтнай праграмы (напрыклад, ранішняга радыёканала, аналітычнага ток-шоу, гутаркі або радыёчасопіса) можна назваць мікратэкстам праграмы. М. У. Зарва вызначае яшчэ адну важную рысу радыётэкстаў – дакладнасць выказвання. Безумоўна, абавязковасць дакладнасці словаўжывання, прадуманасці і структурнай «празрыстасці» характэрна для ўсіх медыятэкстаў, таму што мова газеты, радыё і тэлебачання абслугоўвае сферу масавай камунікацыі. «Але для радыё- і тэлежурналіста дакладнасць выказвання набывае асаблівую значнасць. Тут маўленне існуе толькі ў вуснай форме. А вуснае маўленне мімалётнае. Нягледзячы на тое, што тэхніка дазваляе цяпер фіксаваць і нават кансерваваць вуснае маўленне ў запісе, на практыцы сучаснага вяшчання маўленне “паступае” да слухача ў абліччы “бесцялесным” – у выглядзе чыстага гучання» [16, с. 63].

Вуснаць радыёмаўлення патрабуе веданне асаблівых уласцівасцяў радыётэкстаў. Калі лексічная ці граматычная памылка закрадзецца ў друкаваны тэкст, чытач «пераадолее» яе з непараўнальна меншымі намаганнямі і сэнсавымі стратамі, чым слухач. Вуснае маўленне развіваецца ў часе бесперапынна і не дае магчымасці вярнуцца да незразумелага, асэнсаванага незасвоенага. Кожная недакладнасць выклікае жаданне паглыбіцца ў праўдзівы сэнс выказвання і, спыняючы ўвагу на сабе, адцягвае ад наступнага. У выніку – камунікатыўная функцыя мовы аказваецца парушанай. У гэтым выпадку зусім слушная заўвага Л. Р. Дускавай: «З вуснага характару радыё- і тэлевыступленняў зусім не варта іх атаясамліваць з гутарковым маўленнем. Як прадукт прафесійнай журналісцкай дзейнасці, радыё- і телемаўленне павінны з’яўляцца вынікам асэнсаванай творчасці, з прадуманай сістэмай сродкаў уздзеяння, накіраванай на дасягненне запланаванага выніку, таму неправамерна разглядаць мову электронных СМІ разнавіднасцю вуснай гутарковай мовы... Сродкі гутарковасці, якія выкарыстоўваюцца на тэлебачанні і радыё, служаць задачам агульнапубліцыстычнага ўздзеяння выступлення. Максімальна эфектыўна, калі яно спалучае элементы загадзя падрыхтаванага пісьмовага тэксту з вуснай формай яго рэалізацыі» [13, с. 642-643].

Па словах беларускіх даследчыкаў, у сітуацыі дзяржаўнага білінгвізму праблемы правільнасці маўлення і няякаснага, некарэктнага рэдагавання

медыятэкстаў застаюцца актуальнымі. Калькаванне рускіх слоў і канструкцый, парушэнне нормаў мовы і камунікатыўных якасцяў маўлення на амаль што ўсіх моўных узроўнях, на жаль, частая з’ява.

І. І. Навасельцава ў артыкуле «Медыятэкст: моўная кампетэнтнасць і культура маўлення журналіста» звяртае ўвагу на тое, што «дакладнасць слова – не толькі патрабаванне густу, але перш за ўсё патрабаванне сэнсу, правіл ужывання слова ў яго агульнавядомым значэнні» [45, с. 166]. «Для таго, каб правільна перадаць думку, неабходна ясна ўяўляць як асаблінасці паняцця, так і дакладнае значэнне слова, што яго абазначае, з усімі семантычнымі адценнямі, – адзінчаў мовазнаўца М. Я. Цікоцкі, – трапнасць, выразнасць словаўжывання – гэта якасці, якія праяўляюцца пры выкарыстанні слова перш за ўсё ў яго прамым значэнні. Пры поўнай рэалізацыі сваіх выяўленчых магчымасцей слова натуральна ўваходзіць у кантэкст, у звыклых для яго спалучэнні з іншымі словамі. У тым выпадку, калі слова выбрана без уліку яго дакладнага сэнсу і не адпавядае звыкламу спалучэнню, яно ўспрымаецца як парушэнне літаратурных норм» [50, с. 133].

Ю. У. Ключеў адзначае, што нельга разумець радыёмаўленне як хаатычны збор вербальных кампанентаў і думак аўтара. «Асаблінасць вербальнай радыёкамунікацыі ў тым, што яна сумяшчае у сабе разнапланавыя кампаненты маўленчых зносін: вуснае і пісьмовае маўленне спалучаюцца, актыўна ўжываецца інтанацыя, характэрным з’яўляецца спалучэнне логікі і эмацыйнасці» [24, с.92]. Адсюль лагічным вынікае меркаванне К. Ю. Новікава: «Рэпарцёр павінен навучыцца сачыць за інтанацыяй, рабіць лагічныя націскі, лагічныя паўзы. Пажадана не дапускаць такой інтанацыі, дзякуючы якой адна і тая ж фраза можа быць дваяк вытлумачана» [35, с. 52]. Інтанацыя дапамагае журналісту раскрыць стаўленне да таго, што адбываецца, і даць пэўную ацэнку.

Слухач успрымае інтанацыю як унутраны стан выступаючага, яго шчырасць або няшчырасць, таму актуальным застаецца і даследаванне тых сродкаў выразнасці радыёмаўлення, якія на сёння існуюць. У падручніку «Руская мова і культура маўлення» пад рэдакцыяй У. І. Максімава даюцца крытэрыі выразнасці маўлення (табл. 1) [8, с. 642-643]. Менавіта гэтыя крытэрыі дазваляюць аўтару радыётвора быць на ўзроўні сучасных патрабаванняў да ўзаемадзеяння ў масава-інфармацыйным дыскурсе, у прыватнасці, у радыёдыскурсе.

Табліца 1

Крытэрыі выразнасці радыёмаўлення

Крытэрыі выразнасці радыёмаўлення	Апісанне крытэрыя выразнасці радыёмаўлення
-----------------------------------	--

Дыкцыя	Выразнае вымаўленне слоў і складоў (наяўнасць добрай дыкцыі. Яснае для слухачоў прагаворванне тэксту – зарука камунікатыўнага поспеху журналіста.
Гучнасць	Напружанне голасу (расслабленасць, нераспрацаваныя галасавыя звязкі не даюць магчымасці быць пачутым аўдыторыяй, але і перанапружанне шкодна адбываецца на ўспрыманні маўлення). Для прыемнага ўспрымання радыёмаўлення патрэбна «залатая сярэдзіна» – дастаткова трэніраваны голас.
Тэмп	Хуткасць маўлення (для інфармацыйнага вяшчання рэкамендуецца вымаўляць тры словы ў секунду, звычайны тэмп маўлення складае прыкладна 110 слоў у хвіліну, большая іх колькасць можа ператварацца ў хуткамоўку і быць незразумелай слухачам.
Вышыня	Танальнасць голасу (яго манатоннасць або неманатоннасць, манатоннае маўленне проціпаказанае для выступленняў па радыё і тэлебачанні, выклікае псіхалагічнае адхіленне аўдыторыі.
Тэмбр	Афарбоўка голасу (напружанасць цягліц горла, работа сківіцы, рухомасць языка, вуснаў і мяккага нёба, за тэмбр адказваюць галасавыя звязкі).
Артыкуляцыя	Правільнае і выразнае вымаўленне гукаў і іх камбінацый.

У сваю чаргу, тактыку маўленчых паводзін на радыё можна ахарактызаваць наступнымі прыкметамі:

- імітацыя ў радыёвыступленнях гутарковага стылю;
- дыялагічнасць маўленчых паводзін;
- агульнае прытрымліванне нормаў і этыкі маўленчых паводзін;
- дынамічны для ўспрымання аўдыторыяй тэмп і рытм чытання тэксту ў эфіры;
- адпаведная зместу і сэнсу радыёпаведамленняў мелодыка выказванняў;
- актыўная сугестыя – чаргаванне ў тэксце радыёвыступлення эмацыйных (экспрэсіўных) і стандартных (лагічных) сродкаў уздзеяння на аўдыторыю;
- пастаяннае светапогляднае (ідэалагічнае) уздзеянне праграм любога радыёканала на аўдыторыю, незалежна ад формы ўласнасці вяшчальніка, яго інфармацыйнай палітыкі і зместу перадачы.

Пры аналізе радыёмаўлення, мэтазгодна ўлічваць ўжыванне маўленчага

этыкету ў розных камунікатыўных сітуацыях. На думку С. Я. Тупіковай, з улікам спецыфікі працякання камунікацыі ў радыёэфіры выяўляюцца асноўныя асаблівасці этыкетных зносін, камунікатыўна-мэтазгодныя для радыёкамунікацыі. Да ліку этыкетна-маўленчых жанраў даследчыкі адносяць знаёмства, вітанне, развітанне, выбачэнне, падзяку, просьбу, згоду, адмову, камплімент, спачуванне, віншаванне, свецкую гутарку і інш. Ім уласцівая высокая ступень варыятыўнасці ў залежнасці ад сацыяльных прыкмет камунікантаў (узросту, полу, адукацыі, месца жыхарства), сацыяльных роляў і ролевых адносін, а таксама характару узаемаадносін паміж імі, абстаноўкі зносін, колькасці ўдзельнікаў сітуацыі [47, с. 6]. У тэрміналогіі сучаснай медыялінгвістыкі мэтазгодна казаць пра мэтавую аўдыторыю. У радыёдыскурсе часцей за ўсё выкарыстоўваюцца выказванні у жанрах прывітання, развітання, пажадання і звароту.

Асаблівасцю радыёдыскурсу з'яўляецца тое, што радыёведучы ўсталёўвае кантакт з незнаёмымі яму людзьмі – з шырокай аўдыторыяй. Пры гэтым, для яго важна падкрэсліць сваю прыналежнасць да той жа сацыяльнай групы, да меркаванай мэтавай аўдыторыі: «Спікер, ужываючы этыкетныя выказванні, кожны раз дэманструе сваю датычнасць да пэўнага моўнага калектыву і валоданне нормамі паводзін (у тым ліку этыкетнымі) гэтага грамадства» [47, с. 6]. Па словах Н. Г. Несцеравай, у адрозненні ад міжасобасных камунікацый, у якой суразмоўцы падзяляюць на роўных адказнасць за паспяховасць камунікатыўнага акту, у радыёдыскурсе «адказнасць за эфектыўнасць камунікацыі ссоўваецца ў бок ініцыятара зносін – радыёведучага. Складанасць становішча апошняга складаецца ў тым, што яму не вядомыя ні настрой, ні псіхалагічны стан масавага суразмоўцы, у ролі якога выступае аўдыторыя. Да рэальнага або «віртуальнага» суразмоўцы радыёведучы павінен праявіць максімум увагі: абавязковай складнікам эфектыўнай камунікацыі з'яўляецца ўменне слухаць і чуць свайго суразмоўцу» [34, с. 75]. У сітуацыі радыёкамунікацыі сігнал аб устанаўленні кантакту ажыццяўляецца вербальнымі сродкамі і інтанацыяй: з дапамогай усіх яе складнікаў (і перш за ўсё тэмбравай афарбоўкай голасу), ведучы дэманструе сяброўскае стаўленне да аўдыторыі.

Маўленчы этыкет ўяўляе сабой функцыянальна-семантычную ўніверсальную, у той жа час яму ўласцівая дыскурсіўная спецыфіка ва ўмовах розных сфер выкарыстання, як на ўзроўні мадэляў камунікацыі, так і на ўзроўні сацыяльна-статусных і ролевых пазіцый удзельнікаў зносін.

У залежнасці ад жанравых характарыстык паведамленняў публіцыстычнасць радыёмаўлення дыферэнцыраваная. Інфармацыйныя перадачы арыентаваны на аб'ектыўнае лагічнае адлюстраванне рэчаіснасці, гаворка ў іх строга структураваная, ёй ўласцівая канкрэтнасць і эканомія

лексічных сродкаў – гэта звязана з неабходнасцю ў адным паведамленні за невялікую колькасць часу даць найбольшую колькасць інфармацыі, аналітычныя перадачы ўключаюць даследаванне, каменціраванне актуальных пытанняў, праблемы, аўтарскія перадачы маюць публіцыстычны пачатак, экспрэсіўнасць, самабытнасць і яркасць.

1.4. Жанравая дыферэнцыяцыя радыётэкстаў

Жанры ў друку, на радыё, тэлебачанні роднасныя. Іх аб'дноўвае агульнасць асноўнай функцыі журналістыкі – адлюстраванне і фарміраванне грамадскай думкі, якую кожная з сістэм перадачы інфармацыі вырашае сваімі сродкамі, пэўнай прыродай і спецыфікай камунікацыйнага канала.

На думку Н. С. Барабаш, «жанр – форма арганізацыі таго ці іншага матэрыялу для рашэння канкрэтнай творчай задачы. Гэта датычыцца ўсіх сфер творчасці: музыкі, тэатра, кіно, жывапісу, літаратуры, у тым ліку і публіцыстыкі... Галоўнае ў жанры – функцыя, яго прызначэнне. Але функцыя не існуе сама па сабе. Як толькі з'яўляецца задача, узнікае і прадмет, які яна прадвызначае і на які накіравана, каб ўвасобіцца. Таму мы будзем казаць аб функцыянальна-прадметным падыходзе да жанру» [38, с. 101].

Калі параўноўваць газетныя жанры і жанры на радыё, назіраюцца тыя ж адметныя прыкметы: своеасаблівасць аб'екта пазнання, мэтавае прызначэнне матэрыялу, шырыня асвятлення рэчаіснасці, маштаб выноў і абагульненняў, характар літаратурна-стылістычных сродкаў. Але, акрамя таго, у жанраўтварэнні на радыё ўдзельнічаюць яго ўласныя спецыфічныя выразныя сродкі – тэмбр жывога чалавечага голасу, шумавыя эфекты, музыка, мантаж.

Радыёжурналістыка – гукавая камунікацыя. Яе галоўныя асаблівасці вызначаюцца прыродай гуку, яго магчымасцямі, псіхалогіяй успрымання. «Гукавы канвеер» вызначае неабходнасць уліку і сэнсавай, і стылістычнай, і танальнай арганізацыі гукавога матэрыялу, ведаў псіхалогіі яго ўспрымання на слых [35, с. 20].

У кожным камунікацыйным канале некаторыя жанры набываюць свае характэрныя асаблівасці: апэратыўнасць, дакладнасць, выразнасць і г. д., якія абумоўлены тэхнічнымі магчымасцямі канала і іх творчым выкарыстаннем. Сістэма жанраў радыёжурналістыкі складвалася і развівалася ў цеснай сувязі з палітычным жыццём грамадства, у працэсе асваення публіцыстыкай сваіх магчымасцяў, змены яе задач [30, с. 55].

Дыферэнцыяцыя жанраў залежыць ад дыферэнцыяцыі мэтаў публіцыстычных выступленняў, увесь спектр якіх накіраваны на пашырэнне дыяпазону ўздзеяння на аўдыторыю. Прызначэнне жанраў вызначае тры

асноўныя спосабы адлюстравання рэчаіснасці журналістыкай:

- паведамленне фактаў;
- інтэрпрэтацыя фактаў і падзей;
- вобразна-публіцыстычнае раскрыццё фактаў і падзей.

Гэтыя спосабы адлюстравання ўтвараюць адпаведна тры адносна ўстойлівыя групы жанраў радыёжурналістыкі: інфармацыйныя, аналітычныя і дакументальна-мастацкія. Размяшчэнне жанраў у кожнай з названых груп вызначаецца рухам ад больш простых формаў да больш складаных у структурных адносінах, паступовым узбагачэннем свайго фактычнага матэрыялу і набыццём у сувязі з гэтым іншай функцыянальна-прадметнай якасці.

1.4.1. Інфармацыйныя жанры

Прызначэнне інфармацыйных жанраў – апэратыўна паведамляць пра важныя падзеі. Аснову гэтай падзеі складае факт. «Факт» у перакладзе з лацінскага – «зробленае»: 1) сапраўды рэальная падзея, з’ява, цвёрда ўстаялае веданне, дадзенае ў вопыце, якое служыць для нейкага заключэння, высновы і з’яўляецца праверкай якой-небудзь здагадкі; 2) рэчаіснасць, рэальнасць, тое, што аб’ектыўна існуе [35, с.40].

Факт у журналістыцы – актуальныя, значныя звесткі, якія мелі месца ў рэчаіснасці і ўяўляюць грамадскі інтарэс. Аснову інфармацыйных жанраў складаюць паведамленні аб фактах, выказаных у розных формах. Паведамленне пра падзею, кароткі аповед аб яе развіцці, паведамленне новых думак з яе нагоды, выказаных кампетэнтнымі асобамі.

Інфармацыйныя жанры ляжаць у аснове сістэмы жанраў, вызначаюць адносіны паміж усімі журналістскімі творамі, узаемападпарадкаванасць яе складовых частак, іх функцыянаванне. Галоўны кірунак работы інфармацыйных службаў радыёстанцый – «здабыванне» новых звестак, іх апрацоўка і складанне праграм навін. Асаблівасць інфармацыйнага вяшчання выяўляецца ў першую чаргу ў тым, што яно павінна імкнуцца да максімальнай аб’ектыўнасці.

У нашай краіне засталася не так шмат радыёпраграм, якія маюць якасныя інфармацыйныя перадачы. Так, Першы нацыянальны канал Беларускага радыё дэманструе адну з вядучых тэндэнцый свайго развіцця: павелічэнне аб’ёму, павышэнне значэння і эфектыўнасці інфармацыйных праграм. У шматмернай поліфанічнай сістэме вяшчання, якая адлюстроўвае ўсе бакі сацыяльнага жыцця, інфармацыйныя праграмы на «Першым» па праве займаюць лідзіруючыя пазіцыі [39].

Творчая каманда Беларускага радыё лічыць прыярытэтам вяшчання –

аператыўную і дакладную інфармацыю. Інфармацыйная служба поўна і з дакладнай перыядычнасцю паведамляе пра падзеі, якія маюць грамадскую значнасць і шырокі рэзананс. Існуюць выпускі «Навін» у пачатку кожнай гадзіны, ранішняя праграма «Радыёфакт» і вячэрняя інфармацыйная праграма «Пастфактум».

У рамках вышэйпералічаных інфармацыйных праграм журналісты ствараюць нататкі, інтэрв'ю, радыёрэпартажы.

Першы від працы ў інфармацыйным жанры на радыё – нататка – гэта «аператыўнае, з элементам навізны паведамленне пра падзею, факт або з'яву, якое мае важнае значэнне і ўяўляе цікавасць для большасці радыёслухачоў» [32, с. 4].

Да жанравых асаблівасцяў нататкі можна аднесці падзейнасць, аператыўнасць, дакладнасць, актуальнасць і прынцып «W+N» – шасці пытанняў, пяць з якіх пачынаюцца ў англійскай мове з літары «W»: хто, што, дзе, калі, як, чаму? Зрэшты, звычайная кароткая нататка цалкам можа абысціся і трыма «W». Да гэтых англійскіх правілаў Л. В. Васільева дадала яшчэ некалькі: «Аператыўная, інфармацыйная нагода плюс «сямёрык» – сенсацыйнасць, кідкасць, арыгінальнасць, прышпільнасць, карыснасць, значнасць, аглушальнасць, плюс дакументальныя факты» [10, с. 20].

Наступны від дзейнасці журналістаў, якія працуюць у інфармацыйным жанры – гэта інтэрв'ю. «Радыёінтэрв'ю – найбольш распаўсюджаны жанр радыёпубліцыстыкі. З яго дапамогай журналіст можа вырашаць многія пытанні інфармавання аўдыторыі, асвятляючы самыя разнастайныя тэмы» [42, с. 49]. Мэта гэтага жанру – атрыманне актуальнай, цікавай інфармацыі ад кампетэнтнага, дасведчанага чалавека. У аснове жанру – чаргаванне пытанняў і адказаў, якія ўяўляюць сабой адзінае сэнсавое і эмацыйнае цэлае, якое аб'ядноўваецца адной тэмай.

Радыёінтэрв'ю заўсёды ўяўляе сабой канчатковы прадукт журналісцкай дзейнасці. Яго можна скараціць, памяняць месцамі пытанні і адказы на іх, але нічога нельга перарабіць.

Самым жа папулярным відам дзейнасці журналістаў, падчас сумеснага стварэння менавіта інфармацыйнага прадукту, з'яўляецца радыёрэпартаж. Адным з галоўных патрабаванняў да якаснага радыёрэпартажа – правільна выбраныя выяўленчыя сродкі і стылістычныя асаблівасці, паколькі радыё – найбольш магутны сродак масавай камунікацыі – уплывае на працэсы, якія адбываюцца ў сучаснай літаратурнай мове. І гэтыя працэсы павінны быць станоўчымі, у гэтым зацікаўлены і СМІ, і грамадства. На думку прафесара В. І. Іўчанкава, «палітычная сітуацыя, эканамічныя пераўтварэнні, якія адбываліся ў перыяд перабудовы і адбываюцца зараз, як адзначалася,

радыкальным чынам змянілі мову сродкаў масавай інфармацыі... Сёння можам гаварыць пра пэўную сфарміраванасць «новага» публіцыстычнага стылю, у аснову якога пакладзены «фрагмент» рэчаіснасці ў суцэльнай звязцы з тымі падзеямі, што яго нараджаюць і культывуюцца ва ўсведамленне спажыўца інфармацыі» [20, с. 58].

У сярэдзіне 1970-х Генадзь Бачараў, вядомы ў тыя гады рэпарцёр «Літаратурнай газеты», сцвярджаў, што журналіст можа напісаць добры рэпартаж, нават не пабываўшы на месцы падзеі, а рэканструяваўшы яго. М. І. Шостак, аўтар шэрагу грунтоўных работ, прысвечаных працы рэпарцёраў, піша пра тое, што рэпартажу «зусім не заўсёды патрэбна паслядоўная канстатацыя храналагічных момантаў» [54, с. 40]. Аднак рэпартаж не можа быць напісаны са слоў відавочцаў. Рэканструкцыя падзеі – прэрагатыва нарыса, замалёўкі. Журналіст вольны адбіраць найбольш значныя, з яго пункту гледжання, эпізоды таго, што адбываецца.

1.4.2. Аналітычныя жанры

Большасць даследчыкаў радыёжурналістыкі прыйшлі да высновы, што аналітычныя жанры можна называць інфармацыйна-публіцыстычнымі. У такім вызначэнні адлюстравана спецыфіка прафесійных задач, асаблівасці структуры матэрыялу і мовы. «Інфармацыйны» – значыць насычаны прынцыпова новымі або паўторанымі, але фактамі, якія захоўваюць актуальнасць і сацыяльную значнасць. «Публіцыстычны» азначае, што гэтыя факты выкладзеныя праз прызму індывідуальнага ўспрымання і суб'ектыўных ацэнак журналіста. Асоба журналіста, яго маральная, прафесійная пазіцыя абавязкова адкрытая і адкрыта выяўленыя ў матэрыяле.

С. А. Муратаў, прафесар МДУ імя М. В. Ламаносава, у сваёй кнізе «ТБ – эвалюцыя нецярпімасці» адзначыў: «Публіцыстыка не патрабуе апраўданняў. Апраўданняў патрабуе яе адсутнасць. Яна дзейсная тым, што ёсць. Дэтанатар грамадскіх дзеянняў становіцца ў гэтых выпадках дэтанатарам грамадскай думкі. Замест чаканых пераменаў, якія павінны здзяйсняцца кімсьці з нас, мы пранікаемся разуменнем сваёй уласнай датычнасці да пераменаў. Разуменнем таго, што разам мы разумнейшыя, чым кожны паасобку. Калі веданне – сіла, то грамадскае веданне – сіла грамадская» [32, с. 108].

Цяпер на радыё назіраецца шырокая прысутнасць аналітычных жанраў. Сярод якіх самы распаўсюджаны – радыёкаментарый.

Каментарый – гэта меркаванне кампетэнтнага чалавека, журналіста ці спецыяліста, пра падзею, з'яву, факт [46, с. 52]. У каментарыі журналіст або спецыяліст выказвае сваё меркаванне, улічваючы тое, што ён сам лічыць

важным у падзеі і пра што неабходна праінфармаваць слухача. Па спосабе ўключэння каментарыя ў праграму вяшчальнага дня можна вылучыць два яго віды: каментарый, які з’яўляецца самастойнай перадачай (або пэўнай скончанай структурнай часткай праграмы), і кароткі каментарый, які ўваходзіць як складовы элемент у тую ці іншую асобную перадачу.

«Факты свята, каментаванне вольнае», – асноватворны прынцып працы «Бі-бі-сі», замацаваны ў спецыяльным дапаможніку «Кіраўніцтва па выпуску праграм». Такім чынам, каментарый не можа быць абсалютна аб’ектыўным і ўзважаным, ён заўсёды перадае суб’ектыўны погляд аўтара на падзею [3, с. 37].

А. А. Цяртычны мяркуе, што ў газеце каментарый узнік на мяжы ХІХ і ХХ стст. «з шырока распаўсюджанага тады кароткага аналітычнага паведамлення тыпу карэспандэнцыі» [46, с.212]. Лагічна думаць, што працэс крышталізацыі праходзіў у газеце і на радыё адначасова, па меншай меры, вуснасць і ўнутраная дыялогакасць радыёкаментарыя была яму ўласцівая першапачаткова. Нават у часы ўсеагульнага цэнзуравання працы каментатары звычайна запісваліся ў бястэкставым варыянце, а потым расшыфроўваліся і адпраўляліся ў цэнзуру. З развіццём аўтарскай журналістыкі прысутнасць каментарыя на радыё пашыраецца. Так, у эфіры Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё штодня запісваюцца каментарыі для праграмы «Такі дзень». Гэта сацыяльна-палітычны дыскусійны праект. Медыяэкспертамі па міжнародных і рэспубліканскіх падзеях выступаюць найбольш вопытныя журналісты канала і вядомыя дзеячы краіны. Асноўны прынцып пабудовы эфіру – «навіны тут і цяпер». Дарэчы, праект карыстаецца папулярнасцю і з’яўляецца ўнікальным для беларускай медыяпрасторы.

Па характары адлюстравання матэрыялу вылучаецца два тыпы каментарыя: апэратыўны і праблемны. Першы служыць для ацэнкі найважнейшых падзей дня, другі – для даследавання шырокай панарамы падзей.

Радыёгутарка – адзін з жанраў, які прыйшоў на радыё не з газеты. Даследчык жанраў радыёжурналістыкі В. В. Смірноў так тлумачыць яго паходжанне: «Гутарка прыйшла... у эфір з штодзённымі маўленчымі зносінамі. Усе мы нярэдка размаўляем адзін з адным. Абмяркоўваем важныя сямейныя справы, надзённыя пытанні палітычнага, грамадскага жыцця. З іншага боку, на радыёгутарку аказала ўздзеянне такая форма, як лекцыя. Яшчэ на світанку станаўлення айчыннага вяшчання ў эфіры гучалі лекцыі, размовы, з якімі выступалі вядучыя палітыкі, навукоўцы, спецыялісты народнай гаспадаркі» [42, с. 101]. Гутарка прадугледжвае асаблівую сітуацыю маўленчых зносін – наяўнасць актыўнага суразмоўцы. У пэўным выпадку, радыёгутарку можна параўнаць з бытавым маўленнем – у ёй цікавасць да тэмы размовы ўзаемная.

Для больш відавочнага вызначэння роляў у аналітычных жанрах

прапануецца табліца (табл. 2) (паводле Т. В. Лебедзевай) [26, с. 96]:

Табліца 2

Параўнанне аналітычных жанраў

Радыежанр	Журналіст	Суразмоўца (аўдыторыя)	Размяркаванне роляў
Каментарый	Актыўны	Пасіўны	Размаўляе толькі першы
Гутарка	Актыўны	Актыўны	Размеркавання роляў няма, усе могуць і задаваць пытанні, і адказваць на іх, і размаўляць па-за пытаннева-адказвай структуры

Першы нацыянальны канал Беларускага радыё прапануе сваёй аўдыторыі аналітычны кантэнт. Дыскусіі ў фармаце NEWS / TALK гучаць у эфіры штодня, з актуальнымі каментарыямі па пытаннях унутранай і знешняй палітыкі выступаюць кампетэнтныя і аўтарытэтныя эксперты: палітычныя аглядальнікі і палітолагі. Так, пачынаючы з 1972 года ў эфірнай сетцы існуе праграма «Актуальны мікрафон». А дыскусія за круглым сталом палітолагаў, экспертаў, эканамістаў, грамадскіх дзеячаў гучыць у перадачы «Акцэнты» [39].

1.4.3. Дакументальна-мастацкія жанры

Жанры гэтай групы называюцца яшчэ мастацка-публіцыстычнымі, бо ў іх злучаны інфарматыўны пачатак, аўтарская асобасна-пачуццёвая ацэнка і вобразнае ўяўленне пра чалавека або падзеі. «Да радыётвораў такога роду адносяцца перш за ўсё радыёнарыс, радыёапавяданне, радыёфельетон, жанр, які атрымаў у сусветным вяшчанні распаўсюджванне пад назвай дакументальная драма, і радыёкампзіцыя. Усе яны знаходзяцца на мяжы паміж радыёжурналістыкай і радыёдраматургіяй». [38, с. 136].

Аналіз структуры дакументальна-мастацкіх жанраў характарызуецца сінтэзам і ўзаемадзеяннем дакументальных і літаратурна-мастацкіх элементаў, паказвае, што практычна ў кожным з іх, пераплятаючыся, у розных суадносінах фігуруюць карэспандэнцыя, гутарка, інтэрв'ю і рэпартаж.

Даследчыкі Ю. Д. Бараневіч, У. В. Смірноў мяркуюць, што ўсе газетныя жанры, якія адносяцца да гэтай групы, маюць гукавыя аналагі. Вядома, што, напрыклад, некаторыя памфлеты Іллі Эрэнбурга, напісаныя для газеты або як для газеты і прачытаныя аўтарам ля мікрафона радыё, гучалі ў эфіры [26, с. 164].

Сярод дакументальна-мастацкіх радыёжанраў, якія адпавядаюць жанравым канонам, застаўся нарыс. Ён з'явіўся на радыё ў першыя гады праграмнага вяшчання і прысутнічаў ужо ў першых радыёгазетах як кароткі

аповед пра чалавека, пра падарожжа, пра падзею. У гэты час ён нічым не адрозніваўся ад газетнага нарыса: вобразы былі чыста славеснымі, нікага музычнага і шумавога афармлення яшчэ не існавала. Ля мікрафона такі нарыс чытаўся дыктарам, пазней – аўтарам. «Радые́нарыс з’яўляецца сінтэтычным жанрам з прычыны ўключэння ў сябе элементаў іншых жанраў: інтэрв’ю, замалёўкі, рэпартажу. Прычына гэтага ляжыць у поліфункцыянальнасці радые́нарыса і выкарыстанні розных метадаў для вырашэння яго задач» [5, с. 18].

У эфіры Беларускага радыё не так даўно пачалі выходзіць у эфір «Радые́блогі» журналістаў – штодзённая праграма з аўтарскім поглядам на актуальныя праблемы ў жыцці сучаснага грамадства. Матэрыялы радые́благаў размяшчаюцца на сайце канала і ў сацыяльных сетках у выглядзе тэкставых публікацый і аўдыёверсій. Штодня з радые́блогамі знаёмяцца тысячы інтэрнэт-карыстальнікаў. Форма радые́блага нагадвае менавіта нарыс.

Высновы па 1-й главе:

Такім чынам, у главе раскрыта сутнасць паняцця радые́маўлення, яго дыялагізацыя як асноўная тэндэнцыя радые́дыскурса. Працэс зносін з дапамогай радыё з’яўляецца жывым, дынамічным, арыентаваным на суцэльнае адлюстраванне рэчаіснасці.

Фактарам змены структуры маўленчай стратэгіі ўнутры дыскурсу становіцца перш за ўсё ўзрастанне ролі інтэрактыўнай журналістыкі, што ўспрымаецца як асноўны спосаб прыцягнення увагі аўдыторыі і ўцягванне яе ва ўласную дыскурсіўную прастору. У сваю чаргу, сучасны публічны дыялог прайшоў праз сацыякультурныя трансфармацыі інстытута масавай інфармацыі, якія адбываліся на мяжы стагоддзяў і працягваюць адбывацца.

Вызначана паняцце «радыётэкста» і яго разумення даследчыкамі. Тэкст на радыё можна разумець як асобна напісаны і агучаны матэрыял, так і ў больш шырокім ключы – як увесь аўдыёматэрыял, які гучыць па радыё: музычныя пазыўныя, джынгля, любыя не журналісцкія выступленні, сукупнасць усіх сюжэтаў і перадач эфіру канкрэтнай праграмы. Разам з тым айчынным навукоўцы згадаюць сітуацыю білінгвізму ў кантэксце дакладнасці выказванняў па радыё. Дакладнасць слова – не толькі патрабаванне густу, але перш за ўсё патрабаванне сэнсу, правіл ужывання слова ў яго агульнавядомым значэнні.

Трэба мець на ўвазе: у адрозненне ад міжасобаснай камунікацыі, у якой суразмоўцы падзяляюць на роўных адказнасць за паспяховасць камунікатыўнага акта, у радые́дыкурсе адказнасць за эфектыўнасць

камунікацыі зрушваецца ў бок ініцыятара зносін – радыёвядучага.

Разгледжана жанравая дыферэнцыяцыя тэкстаў на радыё, якая фарміравалася на працягу значнага часу. Дыферэнцыяцыя жанраў залежыць ад асаблівасцяў мэтаў публіцыстычных выступленняў, увесь спектр якіх накіраваны на пашырэнне дыяпазону ўздзеяння на аўдыторыю.

Пры параўнанні, напрыклад, газетных жанраў і жанраў на радыё назіраюцца аднолькавыя характарыстыкі. Але, разам з тым, для радыё ёсць і ўласныя спецыфічныя выразныя сродкі. Сярод іх можна падкрэсліць: тэмбр жывога чалавечага голасу, шумавыя эфекты, музыку і мантаж.

ГЛАВА 2

АНАЛІЗ МЕДЫЯТЭКСТАЎ ПЕРШАГА НАЦЫЯНАЛЬНАГА: ЛІНГВАСТЫЛІСТЫЧНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА

Апошнім часам роля масмедыя ў сферы сучаснай камунікацыі ўзмацняецца і гэта выклікае даследчую цікавасць у адносінах да аналізу розных асаблівасцяў радыётэкстаў. Услед за П. М. Босым прынята лічыць, што сучаснае радыёмаўленне ўяўляе сабой камунікатыўна-функцыянальную разнавіднасць вуснага публічнага маўлення, якое сумяшчае моўныя рысы кадыфікаванай літаратурнай і гутарковай мовы [7].

Н. Г. Несцерава вылучае шэраг асаблівых экстралінгвістычных умоў, у якіх працякае радыёкамунікацыя:

- дыстанцыйнасць;
- апасродкаванасць;
- адсутнасць візуалізацыі;
- масавасць слухацкай аўдыторыі;
- усёпранікальная здольнасць;
- хуткасць перадачы інфармацыі;
- сувязь з часам, якая выяўляецца ў незваротнасці;
- лінейнасць;
- бесперапыннасць [33].

У сучасных умовах мэтазгодна сцвярджаць: радыёмаўленне – асаблівы тып дыскурсіўнай дзейнасці, у якой сумяшчаюцца характарыстыкі, як уласцівыя дыскурсіўнай дзейнасці ў цэлым, так і характэрныя толькі для гэтага тыпу дыскурсу. Пры гэтым пад радыёмаўленнем маецца на ўвазе, з аднаго боку, моўная дзейнасць, якая рэалізуецца ў радыёэфіры, і з другога – яе вынік – вусна спароджаны тэкст (радыётэкст).

2.1. «Радыёфакт» – брэнд інфармацыйна-аналітычнага вяшчання краіны

4 сакавіка 1991 года распачаўся новы этап развіцця айчыннага радыё: на хвалі Першага нацыянальнага канала (тады першай праграмы радыё) а 7-й раніцы прагучалі пазыўныя новага інфармацыйна-аналітычнага праекта «Радыёфакт». Праграма адыграла вялікую ролю ў абнаўленні нацыянальнага вяшчання, бо аўтары здолелі знайсці новы падыход да падачы матэрыялаў, які адрозніваўся ад ранейшай, «савецкай», іх прэзентацыі ў эфіры. З цягам часу змяняліся вядучыя праекта, музычнае афармленне праграмы, але і цяпер, праз

31 год, з панядзелка па пятніцу з 7:00 да 8:00 гучыць «Радыёфакт».

Самай відавочнай асаблівасцю праграмы з'яўляецца хранаметраж – 1 эфірная гадзіна, якая падзелена на 4 інфармацыйныя блокі (палітычны, эканамічны, сацыяльны, культурна-спартыўны). Кожны з іх можна разглядаць як набор мікратэкставых адзінак, а саму праграму – абагульненым макратэкстам і прыкладам інфармацыйна-аналітычнага медыядыскурсу. Н. Г. Несцерава ў манаграфіі «Сучасны радыёдыкурс: камунікатыўна-прагматычны аспект» заўважае, што камунікатыўнае ядро радыёдыскурсу ўяўляюць маўленчыя выказванні маналагічнага і дыялагічнага характару, якія прадудыраваны радыёвядучымі. «Пры тым, маўленне вядучых, як правіла, не дамінуе» [34, с. 54]. Калі прааналізаваць шэраг выпукаў праграмы «Радыёфакт», можна заўважыць, што маўленне вядучага – трэць ад усёй праграмы. Астатні час займаюць такія мікратэкставыя адзінкі, як рэпартажы карэспандэнтаў, каментарыі, інтэрв'ю. Тым не менш, роля вядучага ў гэтым радыёдыкурсе вялізарная, ён фарміруе адзіную камунікатыўную прастору, у якой адбываецца ўзаемадзеянне таго, хто гаворыць, і таго, хто слухае [19].

Значнае месца ў фарміраванні мэтавай аўдыторыі ў радыёдыкурсе займае *самапрэзентацыя*. Камунікатыўная мэта прывітання радыёвядучага – прыцягнуць і ўтрымаць увагу слухачоў. Прывітанне адказвае чаканням адрасата. Галоўная функцыя самапрэзентацыі – ініцыяваць маўленчы кантакт. Важная ўмова ажыццяўлення прывітання «зключаецца ў тым, што вымаўленне выказвання сведчыць пра ветлівае прызнанне слухача суразмоўцам» [41, с. 168]. Типовае прывітанне радыёвядучага ўключае чатыры кампаненты: паведамленне аб мясцовым часе (радзей – даце), назва радыёстанцыі (праграмы), прадстаўленне вядучага і ўласна прывітанне: *«Панядзелак, 28-га лютага, у Беларускай сталіцы 7 гадзін. Вы слухаеце „Радыёфакт“. У студыі прамога эфіру вас вітаюць гукарэжысёр Юлія Аруцюнава і вядучы Яраслаў Даніленка. Рэдактар выпуску Вольга Шалёва. Добры дзень, і слухайце сёння ў праграме...»*. Няцяжка заўважыць: такая кампазіцыя кардынальна адрозніваецца ад кампазіцыі выказвання ў гутарковым маўленні, дзе прывітанне, як правіла, з'яўляецца пачатковым элементам камунікацыі.

Адразу пасля прывітання, вядучы «Радыёфакта» абавязаны ўтрымаць адрасата, і гэтаму спрыяе анансаванне – папярэдняе абвешчэнне таго, што чакае радыёслухача ў рамках эфірнай гадзіны. Анансаванне «бліжэйшай будучыні» ажыццяўляецца з дапамогай акалічнасцяў (прыслоўяў і словазлучэнняў): *хутка, у бліжэйшыя хвіліны, адразу пасля. У праграме «Радыёфакт» можна выдзеліць два тыпы анонса:*

- 1) на пачатку праграмы;
- 2) паміж інфармацыйнымі блокамі.

Першы тып анонса можна аднесці да больш пашыранага. Ён уключае ў сябе ключавыя тэмы праграмы, а таксама анансуе дайджэст спартыўных падзей: *«З прыцэлам на будучыню. Падвядзем вынікі рэферэндуму-2022. Якая праца была праведзена і што будзе далей? Спытаем экспертаў; Якія пытанні гучалі ў адрас кіраўніка дзяржавы на ўчастку № 1? Акцэнт не толькі на ўнутрыпалітычную сітуацыю; Як прайшоў рэферэндум у сталіцы і рэгіёнах – нашы карэспандэнты сабралі самае галоўнае і цікавае; На шляху да міру. Ці адбыліся абяцаныя перамовы дэлегацый з Масквы і Кіева? Сітуацыю на гэты час абмяркуем з аналітыкам у прамым эфіры; а таксама дайджэст падзей спорту ў бліжэйшую гадзіну».*

Утрымлівае адрасата і актуальная інфармацыя пра надвор'е, якая агучваецца 5 разоў за гадзіну (пасля пашыранага анонса, пасля кожнага інфармацыйнага блока і напрыканцы праграмы). Важна адзначыць, што ў «Радыёфакце» існуе адпаведны парадак інфармацыі ад сіноптыкаў. Так, пасля 1-га і 3-га інфармацыйных блокаў (прыкладна ў 7:15 і 7:45 адпаведна) гучыць інфармацыя пра геамагнітную сітуацыю для метэазалежных слухачоў, а пасля 2-га інфармацыйнага блока (прыкладна ў 7:30) агучваецца прагноз надвор'я на бліжэйшыя суткі.

Для стварэння ўмоў дыялагічных зносін важныя такія фактары, як увага слухачоў, да якога журналіст павінен пастаянна апеліраваць. На думку М. Л. Макарава, сучаснае інфармацыйнае радыё становіцца камунікатыўна арыентаваным, асноўным спосабам яго параметрызацыі выступаюць мадэлі дыялагічнага ўзаемадзеяння. «Кодавая мадэль, якая працуе па прынцыпе адпраўнік паведамлення – атрымальнік, першапачаткова ўласцівая радыё як каналу перадачы інфармацыі, істотна карэктуюцца аўтарамі і ўмовамі дыскурсу» [29, с. 35]. У анонсе праграмы «Радыёфакт» можна ўбачыць тактыку далучэння слухача да ўдзелу ў камунікацыі праз выказванні *«падвядзем вынікі», «спытаем экспертаў», «нашы карэспандэнты», «сітуацыю абмяркуем».* Падобныя схемы дазваляюць рэалізаваць камунікатыўную стратэгію ўключэння ў дыялог і ўтрымання адрасата. Радыёкамунікацыя накіроўваецца на кантакт з кожным слухачом.

Важным складнікам інфармацыйна-аналітычнай праграмы «Радыёфакт» з'яўляецца радыёрэпартаж. Па сваёй сутнасці, гэта мікратэкставая адзінка – сінтэтычны жанр. Рэпартаж можа ўключаць у сябе элементы замалёўкі, інтэрв'ю, каментарыя. «Тэкст радыёрэпартажу павінен арганічна злучаць усе гэтыя фрагменты. Яны павінны ўзаемадзеінічаць, “іграць” на раскрыццё галоўнай тэмы матэрыялу» [42, с. 86]. «Мастацтва радыёрэпартажа, – піша тэарэтык і практык рэпартажу Ю. Летуноў, – заключаецца ў тым, што ён павінен у падзеі выбраць такія моманты ці свядома паставіць герояў у такую

сітуацыю, каб яны раскрыліся максімальна ярка і поўна, а галоўнае, натуральна і арганічна» [28, с. 111].

У большасці сваёй рэпартажы «Радыёфакта» прысвячаюцца актуальнай грамадска-значнай падзеі. Так, у праграме за 24-га сакавіка журналіст Антон Васюкевіч анансаваў круглы стол «Беларусь-Пакістан», запісаны ў Вялікай студыі Беларускага радыё. Асноўных задач для карэспандэнта было дзве: зацікавіць слухача, каб ён настроіў радыёхвалю менавіта падчас круглага стала, і расказаць пра развіццё двухбаковых адносін паміж краінамі. Матэрыял можна пазначыць такімі ключавымі словамі, як *узаемадзеянне, эканоміка, Пакістан*. Рэпартаж характарызуецца наяўнасцю агульнаўжывальных тэрмінаў і словазлучэнняў (*Палітычны дыялог; Беларусь разглядае рынак як перспектывы і доўгатэрміновы; Мастацтва, культура і літаратура могуць адыгрываць не менш важную ролю*). Для персаніфікацыі цытат і дакументальных запісаў (сінхронаў) у радыёрэпартажы заўсёды прысутнічаюць уласныя імёны, якія часцей за ўсё ўжываюцца ў складзе канструкцыі: *расказаў Пасол Ісламскай Рэспублікі Пакістан у Беларусі Саджад Хайдэр Хан*. Спачатку дзеяслоў *расказаў* акцэнтуюе ўвагу на тым, што ў хуткім часе будзе дакументальны запіс ці цытацыя, затым – пасада, імя і прозвішча спікера. Такі парадак прысутнічае і ў астатніх канструкцыях. Для разнастайнасці пры ўжыванні дзеясловаў выкарыстоўваюцца сінонімы (*падкрэслівае, каменціруе, падзяліўся*). Гэты рэпартаж можна аднесці да дынамічных, «сінхроны» не выходзяць за межы 40 секунд, мова вылучаецца строгасцю выкладу, прастатой паведамлення, дакументальнасцю. Жанравыя рысы радыёрэпартажу таксама прысутнічаюць. Эканомнае выкарыстанне лексікі – адзін з тых элементаў, які фарміруе сучаснае радыёмаўленне. Удаляе параўнанне, метафары дапамогуць больш дакладна зразумець тыя ці іншыя падзеі/факты, чым строгая сістэма аргументаў і доказаў. На думку В. В. Багуслаўскай, інтэрактыўнасць і дыялагізацыя адыгрываюць усё больш значную ролю, бо «асноўнае патрабаванне да працэсу спараджэння тэксту заключаецца ў яго здольнасці падахвочваць суразмоўцу да актыўнасці» [4, с. 150].

Сярод рубрык «Радыёфакта», якія фарміруюць дыялагічную структуру праграмы, неабходна выдзеліць рубрыку «Госць Радыёфакта». Яна можа выходзіць як у прамым эфіры, калі госць прысутнічае непасрэдна ў студыі, так і ў фармаце запісу, калі вядучы загадзя запісвае спікера. У рубрыцы, як структурнай адзінцы праграмы, ёсць відавочная асаблівасць – працягласць матэрыялу ў эфіры значна даўжэйшая, чым, напрыклад, рэпартажу. А калі госць у прамым эфіры – назіраецца нелінейная мадэль камунікацыі ў фармаце «вядучы» – «спікер» – «слухач». У гэтай сітуацыі, на думку Л. І. Ермалёнкінай, удзельнікі радыёкамунікацыі сутыкаюцца з такімі ўмовамі вядзення дыялогу, як

стыхійнае разгортванне гутаркі, непадрыхтаванасць да рацыянальнага абмеркавання падтэм, якія ўзнікаюць спантанна, адсутнасць часу на абдумванне... Частая змена мадэльных планаў вызначаюць такую якасць радыёмаўлення, як гутарковасць [14, с. 19].

У гэтай інтэрпрытацыі радыёдыкурс арыентаваны на стварэнне «гіпертэкставага» асяроддзя, якое аб'ядноўвае вуснае і пісьмовае маўленне, размывае функцыі аўтара і чытача. Такой камунікатыўнай устаноўцы адказвае роля «мадэратара», пасярэдніка паміж падзеяй і аўдыторыяй, таго, хто здольны кіраваць цікавасцю слухачоў, арганізоўваць тэкстуру гутаркі. Дзеля дасягнення падобнай мэты не заўсёды абавязкова быць кампетэнтным носьбітам інфармацыі, значна больш важным становіцца эффект яе рознааспектнага прадстаўлення. Як прыклад эфір праграмы «Радыёфакт» за 14 студзеня. Мадэратарам эфіру выступіў вядучы Павел Лазовік, гасцяй праграмы стала дэпутат Палаты прадстаўнікоў Людміла Макарына-Кібак. Цэнтральнай тэмай размовы стала сацыяльная палітыка, але закранулі і разгортванне падзей вакол сітуацыі ў Казахстане. «У якасці прыёмаў, якія правакуюць падобнае развіццё дыялогу, часта выкарыстоўваецца заклік да суразмоўцы» [14, с. 19]: *«Мы как раз обсуждали ситуацию в Казахстане, реакцию других стран, в т. ч. белорусского народа. Вы тоже, наверное, следили...»*. У гэтым выпадку дыялагічнасць размовы арганізуецца дзякуючы такому параметру камунікацыі, як перасаніфікацыя. Апошняя, у сваю чаргу, падштурхоўвае да ацэнчнай інтэрпрытацыі падзей канкрэтнай асобай, як вынік – рэакцыя суразмоўцы: *«Конечно же, эта ситуация, я считаю, из рамок вон выходящих. Пострадал мирный народ, мы понимаем, что были применены политтехнологии»*.

Устаноўка на персаніфікацыю і інтэрпрэтацыю падзеі праз меркаванне суразмоўцы знаходзіць свой працяг у камунікатыўнай тактыцы сумеснага мадэлявання падзеі, прамалёўцы яе контураў праз ацэнку ці прагноз. Так, у размове з Л. Макарынай-Кібак журналіст П. Лазовік прапануе абмеркаваць пытанні гарантавання міжнароднай бяспекі на перспектыву: *«Сейчас, чтобы ситуация стабилизировалась и помощь была оказана и странами ОДКБ, и сегодня политическая воля руководства Казахстана своевременно была проявлена для стабилизации обстановки. Нужно ведь быть готовыми к развитию каких-либо событий... И вчера, на сессии ОДКБ, политики подчеркивали, что это не остановится и будет приобретать новые формы. Как обезопаситься в будущем, как полагаете?»* Л. Макарына-Кібак: *«Я считаю, что ОДКБ среагировало – это позволило стабилизировать обстановку. А для того, чтобы в других странах это не происходило, это ежедневный труд каждого человека по сохранению мира и стабильности. Самое главное для человека – это мир в стране, здоровье, возможность развиваться»*

экономике...» – лагчына сцвярджаць, што пытанне вядучага да госця адразу наводзіла да аналітычнай ацэнкі сітуацыі. Аднак пытанне не зададзена спецыялісту ў галіне міжнароднай палітыкі ці ваеннаму эксперту. Такім чынам, вектар ацэнкі быў змешчаны на мадэліраванне меркавання на больш агульных тэзісах: «мир», «стабільная эканоміка», «труд каждого человека».

Такім чынам, у гэтым выпадку, інфарматыўна-сэнсавы аб'ём канструяванай спікерам сітуацыі вызначаецца сродкамі канатацыі, ацэнкі, інтэрпрэтацыі. У цэлым можна казаць аб тым, што ствараецца сітуацыя, калі размываюцца межы паміж фактам і інтэрпрэтацыяй, калі парушаецца строгасць супрацьпастаўлення намінацыйнага і камунікацыйнага бакоў дыскурсу.

Абагульняючы вышэйадзначанае, можна зрабіць вынік, што «Радыефакт», будучы прыкладам інфармацыяна-аналітычнага радыёдыскурсу, дэманструе пранікненне гутарковых элементаў у кадыфікаваную літаратурную мову. Разам з тым, праект паказвае поліфункцыянальнасць сучаснага радыёмаўлення і адлюстроўвае стратэгічную задачу медыякамунікацыі – забеспячэнне дыялогу з адрасатам. З улікам развіцця тэхналогій на сёння найважнейшую ролю ў гэтым адыгрывае інтэрнэт, які стварыў новую камунікацыйную прастору.

2.2. Эфірны вобраз інфармацыйных выпускаў «Навін»

Цікавай асаблівасцю эфірнай сеткі Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё з'яўляецца колькасць інфармацыйных выпускаў «Навін». Па буднях «Навіны» выходзяць на пачатку амаль кожнай эфірнай гадзіны (выключэнні 03:00, 07:00, 08:00, 16:00, 19:00, 20:00, 21:00). У суботу і нядзелю расклад падобны на будённы, але інфармацыйных выпускаў значна менш.

На хвалі айчыннага радыё структура выпускаў навін стандартная. Яна будзецца паводле прынцыпу «перакуленай піраміды». Наконт гэтага віду вёрсткі Ю. У. Ключоў адзначае: «апавяданне разгортваецца ад найбольш важных паведамленняў да найменш важных. Значнасць і важнасць паведамленняў становяцца галоўным прыярытэтам у расстаноўцы інфармацыйных паведамленняў. Размяшчэнне падзей у іх прыярытэтнасці фарміруе паслядоўнае інфрамаванне аўдыторыі аб найбольш істотных навінах дня. У механізме вёрсткі па прынцыпе перакуленай піраміды найбольш моцна задзейнічаны прафесійныя, інтэлектуальныя і інтуіцыйныя якасці работніка СМІ. Сацыяльная значнасць інфармацыі для аўдыторыі і грамадства з'яўляецца адпраўной кропкай у прыярытэтнасці выбару асобных паведамленняў, фарміравання выпуску ў цэлым» [23, с.108].

Англіійскія даследчыкі Пол Чантлер і Пітар Сцюарт вылучылі пэўныя правілы падачы навін:

- голас вядучага павінен гучаць выразна і выклікаць давер аўдыторыі;
- голас не павінен раздражняць слухача і не павінен рэзаць яго слых;
- у эфіры трэба распавядаць гісторыю, даць жыццё словам, якія напісаны на паперы;
- журналісту неабходна ўмець валодаць інфармацыйнай палітрай дня;
- хуткасць і стыль маўлення павінны адпавядаць агульнаму стылю гучання перадач на канкрэтнай радыёстанцыі;
- у любой навіне трэба знаходзіць нешта асаблівае або нечаканае;
- неабходна вылучаць галоўнае з дапамогай націскаў, калі іх не выкарыстоўваць, слухач не зразумее вядучага;
- назвы гарадоў, вуліц, раёнаў павінны быць вымаўляцца без памылак;
- журналіст павінен выконваць хранаметраж праграмы;
- трэба заўсёды правяраць і загадзя праслухоўваць запісаныя аўдыяролікі, аўдыякліпы, рэпартажныя сюжэты, перш чым даваць іх у эфір [51, с. 117–208].

Істотнымі кампанентамі інфармацыйных выпускаў на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё з'яўляюцца сігналы дакладнага часу, пазыўныя, джынгля, фонавая музыка. Аналізуючы структуру выпускаў, можна вылучыць відавочныя асаблівасці: пасля сігналаў дакладнага часу журналіст называе актуальны час у краіне (*«У Беларусі 10 гадзін», «у Беларусі поўдзень» і г. д.*), пасля апошняй навіны рэкламуецца адзін з электорных сэрвісаў Беларускага радыё і анансуецца наступны выпуск навін (*«Наступны інфармацыйны выпуск у 19 гадзін. Больш цікавага на нашым YouTube-канале: глядзіце, стаўце лайкі і падпісвайцеся», «застаецца нагадаць, яшчэ больш інфармацыі – на сайце: радыё.бел. Пра развіццё падзей апоўдні» і г. д.*).

У інфармацыйных выпусках на Першым нацыянальным традыцыйна па характары падачы можна вылучыць некалькі відаў матэрыялаў:

- выключна тэкставая інфармацыя;
- тэкст вядучага і дакументальны аўдыязапіс карэспандэнта;
- тэкст вядучага і ўключэнне карэспандэнта.

Так, у выпуску «Навін» за 2 мая 2022 года (Дадатак А) журналіст Павел Лазовік выкарыстоўвае і тэкставую інфармацыю, і дакументальныя матэрыялы журналістаў. Голас журналіста на працягу інфармацыйнага выпуску гучыць выразна, ёсць лагічныя націскі: *«У Год гістарычнай памяці Міністэрства па надзвычайных сітуацыях запаўняе белыя старонкі доблесці і славы воінаў Вялікай Айчыннай вайны. Пра гэта ў праекце АТН «Пытанне нумар адзін» раскажаў кіраўнік ведамства Вадзім Сіняўскі. Праведзена вялікая архіўная работа. І ўстаноўлена, што 8 Герояў Савецкага Саюза былі пажарнымі. Прычым іх подзвігі памятае не толькі беларуская зямля! А цяпер імёны воінаў-*

пераможцаў унісаны і ў гераічную гісторыю беларускіх ратавальнікаў: на дамах, дзе жылі ці працавалі героі, ўстановяць мемарыяльныя дошкі». У гэтай навіне заўважаецца яшчэ адна асаблівасць фармату працы вядучага навін на радыё – работа з крыніцамі інфармацыі. Павел Лазовік выкарыстоўвае спасылку на АТН (Агенцтва тэлевізійных навін Белтэлерадыёкампаніі).

Ацэньваючы інфармацыйны выпуск «Навін», які падрыхтаваў Павел Лазовік, можна адзначыць лаканічнае выкарыстанне слоў, што неабходна на радыё. «Падводкі» да сінхронаў не расцягнутыя, змяшчаюць асноўную інфармацыю.

Традыцыйна на заканчэнні інфармацыйнага выпуска агучваецца інфармацыя ад сіноптыкаў. Звесткі размяшчаюцца наступным чынам:

1. абагульненая інфармацыя пра надвор'е па краіне;
2. інфармацыя пра тэмпературу паветра ў абласных цэнтрах;
3. абагульненая інфармацыя пра надвор'е ў сталіцы;
4. фактычная інфармацыя пра надвор'е ў сталіцы.

У залежнасці ад часу выхаду ў эфір пункты 1-3 маюць пэўныя асаблівасці. Так, з 6 гадзін раніцы да 13 гадзін гучыць прагноз надвор'я «на сёння», а з 14 да 23 на наступныя суткі, таксама ў 6 і 9 гадзін раніцы агучваецца інфармацыя для метэадчувальных людзей.

Значнае месца ў інфармацыйных выпусках на радыё займае гукавое афармленне. З новага эфірнага сезона на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё «Навіны» пачалі выходзіць з новым гукавым суправаджэннем, якое надае голасу вядучага дынамічнасць і рытмічнасць. Так званая «ўпакоўка» праграмы мае лагічную структуру:

1. Countdown. Зваротны адлік пачынаецца за 15 секунд перад эфірам «Навін». Знаёмы сігнал прыцягвае ўвагу слухача;

2. Сігналы дакладнага часу. Нязменная традыцыя Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё апавяшчаць слухачоў пра пачатак новай гадзіны праз так званыя «пікі». Радыёканал адзіны ў краіне, дзе гучыць сігнал «эталоннага гадзінніка»;

3. Джынгл праграмы. Гукавая візітная картка праграмы;

4. Музычны фон. Важны складнік сучаснага радыёэфіру, які надае маўленню вядучага дынаміку;

5. Скарочаны джынгл. Дазваляе слухачу зразумець, што інфармацыйны выпуск скончаны і далей яго чакае інфармацыя пра надвор'е.

Усе гэтыя фактары складаюць пэўны вобраз выпускаў «Навін» на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё. Інфармацыйныя выпускі – «шкілет» радыёканала. «Навіны» выконваюць асноўную задачу радыё – інфармаваць.

2.3. Лінейна-структурныя тактыкі ў праекце «Актуальны мікрафон»

Падача інфармацыі ў фармаце дыялогу падсвядома здымае мяжу афіцыйнасці, і фарміруецца адчуванне таго, што з кожным слухачом ідзе размова, выстройваюцца сяброўскія або прыяцельскія адносіны. Інфармацыя можа быць не толькі забаўляльнай. Да дыялагічнасці музычных і забаўляльных праграм беларускі слухач прывык даўно – гутарковыя шоу, асабліва ў ранішні час, ёсць на кожнай радыёстанцыі. Праект «Актуальны мікрафон» прадстаўляе пляцоўку для размовы на розныя тэмы: палітыка, эканоміка, сацыяльнае і культурнае жыццё. Аўтары прапануюць размову з цікавымі гасцямі ў прамым эфіры па буднях у 12:05. Гісторыя праграмы сягае да 70-х гадоў мінулага стагоддзя: менавіта тады і пачалі выходзіць першыя выпускі «Актуальнага мікрафона».

З цягам часу нязменнай застаецца адкрытасць аўтараў і гасцей праекта да камунікацыі са слухачамі (змяняюцца толькі формы). Так, традыцына прымаюцца тэлефанаванні ў студыю, працуе смс-партал. З нядаўняга часу вядучыя праекта зачитваюць меркаванні і пытанні гледачоў стрымаў на YouTube-канале Беларускага радыё. Цяпер «Актуальны мікрафон» выходзіць у прамым эфіры як на радыёхвалях, так і ў інтэрнэт-прасторы ў відэафармаце. Гэта дазваляе сцвярджаць: на сёння «Актуальны мікрафон» мае гіпертэкстуальную аснову.

Функцыянаванне медыятэксту «адначасова ў некалькіх вымярэннях: вербальным, медыйным і гіпертэкстуальным» [12, с. 49] пашырае ўяўленне пра ўласцівасці радыётэксту і становіцца галоўнай падставай для кваліфікацыі яго як гіпертэксту. Апошні з названых Т. Г. Дабрасклонскай узровень «вымярэння» карэлюецца з паняццем нелінейнасці тэксту і звязаны з глабальнымі зменамі інфармацыйна-камунікатыўнага асяроддзя.

Гіпертэкстуальнасць дыскусійна-аналітычнага праекта «Актуальны мікрафон» – добрая падстава для вывучэння лінейна-структурных тактык дыялагізацыі дыскурсу вядучымі праекта, а таксама падтрымкі дыялогу па ланцужку. Вывучаць дыкурс дыялогу ў праекце «Актуальны мікрафон» на ўзроўні канчатковага медыяпрадукту дазваляе архіў на сайце Беларускага радыё, які змяшчае як графічныя, так і аўдыяварыянты праграм.

Звяртаючыся да метадыкі Л. У. Шайміевай [53, с. 333], пры аналізе медыятэкстаў праекта «Актуальны мікрафон» вызначаны тыповыя маўленчыя тактыкі, характэрныя для вядучых Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё (табл. 3).

Тыповыя маўленчыя тактыкі, характэрныя для вядучых
Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё

Маўленчая тактыка	Прыклад
Прадстаўленне суразмоўцаў і самавызначэнне	20.04.2022, Алена Давідовіч: <i>«Дзень добры. Вас вітаюць вядучыя сённяшняга выпуску Надзея Лысенка і я, Алена Давідовіч. У студыі прамога эфіру наш эксперт – палітолаг, загадчык аддзела сацыялогіі і дзяржаўнага кіравання Інстытута сацыялогіі НАН Беларусі, кандыдат філасофскіх навук Мікалай Шчокін».</i>
Фармулёўка тэмы, яе ўдакладненне вядучымі на працягу праграмы	29.03.2022, Дзмітрый Рубашны: <i>«Якая сітуацыя склалася на рынку харчавання зараз, ці паўплываюць санкцыі на структуру і геаграфію беларускага экспарту?»</i> , <i>«Давайте отталкиваться не от пандемии, а от сегодняшней ситуации... Россия, Украина – крупнейшие производители продовольствия... Насколько обоснованы опасения, что может возникнуть дефицит?»</i>
Апеляцыя да слухачоў як да экспертаў па пытанні, якое абмяркоўваецца, далучэнне слухачоў да абмекравання тэмы	06.05.2022, Дзмітрый Рубашны: <i>«Каб пазваніць у студыю – запішыце нумар «317-97-21», таксама чакаем вашыя смс-пытанні, кароткі нумар для СМС – 1062 і сачыце за трансляцыяй у YouTube. На канале Беларускага радыё таксама можна пакінуць каментарый».</i> Павел Лазовік: <i>«Вопросов будет много... оптоволокно, домашний интернет, цифровое ТВ в разных населенных пунктах. Думаю, с этими вопросами стоит обратиться к нашему гостю как вам удобно...»</i>
Прадстаўленне і каменціраванне пазіцыі слухачоў/гледачоў	18.04.2022, Алена Швайко: <i>«Исходя из тех документов, которые вы перечислили, слушатель спрашивает: программа социально-экономического развития страны, она, в принципе, тоже учитывает развитие бизнеса...».</i> 14.04.2022, Павел Лазовік: <i>«В мене</i>

	<i>новостей, если кратко пройтись... Слушатели спрашивают: что волнует белорусов больше всего, какие темы... Где больше всего идёт фидбек... Говорят, хотелось бы больше от людей мнений, рассказов от народа».</i>
Згода з меркаваннем эксперта і ўдакладненне зместу размовы	30.03.2022, Алена Давідовіч: <i>«Ну, это если смотреть глобально и вперед. Но мы же видим, что антироссийские санкции привели, фактически, к энергокризису в Европе. Говорят об ожидаемом продкризисе. Видимо, санкции повлияли и на мировые финансовые рынки...»</i>

Як можна ўбачыць, аўтары праекта «Актуальны мікрафон» імкнуцца дабіцца сінтэзу камунікатыўных прыёмаў: захоўваючы аналітычны дыскурс, далучаць слухачоў да абмеркавання актуальных тэм праз розныя спосабы камунікацыі. Вядучы робіць акцэнт на тым, наколькі актуальнае і значнае пытанне, якое адрасавана слухачом. Вядучыя праекта, якія дапусцілі памылку, абавязкова папраўляюць адзін аднаго ў прамым эфіры, акцэнтуюць увагу на правільным варыянце.

Варта спыніцца на «круглых сталах», якія час ад часу гучаць на хвалі Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё ў межах праекта «Актуальны мікрафон». Падобны фармат Н. Г. Несцерава акрэслівае як аналітычнае ток-шоу, якое «будуецца на камунікатыўным узаемадзеянні некалькіх удзельнікаў, вынікам такога ўзаемадзеяння становіцца палілог у радыёэфіры» [34, с. 132].

Для аналізу возьмем эфір праекта «Актуальны мікрафон» у фармаце круглага стала за 1 красавіка 2022 года. Праграма мае назву «На шляху інтэграцыі» і прымеркавана да Дня яднання народаў Беларусі і Расіі. У ролі вядучых, тых, хто вядзе і кіруе палілогам, выступаюць журналісты Таццяна Гулейка і Павел Лазовік. Яны на працягу эфіру вызначаюць стратэгічны і тактычны план, «рэжысіруюць» і кантралююць парадак мікратэм, узаемасувязь паміж мікратэмамі і галоўнай тэмай і г. д.

Структурна пачатак «круглала стала» не адрозніваецца ад звычайнага эфіру: вядучыя абвешчаюць праграму, удзельнікаў, адно аднаго. Падчас увядзення тэмы, вядучыя імкнуцца забяспечыць набліжэнне палілогу да натуральнай гутаркі, калі рэалізуецца больш ці менш свабоднае абмеркаванне пазначаных пытанняў:

- П. Лазовік: *«На гэтым тыдні вельмі шмат падзей звязаных з Саюзнай тэматыкай. Літаральна ў гэтыя хвіліны ўручэнне Кіраўніком дзяржавы ўзнагарод СД. Таксама на тыдні візіт губернатара Пензенскай вобласці ў*

нашу сталіцу і, безумоўна, значныя дзелавыя сустрэчы, перагаворы... Усё гэта напярэдадні важнай даты, якую мы будзем адзначаць сумесна».

Спроба абгрунтавання тэмы паказвае на яе актуальнасць, на важнасць для таго, хто гаворыць, і суразмоўцаў:

- Т. Гулейка: *«Особый день в судьбе народов и второго апреля – День единения народов Беларуси и России»;*
- П. Лазовік: *«Ну, нужно сказать, что дата знаменательна, и это пример развития интеграции на всём постсоветском пространстве»;*
- Т. Гулейка: *«Мы прошли немалый путь интеграции. Спектр достижений широк: от освоения космоса до строительства БелАЭС».*

Рэгулятарам развіцця гутаркі ў праекце «Актуальны мікрафон», як і адзначалі раней, у рамках праграмы выступае радыёведучы як удзельнік камунікацыі. У яго руках знаходзіцца камунікатыўная ініцыятыва. Гэта тычыцца не толькі тэмы, але і арганізацыі размовы ў цэлым. У прыватнасці, ён прадстаўляе ўдзельнікаў праграмы: *«На союзную тематику дискутируем сегодня мы в Большой студии Дома радио. С удовольствием представляем гостей программы...»*. Далей ідзе пералік запрошаных спікераў, затым – развіццё палілогу на зададзеную тэматыку. Цікава заўважыць, што вядучыя не імкнуцца дамінаваць у гутарцы, а імкнуцца даць свабоду адрасату, прапаноўваючы яму ролю спікера. У выніку вядучыя і эксперты, запрошаныя ў студыю госці, ствараюць адзіную камунікатыўную прастору.

На прыкладзе «круглых сталоў» Беларускага радыё можна ўбачыць, як у палілогу аналітычнай радыёпраграмы змена тэмы не дапускаецца, але ёсць яе зрух і пашырэнне. Журналіст П. Лазовік маркіруе гэты момант так: *«Большое спасибо за комментарий... Но всё-таки хотелось отойти в сторону...»*

Вядучыя Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё, у прыватнасці праекта «Актуальны мікрафон», валодаюць такімі камунікатыўнымі навыкамі, як уменне мадэрыраваць гутарку, далучаць аўдыторыю да абмеркавання тэмы размовы з дапамогай sms і званкоў у эфір, але разам з тым актуальнымі застаюцца традыцыйныя каштоўнасці маўленчай культуры радыё – дарэчнае і дакладнае выкарыстанне слова, наяўнасць індывідуальнага моўнага ладу.

2.4. Радыёблог як сродак журналісцкай камунікацыі

«Радыёблог», як згадалася ў першай частцы дыпломнай работы, адносна новая форма працы на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё. Аўтарамі гэтай праграмы выступаюць найбольш кампетэнтныя журналісты. Форма нарыса дазваляе расказаць пра надзвычай цікавыя і

павучальныя рэчы. Стваральнікі радыёблагаў імкнуцца пашыраць палітычны круггляд слухача, грунтуючыся на фактычным матэрыяле, дакументальна паказваць, як мадэрнізуецца грамадства, краіна і свет.

Форма радыёнарыса сама па сабе складаная з’ява. Журналіст, ствараючы медыятэкст, выкарыстоўвае метады навуковага даследавання і вобразнага адлюстравання рэчаіснасці. Для аналізу быў абраны радыёблог «Паралелі» журналіста Дзмітрыя Рубашнага (Дадатак Б). Матэрыялы аўтара карыстаюцца вялікай папулярнасцю ў сацыяльных сетках. Паказчык гэтага – рэакцыі ў каментарыях. Прааналізуем адзін з апошніх матэрыялаў: «Паралелі. Страшны сон для гаспадароў еўрапейскіх кватэр».

У радыёнарысе ўзаемасувязі пісьмовага і вуснага маўлення рэгулююцца патрэбамі жанру. Іх структурнае адзінства, узаемадзеянне, супадпарадкаванне абумоўлены адзінай скіраванасцю гэтых маўленчых формаў на больш яркі і глыбокі мастацка-публіцыстычны паказ чалавека і падзеі. У сваім радыёблогу Дзмітрый Рубашны імкнецца праз пэўныя звароты да слухача наладзіць агульную камунікацыйную прастору з аўдыторыяй: *«Уявіце сабе дзіўную сітуацыю: вы вярнуліся з адпачынку і не можаце трапіць дадому»*. Увесь радыёблог гучыць як цэльнае апавяданне.

Аналізуючы «Радыёблогі» Дзмітрыя Рубашнага, можна сцвярджаць: для медыятэкстаў гэтага аўтара характэрна нефармацыйная функцыя і функцыя ўплыву. Аўдыторыя акунаецца ў эмоцыі аўтара журналісцкага твора, становіцца ўдзельнікам маўленчага эфірнага ўзаемадзеяння, здольная рэагаваць на тое, што адбываецца ля мікрафона. Так, аўтар выкарыстоўвае такія канструкцыі: *«Часта гэта мігранты, якія не хочуць жыць у сацыяльным жыллі, а самавольна займаюць больш камфортнае»*, *«Такіх гісторый было шмат пасля крызісу 2008 года і цяпер»*, *«паліцыя з-за дзіўных законаў не можа аказаць дапамогу»*. Падкрэсленыя сэнсавыя маркёры – дэманстрацыя асабістай пазіцыі па канкрэтным пытанні як прыватнага меркавання. Гэта дазваляе дыферэнцыраваць суб’ектыўнае стаўленне вядучага і аб’ектыўную значнасць праблемы, якую агучвае аўтар. Змякчаючы катэгарычнасць высноў, вядучы дазваляе суразмоўцу па той бок радыёпрыёмніка мець сваё меркаванне па пытаннях, што абмяркоўваюцца. У рэалізацыі і ўспрыманні станоўчай або адмоўнай ацэнкі не апошняю ролю адыгрываюць голас, інтанацыя, лагічны націск.

Радыёблогі на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё дазваляюць прасачыць тэндэнцыі ўзаемадзеяння калектыву рэдакцыі з канвергентнымі тэхналогіямі. Апошнія дазваляюць ператварыць радыёслухача ў слухача і чытача адначасова. Слова, якое гучыць на радыёхвалі, дапаўняецца іншымі знакавымі сістэмамі, радыёпраграма набывае ўласцівасць палікодавасці.

Так, праект «Радыеблог» публікуецца на афіцыйным сайце Беларускага радыё, у сацыяльных сетках (у сетцы «ВКонтакте» ў фармаце падкастаў). Пасля размяшчэння праграмы на сайце павышаецца яе эмацыйны градус: «Радыеблогі» маюць яркія загалоўкі, выкананыя ў сенсацыйнай манеры, і стаўка робіцца на імгненнае эмацыйнае ўспрымання слухачом інфармацыі, якая паступае: *«Паралелі. Страшны сон для гаспадароў еўрапейскіх кватэр», «Розгалас. Бэтмен як культурная зброя амерыканскай палітыкі», «Роздум. З цэлым народам гутарку весці...», «Не – плоту на мяжы! Я так думаю, а вы?» і інш.*

2.5. Маўленчая кампетэнтнасць вядучых забаўляльнага эфіру на Першым нацыянальным

Аўтары праекта «**Раніца з Беларускім радыё**» пазіцыяніруюць праграму як ранішні інфармацыйна-музычны канал [39]. Праграма выходзіць у эфір па буднях з 8 да 10 гадзін. Аснову гэтага тыпу вяшчання складаюць цікавая «лёгкая» інфармацыя, жартоўныя дыялогі, музычныя застаўкі, джынгля, адбіўкі, рубрыкі, смс-прывітанні, што фактычна правацыруе, «патрабуе» ад вядучых адступлення ад некаторых нормаў, абавязковых для выканання ў іншых СМІ. Т. Г. Вінакур ацэньвае гэты від маўленчай задумкі як «фатыку», якая мае на мэце «пераважна самі зносіны» [11, с. 136]. Прыкладам рэалізацыі фатычнай функцыі камунікацыі з'яўляецца фарамт smalltalk [43].

Маўленчую кампетэнтнасць вядучых «**Раніцы з Беларускім радыё**» можна характарызаваць як тэматычна сфакусаваную, сацыякультурна абумоўленую маўленчамысленчай дзейнасцю і спецыфікай забаўляльнага радыёдыскурсу. Аўтары праекта першапачаткова пазіцыянуюць сябе як калектыў, які гарантуе высокапрафесійны забаўляльны і цікавы кантэнт: *«Цікавая інфармацыя, пазнавальныя рубрыкі, бадзёрыя вядучыя, рытмічная музыка – усё гэта «Раніца з Беларускім радыё». Па буднях у 8:05»* (эфірны анонс праекта «**Раніца з Беларускім радыё**»).

Рамкі маўленчай кампетэнтнасці вядучых у гэтым выпадку вызначае задача вытворчасці інфармацыйна-забаўляльнага медыятэксту. Радыевядучы ў прамым эфіры павінен ствараць аўтарскі тэкст, крэалізаваны па фактуры, дыялагічны па прыродзе, а па тэматычнай дамінанце яго можна аднесці да медыятопікаў, якія аб'ядноўваюць у сабе шэраг розных тэм.

Камунікатыўная задумка задае набор маўленчых прыёмаў, трансфармуе межы моўнай нормы, дыктуе выбар тых ці іншых вербальных сродкаў. Камунікатыўная ўстаноўка радыёвядучага шмат у чым залежыць ад прафесійнай ролі журналіста на радыё. У выпадку праекта «**Раніца з Беларускім**

радыё» вядучы выконвае ролю забаўляльніка, спрыяючы рэлаксацыі аўдыторыі. Эфектыўная камунікацыя ў праграме прадугледжвае здольнасць радыёвядучых падтрымліваць (ці імітаваць) ажыўлены, нязмушаны дыялог на агульнацікавыя тэмы са слухачамі, якія не ставяць сабе на мэце атрымаць інфармацыю, а слухаюць праграму для падтрымання музычнага або гутарковага займальнага «фону». Такім чынам неінфарматыўная гутарка складае аснову камунікацыі ў гэтай праграме.

У сваім артыкуле «Маўленчая гульня ў маўленні вядучых радыёпраграм» Т. П. Куранава адзначае, што «першае ўражанне, якое ўзнікае ў чалавека, які ўпершыню пачуў гаворку вядучага інфармацыйна-музычнай праграмы, – гэта, як правіла, здзіўленне ад таго, як доўга можна гаварыць, калі сказаць, па сутнасці, няма чаго» [25, с. 213]

Спецыфіка маўленчых зносін каманды «Раніцы з Беларускай радыё» шмат у чым абумоўлена часам выхаду праграмы – гэта ранішні прайм-тайм, які закліканы дапамагчы бадзёра пачаць дзень. Адсюль і асаблівыя формы вітання са слухачамі: *«16 мая! Сонечная, прыгожая раніца. Напэўна, такім жа будзе і дзень. Ну, а ў кампаніі з Беларускай радыё будзе ўсё прыемна. Як заўсёды, у бліжэйшыя 2 гадзіны «Раніца з Беларускай радыё». Разам з вамі будуць Андрэй Сініца, Настасся Ермалюк і Віталь Цішчанка. Будзем разам!»* (16.05.2022); *«Нашы прывітанні і ўсім бадзёрага настрою, у бліжэйшыя дзве гадзіны мы, Святлана Мятлева, Таццяна Гулейка і нашы гукарэжысёр Віталь Цішчанка. Нашы пажаданні бадзёрай раніцы! Сёння, як і заўсёды, раніца будзе насычанай: шмат цікавага раскажуць нашы калегі, ды і спяваць будзем. Бо дзе песня, там і настрой! Звычайна ён узнёслы і душэўны – якраз тое, што патрэбна раніцай, каб дзень быў удалым!»* (16.02.2022).

Музычныя застаўкі пераплятаюцца ў эфіры з маўленнем вядучых, якія анансуюць падзеі, чытаюць смс-паведамленні, размаўляюць з гасцямі эфіру. Дамінавальнай камунікатыўнай стратэгіяй у такіх выпадках з'яўляецца падахвочванне да дзеяння, прыцягненне ўвагі, актыўнае ўключэнне аўдыторыі. Рэалізоўваецца стратэгія з дапамогай выкарыстання такіх тактык, як *запрашэнне слухаць эфір* (ці іншым чынам удзельнічаць у перадачы), *анонс праграмы* або яе асобных кампанентаў (рубрык, гасцей), тактыка *запрашэння да сумеснага дзеяння*, якая рэалізуецца дзякуючы шаблонным выказванням («давайце мы», «заставайцеся з намі», «давайце разам»), выкарыстанне дзясловаў загаднага ладу («дасылайце СМС-паведамленні», «пішыце нам» і інш.), тактыка *самапрэзентацыі вядучых*, *эмацыйна наладжвальныя тактыкі, дыялогавыя тактыкі*.

У рамках праекта «Раніца з Беларускай радыё» вядучыя таксама агучваюць анонсы мерапрыемстваў, падзей і г. д. Яны складаныя тым, што

патрабуюць вылучэння адной з падзей такім чынам, каб заяваць увагу аўдыторыі, якая слухае радыё для забавы і мала сканцэтравана. У фатычны тэкст далучаецца інфармацыйны кампанент, і вядучы павінен пераключыць аўдыторыю «на запамінанне».

Важным камунікатыўным навыкам выступае і ўменне сарціраваць, адбіраць і прадстаўляць у эфіры дасланыя смс-паведамленні. У кожным выпуску «Раніцы з Беларускай радыё» ёсць адзіная тэма, якая вядзе рэй ва ўсёй камунікацыі са слухачамі праграмы. Вядучым неабходна ахапіць усе тэксты дасланых смс-паведамленняў, бо асобныя звароты могуць быць па-за межамі маўленчай нормы. У такіх выпадках вядучыя аджартоўваюцца, хутка імправізуюць, пераводзячы паведамленне ў рамкі дапушчальнага.

У праграме «Раніца з Беларускай радыё» гаворка вядучых спантанная, яна максімальна збліжаецца з рэмоўнай. У рэпліках дапушчальныя неалагізмы, жаргонныя, слэнгавыя выразы, прастамоўныя словы, гутарковыя часціцы, выклічнікі.

Неабходна адзначыць: незалежна ад прадмета абмеркавання, структурнага падзелу шоу ад вядучых патрабуецца нязменна жыццярэдасны і нязмушаны тон маўлення. «Збліжэнне з аўдыторыяй» часцей за ўсё дасягаецца праз дэманстратыўнае «спрашчэнне» маўлення, але, разам з тым, назіраецца нешматлікае выкарыстанне прастамоўных лексем і зваротаў, маладзёжнага слэнгу. Хутчэй за ўсё, гэта звязана з мэтавай аўдыторыяй канала і праграмы «Раніца з Беларускай радыё» ў прыватнасці. Так, узрост слухачоў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё +35 гадоў, г. зн. аўдыторыя больш дасведчана і падрыхтавана да ўспрымання інфармацыйнага складніка праграмы. Такім чынам, вядучыя праекта «Раніца з Беларускай радыё», з аднаго боку, захоўваюць маўленчую культуру, а з іншага – вядуць «лёгкую» размову ў жывым эфіры і развіваюць сваю маўленчую індывідуальнасць.

Дзякуючы адзінай ўсталёўцы на натуральнасць, ранішні інфармацыйна-музычны канал «Раніца з Беларускай радыё» ўспрымаецца не як набор выпадковых паведамленняў, уключаючы рэкламныя аб'явы, музычныя кампазіцыі, інфармацыйны блок «Навін», а як цэласны радыётэкст, арыентаваны на ўзаемадзеянне са слухачамі.

Адпаведныя камунікатыўныя тактыкі, усталёўкі на пазітыўны настрой і структуру можна назіраць і ў дзённым праекце «**Настрой!**», які выходзіць у эфір штодня з 13 да 15 гадзін.

У выніку забаўляльныя праекты Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё пазіцыянуюць сябе як шоу, якія прадугледжваюць актыўны інтэрактыў са слухачом, наяўнасць у студыі запрошанага госця ці гутаркі з радыёслухачом праз смс. Такім чынам, асноўнай задачай радыёвядучых у

рамках забавляльнага радыёдыскурсу цяпер з'яўляецца прыцягненне ўвагі слухачоў з дапамогай розных сродкаў. Менавіта жанр свецкай гутаркі (smalltalk) дае прастор вядучым для творчасці, не абмяжоўвае іх у тэмах, якія абмяркоўваюцца.

2.6. Дыстрыбуцыя кантэнту Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё ў сацыяльных сетках

З улікам развіцця ў масмедыя такой якасці, як канвергентнасць, цікавым становіцца даследванне медыятэкстаў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё ў сацыяльных сетках, у прыватнасці ў Telegram-канале «Радио_1». На сёння менавіта яму надаецца павышаная ўвага з боку адміністратараў сацыяльных сетак Беларускага радыё. Па-першае, гэта звязана з колькасцю пастоў (у акаунтах сацсетак іх значна менш), па-другое – разнастайнасцю кантэнту.

Як адзначае В. І. Іўчанкаў, «у выніку канвергенцыі ў мультымедыйным паведамленні адбываецца актыўнае ўзаемадзеянне вуснага і пісьмовага элементаў. Паступова нівеліруецца строгая сацыяльная іерархія паміж пісьмовай формай існавання мовы і вуснай... Сёння ўсё часцей у поле даследаванняў уваходзіць трэцяя форма – віртуальная... Відавочна прасочваецца тэндэнцыя да фарміравання асаблівай формы гаворкі – па-за функцыянальных стыляў. Выстройваюцца новыя мадэлі камунікацыі, якія руйнуюць каноны так званага лінейнага тэксту» [18, с. 343].

Нелінейны тэкст прадстаўлены ў Telegram-канале «Радио_1» наборам розных «схем» мультымедыйнага кантэнту. Умоўна, яго можна падзяліць на некалькі тыпаў:

- *Тэкставая нататка.* Ужываецца без дадатковых мультымедыйных кампанентаў, невялікая па памеры, мае інфармацыйны, «навінавы» характар;
- *Тэкставая нататка з ілюстрацыяй.* Для гэтага тыпу кантэнту характэрна анонсаванне, тэматычны фотаздымак, гіперспасылка на іншы рэсурс;
- *Відэаролік з тэкставым дапаўненнем.* Часцей за ўсё гэта меркаванне ўдзельніка радыёэфіру, эксперта. Відэаролік характарызуецца невялікім хранаметражом, наяўнасцю «цітраў» са звесткамі пра спікера, а таксама лагатыпам Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё. Тэкставае суправаджэнне прадстаўлена загалоўкам, цытатай, інфармацыяй пра сітуацыю, дзе журналіст запісаў каментарый (прамы эфір, выязное мерапрыемства і г. д.), інфармацыяй пра спікера (пасада, імя і прозвішча). Пасты ў Telegram-канале «Радио_1» арыентаваны на хуткае ўспрыманне,

большасць з іх па жанры – падзейныя нататкі, асноўны змест якіх факталагічны. Падобныя медыятэксты П. П. Жаўянровіч характарызуе як «матэрыялы групы інфармацыйных паведамленняў, яны знаёмяць наведвальніка з падзеямі без лішніх каментарыяў і ўяўляюць сабой блокі навін на радыё і тэлебачанні» [15, с. 43]. Дадатак В дыпломнай працы добра адлюстроўвае тэндэнцыю інтэрнэт-дыскурсу на экспрэсіўнасць пры публікацыі інфармацыі ў Telegram-каналах. Тлумачыцца гэта імкненнем аўтараў публікацый прыцягнуць увагу да навіны ці каментарыя, зрабіць так, каб у мадэратараў іншых рэсурсаў з'явілася жаданне зрабіць «рэпост» публікацыі. Так, Дадатак В-1 – гэта заява Следчага камітэта, апублікаваная 18 мая 2022 года. Яскравая асаблівасць гэтай публікацыі – наяўнасць трох каляровых эматыконаў у выглядзе маланак, што сведчыць пра жаданне аўтара паказаць тэрміновасць навіны.

Характэрнай рысай вербальнага складніка для публікацый у Telegram-канале «Радио_1» з'яўляецца наяўнасць гіперспасылак, якія дазваляюць пры жаданні карыстальніка больш дэталёва азнаёміцца з навіной. Так, у анонсах прамых эфіраў праекта «Актуальны мікрафон» заўсёды ўжываецца гіперспасылка на прамы эфір праграмы ў YouTube. А ў публікацыі спецпраекта «Героі Перамогі» ёсць адразу некалькі цікавых асаблівасцей, характэрных для сучаснага інтэрнэт-дыскурсу: аўтар ужывае тэматычны хэштэг #героі_перамогі (дазваляе карыстальніку прасцей адшукаць тэматычныя матэрыялы), гіперспасылку на тэкставую версію спецпраекта на сайце Беларускага радыё і акцэнт у выглядзе «монашырыннага тэксту», каб прыцягнуць увагу да слоў «унікальных запісаў».

Такім чынам, у новай сітуацыі канвергентнасці медыя ўзнікае магчымасць атрымліваць аднолькавае паведамленне праз розныя формы камунікацыі (тэкст, аўдыё, відэа). У выніку «размываецца стылістычная прыналежнасць тэксту, жанры інтэгруюцца, тэкст існуе ў адзіным асяроддзі і дзякуючы спасылкам мае ўласцівасць праглядацца ўглыб (гіпертэкст)» [18, с. 344].

Высновы па 2-й главе:

У другой частцы нашага даследавання, дзякуючы тэарэтычнай базе айчынных і замежных лінгвістаў, журналістаў, мы прааналізавалі матэрыялы аўтараў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

На прыкладзе медыятэкстаў айчынных радыёжурналістаў назіраюцца тэндэнцыі, характэрныя для сусветнай медыясуольнасці – канвергентнасць, комплексная падрыхтоўка да выдачы матэрыялу, пошук новых форм і метадаў працы «каля мікрафона».

Журналісты Беларускага радыё знаёмяць слухачоў з асноўнымі падзеямі ў

палітычным, эканамічным, грамадскім, культурным і спартыўным жыцці краіны, а таксама з выкарыстаннем пэўных камунікатыўных стратэгий імкнуцца ствараць інтымную абстаноўку са слухачом падчас забаўляльнага эфіру.

Праца журналістаў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё адпавядае агульнапрынятым нормам радыёжурналістыкі. Нягледзячы на хуткасць часу, з'яўленне новых сродкаў масавай камунікацыі, радыё дае цудоўную магчымасць атрымліваць інфармацыю ў рэжыме рэальнага часу, выкарыстоўваючы новыя сродкі ўзаемадзеяння са слухачамі.

ЗАКЛЮЧЭННЕ

Маўленне чалавека – гэта люстэрка яго душы, адлюстраванне яго думак. Работніку любога СМІ, і асабліва аўдыявізуальнага сектара, важна не толькі тонка адчуваць кан'юнктуру мімалётных, «хуткіх» запытаў аўдыторыі, але і разумець, што кожнае выступленне ў масавай камунікацыі фарміруе яго прафесійную культуру, грамадскую і прафесійную рэпутацыю, адбываецца на далейшым жыццёвым шляху, уплывае на развіццё журналісцкай кар'еры. Дзякуючы прафесіяналізму (універсалізму) радыёжурналістаў, і сама аўдыторыя атрымлівае яскравыя ўзоры радыёдыялогу і імкнецца ім адпавядаць як у выпрацоўцы грамадзянскай пазіцыі, так і ў фарміраванні агульнакультурнага густу.

У дыпломнай працы вызначана сутнасць паняцця радыёмаўлення, яго дыялагізацыя як асноўная тэндэнцыя радыёдыскурсу. Працэс зносін з дапамогай радыё з'яўляецца жывым, дынамічным, арыентаваным на суцэльнае адлюстраванне рэчаіснасці. Сучасны свет перапоўнены інфармацыяй. Кожную хвіліну адбываецца мноства падзей, пра якія можна зрабіць матэрыял у радыёэфіры. На аснове аналізу крыніц вылучаны агульныя моўна-стылістычныя рысы радыёмаўлення. Сучасны матэрыял на Першым нацыянальным канале Беларускага радыё вылучаецца пэўнымі стылістычнымі асаблівасцямі. Яны абумоўлены мэтамі жанру і спецыфікай радыёжурналістыкі.

На сёння да эфірнага слова прад'яўляюцца высокія патрабаванні, якія вызначаюцца такімі фактарамі, як сітуацыя, сфера зносін, характар перадаванай інфармацыі, адрас слухача/гледача і г. д. Стылеўтваральнымі рысамі радыёмаўлення з'яўляюцца спалучэнне экспрэсіі і стандарту, дакументальна-факталагічная дакладнасць, лагічнасць, накіраванасць на слухача, вобразнасць, выразнасць, сцісласць. У апошнія гады адзначаецца полістылістычнасць, фактычнае размыванне публіцыстычнага стылю, назіраецца дэмакратызацыя літаратурнай нормы, набліжэнне яе да размоўнага і прафесійнага маўлення.

Характар кантакту радыёвяшчання і аўдыторыі не быў заўсёды аднолькавы, а гістарычна мяняўся. Фактарам змены структуры маўленчай стратэгіі ўнутры дыскурсу становіцца перш за ўсё ўзрастанне ролі інтэрактыўнай журналістыкі, што ўспрымаецца як асноўны спосаб прыцягнення увагі аўдыторыі і ўцягванне яе ва ўласную дыскурсіўную прастору. У сваю чаргу, сучасны публічны дыялог прайшоў праз сацыякультурныя трансфармацыі інстытута масавай інфармацыі, якія адбываліся на мяжы стагоддзяў і працягваюць адбывацца.

Вывучана жанравая дэферэнцыяцыя тэкстаў на радыё, якая фарміравалася на працягу значнага часу. Дыферэнцыяцыя жанраў залежыць ад асаблівасцяў і

мэт публіцыстычных выступленняў, увесь спектр якіх накіраваны на пашырэнне дыяпазону ўздзеяння на аўдыторыю. Створаныя яшчэ ў мінулым стагоддзі інфармацыйныя, аналітычныя і дакументальна-мастацкія жанры радыёжурналістыкі не страчваюць актуальнасці і сёння. Аднак журналісты шукаюць новыя формы падачы матэрыялу, пры гэтым захоўваючы традыцыі, закладзеныя сапраўднымі майстрамі радыёжурналістыкі.

Прааналізаваўшы матэрыялы журналістаў Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё, можна зрабіць выснову, што іх праца адпавядае агульнапрынятым нормам радыёжурналістыкі. Нягледзячы на хуткасць часу, з'яўленне новых сродкаў масавай камунікацыі, радыё дае цудоўную магчымасць атрымліваць інфармацыю ў рэжыме рэальнага часу. Аўтары праектаў «Радыёфакт», «Актуальны мікрафон» выкарыстоўваюць камунікатыўныя стратэгіі, якія садзейнічаюць дыялагізацыі медыятэкстаў. Маўленне аўтараў праектаў успрымаецца як спантаннае, запланаваныя ацэнкі фактаў і падзей падаюцца так, нібыта нараджаюцца «тут і цяпер». Аўтары гэтых праектаў валодаюць такімі камунікатыўнымі навыкамі, як мадэрацыя гутаркі, далучэнне аўдыторыі да абмеркавання тэмы праграмы, адпраўкі смс-паведамленняў і г. д. У інфармацыйных выпусках «Навін» журналісты Першага нацыянальнага выкарыстоўваюць лаканічныя фармулёўкі і выразы. З абнаўленнем гукавога афармлення «Навіны» набылі больш арыгінальнае і дынамічнае гучанне, што адпавядае сучасным патрабаванням да радыё і радыёмаўлення. Журналісты паказваюць падзеі ў дынаміцы, у цэнтры медыятэкстаў – самыя яркія і эмацыйна насычаныя моманты. Пры гэтым аўтары не толькі выразна апісваюць дзеянне, але і адсочваюць усе яго павароты і калізій.

На прыкладзе медыятэкстаў айчынных радыёжурналістаў пацвярджаюцца тэндэнцыі, якія характэрныя для сусветнай медыясупольнасці, – канвергентнасць, комплексная падрыхтоўка да выдачы матэрыялу, пошук новых форм і метадаў працы «каля мікрафона». Гэта добра бачна на прыкладзе праграмы «Радыёблог», які адначасова выходзіць у эфір у фармаце радыёперадачы і публікуецца ў сацыяльных сетках, на сайце ў фармаце падкастаў. Слова, якое гучыць на радыёхвалі, дапаўняецца іншымі знакавымі сістэмамі, радыёпраграма набывае ўласцівасць палікодавасці.

Журналісты Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё знаёмяць слухачоў з асноўнымі падзеямі ў палітычным, эканамічным, грамадскім, культурным і спартыўным жыцці краіны, а таксама імкнуцца, з выкарыстаннем пэўных камунікатыўных стратэгій, ствараць інтымную абстаноўку са слухачом падчас забаўляльнага эфіру ў межах праектаў «Раніца з Беларускім радыё» і «Настрой!». Аўтары наладжваюць кантакт з мэтавай аўдыторыяй, упэўнена

валодаюць моўнымі тактыкамі, якія ляжаць у аснове розных жанраў.

Структура радыёмаўлення семантычна празрыстая, не адцягвае ўвагу ад фактаў. У разгледжаных матэрыялах выкарыстоўваюцца агульнавядомыя і зразумелыя шырокай масе вобразныя сродкі – метафары, параўнанні, фразеалагізмы, якія дапамагаюць аўтарам медыятэкстаў разнастайных жанраў дасягнуць запланаванай мэты і найвышэйшага перлакутыўнага (уплывовага) эфекту. Выпрацоўка ў слухача праз радыёмаўленне павялічвае гістарычнага мінулага, прапаганда стваральнай працы кожнага на сваім працоўным месцы, пашырэнне палітэдукацыі ідэалогіі беларускай дзяржаўнасці – галоўныя кірункі ў працы Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Бахтин, М. М. К методологии гуманитарных наук / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1979. – С. 361–373, 409–412.
2. Бахтин, М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках (опыт философского анализа) [Электронный ресурс] / М. М. Бахтин. – Режим доступа: <http://www.lingvotech.com/baxtin>. – Дата доступа: 13.03.2022.
3. Бернштейн, С. И. . Язык радио. – М. : Наука, 1977 . – 47 с .
4. Богуславская, В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В. В. Богуславская. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 280 с.
5. Боженова, Д. М. Радиоочерк в современном радиоэфире / Д. М. Боженова, Н. Ю. Топчий // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы : материалы III Всероссийской научно-практической конференции, 19 сентября 2012 г. / под ред. В. В. Барабаша. – М. : Российский ун-т дружбы народов, 2012. – 202 с
6. Бонч-Бруевич, В. Д. Ленин и радио / В. Д. Бонч-Бруевич // Радиослушатель. – 1928. – № 9.
7. Босый, П. Н. Современная радиоречь в аспекте успешности / неуспешности речевого взаимодействия: дис. ... канд. филол. наук / П. Н. Босый. – Томск, 2006. – 206 с.
8. Максимов, В. И. Русский язык и культура речи : учебник / В. И. Максимов. – М. : Гардарики, 2001. – 413 с.
9. Васильева, Т. В. Курс радиотелевизионной журналистики / Т. В. Васильева, В. Г. Осинский, Г. Н. Петров. – СПб. : Спецлит, 2004. – 288 с.
10. Васильева, Л. В. Делаем новости! / Л. В. Васильева. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 190 с.
11. Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М. : Наука, 1993. – 172 с.
12. Добросклонская, Т. Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики / Т. Г. Добросклонская // Медиалингвистика. – 2015. – № 1 (6). – С. 45–56 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://medialing.ru/massmedijnyj-diskurs-v-sisteme-medialingvistiki/>. – Дата доступа : 22.05.2022.
13. Дускаева, Л. Р. Язык и стиль электронных СМИ // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред М. Н. Кожиной. – 2-е изд , испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 696 с.
14. Ермоленкина, Л. И. Диалог как дискурсообразующий фактор

информационного радио / Л. И. Ермоленкина // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 18–23.

15. Жаўняровіч, П. П. Медыятэкст пастоў радыё- і тэлеканалаў у сацыяльнай сетцы Facebook / П. П. Жаўняровіч // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2019. № 2. – С. 40–48.

16. Зарва, М. В., Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: Произношение в радио- и телевизионной речи: справочное пособие / М. В. Зарва. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 376 с.

17. Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов (XXI век: информация и общество) / Л. М. Землянова. – М.: МГУ, 2004. – 416 с.

18. Ивченко, В. И. Конвергентность в медиа (к опыту создания учебного словаря) / В. И. Ивченко // Журналістыка-2018: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. 15–16 лістап. 2018 г., Мінск. – Мінск: БДУ, 2018. – С. 342–345.

19. Иссерс, О. С. Взаимодействие дискурсов и кодов в современной русской коммуникации / О. С. Иссерс // Русский язык и литература в международном образовательном пространстве: современное состояние и перспективы: II Междунар. конф. к 55-летию преподавания русского языка в Испании, Гранада, 8–10 сентября 2010 г. – Гранада, 2010. – Т. 1. – С. 116–120.

20. Іўчанкаў, В. І. Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В. І. Іўчанкаў. – Мінск: БДУ, 2003. – 257 с.

21. Карпенко, И. И. Радиовещание в интернете: формы вещания, специфика профессиональной деятельности журналистов, новые направления развития / И. И. Карпенко // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология, журналистика. – 2009. – № 1. – С. 150–158.

22. Касевич, В. Б. Семантика. Синтаксис. Морфология / В. Б. Касевич. – М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1988. – 309 с.

23. Ключев, Ю. В. Радиожурналистика. Основы профессии: учеб. пособие / Ю. В. Ключев. – СПб.: Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2015. – 151 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/NGhq4>. – Дата доступа: 11.05.2022.

24. Ключев, Ю. В. Публицистичность радиоречи / Ю. В. Ключев // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия «Филология, история, востоковедение». – 2015. – №2 (61). – С. 89–95.

25. Куранова, Т. П. Языковая игра в речи ведущих радиопрограмм / Т. П. Куранова // Ярославский педагогический вестник. – 2010. – № 1. – С. 213–

217.

26. Лебедева, Т. В. Жанры радиожурналистики : учеб.е пособие / Т. В. Лебедева. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 224 с.
27. Ленін, У. І.Творы / У. І Ленін. Т. 26
28. Летунов, Ю. А. Время. Люди. Микрофон / Ю. А. Летунов . – М. : Искусство, 1974. – 279 с.
29. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.
30. Мельник, Г. С. Методы журналистики / С. Г. Мельник, М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во В А Михайлова, 2006 – 272 с
31. Митрофанов, Н. Н. Радио Октября: День за днем... / Н. Н. Митрофанов. – 2-е изд., доп. – М. : Политиздат, 1980. – 124 с.
32. Муратов, С. А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений) / С. А Муратов. – М., 2000. – 108 с.
33. Нестерова, Н. Г. Радиодискурс и радиотекст: к вопросу о специфике / Н. Г. Нестерова // Системное и асистемное в языке и речи. – Иркутск, 2007. – С. 377–382.
34. Нестерова, Н. Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект). – Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. – 320 с.
35. Новиков, К. Ю. Радиорепортёр и радиорепортаж в ХХІ веке История и трансформация жанра, перспективы профессии / К. Ю. Новиков. – М. : Изд-во ВК, 2005 – 88 с.
36. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении : Сборник документов и материалов. – М. : Мысль, 1972. – 635 с.
37. Основы творческой деятельности журналиста / ред-сост С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание : СпбИВЭСЭП, 2000 – 272 с
38. Радиожурналистика : учебник для студ. вузов, обуч. спец. «Журналистика» / Н. С. Барабаш [и др.] ; под ред. А. А. Шереля. – 2-е изд. – М. : Высшая школа, 2002. – 478 с.
39. Сайт Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу : <http://radio1.by/>. – Дата доступу : 02.05.2021.
40. Семенова, О. Р. Структурно-тематические особенности новостных выпусков на современном радио / О. Р. Семенова, Ю. Б. Костякова // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова / Министерство образования и науки Российской Федерации, Хак. гос. ун-т им. Н. Ф. Катанова. – Абакан : Изд-во Хак. гос. ун-та им. Н. Ф. Катанова, 2012. – С. 78–82.
41. Серль, Дж. Р. Что такое речевой акт / Дж. Р. Серль ; пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Б. Ю. Городецкий. – М., 1986. –

Вып. 17: Теория речевых актов.– С. 151–169.

42. Смирнов, В. В. Жанры радиожурналистики : учеб.пособие для студ. вузов, обуч. по напр.и спец. «Журналистика» / В. В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 288 с.

43. Степыкин, Н. И. Small talk как стереотип вербального поведения // Н. И. Степыкин // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Языковое существование человека и этноса. – 2010. – № 5 (584). – С. 207–217.

44. Стральцоў, Б. В. Асноўныя творчыя метады ў журналістыцы / Б. В. Стральцоў. – Мінск : БДУ, 2000. – 71 с.

45. Стылістыка: мова, маўленне і тэкст [Электронны рэсурс] : матэрыялы V Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 100-годдзю заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. М. Я. Цікоцкага, Мінск, 23–24 лют. 2022 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал. : В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2022.

46. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика: Познавательнопсихологический подход / А. А. Тертычный. – М., 1998. – 212 с.

47. Тупикова, С. Е. Развитие бытового речевого этикета как функционально-семантической универсалии : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. Е. Тупикова. – Волгоград, 2003. – 17 с.

48. Халина, Е. В. Особенности активной интеракции на современном разговорном радио / Е. В. Халина // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2. – С. 18–19.

49. Храмова, А. Н. Особенности радиоречи / А.Н. Храмова // Вестник МГУП. Сер. Языкознание. – 2013. –Вып. 6. – С.147–150.

50. Цікоцкі, М. Я. Стылістыка беларускай мовы : вучэб. дапам. для фак. Журналістыкі / М. Я. Цікорцкі. – 2-е выд., перапрац. і дап. – Мінск : Універсітэцкае, 1995. – 294 с.

51. Чантлер, П. Основы радиожурналистики / П. Чантлер, П. Стюарт ; пер. с англ. Г. В. Кочегаровой ; под ред. Т. Н. Яковлевой-Нельсонпер. – М.: ГИТР, 2008. – 334 с.

52. Шаймиева, Л. В. Прагматика диалогизации и диалогичности радиоречи / Л. В. Шаймиева // Вестник Башкирского университета. – 2012. – Т. 17, № 3. – С. 1342-1345.

53. Шаймиева, Л. В. Стратегии и тактики диалогизации дискуссионного радиодискурса / Л. В. Шаймиева // Вестник челябинского государственного педагогического университета. – 2020. № 3– С. 333–345.

54. Шостак, М. И. Журналист и его произведение : практическое пособие / М. И. Шостак. – М. : ТОО «Гендальф», 1998. – 96 с.

Дадатак А – Выпуск «Навін»

У Беларусі 18 гадзін.

(адбіўка)

ВЯДУЧЫ: З выпускам «Навін» Павел Лазовік, добры дзень! У Год гістарычнай памяці Міністэрства па надзвычайных сітуацыях запаўняе белыя старонкі доблесці і славы воінаў Вялікай Айчыннай вайны. Пра гэта ў праекце АТН «пытанне нумар адзін» раскажаў кіраўнік ведамства Вадзім Сіняўскі. Праведзена вялікая архіўная работа. І ўстаноўлена, што 8 Герояў Савецкага Саюза былі пажарнымі. Прычым іх подзвігі памятае не толькі беларуская зямля! А цяпер імёны воінаў-пераможцаў ўпісаны і ў гераічную гісторыю беларускіх ратавальнікаў: на дамах, дзе жылі ці працавалі героі, установаць мемарыяльныя дошкі.

СІНХРОН:*«Сегодня из истории ясно и очевидно: такой трагедии, которой была ВОВ, таких потерь, которые понес белорусский народ на современной географической территории Беларуси — их никогда не было. Очень жаль, что уходят ветераны. Они не смогут рассказать о своих переживаниях, о той трагедии. Важно сегодня через историческую призму, через современную историю Беларуси сохранить этот островок стабильности и спокойствия, в условиях угроз».*

ВЯДУЧЫ: Эстафета памяці «Беларусь памятае. Памятаем кожнага» стартуе сёння ў самым сэрцы сталіцы – каля сімвала Перамогі – легендарнага танка Т-34. Лідары маладзёжнай арганізацыі ўскладуць кветкі да помніка воінам-вызваліцелям ў Год гістарычнай памяці і 77-ую гадавіну Вялікай Перамогі. Мерапрыемствы эстафеты пройдуць ва ўсіх кутках Беларусі. Важным элементам старту патрыятычнага праекта стане дыялог пакаленняў «Кветкі Вялікай Перамогі» ў Рэспубліканскім доме моладзі.

За пуцёўку на абласны этап «Арляня». Гарадскі этап ваенна-патрыятычнай гульні збярэ 4 мая ў Магілёве 10 школьных каманд, а гэта 120 удзельнікаў. Спаборніцтва будзе ўключаць ваенізаваную эстафету, конкурс па страявой падрыхтоўцы, ваенна-спартыўны конкурс, арыентаванне на мясцовасці і інтэлектуальны квіз-турнір. Пераможцы атрымаюць права прадстаўляць Магілёў на абласным этапе гульні.

Гродзенская універсітэцкая клініка паспяхова сумяшчае медыцынскую дзейнасць і адукацыйную. Некалі пілотны праект, даказаў сваю эфектыўнасць. Пры стварэнні клінікі за аснову ўзяты лячэбныя, адукацыйныя і доследныя функцыі. Акрамя таго на базе клінікі ўдалося стварыць моцную лячэбна-дыягнастычную базу. Адзначыў галоўны ўрач Гродзенскай універсітэцкай клінікі Сяргей Лазарэвіч.

СІНХРОН:*«Время показало, что проект себя оправдал. Если взять показатели за предыдущий год — пролечено более 30 тыс. пациентов. Ежедневно выполняется около 80 операций. Их них не менее 20% высокотехнологичных. Клиника развивается, благодаря взаимодействию с сотрудниками университета. Не смотря на тяжелые времена вырос экспорт медицинских услуг на 160%».*

ВЯДУЧЫ: Нацыянальны мастацкі музей Беларусі 6-га мая прэзентуе экспазіцыю «Залаты век беларускага іканапсу. 17-ае стагоддзе». Упершыню так маштабна будуць прадстаўлены беларускія абразы, сакральная мастацкая спадчына гэтага перыяду. Расказвае куратар праекта, мастак Юрый Піскун.

СІНХРОН:*«Гэта вельмі ваджная выстава. У ей упершыню прадстаўлены творы не толькі з Нацыянальнага мастацкага музея, але яшчэ з трох беларускіх нацыянальных музеяў. І гэтыя музеі дазволілі нам стварыць аб'ёмную выстаўку, прысвечаную толькі аднаму стагоддзю ў гісторыі наша мастацтва».*

ВЯДУЧЫ: Наступны інфармацыйны выпуск у 19 гадзін. Больш цікавага на сайце радыё.бел

Дадатак Б – Радыёблог Дзмітрыя Рубашнага

Уявіце сабе дзіўную сітуацыю: вы вярнуліся з адпачынку і не можаце трапіць дадому, таму што ў вашай кватэры жывуць чужыя людзі, якія змянілі замкі і не пускаюць на парог. На жаль, гэта стала рэальнасцю для некаторых краін, дзе на фоне пандэміі набірае абароты сквотынг — самавольнае засяленне ў чужое жыллё.

Гэта стала магчымым з-за асаблівай мясцовага заканадаўства. Выселіць захопнікаў можна толькі праз суд, а ён у некаторых выпадках апраўдвае такія дзеянні: лічыцца, што любы чалавек мае права на жыллё. Такая праблема ў Еўропе існавала і раней, але цяпер яна стала больш турбаваць уладальнікаў нерухомасці, якія з-за закрытых межаў і іншых каранавірусных абмежаванняў вымушаны пакідаць свае дамы і кватэры без нагляду. Пасля таго, як шэраг краін Еўропы аслабілі каранцін і знялі абмежаванні на перамяшчэнні, уладальнікі нерухомасці сталі вяртацца на міжземнаморскія курорты. Некаторыя з іх былі шакіраваны — жыллё аказалася занята бяздомнымі.

Праблема сквотыngu актуальная для Вялікабрытаніі, Германіі, Іспаніі, Кіпра, Францыі і іншых краін. Засяляюцца ў чужыя дамы і кватэры нярэдка цэлымі сем'ямі. Захопнікі, як правіла, выхадцы з афрыканскіх краін і Усходняй Еўропы. Часта гэта мігранты, якія не хочуць жыць у сацыяльным жыллі, а самавольна займаюць больш камфортнае. Сярод захопнікаў не толькі замежнікі і маргіналы. Нярэдка гэта прадстаўнікі сярэдняга класа, якія не здолелі выплаціць крэдыт па іпатэцы. Яны застаюцца жыць у закладным жыллі, уносяць плату за камуналку. Многія так жывуць гадамі, перабіраюцца з адной кватэры ў іншую. Такіх гісторый было шмат пасля крызісу 2008 года і цяпер, падчас каранціну, зноў назіраецца ўсплёск самавольных засяленняў. Для такіх людзей – гэта крок адчаю.

Іспанскія «акупас» або захопнікі чужога жылля – страшны сон уладальніка нерухомасці. Асабліва, калі гэта яго адзінае жыллё. Можна ўварвацца ва ўласны дом сілай, але такі метад прывядзе ў паліцэйскі ўчастак самога ўласніка. Паліцыя таксама не мае права ўвайсці ў занятае кімсьці памяшканне. Нават калі ўладальнік прад'явіць усе неабходныя дакументы, яму не дазваляць забраць рэчы, калі «госць» не аддасць іх па сваім жаданні. Даходзіць да смешнага. Уласнік жылля выклікае паліцэйскіх, якія звоняць у кватэру. Калі за дзвярыма чуюць гукі людзей або жывёл, значыць, там хтосьці жыве і гэта дастатковая падстава, каб не ўваходзіць. Няшчаснага ўласніка накіроўваюць у суд.

Калі жыллё ў Іспаніі захоплена, на яго вызваленне патрабуецца нямала сродкаў і часу. Так, выдаткі на адвакатаў, натарыусаў, спецыялістаў па замках

складуць каля 30 тысяч еўра. А сам працэс высялення можа зацягнуцца на два гады. Судовы прыстаў апавяшчае сквотараў аб даце і месцы слухання. Суддзя выносіць рашэнне аб высяленні і выплаце гаспадару кампенсатыі за пражыванне. Пасля таго ёсць 15 дзён на абскарджанне. Па заканчэнні гэтага тэрміну прыстаў абавязкова павінен уручыць ордэр на высяленне. З моманту яго атрымання ў захопнікаў ёсць два месяцы, каб пакінуць памяшканне. Калі за гэты час яны не вызваляць дом, прыйдзеца звярнуцца да судовага прыстава па дазвол на выкарыстанне грамадскіх сіл. Пасля гэтага ён звязацца з паліцэйскім участкам для працэдуры высялення, а таксама слесарам для адкрыцця і замены дзвярных замкоў.

Праблему пагаршае тое, што захоп дамоў і кватэр стаў злачынным бізнесам. Усё часцей прымяняецца метада, калі «акупас», захапіўшы кватэру, самі тэлефануюць у паліцыю і паведамляюць, што знаходзяцца там ужо некалькі дзён, што робіць немагчымым тэрміновае высяленне без рашэння суда. Мафія выкарыстоўвае маламаёмасныя сем'і з маленькімі дзецьмі. Часта ім нават плацяць, каб нейкі час жылі ў чужой кватэры. Выгнаць сям'ю з непаўналетнімі законныя ўладальнікі і паліцыя могуць толькі з дапамогай сацыяльных службаў. Па такой прычыне высяленне адмяняецца, а за гэты час у кватэру трапляюць новыя шматдзетныя «госці», часцей за ўсё мігранты з Паўночнай Афрыкі.

Домаўладальнікі сталі сапраўднымі ахвярамі сітуацыі. Прычым паліцыя з-за дзіўных законаў не можа аказаць дапамогу. У некаторых іспанскіх гарадах мясцовыя жыхары былі вымушаны аб'яднацца, каб выгнаць бяздомных і гастарбайтараў з захопленых дамоў.

Самавольнае засяленне – біч усёй Еўропы. У апошні час захопліваюць не толькі жылыя квадратныя метры, але і офісы, у якіх, па сутнасці, ёсць усе ўмовы – пліта, канапа, халадзільнік, нават душавыя.

У адрозненне ад Іспаніі ў іншых еўрапейскіх краінах улады дзейнічаюць у дачыненні да захопнікаў чужой уласнасці больш рашуча. У Лондане група сквотараў самавольна засялілася ў асабняк расійскага мільянера. Гэта быў пяціпавярховы дом у адным з самых дарагіх раёнаў брытанскай сталіцы за 15 мільёнаў фунтаў стэрлінгаў. Там размясціліся каля 30 бяздомных, многія з якіх раней начавалі на вакзале. Зрэшты, пратрымаліся сквотары нядоўга, іх выселілі па рашэнні суда.

У Францыі пенсіянеры з Ліёна даведаліся, што іх дом у правінцыі заняла сям'я мігрантаў з дзецьмі. Суд устаў на бок гаспадароў, аднак яго рашэнне наўрад ці ўзрадавала. Пасля трох месяцаў цяжб пара змагла вярнуць свой другі дом, але той быў у жахлівым стане. За незаконнае засяленне ў чужы дом сквотары атрымалі восем месяцаў умоўна.

Дадатак В – Публікацыі ў Telegram-канале «Радио_1»

1.



2.

Радио_1

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ И ИНФОРМАТИЗАЦИИ
обсуждаем накануне профессионального праздника с
заместителем генерального директора РУП "Белтелеком"
АНДРЕЕМ ЖАРКЕВИЧЕМ.

Начинаем в 12:05

Актуальный микрофон / Прямой эфир

YouTube

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ И ИНФОРМАТИЗАЦИИ
Заместитель генерального директора РУП «Белтелеком»
АНДРЕЙ ЖАРКЕВИЧ – в программе «Актуальный микрофон»
ПАВЛА ЛАЗОВИКА и ДМИТРИЯ РУБАШНОГО....



3 1 1

1851 11:58

3.

Радио_1

09:35 🔊



#Героі_Перамогі

Васіль Мічурын – найстарэйшы Герой Савецкага Саюза

- У 23 гады ён атрымаў залатую зорку на пагоны і стаў самым маладым, запрошаным у Крэмль за высокай узнагародай;
- Вялікая Айчынная заспела курсанта Мічурына пад Мінскам;
- Вызваляў Баранавічы, Брэст і Гомель. Дайшоў да Варшавы і Берліна.

Тэкставая версія праекта ёсць [на сайце](#) Беларускага радыё

У спецыяльным дакументальна-гістарычным праекце ажывуць галасы герояў Вялікай Айчыннай вайны. Праект падрыхтаваны на аснове ўнікальных запісаў з фондаў Беларускага радыё.

@belradio_1

❤️ 4

👁 173 изменено 15:40