

ІНТЭРТЭКСТУАЛЬНАСЦЬ У СЕГМЕНЦЕ YOUTUBE

М. С. Цюцянкоў

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

*Навуковы кіраўнік – В. І. Іўчанкаў, доктар філалагічных навук,
прафесар*

Рэалізацыя механізмаў камунікацыі ў айчынным сегменце YouTube дае шырокія магчымасці для арганізацыі суб'ект-суб'ектных адносін. На кантэкстным узаемадзеянні адбываецца рэалізацыя маўленчых стратэгий, у аснову якіх закладзены інтэртэкстуальныя сувязі. У артыкуле пададзены дыскурсны аналіз інтэртэксту ў назвах да ролікаў, выкарыстанне яго ў тэксце пры імплікацыі камунікатыўнага кода.

Ключавыя словы: камунікацыя; інтэртэкст; культура інтэрнэт-маўлення; медыя; маўленчы акт.

INTERTEXTUALITY IN THE YOUTUBE SEGMENT

M. S. Tyutenkov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: M. S. Tyutenkov (tyutenkovmk@gmail.com)*

*Scientific supervisor – V. I. Ivchenkov, Doctor of Philology,
Professor*

The implementation of communication mechanisms in the domestic YouTube segment provides ample opportunities for the organization of subject to subject relations. Speech strategies are implemented on contextual interaction, which are based on intertextual connections. The article presents a discourse analysis of the intertext in video titles, its usage in the text while implying a communicative code.

Key words: communication; appeal; culture of Internet speech; media; speech act.

Міжтэкставае ўзаемадзеянне – адна з галоўных форм інтэртэкстуальнасці. Яна можа дасягацца пасродкам рэалізацыі інфармацыйнай, тэкстаўтваральнай і аўтэнтэчнай функцый. Кожная з іх можа дапаўняць формулу камунікатыўных тактык па-свойму і станавіцца ў адзіны ланцуг з асноўнымі параметрамі камунікатыўных стратэгий. Гэта напаўняе класічныя мадэлі камунікацыі высокачастотным выкарыстаннем экстралінгвістычных прыёмаў на розных этапах станаўлення і развіцця беларускай відэаблогасферы.

Інтэртэкстуальнасць прадугледжвае выкарыстанне пэўных тэкстаўтваральных кодаў, расшыфроўка якіх адбываецца ў медыятэксце ці ў яго фрагменце. Пры гэтым сучасная практыка паказвае, што тэксты беларускіх блогераў ці назвы ролікаў ужо могуць самі станавіцца інтэртэкстуальным кадаваннем інфармацыі, быць крыніцай для цытат, алюзій, рэмінісцэнцый, іншых інтэртэкставых адзінак, якія могуць выкарыстоўвацца ў розных сегментах маўлення на іншых каналах блогераў.

Такія інтэртэкстуальныя ўстаўкі ў маўленне іншых блогераў пры камунікацыі паміж аўтарам і гледачом ствараюць пэўны імідж і фарміруюць маўленчую тактыку для іншых аўтараў каналаў, што спрыяе развіццю карпаратыўнай этыкі на відэахостынгу.

Натуральна, інтэртэкст стварае дыялагічнасць ва ўласным тэксце аўтара. Інтэртэкстуальнае кадзіраванне можа станавіцца экспліцытным – калі чужыя словы замаркіраваны, аўтары даюць прамую спасылку на відэаблогера; і імпліцытным ці скрытым – кадзіраванне зразумела толькі гледачам, інфармацыя становіцца больш лакальнай для падпісчыкаў, а інтэртэкстуальны тэзаўрус будзе больш зразумелым выключна для відэаблогера і яго непасрэднай аўдыторыі. Такі іміджавы маўленчы тэзаўрус становіцца больш папулярным у сучасным асяроддзі. Блогеры могуць вітацца, звяртацца ці развітвацца з аўдыторыяй пэўнымі формамі, якія пасля становяцца ўжо трэндамі на YouTube, без якіх немагчыма ўявіць уласны канал.

Блогеры прыбігаюць да запазычвання формаў ветлівасці з аўдыторыяй. Традыцыйна інфлюэнсеры вітаюцца з падпісчыкамі словамі «усім прывітанне». Гэта стала класічным спосабам, але прыём інтэртэкстуальнасці надае розным формам камунікатыўных зносін магчымасці значна пашырыць маўленчыя стратэгіі ў размове з гледачамі.

Так, да катэгорыі інтэрнэт-камунікацыі адносіцца дыялагічнасць (рэалізацыя фатычнай функцыі), якую актыўна ўзаемадапаўняе

інтэртэкстуальнасць. Паміж гэтымі катэгорыямі шмат агульнага, аднак яны адрозніваюцца ў сваім накірунку. Таму гэты падвід дыялагічнасці арыентуецца, у першую чаргу, на ўзаемадзеянне маўленчых характарыстык адрасата і адрасанта, а інтэртэкстуальнасць прадугледжвае працэс міжтэкставага ўзаемадзеяння [1], які можа дасягацца праз назвы да відэаролікаў ці адсылак да тэкстаў іншых відэаблогераў, што трансліруюцца на каналах YouTube.

Сучасная медыясфера характарызуецца медыятыўнасцю [2], якая забяспечвае пасрэдніцтва паміж індывідам (аўтарам канала) і светам рэчаіснасці (падпісчыкамі). Пад гэтым феноменам разумеецца аднакавы камунікатыўны працэс у відэаблогасферы, у якім прадугледжваецца перабудова медыятэксту, накіраванага на ўзаемаразуменне першаснага інфармацыйнага камунікатыўнага кода. Змена кадзіравання адбываецца не спантанна, а пры зацікаўленасці розных сацыяльных груп у перцептыўным працэсе.

Феномен медыяцыі можна падзяліць на тры тэматычныя блокі, у якіх прасочваюцца камунікатыўна-прагматычныя інтэнцыі, што адбываюцца падчас інтэртэкстуальнага ўключэння ў медыякамунікацыю (Табліца).

Перцептыка праз медыяцыю

Блок	Апісанне
Сацыяльны	Фарміраванне грамадскага меркавання ў гледачоў, пабудова агульнай думкі: аўтар – глядач
Ментальны	Замацаванне ў гледачоў гістарычных норм і стэрэатыпных меркаванняў падчас прагляду відэароліка; фарміраванне індывідуальнай карціны свету
Камунікатыўны	Стварэнне і, галоўнае, падтрыманне даверу да аўтара сярод гледачоў, падпісчыкаў

На ўзроўні беларускага відэахостынга YouTube гэтыя блокі рэалізуюцца ў інтэнцыях фарміравання і стварэння інфармацыйнай і аксіялагічай карціны свету ў рэальным жыцці праз віртуальны кампанент, што надае ім большую актуальнасць для становячага вобраза медыятара (аўтара канала).

Працэс кадзіравання-дэкадзіравання інфармацыі актыўна пра-сочваецца не толькі ў вуснай размове блогера з гледачом, але і ў назвах да відэаролікаў. Гэты феномен адрозніваецца ад традыцыйных сродкаў масавай інфармацыі, у якіх інтэртэкстуальнасць першапачаткова была закладзена ў загаловачны кампанент і ў сам тэкст. Гэта значыць, што якасць падачы медыяматэрыялу на айчынным відэахостынгу ўзрастае не толькі ў мантажы і «карцінцы», але і ў адукацыйным накірунку. Сведчаннем службыць канал Ільдара Хабібуліна – «Ілдар Прыемны», на якім назвы ролікаў адрозніваюцца ад назваў іншага кантэнту. Напрыклад, ролік «Измены – друг познаётся в жене» [3], у якім аўтар акцэнтуюе ўвагу на здрады людзей у паўсядзённым жыцці, калі праглядае адзін з выпускаў расійскага ток-шоу на тэлебачанні. Неардынарная назва роліка адразу зацікавіць наведвальніка канала і «прымусіць» яго паглядзець, выказаць свае ўласныя меркаванні. Працэс камунікатыўнага акта можа тут лічыцца паспяховым пры ўмове, калі падпісчык ці глядач націсне «лайк» ці «дызлайк» або пакіне свой каментарый. У відэароліках з выкарыстаннем інтэртэкстуальных уставак заўважаецца тэндэнцыя большай актыўнасці, чым на кантэнце з простымі фармулёўкамі ў назвах.

Натуральна, канкрэтнае тэкстуальнае ўвасабленне назвы ролікаў дае магчымасць разглядаць кожны кампанент інтэртэкстуальнасці як адзінку дыскурснага аналізу медыятэксту. Заўважым, што галоўнай інтэнцыяй з'яўляецца стварэнне дыялагічнасці ва ўласным кантэнце айчынных блогераў на YouTube. Прыкладам можа служыць і іншы ролік «ТикТок головного мозга – чад из ада» [4]. Пашырэнне кампанентага складу інтэртэкстаў праглядаецца ў абодвух вышэйзгаданых роліках: адсылка да прыказкі «сябар пазнаецца ў бядзе» і да назвы аднаго з інтэрнэт-парталаў адпаведна. У абодвух роліках Ілдар Хабібулін паказвае праз заглавак сваё адмоўнае стаўленне да падзей, пра якія расказвае на канале. Натуральна, фармат, які абраў блогер, з'яўляецца гібрыдным: ён сумяшчае прагляды тэлевізійнага кантэнту на пляцоўцы YouTube, таму ўмовы стратэгіі, што адбываюцца ў шматварыяўным сцэнарыі для павышэння актыўнасці падпісчыкаў, эксплікуюць тактыку блогера, якая паспяхова рэалізуецца.

Такім чынам, масавая камунікацыя сучаснасці – шматаспектная з'ява, якая ўвасабляе сабой адзін з базавых складніак функцыянавання грамадства. Натуральна, заўважаецца імкненне медыямагнатаў да кантролю над камунікатыўнымі працэсамі. Адбываецца мадыфікацыя

системи сучасної громадської комунікації, у якій винаходяться нові шляхи і методи взаємодії. Комунікативні межі у віртуальному і реальному світі амаль перестали існувати...

Бібліографічні посилання

1. Колокольцева Т. Н. Диалогичность и интертекстуальность в поэтическом тексте // Грани познания: электрон. научн.-образоват. журн. ВГСПУ. 2015, № 5.
2. Негрышев А. А. Механизмы медиации в новостийном дискурсе: учеб. пособие. Владимир, 2004.
3. Приятный Ильдар // Измены – друг познаётся в жене [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/agb4e> (дата обращения: 06.01.2022).
4. Приятный Ильдар // ТИКТОК ГОЛОВНОГО МОЗГА – ЧАДО ИЗ АДА [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/agbD6> (дата обращения: 06.01.2022).