

МОЎНЫЯ СРОДКІ ВЫРАЖЭННЯ АЎТАРСКАЙ МАДАЛЬНАСЦІ Ў ТЭЛЕВІЗІЙНЫМ РЭПАРТАЖЫ

А. А. Спанякова

sasha.sponiakova.20@gmail.com;

Навуковы кіраўнік — А. Р. Хромчанка, кандыдат філалагічных навук, дацэнт

У сучасным свеце тэлебачанне з'яўляецца адным з самых папулярных і даступных сродкаў масавай інфармацыі. Тэлевізійныя рэпартажы маюць важную ролю ў фарміраванні грамадскай думкі і ўспрымання розных падзей. Аднак, акрамя інфармацыйнага складніка, тэлевізійны рэпартаж мае яшчэ адну важную характарыстыку – гэта аўтарская мадальнасць.

Ключавыя словы: мадальнасць; вытворца маўлення; суб'ект аповеду; вобраз аўтара; рэпартаж.

Мадальнасць – гэта выражэнне ў тэксце адносінаў аўтара да паведамлення, яго канцэпцыі, пазіцыі, пункту гледжання, што істотна можа ўплываць на фарміраванне грамадскай думкі. Катэгорыя мадальнасці шчыльна звязана з паняццем вобраза аўтара. Спасціжэнню сутнасці гэтага вобраза дапамагае трыяда вытворца маўлення – суб'ект аповеду – вобраз аўтара.

Вытворца маўлення – гэта рэальны аўтар, які заўсёды шукае форму падачы матэрыялу рэчаіснасці (з выяўленнем свайго асабістага “я” ці хаваючы яго). Напрыклад, кожны афіцыйны дакумент мае свайго стваральніка, але ён ніяк не выяўляецца ў моўнай форме. Другі элемент трыяды – суб'ект аповеду. Гэта персанаж, пра які ідзе гаворка ў тэксце. Суб'ект аповеду можа быць рэальным ці выдуманым чалавекам, жывёлай, прадметам ці нават ідэяй. Ён вызначае жанр тэксту. І апошні элемент – вобраз аўтара. Гэта вобраз, які фарміруецца ў галаве чытача пра таго, хто менавіта з'яўляецца вытворцам тэксту. Ён можа быць станоўчым або адмоўным, даверным або скептычным. Вобраз аўтара ўскосна вызначае яго аўтарытэт і рэпутацыю [1, с. 136].

Калі з суб'ектам аповеду ўсе зразумела, то паняцці вобраза аўтара і вытворца маўлення трэба адрозніваць. У беларускай мове маўленне можа весціся ад 1-й і 3-й асобаў, але фактычна прамоўца выступае заўсёды як 1-я асоба, нават калі фармальна маўленне пабудавана ў 3-й асобе. Форма маўлення ад 1-й асобы больш натуральная, звычайная. І граматычна займеннік я – дамінуючая, зыходная форма. Усе астатнія ўласныя займеннікі функцыянуюць і існуюць толькі ў сувязі з я і адносна я. Такім чынам, маўленне можа весціся ад любой з трох граматычных асоб. Іх каардынацыя і складае аснову маўлення. Улічваючы галоўную ролю я (вытворцы маўлення) у фарміраванні маўлення, гэтую прыкмету можна пакласці ў

аснову класіфікацыі ці тыпалогіі маўлення і вылучыць наступныя яе тыпы:

- I тып – маўленне вядзеца ад першай асобы. Адбываецца супадзенне вытворцы маўлення з аўтарскім я. Такі тып выкарыстоўваецца ў размоўным стылі, лістах, дзённіках, часткова ў публіцыстыцы.

- II тып – маўленне выдзеца ад 3-й асобы: вытворца маўлення фармальна (але не фактычна) не ўдзельнічае ў маўленні. Вытворца маўлення і граматычная катэгорыя не супадаюць.

- III тып – змешаны: маўленне адбываецца ад 1-й і 3-й асобаў.

- IV тып – аповед ажыццяўляецца ад імя 2-й асобы.

Рэпартаж належыць да III тыпу маўлення. Гэта азначае, што аповед у ім вядзеца ад 3-й ці 1-й асобаў, але фактычны вытворца маўлення вядомы – гэта аўтар, журналіст. У залежнасці ад характару рэпартажу ён так ці інакш праяўляе сябе ў маўленні.

«Многие пострадавшие говорили нам, что учредители находятся в Польше. На наши электронные письма реакции не было. На звонки отвечали только девушки консультанты, которые вначале были готовы принять у нас заказ, а когда мы просили дать номер или почту представителя компании, который мог бы прокомментировать ситуацию, отказывались и потом также перестали поднимать трубку» [2023 г., 20 апреля, Спонякова А. – Белорусское времечко]. У прыведзеным урыўку з рэпартажу аўтар толькі фіксуе падзеі, не аналізуючы іх. Такі тып журналісцкага матэрыялу – апэратыўны: рэпарцёр паслядоўна падае факты, убачанае і пачутае.

Што да вобраза аўтара, то разгляд яго можа весціся па некалькіх кірунках. Першы абумоўлівае зварот да слоўна-маўленчай структуры твора, бо вобраз аўтара як важная катэгорыя тэксту звязвае ў адно цэлае ўсе бакі зместу і моўнага выражэння. Другі напрамак аналізу заснаваны на чытацкім успрыманні абагульненага вобраза аўтара, ці вобраза яго стылю. У такім выпадку дарэчы звярнуцца да паняцця тыпізацыі вобраза аўтара, якая выяўляецца ў адпаведных моўных сродках – спецыфічных рысах індывідуальна-аўтарскага стылю. Рэпарцёр заўсёды імкнецца зацікавіць свайго слухача, пераканаць яго, інакш уся яго журналісцкая праца акажацца марнай. Таму ўжываюцца такія моўныя сродкі, якія выклікаюць ілюзію, быццам размова вядзецца з кожным слухачом асобна і менавіта з ім. Падобны эфект ствараецца з дапамогай шэрагу сродкаў дыялагізацыі маўлення. Сярод іх можна назваць звароты да слухачоў, шырокае выкарыстанне няпоўных сказаў, адмоўных і сцвярджальных слоў-сказаў, інверсій, сінанімічных груп і г.д.

Асноўныя лексіка-стылістычныя сродкі, якія могуць выяўляць аўтарскую мадальнасць, наступныя:

1. Лексіка са станоўчай або адмоўнай афарбоўкай. Эмацыйна афарбаваныя словы і фразы – гэта тыя выразы, якія перадаюць ацэнку аўтара падзей. Яны могуць быць станоўчымі або адмоўнымі, і часта выкарыстоўваюцца для ўзмацнення эмацыйнай рэакцыі чытача. Напрыклад, станоўчыя эмацыйна афарбаваныя словы і фразы могуць ўключаць у сябе такія словы, як «выдатны», «цудоўны», «надзвычайны». Такія словы дапамагаюць выказаць захапленне і ўражанне ад падзей. З іншага боку, адмоўныя эмацыйна афарбаваныя словы і фразы могуць ўключаць у сябе такія словы, як «жудасны», «агідны», «непрыемны», «невыносны». Яны ўтрымліваюць негатыўную ацэнку, магчыма, якая выклікае агіду ці расчараванне. У цэлым гэта эфектыўны інструмент для перадачы эмоцый і прыцягнення ўвагі да падзеі.

2. Вобразы – слоўныя выявы, якія дапамагаюць узмацніць або данесці да гледача пэўныя эмоцыі ці настрой. Напрыклад, для апісання гарачага надвор'я журналіст можа выкарыстоўваць эпітэты («палымяны асфальт»), метафары («рассыпаецца ў пыл грунт», «апальвае гарачы вецер») і інш., якія выклічуць у гледача адчуванне спякоты і бляску сонца.

3. Параўнанне з'яўляецца важным элементам тэлежурналісцкага рэпартажу. Названы вобразна-мастацкі сродак дазваляе спажыўцу інфармацыі лепш зразумець і ацаніць падзею або з'яву. Параўнанне можа выкарыстоўвацца для дапамогі візуальнага прадстаўлення, тлумачэння складаных паняццяў або проста для ўмацавання эмацыйнага ўздзеяння.

4. Прамыя пытанні ў тэлерэпартажы паказваюць, што аўтар лічыць дадзеную праблему вельмі важнай і яна патрабуе неадкладнага ўмяшання. Аднак ужыванне прамых пытанняў у тэлевізійным рэпартажы мае пэўную небяспеку, паколькі можа стварацца, ўражанне адназначнасці выказванняў аўтара і парушацца нейтральнасць журналісцкай працы. Важна, каб запісаныя адказы суразмоўцаў былі прыведзены без скажэнняў [3].

5. Ужыванне стылістычных прыёмаў, такіх, як паўтарэнне ключавога слова ці фразы, рытарычныя пытанні ўзмацняюць аўтарскую мадальнасць. Яны могуць задавацца як непасрэдна гледачам, так і выкарыстоўвацца аўтарам у сваім апаведзе. Рытарычныя пытанні выклікаюць эмоцыі і прымушаюць гледачоў задумацца над тым, што адбываецца на экране.

6. Аднак экспрэсія ў мове радыё і тэлебачання ствараецца ў меншай ступені сродкамі лексіка-стылістычнымі і ў большай – інтанацыйнымі. А. М. Пяшкоўскі адзначае: «Варта толькі прыгадаць колькасць клінічных выказаў у нашым штодзённым жыцці, каб прызнаць, што пачуцці нашы мы выражаем не столькі словамі, колькі інтанацыяй» [2].

Інтанацыя – гэта змена тонаў голасу пры маўленні. Яна можа выказваць эмоцыі, настрой, вылучаць важныя словы, змяняць рытм

маўлення і г.д. Інтанацыйныя сродкі мовы (гучнасць, тэмп, паўзы, інтанацыйны акцэнт) дазваляюць журналісту вылучыць галоўныя і важныя моманты з аповеду. Таксама ў рэпартажах можа быць выкарыстана інтанацыйная мадуляцыя, якая дапамагае перадаць кантрасты і супрацьлегласці, напрыклад, сум і радасць, падзяку і абвінавачванне. У выніку, змена тонаў голасу можа зрабіць рэпартаж яркім і эмацыйна насычаным. Але залішня інтанацыйнасць рэпартажу можа стацца і непрымальнай для гледачоў.

Апрача моўных сродкаў, актуальнымі ў тэлевізійным рэпартажы дзеля выражэння аўтарскай мадальнасці з'яўляюцца таксама эмацыйныя фотаздымкі і відэа (напрыклад, фотаздымкі ахвяр тэракту або відэа выратавальнай аперацыі), прыцягненне экспертаў для пацвярджэння аўтарскай мадальнасці, калі адным са спосабаў можа быць правядзенне інтэрв'ю ці зварот да пісьмовых крыніц і цытаванне прызнаных экспертаў у пэўнай галіне. Усё гэта пацвярджае ўнікальнасць тэлевізійнага рэпартажу, які дае журналісту шырокую прастору для рэалізацыі творчых задум і прафесійнага патэнцыялу і разам з гэтым вымагае майстэрства валодання словам. Пры гэтым неабходна разумець выключную ролю аўтарскай мадальнасці ў тэлевізійным рэпартажы, паколькі яна здольная ўплываць на святмасць гледача і фарміраваць грамадскую думку.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Старасценка Т. Я.* Стылістыка беларускай мовы. Вучэб. дапамож. для студ. ВНУ. Мінск: Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь, 2013. 138 с.
2. Мова – нашчадак кастрычніка [Электронны рэсурс] // bukfond.org. URL: <https://bukfond.org/2019/10/25/mova-nashchadak-kastrychnika>. Дата звароту: 25.10.2019.
3. Аўтарская мадальнасць і спосабы яе выказвання ў медыйным дыскурсе як механізм фарміравання другаснай рэчаіснасці [Электронны рэсурс] // scipress.ru. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/avtorskaya-modalnost-i-sposoby-ee-vyrazheniya-v-medijnom-diskurse-kak-mekhanizm-formirovaniya-vtorichnoj-dejstvitelnosti-na-materiale-russkogo-i-vetnamskogo-yazykov.html>. Дата звароту: 15.04.2023.