

ХАРАКТАР СУВЯЗІ З ПРАДМЕТАМ МАЎЛЕННЯ ЯК КЛАСІФІКАЦЫЙНАЯ ПРЫКМЕТА МЕДЫЯТЭКСТАЎ

Ю. В. Малицкі

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
Malitski@bsu.by*

У артыкуле вылучаецца такая прыкмета медыятэксту, як характар сувязі з прадметам маўлення. Разглядаецца яе патэнцыял у аспекце тыпалогіі і класіфікацыі тэкстаў медыя.

Ключавыя словы: медыялінгвістыка; медыятэкст; тыпалогія медыятэксту; тыпы медыятэкстаў.

NATURE OF CONNECTION WITH THE SUBJECT OF SPEECH AS A CLASSIFICATION FEATURE OF MEDIA TEXTS

Y. V. Malitski

*Belarusian State University,
9, Kalvaryjskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Y. V. Malitski (Malitski@bsu.by)*

The article highlights such a feature of the media text as the nature of the connection with the subject of speech. Its potential is considered in terms of typology and classification of media texts.

Key words: media linguistics; media text; typology of media text; types of media texts.

Рэалізацыя тэксту ў медыйнай прасторы істотна пашырае яго кагнітыўныя і камунікатыўныя здольнасці. Адбываецца гэта ў першую чаргу за кошт вытворча-тэхналагічных магчымасцей медыяканалаў – асноўных стваральнікаў і транслятараў медыятэкстаў. Такім чынам, су-

часны медыйны тэкст выходзіць за межы моўнай сістэмы і становіцца складаным знакам высокага ўзроўню дыскурснай арганізацыі.

Праблема тыпалогіі па праву лічыцца найменш распрацаваным аспектам лінгвістыкі тэксту. Вылучэнне дыферэнцыяльных рыс, якія давалі б магчымасць сістэмна класіфікаваць медыйныя тэкставыя ўтварэнні, значна ўскладняецца тым, што журналісцкі тэкст вызначаецца значна большай колькасцю фарміравальных акалічнасцей у параўнанні з класічным тэкстам. В. І. Іўчанкаў вылучае наступныя экстралінгвістычныя фактары, якія рэгламентуюць спараджэнне медыйнага тэксту: «прызначанасць для масавай аўдыторыі, аператыўнасць, перыядычнасць і рэгулярнасць, дубліраванне і валентнасць зместу, калектыўнае аўтарства, інтэртэкстуальнасць» [1, с. 59].

У сваіх тэарэтычных асновах найбольш пашыраныя спосабы класіфікацыі публіцыстычных тэкстаў, як правіла, абапіраюцца на камунікатыўныя мадэлі, прапанаваныя Г. Ласуэлам, Р. Я. Якабсонам і інш. Яны спасылаюцца на структуру камунікатыўнага акта, вынікам якога з'яўляецца медыятэкст. Такі погляд звязвае медыйны тэкст з аб'ектамі знешняга свету: аўтарам, каналам рэалізацыі, сродкамі тэкставага афармлення, акалічнасцямі і задачамі працэсу камунікацыі, адрасатам паведамлення. Агульны прынцып такіх мадэлей заключаецца ў тым, што медыятэкст рэпрэзентуецца як вынік медыявытворчасці, як прадукт тэхналагічных працэсаў у сферы масавай камунікацыі. Асноўныя ўмовы і ўдзельнікі гэтай схемы ўяўляюць сабой акалічнасную рамку фарміравання і рэалізацыі медыятэксту. У найбольш абагуленым выглядзе яна прадугледжвае наступныя элементы: **суб'ект** (выданне, медыяканал, журналіст, рэдакцыйны калектыў і да т. п.), **спосаб рэалізацыі** (перыядычны друк, радыё, тэлебачанне, інтэрнэт), **тэкст** (умовы фарміравання, інстытуцыянальныя, жанравыя, інтэнцыянальныя, семіятычныя, моўныя і іншыя асаблівасці).

А. С. Кубракова і Л. В. Цурыкава ў якасці адной з асноўных характарыстык тэкстаў сродкаў масавай камунікацыі называюць «асаблівы тып і характар інфармацыі» [2, с. 185]. Сутнасць названых асаблівасцей заключаецца ў тым, што медыятэкст як форма рэпрэзентацыі рэальнасці вызначаецца прысутнасцю пэўнага кшталту дапушчэнняў, суб'ектыўных меркаванняў, прagnaзаў і іншых прыёмаў мадэлявання рэчаіснасці. У такім аспекце цалкам магчымай бачыцца класіфікацыя тэкставых адзінак паводле наяўнасці і суадносін у іх семантычнай структуры рэ-

альных і квазірэальных элементаў. Такі падыход прадугледжвае далучэнне да згаданых вышэй элементаў акалічнаснай рамкі (суб'ект, спосаб рэалізацыі, тэкст) яшчэ аднаго элемента – **рэальнасць**. Характар аўтарскай падачы і інтэрпрэтацыі фактаў рэчаіснасці ў дадзеным выпадку выступае ў якасці класіфікацыйнай прыкметы медыйных функцыянальных адзінак. Такім чынам, ёсць падставы вылучыць такую характарыстыку медыятэксту, як «Характар сувязі з прадметам маўлення». Рэалізацыя названай характарыстыкі адбываецца праз выбар спосабаў і прыёмаў рэпрэзентацыі рэальнасці ў тэксце. Аўтарскі спосаб падачы фактаў рэчаіснасці, аб якіх ідзе гаворка, можа класіфікавацца паводле камунікатыўных дзеянняў суб'екта ў дачыненні да прадмета маўлення. Адпаведна, можна вылучыць: а) *канстатацыю факта*; б) *абмеркаванне факта*; в) *стварэнне вобраза факта*; г) *фарміраванне новага факта*.

У якасці фармальных маркераў названых дзеянняў варта разглядаць жанравыя паказчыкі медыйнага тэксту і, адпаведна, іх і моўна-камунікатыўныя і фармальна-кампазіцыйныя асаблівасці. Найбольш пашыранымі медыйнымі формамі ўвасаблення канстатацыі факта з'яўляюцца інфармацыйная карэспандэнцыя, рэпартаж, записка, прыём рэпосту і інш. Задача актуалізацыі факталагічнай базы ў матэрыялах гэтага тыпу вырашаецца, як правіла, за кошт цытавання, уключэння ў структуру тэксту ўскоснага маўлення, ілюстрацый у выглядзе фота-, аўдыя- і відэафрагментаў або спасылак на інтэрнэт-публікацыі. Абмеркаванне тых ці іншых фактаў і падзей у сродках масавай камунікацыі традыцыйна звязана з дыялагічнай або полілагічнай формамі арганізацыі маўлення з уласцівымі ім моўна-структурнымі рысамі. Такія арганізацыйныя формы могуць рэалізоўвацца ў выглядзе інтэрв'ю, серыі артыкулаў з рознымі пунктамі погляду на праблему, падборкі экспертных меркаванняў або каментарыяў, ток-шоу, прэсканферэнцыі, «прамой лініі» і г. д. Задача стварэння вобраза факта ў сілу сваёй крэатыўнай прыроды звязана з жанрамі нарыса, замалёўкі, фельетона, эсэ, у якіх выкарыстоўваюцца тропы і іншыя моўныя сродкі мастацкага адлюстравання рэальнасці. Задача па фарміраванні новага факта рэчаіснасці (у прыватнасці, медыярэчаіснасці) вырашаецца праз матэрыялы, створаныя ў выглядзе экспертных прагнозаў, прадказанняў, аўтарскіх версій агульнавядомых падзей, журналісцкіх расследаванняў і г. д. Лінгвістычныя асаблівасці такіх медыятэкстаў абумоўліваюцца іх жанрава-стылявымі і моўна-кампазіцыйнымі паказчыкамі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Іўчанкаў В. І.* Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. Мн.: БДУ, 2003. 257 с.
2. *Кубрякова Е. С., Цурикова Л. В.* Вербальная деятельность СМИ как особый вид когнитивной деятельности // Язык средств массовой информации. Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. С. 183–209.