

ДА ПРАБЛЕМЫ МОЎНАЙ АСОБЫ Ў ПУБЛІЦЫСТЫЧНЫМ ТЭКСЦЕ

Сродкі масавай камунікацыі як арганізацыйна-тэхнічныя комплексы, што забяспечваюць перадачу і тыражыраванне інфармацыі сярод масавай аўдыторыі, спрыяюць глабалізацыі масавай камунікацыі, ператвараюць свет у адзіную інфармацыйную прастору, пры гэтым аказваюць ідэалагічнае і псіхалагічнае ўздзеянне на масавую свядомасць. У сувязі з гэтым усе пытанні, звязаныя з сацыяльнай функцыяй мовы, могуць быць зведзены да двух асноўных: а) якія сферы мовы церпяць уздзеянне ідэалагічных сістэм і б) у якіх формах гэта ўздзеянне адлюстроўваецца ў мове.

У апошнія гады адбыліся значныя змены ў функцыянаванні журналістыкі, што адбілася і на маўленчай арганізацыі журналісцкага тэксту. Фарміраванне новага тыпу грамадства – інфармацыйнага – нараджае новы моўны стыль. Калектыўная манера зносін, якая ахапіла амаль усе сферы жыцця, стала своеасаблівай прыметай, тыповым стылем зносін.

Заўважнай тэндэнцыяй у сучасных СМІ становіцца персаніфікацыя журналісцкай дзейнасці – суб'ектывацыя тэксту. Галоўныя параметры, складнікі любой карціны свету – гэта суб'ект, час і прастора. Іншымі словамі, чалавек, які дзейнічае, назірае, ацэньвае, складае цэнтр карціны свету.

У сувязі з гэтым актуальным з'яўляецца даследаванне важнага для тэкстаўтварэння і тэкстаразумення паняцця аўтарскай або суб'ектыўнай мадальнасці. У журналісцкім тэксце выразна прасочваецца дваістая прырода выказвання – арганічная цэльнасць сцвярджэння чаго-небудзь і ацэнкі гэтага сцвярджэння.

Падача той ці іншай інфармацыі журналістам залежыць ад ступені суб'ектыўнасці інтэрпрэтацыі інфармацыі для стварэння сітуацыі прамога ці непрамога ўздзеяння на рэцыпіента. У тэкстах прасочваецца трактоўка рэчаіснасці ў самых розных аспектах, адным з якіх з'яўляецца ацэначны: аб'ектыўны свет дзеліцца суб'ектам маўлення адносна яго ўяўленняў пра дабро і зло, карысць і шкоду і г. д.

У логіцы ацэнкай прынята лічыць выказванне аб каштоўнасцях у шырокім сэнсе гэтага слова. Каштоўнасць ёсць тое, што ацэньваецца, прадмет ацэнкі. Ацэнка – мысленчы акт, вынік ацэначных адносін.

Лінгвістыка разглядае ацэнку як мадальнасць, што накладваецца на дэскрыптыўны змест моўнага выражэння. Структура ацэнкі характарызуецца наяўнасцю як імпліцытных, так і экспліцытных элементаў. У склад ацэначнай мадальнай рамкі ўваходзяць элементы трох тыпаў: тыя, што звычайна эксплікуюцца (аб'ект ацэнкі), элементы, як правіла, імпліцытныя (шкала ацэнак, ацэначны стэрэатып, аспект ацэнкі) і элементы, якія рэалізуюцца і экспліцытна, і імпліцытна (суб'ект ацэнкі, матывы ацэнак).

Суб'ектыўная мадальнасць – гэта выражэнне ў тэксце адносінаў аўтара да інфармацыі, яго канцэпцыя, пункт гледжання, яго каштоўнасця арыентацыі, сфармуляваныя спецыяльна для рэцэпцыі іх чытачом. Свядомасць апошняга паступова стэрэатыпізуецца, з гатоўнасцю ўспрымае прапанаваны шаблон. Ацэначны стэрэатып выкарыстоўваецца як найбольш кароткі шлях да чытача, асабліва калі суб'ект маўлення ставіць задачай з самага пачатку акрэсліць тон

публікацыі. Загалоўак, у аснове якога стэрэатыпнае выказванне, адкрыта выяўляе пазіцыю аўтара. Вынік – максімальна кароткі шлях да свядомасці чытача і мінімізацыя чытацкай актыўнасці ў працэсе дэкадавання тэксту. Ілюстрацыяй гэтага тэзіса могуць быць загатоўкі тыпу “*Інвестыцыі ў духоўнае развіццё*” (ЛіМ, 14 снежня 2012 г.), “*Год – завершаны. Праца -- працягваецца*” (ЛіМ, 28 снежня 2012 г.), “*Времени на раскачку нет*”, “*Чистая вода плюс “голубое топливо” равно качество жизни*” (“Белорусская нива”, 13 красавіка 2013 г.).

Індывідуальныя ацэнкі даюць магчымасць для перамяшчэння, руху па шкале ацэнак ад + да – і наадварот. Традыцыйна станоўчае можа быць ацэнена як адмоўнае. Такім чынам, парушэнне стэрэатыпу вядзе да пашырэння і адначасова раздрабнення сэнсу, што дае шырокія вобразна-выяўленчыя магчымасці і разам з тым змяншае “працэнт” даступнасці, агульнаразумеласці – асноўнага прынцыпу камунікацыі. Пераасэнсаванне стэрэатыпу можа быць сродкам актуалізацыі новага зместу: “*Ці варта жыць?*” (ЛіМ, 14 снежня 2012 г.), “*Кот да Вінчы на сувязі*”, “*Іголкі ад змяі*” (ЛіМ, 28 снежня 2012 г.).

Структурна-кампазіцыйная і лінгвастылістычная арганізацыя матэрыялу ў СМІ спрыяе рэалізацыі мэт масавай камунікацыі на аснове інтэрпрэтацыйных схем адносінаў у адпаведным грамадстве.

“Сістэму фінансавага менеджменту плануеца пабудаваць у сферы беларускай культуры, пра што распавёў міністр культуры краіны Барыс Святлоў” (ЛіМ, 4 студзеня 2013). “*СМІ не павінны насаджаць аднамернае бачанне свету, а павінны арганізаваць паўнаважны дыялог людзей і ўлады, служыць індыкатарам настрояў у грамадстве, пераашкаджаць пранікненню дэструктыўных ідэй”* (ЛіМ, 14 снежня 2012 г.).

Разуменне ідэалогіі як базавай кагнітыўнай структуры, сістэмы культурных каштоўнасцей з пэўнай шкалай этычных і эстэтычных ацэнак, палітычных арыенціраў падкрэслівае асаблівую значнасць вывучэння мовы СМІ. У мове СМІ выяўляюцца ўсе асаблівасці масавай культуры сучаснасці.

Адметнасці мовы тэкстаў СМІ вызначаюцца як канцэптамі, што складаюць зместава-тэматычнае ядро, так і ацэнкай журналістам палітычных, сацыяльных, эканамічных і інш. падзей.

Напрыклад, зместава-тэматычнае ядро матэрыялу “*Не дапусціць росту бюджэтных расходаў*” (“Звязда”, 16 красавіка 2013) ствараецца такімі адзінкамі, як *адзіная служба судовых экспертыз – новае ведамства, бюджэтнае фінансаванне, колькасць работнікаў*, указ. Відавочная ацэначнасць тэксту выражана адзінкамі лексічнага ўзроўню, якія выяўляюць замацаваныя ў грамадстве стэрэатыпы. Бюджэтныя сродкі павінны эканоміцца: “*Стварэнне ў Беларусі адзінай службы судовых экспертыз не павінна прывесці да павелічэння бюджэтнага фінансавання...*”, “*...пры стварэнні гэтай службы мы павінны скараціць бюджэтнае фінансаванне*”, колькасць работнікаў не павінна павялічвацца: “*...каб не адбылося так, што мы павялічым колькасць работнікаў службы судовых экспертыз*”, “*аптымізацыя колькасці*”.

“*Найвышэйшая ацэнка народа*” (“Звязда”, 16 красавіка 2013): *прэзідэнцкія выбары ў Баліварыянскай Рэспубліцы Венесуэла, перамога Мадуры Мораса, віншаванні Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь. Тэкст характарызуецца выразнай ацэначнасцю: пераканаўчая перамога, шчыра рады за вас і Венесуэлу, усім сэрцам і душой перажывалі, прадаўжальнік справы вялікага палітыка, вялікі давер і прызнанне, найвышэйшая ацэнка, шлях міру, дэмакратыі і прагрэсу, шматплановае супрацоўніцтва, трывалыя традыцыі дружбы, высокая*

пазітыўная дынаміка, паглыбленне палітычнага дыялогу, новы імпульс развіццю...

Ацэначны стэрэатып складаюць аб'екты, што ўваходзяць у класіфікацыйныя структуры і валодаюць стандартным наборам прыкмет. На аб'ект маўлення накладваюцца ўзоры і стандарты, яго суадносяць са шкалай ацэнак. Уяўленне пра стэрэатып з'яўляецца імпліцытным, яно – псіхалінгвістычная аснова выказвання. Соцыум, ствараючы карціну свету, мае пастаяннае ўяўленне пра аб'екты, вызначае іх праз паняцці, падкрэсліваючы сутнасць (інтэнсіянал тэрміна).

Выкарыстанне адпаведных лінгвастылістычных сродкаў для асвятлення тых ці іншых фактаў, як і сам адбор фактаў, вызначаецца этнакультурай грамадства, а з другога боку, уплывае на культуру гэтага грамадства і, значыць, на мову як інструмент культуры.