

РУБРЫКА «КАЛОНКА РЭДАКТАРА»: ЗМЯСТОЎНА-СТРУКТУРНЫ І СТЫЛІСТЫЧНЫ АСПЕКТЫ

Агульны напрамак змен, што адбываюцца ў апошнія гады ў сферы суб'екта дыскурса СМІ, вызначаецца даследчыкамі медыястылістыкі як «глабальная аўтарызацыя», г.зн. узмацненне асобаснага пачатку ў тэкстах газетнай публіцыстыкі [1, с. 268]. Максімальна адкрыта праявіць сваю аўтарскую пазіцыю, індывідуальнасць і творчае майстэрства дазваляе журналісту менавіта жанр калонкі, што прадстаўляе сабой журналісцкі твор, створаны на аснове кангламерату творчай ідэі аўтара і канцэптуальнай скіраванасці выдання.

Заснавальнік беларускай школы медыядыскурса прафесар В. Іўчанкаў падкрэслівае, што рост папулярнасці аўтарскіх калонак прама прапарцыянальна залежыць ад моўнай асобы аўтара, яго прафесійных здольнасцей [2, с. 139]. Таму зразумела, што да калонкі галоўнага рэдактара прад'яўляюцца самыя высокія патрабаванні па розных параметрах – камунікатыўнай даступнасці, стылістычнай адметнасці, сэнсава-змястоўнай насычанасці, канцэптуальнай адпаведнасці, факталагічнай дасканаласці і этычнай адказнасці. Многія калонкі становяцца своеасаблівай візітоўкай газеты і часта па аргументаванасці і глыбіне аналізу падзеі набліжаюцца да жанра аналітычнага артыкула.

На долю рэдактара выпадае цяпер якасна іншая, больш адказная задача – па-свойму, жыва і ярка каментавачь падзеі і факты, дзяліцца сваімі думкамі і разважаннямі з чытачом. Сёння чытача ўсё больш цікавяць асабістыя думкі і погляды аўтара на тыя ці іншыя праблемы, «свой» падыход і «свой» стыль разважанняў у творы. *«Две трети работающих в кадре тележурналистов оставляют устойчивое впечатление инкубатора. Иногда думаешь: не папа ли Карло долотом и рубанком сра-*

ботал их конвейерным методом? Пытаясь разгадать этот феномен, допускаю, что, может быть, это следствие массового осложнения какой-то тайной пандемии безвкусицы? Может, им кажется, что это очень кинематографично: делать большие глаза, возбужденно тараторить на бегу и по-кукольному вверх-вниз махать обеими руками?» (СБ, 02.10.2010).

У калонках аўтарская думка становіцца галоўным арганізуючым элементам кампазіцыі, а ў якасці асноўнага функцыянальна-сэнсавага тыпу тэкстаў калонкі выступае разважанне. «...Але гэта ўжо тэма наступнай калонкі маіх разважанняў, якая, я ўпэўнены, выкліча шмат эмоцый» (ГЧ, 19.07.2013). Гэты сэнсавы тып патрабуе ад аўтара выкладу ўласнай пазіцыі шляхам лагічнага разгортвання заяўленых тэзісаў і адбору канкрэтных рацыянальных аргументаў. «Пры гэтым спектр эмацыянальнасці надзвычай шырокі, але галоўная якасць застаецца нязменнай: выказванне даецца ад імя канкрэтнай асобы, што робіць маўленне дакументальным, праўдзівым, непасрэдным» [8, с. 13].

Сучасны журналіст, рэдактар, на думку даследчыкаў, паўстае асобай, якая самастойна асэнсоўвае і ацэньвае рэальную сітуацыю, моўнай разняволенасцю дэманструе сваю светапоглядную пазіцыю і індывідуальнасць [5, с. 18]. Гэта меркаванне знаходзіць сведчанне ў матэрыялах рубрыкі: «На мою хорошую знакомую написали очередную анонимку. Ключевое слово здесь – “очередную”. Вот уже несколько лет какой-то мерзавец(-цы) бьет и бьет в одну точку. То ли хотят ей нервы попортить, то ли им кот дорогу перебежал, то ли ее место кому-то понадобилось – теперь сам черт не разберет. Поразительно! Но каждый раз анонимкам, от которых за километр несет злобой и глупостью, “дают ход”, разбираются и отрясают на расследование важных лиц. Выяснив, что “факты не подтвердились”, бумаги кладут под сукно, а через квартал-другой все повторяется. Моя знакомая, между прочим, крупный, серьезный работник, старательно делает вид, что не переживает – мерзавец(-цы), выждав некоторое время, вновь берется за свое. Да хоть бы обвинения были какие-то серьезные! Обычная чепуха, слухи, сплетни, короче, полный бред. Но почему-то “наверху” ни у кого не хватает смелости скомкать эти грязные бумажки и выбросить. Просыпается старый, впитанный веками холопства страх за свою шкуру» (СБ, 02.11.2010).

Калонка рэдактара разлічана на «суаўтарства» з чытачом, для чаго выкарыстоўваецца вялікая разнастайнасць спосабаў і сродкаў, накіраваных на актывізацыю мысліцельнага працэсу ў чытача, прымушаю-

чых яго разважаць наконт прыведзеных фактаў. Скіраванасць на актыўнае ўключэнне чытача рэалізуецца найперш у загалоўку калонкі – «лавушцы ўвагі» чытача (В. Кастамараў).

Загалолак у рубрыцы «Калонка рэдактара» прадстаўляе цікавасць для даследавання як індывідуальнага стылю аўтара, так і стылістыкі выдання. Унікальнасць гэтай маўленчай адзінкі не толькі ў тым, што загалолак займае моцную пазіцыю ў газетным тэксце і, адпаведна, у самой рубрыцы. Вучоная адзначаюць, што сукупнасць загалоўкаў прадстаўляецца самастойным маўленчым творам, аналагічным (але не ідэнтычным) разгорнутага газетнаму тэксту [6, с. 179], асноўным элементам якога з’яўляецца непасрэдна сам загалолак. Даследчыкі маўленчай практыкі СМІ выдзяляюць два змястоўныя складнікі гэтага тыпу тэкстаў – акаляючы свет і аўтар [6, с. 186].

Аналіз загалоўкаў рубрыкі «Калонка рэдактара» дае падставы сцвярджаць, што мадальныя структуры дамінуюць. Гэты факт сведчыць, што канцэптэуальная скіраванасць рубрыкі на вызначэнне пазіцыі рэдактара да з’яў рэчаіснасці вынікуе адпаведны выбар аўтарызаваных моўных сродкаў. Для фарміравання мадальнага значэння выкарыстоўваюцца: а) складаныя сказы з заданай тлумачальнай часткай: «Кто бы мог подумать? Или Триумф карамелек и неутешительные выводы» (БрГ, 25.07.2013), «Честнейший Северин: вид сбоку» (СБ, 23.03.2011); б) лексічныя адзінкі з экспрэсіўнымі семамі: «Упавишие пенсии обещают подняться» (БрГ, 19.01.2012); в) пыталыныя, клічныя сказы, пыталына-адказныя адзінствы, сінтаксічныя канструкцыі, характэрныя размоўнаму стылю (аднастаўныя, няпоўныя, парцэляцыя): «Бережливость в действии» (БрГ, 23.10.2013), «Хто, калі не мы?» (МГ, 06.09.2011); «Жыццё ў палоску. Сёння – белая» (МГ, 03.02.2012); «Минск? Дайте радиосвязь с Горами...» (СГ, 17.11.2010), «Как выполняется программа по преодолению пьянства и алкоголизма в Жодино?» (ЖН, 28.11.2013); г) нанізванне аднародных членаў (як правіла, для павелічэння экспрэсіўнасці і дынамікі выкарыстоўваюцца дзеясловы): «Украина не пропадет: выстоит, разберется, определится и пойдет дальше» (БрГ, 5.12.2013); «Жыць, любіць, спадзявацца і верыць» (МГ, 30.12.2011); д) паралінгвістычныя элементы, фотаздымкі, сімвалы, графічныя і колерныя выдзяленні, якія выконваюць асобную ролю. Так, напрыклад, двукоссе не проста пунктуацыйны знак, але і невербальны актуалізатар сэнсу, які часта нясе ключавую ацэначную нагрузку: «“Народзец” для ўлады становіцца залатой жылай» (ГЧ, 17.11.2013). Падобную функцыю выконвае ў загалоўках і шматкроп’е: «Вспомним хорошее... И сделаем» (СГ, 27.12.2013).

Інфармацыйная каштоўнасць загаловаў рубрыкі мінімальная. Асноўная функцыя, якую яны выконваюць, – фатычная, што прагна-завана імкненнем да эмацыянальнага ўключэння свайго чытача ў дыялог. Сама прырода журналісцкай творчасці дыялагічна. Прынцып дыялагічнасці прадугледжвае актыўнае выкарыстанне імператывных форм: «*Паднішыся і выйграй!*» (МГ, 20.05.2011), «*Будзем разам!*» (МГ, 21.06.2013), «*Усё ў нас атрымаецца!*» (МГ, 28.12.2012), «*Преодолите лень*» (КН, 22.01.2013), «*Остерегайтесь бендеров*» (КН, 10.04.2012). Важнай характарыстыкай загаловаў як «аднаго з найбольш чытаемых відаў газетнага тэксту» [1, с. 195] з'яўляецца арыентаванасць на канкрэтны тып чытача. Гл.: «*Слово к читателю*» (ЖН, 04.01.2012), «*Уважаемые читатели*» (Пр., 13.09.2013).

Маўленчая спецыфіка загаловаў калонкі прадугледжвае невялікую колькасць слоў. Найбольш пашыраны двух-/трохэлементныя спалучэнні: «*Год узнагарод*» (МГ, 05.10.2011); «*В интересах большинства*» (КН, 11.07.2011), «*Игра на раздевание*» (БрГ, 05.09.2013); «*Под бой часов*» (Пр., 31.12.2013). Большасць загаловаў не ўкладваецца ў схему простага двухсастаўнага сказа: «*С иском по жизни*» (СБ, 07.10.2010), «*Без раскачки*» (ЖН, 03.05.2012), «*Па змесце і форма*» (МГ, 12.10.2012); «*Нарру end под вопросом*» (БрГ, 26.12.2013), «*Как звезды в ночи*» (Пр., 02.12.2013) і інш. Як правіла, гэта аднасастаўныя дзейнікавыя (намінатывныя) сказы: «*Источник повышенной опасности*» (БрГ, 11.12.2013), «*Такое призвание*» (МГ, 12.10.2013), «*Граненое зло*» (ЖН, 05.11.2013).

Адной з сутнасных тэкставых характарыстык загаловаў рубрыкі з'яўляецца інтэртэкстуальнасць. Тэкст, у якім прысутнічае хаця бы адзін з прэцэдэнтных феноменаў, на думку даследчыкаў, апрыоры «экспрэсіўны, бо стварае двупланаваць ці шматпланаваць, інтэртэкст служыць мэтам моўнай гульні рознага кшталту: садзейнічае паэтызацыі тэксту, стварае паэтычны намёк, падтэкст, прапануе загадку, стварае іранічнае, саркастычнае, гратэскае, трагічнае ці іншае гучанне, садзейнічае сінхранізацыі сэнсу, – надае звычайнаму выразу сэнс іншасказання – палітычнага, паэтычнага, філасофскага ці якога-небудзь іншага, часам проста нараджае жарт» [3, с. 226]. Да прыкладу: «*Карманная статистика, или Чудеса, да и только*» (БрГ, 10.01.2013). У загаловах «Калонкі рэдактара» выкарыстоўваецца ўвесь арсенал прэцэдэнтных сродкаў: цытаты, прымаўкі, прыказкі, крылатыя выразы, песенныя радкі, біблейскія перыфразы і інш.: «*Не укради*» (ЖН, 27.03.2013), «*Не свое не жалко*» (ЖН, 30.11.2012), «*Творить от избытка сердца*» (МГ, 27.06.2012), «*Тайное явное*» (СБ, 02.11.2010), «*Тести-*

рование со слезами на глаза» (БрГ, 07.03.2012), «*Потолок ледяной...*» (СГ, 10.06.2011), «*Губит людей не пиво?*» (КН, 09.10.2012), «*Поставьте свечку за озимые*» (БрГ, 09.02.2012) і інш. Актыўнае выкарыстанне прэцэдэнтных феноменаў ці фактаў інтэртэкстуальнасці павышае суб'ектыўнасць ствараемай у журналісцкім тэксце карціны свету і з'яўляецца кагнітыўным маўленчым сродкам персаніфікацыі рэдактара. Паколькі, як сцвярджае С. Смятаніна, працэс выбару «чужога» слова, безумоўна, звязаны з індывідуальным густам, індывідуальнымі прыярытэтамі, менталітэтам пішучага, яго энцыклапедычным патэнцыялам [7, с. 133].

Прэцэдэнтныя тэксты ўяўляюць сабой своеасаблівую лакмусавую паперку, якая характарызуе і ўзровень культуры журналіста і ўзровень культуры чытача, паколькі «нерэлевантнасць, неапраўданасць выбару прэцэдэнтнага феномену непазбежна прыводзіць да камунікатыўнай няўдачы, адказнасць за якую нясе журналіст» [3, с. 229]. Моднае, актуалізаванае ў дыскурсе СМІ слова лёгка пераймаецца носьбітамі мовы і набывае статус прэстыжнай адзінкі маўлення, якой пры выбары сродкаў выражэння аддаецца безумоўна перавага. Праз СМІ адпаведная лексіка і фразеалогія ўваходзяць у свядомасць шматмільённага адраса, уплываючы на карціну свету, змяняючы лагасферу індывідуумаў, а тым самым, і маўленча-мысліцельную культуру ўсяго народа. Да прыкладу, заглавак «*Голосуй, не голосуй... всё равно жить придётся по первому варианту*» (БрГ, 31.01.2013), у аснове якога размоўны выраз з інвектыўнымі элементамі (якія аўтар паспрабаваў замаскіраваць шматкроп'ем), можна разглядаць і як прыклад схаванай агрэсіі, і як знявагу. Такі моўны «экстрэмізм» толькі стымулюе рост маўленчай агрэсіі ў публічнай камунікацыі.

Эвалюцыя жанра калонкі ідзе ў накірунку ўзмацнення ў ёй праблемных, навуковых, публіцыстычных пачаткаў, з аднаго боку, і павелічэння ролі аўтарскага «я», актывізацыі аўтарскай пазіцыі, аўтарскіх адносін да з'яў вывучаемай рэчаіснасці, з другога. «*Гэтыя лісты затрымаліся на рэдактарскім стале. Чытаў, перачытваў, круціў так і гэтак... Адчуваў: невядомыя аўтары чакаюць рэакцыі на свае допісы ў газету. Больш таго, разлічваюць на дапамогу. Хаця чым можа дапамагчы рэдакцыя там, дзе павінны прыкласці намаганні, да прыкладу, камунальнікі альбо дарожнікі? У іх тэхніка магутная, спецыялісты вопытныя, сілы вялікія. У нас, у журналістаў, – толькі слова, толькі магчымасць данесці просьбы і патрабаванні гараджан і вяскоўцаў да адпаведных службаў, да тых уладных структур і арганізацый, якія надзелены правам раішні*

прымаць і патрабаваць іх выканання. На карысць і асобнага чалавека, і ўсяго грамадства» (МГ, 06.09.2011).

Шматлікія маўленчыя факты сведчаць, што памкненне да эмацыянальнага выражэння ўласных перажыванняў і пачуццяў прывяло да змянення суаднесеннасці экспрэсіі і стандарта ва ўсіх тэкстах жанра калонкі. «За долгую рэдактарскую службу мне прыйшлося чытаць тысячы пасланий, пасле которых рука тянулася за нитроглицерином и накатывало отчаяние от бессилия – иногда при всем желании ничем нельзя помочь человеку. Горькая и безжалостная штука – жизнь...» (СБ, 30.09.2010). Гэты факт вызначае выбар маўленчых сродкаў, тым самым уплываючы на арганізацыю публіцыстычнага маўлення і, як вынік, актывізуе змены ў самім журналісцкім працэсе, закранаючы ўсе яго складнікі.

Стылістычна апраўданым і кантэкстуальна матываваным становіцца тэкст, дзе экспрэсія актыўна прэвалюе. Менавіта гэтая асаблівасць характарызуе сучасны медыятэкст. «Нечаканай заявай здзівіў на мінулым тыдні прэм'ер-міністр Міхаіл Мясніковіч... Каб без работы яны не швэндаліся, прэм'ер-міністр прапанаваў: “У кожным раёне...” ... Каб гэта сказаў чалавек неадукаваны, то было б даравальна. А то заява прагучала з вуснаў прэм'ер-міністра, доктара навук... Моцна сказаў, катэгарычна, па-дзяржаўнаму. Але ці не пустое гэта сатрасенне наветра? Бо калі ад слоў перайсці да практыкі, дык узнікае пытанне: а як гэта будзе рэалізавана? Каб увесці падатак, патрэбна вызначыць падаткаабкладальную базу, іншымі словамі, з чаго будзе вылічвацца падатак. Быў некалі падатак, які ў народзе некаторыя называлі “халасцяцкі”, альбо падатак “на яйцы”» (ГЧ, 19.07.2013).

Актывізацыя працэсаў аўтарызацыі твораў «Калонкі рэдактара» абумовіла адпаведныя змены ў іх стылёвай структуры на розных узроўнях (эсэізацыю; уключэнне элементаў эпістальнага стылю; сінтэз жанраў – артыкула, пісьма, споведзі і інш.; стылізацыю пад гутарку і інш.). Да прыкладу: «Есть обычай: загадывать желания под бой новогодних курантов. К этому времени угомонятся и отправятся спать две мои четырехлетние дочурки и, конечно же, под первый удар часов я попрошу для них здоровья, беззаботного детства, всего, что может желать всем деткам мира переполненная нежностью и любовью...» (Пр., 31.12.2013).

Асноўны тып камунікатыўных адносін **рэдактар-чытач** – фатычныя (неінфармацыйныя) стасункі – накіраваны не на перадачу ці прыём інфармацыі, а на «ўстанаўленне і падтрыманне маўленчага кантакту з

суразмоўцам, на рэгуляванне ўзаемаадносін, на задавальненне патрэбы ў камунікацыі: гаварыць, каб выказацца, і сустрэць паразуменне» [4, с. 43]. «Я побывал у этого дома. Действительно, ни пройти, ни проехать. И зеленая зона довольно приличная. И деревьев много. И страха большого не будет, если несколько из них придется убрать. Но так думаю я. А как должна поступить власть? Чьи пожелания учесть? Наверное, дискуссий по данному поводу быть не должно. Общественная практика давно определила – в любом споре побеждает большинство. Так и здесь. Власть должна принять сторону большинства. Если что-то предпринимается для улучшения комфорта большинства – значит это правильно, как бы это и не было обидно для меньшинства. Такова житейская аксиома» (КН, 11.07.2011).

Фатычныя адносіны адрозніваюцца ўмоўнай непадрыхтаванасцю, дыялагічнасцю, тэматычнай свабодай, размоўнасцю стылю. Аднак, па нашых назіраннях, звычайна ў публіцыстычным маўленні рэдактара вытрымліваецца інфармацыйна-фатычны баланс як норма маўленчых паводзін. «Особым поклонением у электоропублицистов новой волны пользуется расхожее словечко “рамки”. У них все в рамках: “рамки мероприятия”, “в рамках выставки”, “в рамках месячника безопасности движения”. Случается услышать даже особо высокохудожественное типа “в рамках медового месяца”. Неудобно ссылаться на хрестоматийную Эллочку-людоедку, но рядом с некоторыми теле- и радиожурналистами она выглядела бы красноречивым оратором и вообще интересным собеседником. Только без обид, друзья, потому что не особо далеко от своих электронных коллег ушли и многочисленные труженики пера – те же штампы, только в письменном виде. Унылые заголовки и степная тональность акына Джамбула Джабаева» (СБ, 02.10.2010). Інтэлектуальны і мастацкі пачаткі, характэрныя пры інфармацыйна-фатычных адносінах, у кожным творы калонкі аб'ядноўваюцца парознаму і праяўляюцца ў розных прапорцыях. Найбольш, зразумела, чытача прываблівае арганічнасць сплаву навукова-тэарэтычнага і эмацыянальна-вобразнага пачаткаў.

У калонках тэкставыя блокі выражэння аўтарскай пазіцыі ўнікальны, ствараюць своеасаблівы «почырк» таго ці іншага аўтара, выяўляючы асаблівасці ідыястылю. Так, напрыклад, асаблівасцю ідыястылю галоўнага рэдактара газеты «Ганцавіцкі час» Пятра Гузаеўскага з'яўляецца выкарыстанне ў загаловах сваёй рубрыкі слоў у двукоссі: «Льготы для “сельских” бизнесменов обрезали», «Налог на домохозяйек и гастербайтеров – “утка” или реальность?», «Падатак на

“паразітаў і туняедаў”», «Чем обернется для Беларуси “калийная война”?» і інш. Галоўны рэдактар «Сельскай газеты» Сяргей Міховіч шырока выкарыстоўвае шматкроп’е: «Бизнес на... на крыше бизнеса», «Миня парадный подъезд...», «Пропустите в сектор... автобус», «Пока созревают хлеба...», «Это наша с вами судьба...», «Что в подарке? Любовь...», «Избавиться от бедности. Желаний...» і інш. Падобныя канструкцыі ствараюць інтрыгу і ўзбуджаюць цікаўнасць адрасата.

Індывідуальны стыль – з’ява надзвычай складаная, паколькі сумяшчае разнастайныя параметры – соцыякультурныя, аксіялагічныя, соцыялінгвістычныя, псіхалінгвістычныя, у вуснай форме публіцыстычнага маўлення – паравербальныя і невербальныя. Менавіта псіхалінгвістычныя характарыстыкі ўплываюць на эмацыйную стрыманасць ці адкрытасць, накіраванасць і функцыянальную значнасць эмоцый, ступень маўленчай экспрэсіўнасці. Важным фактарам у стварэнні ідыястылю з’яўляецца культура асобы, што складаецца з ведаў фактаў культуры, навыкаў працы па сваёй прафесіі і асабістага вопыту. Справядліва адзначаюць мовазнаўцы, што менавіта культура асобы служыць як крыніцай асабістых дасягненняў, так і крыніцай стварэння культуры калектыву і культуры грамадства [4, с. 22]. На нашу думку, асабліва калі гэта асоба – рэдактар газеты. «По моему мнению, люди должны иметь возможность открыто и честно сообщать о готовящихся или совершенных преступлениях, закон при этом должен обеспечивать им свое благорасположение. Но анонимки, касающиеся “морали” и прочих житейских материй, должны расходиться не дальше мусорной корзины. Во всяком случае, в редакции “СБ” заведено так!» (СБ, 02.11.2010).

Лінгвісты адзначаюць, што «для людзей, прафесія якіх звязана з павышанай маўленчай адказнасцю, валодаць “нармальным” маўленнем недастаткова: неабходна маўленне мастацкае, майстэрскае, г.зн. іншы ўзровень яе “якаснасці”» [4, с. 123]. «О нынешних кавээзничках не говорю, чувство юмора у большинства было ампутировано еще в розовом детстве. Загадочных и важных “резидентов” “Комеди клуб” в большинстве своем нельзя подпускать к студии на километр – их “юмор” годится разве что для ШИЗО колонии общего режима. Кто остается? Женя Булка, Жора Колдун, мэтр театра “Христофор” Евг. Крыжановский (других можете дописать сами)» (СБ, 02.10.2010). Сучасныя факты патрабуюць для свайго афармлення асаблівай індывідуальнай апрацоўкі, якая будзе тым больш дакладнай, чым ярчэйшая індывідуальнасць журналіста, які ў сваёй галіне павінен быць майстрам. «Тем, кто живет в сегодняшней Беларуси, то воспетое в полярной тональности время яв-

ляется, конечно, поучительной эпохой, но все же безвозвратно и навсегда скрывшейся за поворотом времен. И дело вовсе не в том, что нельзя механически забывать прошлое – это правда! Тем более что прошлое всегда стремится отомстить настоящему. Но все же человек должен жить сегодняшним и будущим. И только ими. Мертвые пусть сами хоронят своих мертвецов...» (СБ, 05.03.2013). Немагчыма не пагадзіцца з думкай прафесара М. Цікоцкага, што «кожны таленавіты твор сучаснай публіцыстыкі вызначаецца прыгажосцю і жывасцю мовы, якія непарыўна звязаны з прыгажосцю і жывасцю думкі, з дакладнасцю і тонкасцю адлюстравання рэчаіснасці» [9, с. 63]. На нашу думку, эталонам жанра калонкі па аргументаванасці разважанняў, эрудыцыі ў розных галінах, мабілізацыі ўсіх магчымых сродкаў арганізацыі камунікацыі са сваім чытачом можна смела назваць тэксты П. Якубовіча – прыклад яркай аўтарскай адметнасці, наяўнасці свайго ідыястылю. «Счастливые люди не пишут в редакцию. Если и пишут, то очень редко. Ну в самом деле, кому придет в голову кричать на весь мир, что в личной и безличной жизни у него все прекрасно? Письма пишут те, у кого болит душа и обливается кровью сердце» (СБ, 30.09.2010).

Аўтары калонкі актыўна карыстаюцца сродкамі дыялагічнасці, часта будуючы свой тэкст як дыялог з чытачом, майстэрскі імітуючы жывую гутарку, выкарыстоўваючы пытальна-адказныя канструкцыі, пытанні ў якіх праблемныя, скіраваныя да сумесных разваг. Такія дыялогі разлічаны на актывізацыю ролі адрасата ў абмеркаванні праблем. «Но сегодня мне хочется поговорить о другом, ответить авторам, не увидевшим своих писем на страницах... Не обижайтесь на нас и не расстраивайтесь!.. Ведь, согласитесь, невозможно написать обо всех суботниках или первомайских маёвках?» (Пр., 12.11.2013).

Прамая адрасацыя – нярэдка прыём у тэксце калонкі. «Самое страшное для “районки” – ваше равнодушие. Мы пишем её для вас, наши читатели. И надеемся на вашу помощь, ведь ваши советы, наблюдения, предложения, сообщения помогут сделать газету интересной, живой, злободневной. Потому пишите, звоните, заходите» (Пр., 13.09.2013). Часта аўтары выкарыстоўваюць інклюзіўнае мы, аб’ядноўваючы сябе і чытача, заклікаючы яго паразважаць разам. Рэдактары звычайна выказваюць сяброўскія, таварыскія адносіны да сваіх чытачоў. «Еще один момент, на который жалуются читатели: обилие рекламы. Но, мои дорогие, это наши деньги. А для вас, согласитесь, – полезная информация» (ЖН, 04.01.2012). Гэта дае права сцвярджаць, што і фамільярныя адносіны валодаюць пэўным кантактаствараючым патэнцыялам.

У тэкстах «Калонкі рэдактара» назіраюцца з’явы, уласцівыя вуснай мове з яе частымі адступленнямі ад нормы, з яе паўнамёкамі, з своеасаблівымі характарыстычнымі, індывідуальнымі праявамі гаворкі аўтара. Да прыкладу: *«Дело дрянъ. Об этом говорят итоги работы белорусского народного хозяйства за 10 месяцев 2013 года. Не то у нас растет, что надо. Взять, к примеру, такой важный показатель, как валовой внутренний продукт (ВВП). Не растет зараза, хоть ты тресни. Вот уже третий месяц застыл как вкопанный и ни туда ни сюда... А ему-то по прогнозам надо вверх двигаться, расти, колоситься и все такое. Ведь власти своими указами, директивами, постановлениями и прочими официальными бумагами запрограммировали его подъем на 8,5%. Но не тут-то было. “Не растет кокос”, – как поется в известной песенке про остров Невезения... Вот и перешли плавно к инфляции. Она в отличие от ВВП растет, как сорняки в хорошо удобрённом огороде. Хотя ей-то по тем же указующим бумагам этого делать не полагалось. Но в белорусских реалиях все наоборот: то, что должно расти, не растет, а то, что не должно, тянется вверх, не остановишь... И это, ясный перец, не предел»* (БрГ, 20.11.2013). Часам рэдактары, жадаючы гаварыць з чытачамі ў даходлівай і папулярнай форме, самі не заўважаюць, як збіваюцца на апашленне важных прынцыпаў і ідэй, якія бяруцца развіваць у сваіх выступленнях. Вядомы стыліст М.Я. Цікоцкі неаднаразова адзначаў, што «папулярнасць публіцыстычнага стылю нічога агульнага не мае з прымітывізмам, вульгарызацыяй і папулярнічаннем. Адсюль і патрабаванне да мовы і стылю – пазбаўляцца ад элементаў штучнасці, стылізацыі пад “народную” гаворку» [9, с. 44].

Мадальнасць тэкстаў калонкі мае на мэце адбросіць усе сумненні і прызнаць справядлівасць аўтарскай пазіцыі як пазіцыі чалавека, цвёрда перакананага ў сваёй праваце. Такая мадальнасць дэманструе жаданне аўтара вызначыць магчымыя варыянты рашэння праблемы і знайсці найбольш аптымальны з іх. Усё гэта рэалізуецца дэталёва прадуманай сістэмай аргументаў. *«Симптоматичное признание. В нем сразу две новости, и обе для меня важные. Во-первых, редактора может устроить тот факт, что газету все же выписали, то есть заплатили за нее деньги. Но это – плохого редактора, хорошему же важно еще, чтобы эти, не очень большие, кстати, деньги, окупились прежде всего для самого подписчика. Во-вторых, когда творческий капитал журналистов, скажем так, омертвляется уже в почтовом ящике, может ли их радовать формальный, любой величины, газетный тираж? Вот и я о том же...»*

(СГ, 26.09.2013). Часта фармуліруючы свае аргументы, аўтары падключаюць эфектыўны сродак уздзеяння на чытача – прамую эмацыянальна-экспрэсіўную ацэнку рашэння праблемы. Такі тэкст мае моцны ўплывовы патэнцыял, які дасягаецца з дапамогай метафар і размоўных канструкцый. *«Гледзячы на гэтых генератараў ідэй, якія, каб выправіць эканамічнае становішча, прыдумваюць, як рвануць хоць касміль шэрсці нават з паршывай авечкі, падаецца, што беларускі “народзец” для нашай улады становіцца адзінай залатой жылай, як газ і нафта для расійскіх алігархаў...»* (ГЧ, 17.11.2013). Вобразнасць садзейнічае яркасці падачы фактаў, выразнасці галоўнай думкі з мэтай комплекснага ўздзеяння на розум і пачуцці чытача. *«Практыка транспартнага падатку існуе ў многіх краінах. Хутчэй за ўсё, аўтаўладальнікі, якіх абкладуць падаткам, у сэрцах “абкладуць” тых, хто гэта прыдумаў, матам і пойдучь плаціць. А крыўда застаецца»* (ГЧ, 17.11.2013). Аднак структура вобраза павінна быць семантычна празрыстай, каб не адцягваць увагу чытача сваёй празмернай арыгінальнасцю.

Імкнучыся палегчыць чытачу задачу разумення тэксту, аўтары калонак выкарыстоўваюць розныя ўстаўныя канструкцыі са значэннем удакладнення, тлумачэння, канкрэтызацыі, абагульнення і канструкцыі эматыўнага характару, у фармленні якіх удзельнічаюць эмацыянальна-ацэначныя і экспрэсіўныя сродкі. *«Нам звонят и пишут, мы приобрели новых друзей, небезразличных к судьбе своего города. “Газета должна вызывать неподдельный интерес читателя и приносит ему пользу”, эти слова мудрого преподавателя журфака Белгосуниверситета запомнились мне навсегда. С первой задачей справиться несложно, благо наша жизнь настолько насыщена различными событиями, что только успевай описывать всё происходящее. А вот для выполнения второй задачи в редакции на протяжении многих лет налажена прочная связь “читатель-газета”. Ни одно обращение не остается без внимания, ведь мы хорошо понимаем: если человек обращается за помощью в газету, значит, он не получил ее в других ведомствах и службах. Кроме того, каждое обращение в редакцию – это свидетельство популярности издания, поэтому вопросы, предложения, просьбы и даже замечания в свой адрес мы готовы выслушивать всегда»* (ЖН, 04.01.2012).

Для схаванай ацэнкі аўтар выкарыстоўвае прыёмы непрамой камунікацыі – намёкі і іронію. Іранічная мадальнасць пранізвае шэраг тэкстаў калонкі, а ў некаторых, асабліва ярка палемічных, становіцца асноўным тэкстаствараючым сродкам. Схаваная ацэнка рэалізуецца часта з дапамогай вобразных параўнанняў. *«Атрымліваецца, што без*

пазык Расіі і замежных крэдытаў наша цудоўная краіна сама пакуль можа толькі выжываць, а не квітнець. Горка і прыкра казаць, але ў галаву прыходзіць непрыемнае параўнанне: калі алкаголіку перастаюць пазычаць грошы суседзі, ён пачынае выцыганьваць іх у сваёй сям'і. Чым гэта звычайна канчаецца, можна здагадацца» (ГЧ, 17.11.2013).

На жаль, нярэдка ў раённай прэсе яшчэ можна сустрэць журналісцкія тэксты насычаныя канцылярызмамі і безмястоўнымі дэмагагічнымі канструкцыямі, у якіх актыўна дамінуе стандарт. Так, напрыклад, матэрыял «Кожнаму звароту – асаблівая ўвага» вызначаецца псеўдаінфармацыйнасьцю: «Традыцыйная “прамая тэлефонная лінія” прайшла з удзелам старшыні раённага выканаўчага камітэта... І, як заўсёды, тэлефон не маўчаў. Вось некаторыя пытанні, з якімі звярталіся жыхары да кіраўніка раёна.....Але па нейкіх прычынах на сённяшні дзень настаўнікі жывуць на здымных кватэрах, а сама пабудова знаходзіцца ў непрыглядным стане. На што кіраўнік раёна паабяцаў літаральна ў бліжэйшы час абавязкова выехаць на месца і разабрацца». Ад канструкцыі з дамінаваннем назоўнікаў, найперш аддзяслоўных, патыхае афіцыёзам. Эмацыянальна невыразная падача інфармацыі абезаблічвае аўтара, робіць тэкст няшчырым, нецікавым: «В рамках наведання парадка на земле пры содействии сельхозорганизаций проводится работа по выравниванию контуров полей по границам земель хозяйств и населения. Проведение активной разъяснительной работы среди жителей, направленной на формирование у человека заботы о красоте и уюте своего дома, улицы, населенного пункта, практическое участие в наведении порядка на земле – задача каждого» (ГЛ, 08.07.2012). Хацелася б, каб замест «казённага аптымізму» і бяздумнай узнёсласці ў «Калонцы рэдактара» былі глыбокія думкі і сапраўдныя грамадзянскія пачуцці.

Такім чынам, аналіз рубрыкі «Калонка рэдактара» дазваляе сцвярджаць, што змястоўна-структурнае і стылістычнае напаўненне непасрэдна залежыць ад моўнай асобы аўтара, ад яе камунікатыўнай кампетэнтнасці, маўленчай крэатыўнасці, маўленча-мысліцельнай культуры, прафесійнага вопыту і асобных характарыстык. Глобальная актывізацыя працэсаў аўтарызацыі журналісцкіх твораў вынікуе адпаведныя змены ў іх стылёвай структуры, тым самым уплываючы на арганізацыю публіцыстычнага маўлення і, як вынік, інтэнсіфікуе змены ў самім журналісцкім працэсе, закранаючы ўсе яго складнікі.

Скарачэнні

БрГ – “Брэсцкая газета” (галоўны рэдактар Віктар Марчук).

ГЛ – “Голас Любаншчыны” (галоўны рэдактар Андрэй Драбуцька).

ГЧ – “Ганцавіцкі час” (галоўны рэдактар Пятро Гузаеўскі).

ЖН – “Жодзінскія навіны” (галоўны рэдактар Людміла Курбанова).

КН – “Калінкавіцкія навіны” (галоўны рэдактар Іван Гарыст).

МГ – “Маладзечанская газета” (галоўны рэдактар Аляксандр Лазоўскі).

Пр. – “Прысталічча” (галоўны рэдактар Наталля Мальцава).

СБ – “СБ. Беларусь сегодня” (галоўны рэдактар Павел Якубовіч).

СГ – “Сельская газета” (галоўны рэдактар Сяргей Міховіч).

Літаратура

1. Вепрева, И.Т. Феномен таблоидных СМИ: от человека социального к человеку фамильярному / И.Т. Вепрева // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. монография, посвящ. 80-летию проф. Г.Я. Солганика. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – С. 268–277.

2. Ивченков, В.И. Лингвистика речи: ретроспекция стилистического опыта / В.И. Ивченков // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. монография, посвященная 80-летию проф. Г.Я. Солганика. – М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. – С. 132–139.

3. Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.М. Амири. – М.: ФЛИНТА, 2009.

4. Ипполитова, Н.А. Русский язык и культура речи / Н.А. Ипполитова, О.Ю. Князева, М.Р. Савова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.

5. Іўчанкаў, В.І. Медыярыторыка / В.І. Іўчанкаў. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009.

6. Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект / Под ред. В.И. Конькова. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007.

7. Сметанина, С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С.И. Сметанина. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2002.

8. Солганик, Г.Я. Лингвистика речи в настоящем и будущем / Г.Я. Солганик // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика. – М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. – С. 8–22.

9. Цікоцкі, М.Я. Стылістыка публіцыстычных жанраў / М.Я. Цікоцкі. – Мінск: Вышэйшая школа, 1971.