
МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

MEDIA STRATEGIES AND TACTICS

УДК 070:654.197

ПЕРСАНІФІКАВАНАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА Ў СУЧАСНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРА БЕЛАРУСІ

М. С. ЦЮЦЯНЬКОЎ^{1*}

^{1*} Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь

Анотацыя. Вызначаны змены сучаснай беларускай журналістыкі, звязаныя з трансфармацыяй грамадска-палітычнай сітуацыі, тэндэнцыяй да ўзмацнення аўтарскага пачатку ў публіцыстычным творы, персаніфікацыяй журналісцкай дзейнасці, павелічэннем уздзеяння інфармацыйных тэхналогій і штучнага інтэлекту на медыявытворчасць. Падкрэслена ўзрастанне ролі медыйнай асобы (палітыка) і журналіста, які ў прафесійным плане сёння павінен набыць статус камунікатыўнага лідара, што знаходзіцца ў працэсе абмену інфармацыяй. Аналізуецца новы этап развіцця інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій, які характарызуецца перапамеркаваннем роляў у працэсе медыякамунікацыі і наладжваннем узаемадзеяння паміж уладнымі структурамі і СМІ. Адзначаюцца дэканструкцыя прынцыпу чаргавання стандарту і экспрэсіі ў вытворчасці журналісцкага тэксту, змяненне манеры выражэння аўтарскай думкі, узбагачэнне медыятэксту рознымі выяўленчымі сродкамі, аб'яднанымі ў адзіную персаніфікаваную сістэму тэкстаўтварэння, за якой распазнаецца канкрэтная асоба журналіста.

Ключавыя словы: медыятэкст; персаніфікаваная журналістыка; медыяпрастора; грамадска-палітычны працэс; аўтарская праграма; інфармацыйна-кагнітыўнае супрацьстаянне.

Образец цитирования:

Цюцянькоў МС. Персаніфікаваная журналістыка ў сучаснай медыяпрасторы Беларусі. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2025;1:4–9. EDN: HEFMDF

For citation:

Tutenkov MS. Personalised journalism in the modern media space of Belarus. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2025;1:4–9. Belarusian. EDN: HEFMDF

Автор:

Максим Сергеевич Тютенков – аспирант кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики. Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор В. И. Ивченков.

Author:

Maxim S. Tutenkov, postgraduate student at the department of periodical press and web journalism, faculty of journalism. tsiutsiankovms@bsu.by

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ

М. С. ТЮТЕНЬКОВ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Выявлены изменения в современной белорусской журналистике, связанные с трансформацией общественно-политической ситуации, тенденцией к усилению авторского начала в журналистском творчестве, персонификацией журналистской деятельности, усилением влияния информационных технологий и искусственного интеллекта на медиапроизводство. Подчеркивается возрастающая роль медийной личности (политика) и журналиста, который в профессиональном плане сегодня должен обрести статус коммуникативного лидера, находящегося в диалогическом процессе при обмене информацией. Анализируется новый этап развития информационно-коммуникационных технологий, характеризующийся перераспределением ролей в процессе медиакоммуникации и налаживанием взаимодействия государственных структур и СМИ. Отмечены деконструкция принципа чередования стандарта и экспрессии в производстве журналистского текста, изменение способа подачи авторской мысли, обогащение медиатекста разнообразными изобразительными средствами, организованными в единую персонифицированную систему текстообразования, за которой распознается конкретная личность журналиста.

Ключевые слова: медиатекст; персонализированная журналистика; медиaproстранство; общественно-политический процесс; авторская программа; информационно-когнитивное противостояние.

PERSONALISED JOURNALISM IN THE MODERN MEDIA SPACE OF BELARUS

M. S. TUTENKOV^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Abstract. Changes in modern Belarusian journalism, associated with the transformation of the sociopolitical situation, the tendency to strengthen the author's principle in journalistic work, the personification of journalistic activity, the increasing impact of information technologies and artificial intelligence on media production are identified. The increasing role of the media personality (politician) and the journalist who in the professional plan today must acquire the status of a communicative leader who is in a dialogical process during the exchange of information is emphasised. The new stage of development of information and communication technologies which is characterised by the redistribution of roles in the process of media communication and the establishment of interaction between government structures and the media is analysed. The deconstruction of the principle of alternating standard and expression in the production of journalistic text, a change in the manner of presenting the author's thought, and the enrichment of the media text with various visual means, organised into a single personalised system of text creation behind which the specific personality of the journalist is recognised are noted.

Keywords: media text; personalised journalism; media space; sociopolitical process; author's programme; information and cognitive confrontation.

Уводзіны

Кожны новы этап развіцця соцыуму абумоўлены грамадска-палітычнымі працэсамі, гістарычнымі падзеямі і дынамікай экзістэнцыяльных пераўтварэнняў, уласцівых канкрэтнай гістарычнай эпосе. Канец XX – пачатак XXI ст. характарызуецца нарасцаннем уплыву інфармацыйных тэхналогій, якія паступова эвалюцыяніруюць у сістэмы штучнага інтэлекту. На фоне інфармацыйнага супрацьстаяння медыя становяцца важным рэсурсам, які па-шыраецца за кошт развіцця сістэмы кагнітыўных

інструментаў, прызначаных для масавага ментальнага ўздзеяння на этнапсіхалагічны стан канкрэтнага грамадства з мэтай замены традыцыйнай карціны свету на патрэбную для рэалізацыі пэўных камунікатывых мэт канструкцыю, якая з'яўляецца адчужанай ад сапраўдных духоўных каштоўнасцей, уласцівых для народа-рэцыпіента.

Інфармацыйна-кагнітыўная вайна супраць Беларусі стала асабліва адчувальнай за апошнія чатыры гады. Намерам такіх войнаў відавочна з'яўляюцца

расхістанне грамадска-палітычнай сітуацыі і звязанне камунікатыўных устаноў да навязаных перлакутыўных эфектаў з дапамогай слоў-прыкрыццяў, напрыклад паліткарэктнага абазначэння каляровых рэвалюцый у шматлікіх краінах свету. «Паліткарэктнасць “зламалася” ў 2020–2022 гг., калі ў Беларусі і Казахстане адбыліся ўзброеныя сутыкненні, якія не мелі “пеяратыўнай” назвы, а намінаваліся як звычайныя пратэсты з усімі наступствамі – ахвярамі і разбурэннямі»¹ [1, с. 101]. Гэты перыяд існавання незалежнай Рэспублікі Беларусь можна лічыць лёсавызначальным у развіцці нацыянальнай персаніфікаванай журналістыкі, якая стала рупарам дзяржаўнай ідэалогіі і ў той же час служыла для выражэння неадназначнай грамадзянскай пазіцыі. Падчас прэзідэнцкіх выбараў 2020 г. і парламенцкіх выбараў

2024 г. у Беларусі ўзрасла папулярнасць персаніфікаванай журналістыкі, пачалі вызначацца медыйныя персоны на айчынных тэлеканалах.

Метадалогія даследавання базіруюцца на прыцыпах структурна-функцыянальнага аналізу, у межах якога выбудоўваецца тыпалогія агульных і прыватных рыс персаніфікаванай журналістыкі ў кантэксце зменлівай грамадска-палітычнай сітуацыі. Пры падрыхтоўке артыкула былі выкарыстаны прыёмы дыскурснага аналізу і кантэнт-аналізу медыяпрадуктаў тэлеканалаў «Беларусь 1», «АНТ», «СТБ» за перыяд са жніўня 2020 па красавік 2024 г. Мэтай даследавання выступае выяўленне спецыфікі фарміравання і развіцця персаніфікаванай журналістыкі ў Беларусі на сучасным этапе.

Асноўная частка

Медыйны і палітычныя працэсы маюць адзіную прыроду свайго функцыянавання – інфармацыйную, пры якой роля СМІ заключаецца ў пасрэдніцтве падчас перадачы інфармацыі ад суб’екта ўлады да падуднага аб’екта. З развіццём лічбавых платформаў заўважаецца тэндэнцыя да змены роляў медыя і медыйнай асобы (палітыка, дзяржаўнага лідара), якая з прычыны адкрытага доступу да камунікацыйных шляхоў і магчымасці напрамую ўплываць на мэтавую аўдыторыю становіцца фундатарам палітычнага працэсу. Такім чынам, неабходнасць пераасэнсавання функцыянальную прызначанасць СМІ ў структуры палітычнага працэсу ўзрастае. Таксама актуалізуецца комплекснае вывучэнне анталогічнага статусу медыя з улікам той акалічнасці, што СМІ ў сучасных умовах могуць выступаць не толькі ў якасці ўдзельніка камунікатыўнага акту, але і ў якасці актара. Гэтым фактам і абумоўлена пільная ўвага да інфармацыйнага працэсу з боку дзяржавы і ўладных структур. Так, Прэзідэнт Рэспублікі Беларусь А. Р. Лукашэнка, гаворачы пра месца і ролю СМІ ў жыцці сучаснага грамадства, канстатаваў: «Зараз гэтыя сектары нашага жыцця адыгрываюць найважнейшую ролю ўвогуле ў развіцці Беларусі. Ідзе інфармацыйная вайна, перш за ўсё ў СМІ. Эканамічная вайна, інакш яе не назавеш. Мы робім усё для таго, каб зберагчы краіну ад гарачай вайны. Пакуль нам гэта ўдаецца. Думаю, што мы зможам вырашыць гэтую праблему – не дапусціць сутыкнення, як гэта было заўжды на тэрыторыі Беларусі»².

Імклівае развіццё лічбавых тэхналогій і росквіт постмадэрнізму ў канцы ХХ ст. абумовілі інтарэс даследчыкаў да праблемы аўтарства ў журналісцкіх тэкстах. У ХХ ст. прымяненне прынцыпу чаргавання стандарту і экспрэсіі ў журналісцкім тэксце прадуд-

гледжвала перавагу ў бок стандарту, але з развіццём персаніфікаванай журналістыкі гэты дысбаланс ліквідаваўся. Сёння ў журналісцкім тэксце заўважаецца большая ступень аўтарскай рэфлексіі і адлюстравання канкрэтнай пазіцыі супрацоўніка медыя.

Функцыянальная дыферэнцыяцыя медыякантэнту заснавана на экстралінгвістычных фактарах, сярод якіх першаснымі з’яўляюцца сфера зносін, форма грамадскай свядомасці, тыпы і ўмовы камунікацыі [2, с. 67]. Паводле канцэпцыі Верліха, вылучаюцца пяць тыпаў тэкстаў: дэскрыптыўны (апісальны), наратыўны (апаведальны), эксплантарны (тлумачальны), аргументаваны і інструктыўны [3, с. 22–23]. У персаніфікаванай журналістыцы актыўна выкарыстоўваюцца наратыўны і эксплантарны тыпы тэкстаў. Тэксты масавай камунікацыі займаюць нішу «публіцыстычных», іх сігніфікатывнае напаўненне супадае з паняццем «медыятэкст», якое набыло за апошнія дзесяцігоддзі статус базавай катэгорыі ў медыялогіі і медыялінгвістыцы. Медыятэкст шырока вывучаецца айчыннымі і замежнымі вучонымі, такімі як В. І. Іўчанкаў, Р. Я. Салганік, Т. Г. Дабрасклонская, Н. І. Клушына, Л. Р. Дускаева, Б. Тошавіч, В. Арганёва і інш.

Спецыфіка вытворчасці медыяпрадукту звязана са зменамі ў асэнсаванні анталогіі класічнага тэксту як спалучэння характарыстык вуснага і пісьмовага элементаў у вербальнай камунікацыі. У першую чаргу гэты факт уплывае на журналісцкую дзейнасць, дзе экспліцытна праяўляецца палікодавы і мультымедыйны характар інфармацыі, аб якім сведчаць «другаснасць» тэксту, яго вытворчасць «на паток», перцэптыўная аднаразовасць, сэнсавая незавершанасць, семіятычная ўскладненасць, поліфункцыянальнасць, калектыўнае аўтарства і інш. [4, с. 194].

¹Тут і далей пераклад наш. – М. Ц.

²«Некоторые хотят повоевать, власть захватить». Лукашенко об информационной войне и планах беглых [Электронный ресурс] // БелТА. URL: <https://www.belta.by/president/view/nekotorye-hotjat-povoevat-vlast-zahvatit-lukashenko-ob-informatsionnoj-vojne-i-planah-beglyh-626497-2024> (дата обращения: 14.04.2024).

У ХХІ ст. развіваецца новая спецыфічная форма журналістыкі – журналістыка думак, якая прыняццопа памяняла маўленчую манеру данясення інфармацыі журналістам да масавай аўдыторыі. Камунікатыўны працэс набыў сіметрычны суб’ект-суб’ектны характар: узаемадзеянне СМІ са спажыўцом медыяпрадукту стала праходзіць у форме раўнапраўнага дыялогу. Такая акалічнасць была выклікана як змястоўнымі зменамі ў арганізацыі медыятэксту, так і трансфармацыямі тэхналагічнага парадку, важнымі атрыбутамі якіх сталі інтэрактыўнасць, мультымедычнасць, уключанасць масавай аўдыторыі ў стварэнне і распаўсюджванне кантэнту і трансмедыйнасць. Гэтыя абставіны мяняюць метадалогію падачы аўтарскага бачання сацыяльна значных працэсаў у традыцыйнай журналістыцы, дзе ключавымі становяцца такія прафесійныя якасці спецыяліста, як падстаўнасць, кампетэнтнасць, забеспячэнне верыфікацыйнай дакладнасці фактаў, уменне рабіць аргументаваныя высновы, наладжваць камунікатыўны «масток» з адрасатам, не навязваць сваю думку, а пры дапамозе эфектыўнай канстатацыі і інтэрпрэтацыі медыяпадзеі або факта стварыць для чытача, гледача, слухача ці карыстальніка інтэрнэту пэўны перлакутыўны эфект.

Журналістыка думак выступіла ў ролі заснавальніка персаніфікаванай журналістыкі, якая ў Беларусі атрымала дынамічнае развіццё пасля падзей 2020 г. На першы план праз канкрэтную асобу журналіста або эксперта, грамадзянская пазіцыя якой цалкам адказвае канстытуцыйным і дзяржаўна арыентаваным запытам, былі выведзены інструменты адлюстравання нацыянальных інтарэсаў у інфармацыйнай сферы.

Першымі папулярнымі сегментамі ў сістэме аўтарскай тэлежурналістыкі з’явіліся такія праграмы, як «Зразумелая палітыка» (С. Гусачэнка, тэлеканал «Беларусь 1»), «Аўтарскі каментарый» (М. Пятрашка, тэлеканал «Беларусь 1»), «Будзе дапоўнена» (І. Тур, тэлеканал «АНТ»), «Антыфейк» (А. Занковіч, тэлеканал «АНТ»), «Тайныя спружыны палітыкі» (Р. Азаронак, тэлеканал «СТБ»). З цягам часу сталі запатрабаванымі і іншыя праграмы рэспубліканскіх тэлеканалаў. Напрыклад, на тэлеканале «Беларусь 1» у эфірнай сетцы вяшчання з’явіліся рубрыкі «Час Першага» (І. Красуцкая), «Кантэкст» (І. Валынец), «Гэта іншае» (К. Лебедзева), «Дакруцім з Круталевіч» (К. Круталевіч), «Табліца Мендзелевай» (Я. Мендзелева), «Абмяркуем з Марыяй Пятрашкай» (М. Пятрашка), «Пляцоўка» (Л. Гладкая), «Дыспазіцыя» (К. Гагарын), «Скрыншот» (А. Сыч), «Простая эканоміка» (А. Аўдонін), «Па форме» (А. Чыж-Літаш), «Між іншым» (Г. Эйсмонт); на тэлеканале «СТБ» – рубрыкі «Накіпела» (А. Мукавозчык), «Аўтарскі праект Алены Дзіёдзінай» (А. Дзіёдзіна), «МЫ!» (Р. Азаронак), «Палітыка без гальштукаў»

(Я. Пуставы), «Міжнародны эксперт» (П. Ялфімаў), «Сэнсы» (А. Дзермант), «Займальная паліталогія» (А. Лазуткін), «Сенат» (М. Рачылоўскі); на тэлеканале «АНТ» – рубрыкі «Прапаганда» (І. Тур), «Паліт Stand up» (М. Маркаў), «Аб’ектыўНА» (Д. Бачкоў), «Маркаў. Нічога асабістага» (М. Маркаў), «Наш час» (М. Лаўрукевіч), «Усё зразумела» (М. Караман), «Лікбез.бай» (А. Маркава) і інш. Некаторыя праекты закрыліся, аднак частка з іх пераўтварылася ў новыя праграмы. Сярод пералічаных рубрык 27 праграм прысвечаны тэме палітыкі (87 %) і толькі 4 праграмы (13 %) – эканамічнай, сацыяльна-культурнай і спортыўнай тэматыцы. Гэты факт абумоўлены тым, што нацыянальная персаніфікаваная журналістыка ў цяперашні час становіцца дзейным транслятарам і рэгулятарам грамадска-палітычнай сітуацыі ў краіне. Так, у рубрыцы «Усё зразумела» (М. Караман), якая выходзіць на тэлеканале «АНТ», у лютым 2024 – сакавіку 2024 г. 4 выпускі запар былі прысвечаны выключна электаральнай кампаніі: «Аб тым, каго мы будзем выбіраць на адзіным дні галасавання», «Аб тым, што трэба ведаць пра выбары дэпутатаў», «Якія назіральнікі прыехалі на выбары дэпутатаў у Беларусь, а якія – не?», «Адзіны дзень галасавання застаўся ззаду. Але наперадзе – новыя выбары». Інфармацыйнай насычанасцю і пераканаўчасцю характарызуюцца рубрыка «Лікбез.бай», якая пачала сваю дзейнасць з тэмы «Адказнасць за нез’яўленне на выбары: што рабіць беларусам у адзіны дзень галасавання?», і праект «Галоўны эфір», сегментным складнікам якога стала традыцыйная рубрыка «Кантэкст» (І. Валынец), у адным з выпускаў якой распавядалася пра падвядзенне вынікаў адзінага дня галасавання. Аднак усе праграмы з’яўляюцца ўніверсальнымі і тэматычнай прывязкі да нейкай пэўнай камунікатыўнай метападзеі не маюць.

Каля 10 праграм у сетцы беларускага тэлевяшчання прысвечаны навінам розных краін свету – выбарам прэзідэнтаў, забастоўкам, сусветнаму гандлёваму шляху, тайным карпарацыям, правакацыям краін Захаду і інш. Некаторыя з гэтых праграм перакладаюцца на другія мовы, у сваёй большасці на англійскую мову, і выходзяць толькі на вэб-старонках медыякампаній, відэахостынгаў, акаўнтах у сацыяльных сетках і г. д. Гэты факт звязаны з задавальненнем патрэб мэтавай аўдыторыі, паколькі пытанні, якія разглядаюцца вядучымі, маюць прамое дачыненне да жыхароў іншых краін свету. Такі маркетын-гавы ход дае плён: праграмы, перакладзеныя на замежныя мовы, павялічваюць сваю аўдыторыю. Прыкладам можа служыць праграма «Зразумелая палітыка» (С. Гусачэнка). Так, выпуск «Так пачыналіся войны: самыя вядомыя правакацыі Захаду. Забойствы і пастаноўкі» на мове арыгінала³ набраў

³Так пачыналіся войны: самые известные провокации Запада. Убийства и постановки. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pBEb9wxLKGy> (дата обращения: 20.04.2024).

30 тыс. праглядаў (па стане на красавік 2024 г.), а ў перакладзе⁴ – яшчэ 3 тыс. праглядаў.

На фоне грамадска-палітычных падзей у краіне доля вяшчання значна павялічылася за апошнія пяць гадоў. Па афіцыйных даных ЗАТ «Медыявымяральнік» за сакавік 2024 г., у перыяд з 18:00 да 22:15 быў зафіксаваны максімальны аб'ём аўдыторыі ў будні і выходныя дні⁵. Менавіта ў гэты прайм-тайм выходзяць перадачы персаніфікаванай журналістыкі. Паводле інфармацыйнай справаздачы аб тэлеглядзенні, у 2024 г. жанр інфармацыйнай праграмы заняў трэцяе па папулярнасці месца, саступіўшы кінапраграме і забаўляльнай праграме. У рэйтынгу тэлеканалаў за 2023 г. тэлесегменты падобнай тэматыкі каналаў «АНТ», «Беларусь 1» і «СТБ» занялі трэцяе, чацвёртае і шостае месцы адпаведна⁶.

Сёння медыяхолдынгі адыгрываюць вызначальную ролю ў развіцці палітычнага працэсу. Ім забяспечваецца значная дзяржаўная падтрымка, таксама такія прадпрыемствы маюць належную матэрыяльна-тэхнічную базу і кадравы састаў. Гэтыя акалічнасці садзейнічаюць стварэнню якаснага інфарматыўнага і віруснага кантэнту.

СМІ аказваюць вялікі ўплыў на грамадска-палітычныя працэсы, яны выступаюць полем для трансляцыі думак грамадства і зваротнай рэакцыі ўлады, выбудоўваючы пры гэтым канструктыўны дыялог паміж імі. У 2020-я гг. медыясістэма пачала кардынальна мяняцца: з-за тэхналагічнага прагрэсу менавіта СМІ сталі актарамі ў трансляцыі палітычных поглядаў грамадства, пры гэтым сама палітычная сістэма нібыта адышла на задні план.

Персаніфікаваная журналістыка ў Беларусі знаходзіцца на этапе фарміравання і «вучыцца» выбудоўваць дыялог у класічнай форме суб'ект-суб'ектных зносін. Стваральнікі кантэнту або задаюць тэмп размовы, або адказваюць на інфармацыйныя нагоды (праграма «Клуб рэдактараў»), што былі створаны ў апазіцыйных прыватных СМІ. У такіх адносінах назіраецца маналагічная (асіметрычная) форма перадачы інфармацыі журналістам, якая прадугледжвае выбудоўванне цыркулярнай мадэлі камунікацыі паміж аўдыторыяй і дзяржаўнымі медыя. Характар такой формы перадачы інфармацыі вызначаецца ў паводзінах адразу двух суб'ектаў камунікацыі, асноўнымі задачамі якіх выступаюць кадзіраванне, дэкадзіраванне і інтэрпрэтацыя паведамлення, аднак яго цэласнасць не парушаецца, таму што з пункту гледжання мадальных адносін роля журналіста персаніфікаванай журналістыкі з'яўляецца дамінуючай, вырашальнай. Прафесар В. І. Іўчанкаў канстатуе, што «калі ў мастацкім тэксце аўтар знаходзіцца па-за апісванай сітуацыяй і можа канструяваць яе сам,

то ў журналісцкім тэксце аўтар у большасці выпадкаў знаходзіцца ў цэнтры сітуацыі і з'яўляецца ўнутраным інтэрпрэтатарам, арыентацыйным цэнтрам ідэнтыфікацыі асоб, пунктаў прасторы, адрэзкаў часу ў тэксце і забяспечвае выбар неабходных маўленчых сродкаў» [5, с. 144]. У сувязі з гэтым медыятэкст, на думку аўтара, павінен быць сканструяваны апэратыўна. У такім кантэксце папулярным становіцца тэзіс аб надыходзе эпохі «медыякратыі» – часу ўлады СМІ, якія зараз не толькі адлюстроўваюць і інтэрпрэтуюць рэчаіснасць, але і канструююць яе па сваіх правілах [6, с. 78].

Ролі аўтараў і рэцыпіентаў у віртуальным свеце, у адрозненне ад рэальнага, змяняюцца. Цяпер спажываюць кантэнт не толькі атрымліваюць інфармацыю ад адрасантаў (журналістаў), але і ствараюць яе самастойна праз формы існавання зваротнай сувязі. Тым самым яны разбураюць межы камунікацыйнага асяроддзя лінейнага тыпу і змяняюць сваю ролю адрасата. Працэс камунікацыі ў гэтым выпадку прымае наступны выгляд: паведамленне паступае ад першай асобы (адпраўніка) да другой асобы (атрымальніка) і назад – ад другой асобы да першай. Такі тып камунікацыі назіраецца ў праграмах палітычнага кірунку. Пры гэтым асноўным складнікам медыякамунікацыі з'яўляюцца эмацыянальна-ацэначная лексіка і сінтаксічныя канструкцыі з эмацыянальнай афарбоўкай (клічныя сказы, рытарычныя пытанні і інш.).

Для кожнага аўтара персаніфікаванай журналістыкі характэрна выкарыстанне пэўных жанраў. У жанры тэлефэльетона ствараюць кантэнт А. Мукавозчык, Я. Пуставы, М. Пятрашка, К. Гагарын і інш.; у жанры памфлета – Р. Азаронак, А. Занковіч, А. Аўдонін, Л. Гладкая і інш.; у жанры навелістыкі – С. Гусачэнка, А. Чыж-Літаш, К. Круталевіч, І. Красуцкая і інш. Як адзначае В. У. Каломіна, «...сёння адбываецца сутыкненне двух падыходаў да адлюстравання рэчаіснасці: журналістыкі факта і журналістыкі меркаванняў. Фактолагі абвінавачваюць сваіх апанентаў у залішняй суб'ектыўнасці і навязванні аўдыторыі сваіх пунктаў гледжання. Аднак, душычы аўтарскую культуру, фактолагі незаўважна для сябе занялі месца аўтараў» [7, с. 296].

Феномен аўтарскай журналістыкі прадугледжвае ўзрастанне ролі журналіста. Цяпер важным становіцца не толькі тое, што сказалі журналісты, але і тое, хто з іх гэта сказаў. Раней даследчыкі адзначалі, што «...прэса абязлічана. Магчыма, таму так актыўна ўкараняюцца на палосы аўтарскія партрэты з прозвішчамі над загалоўкамі: няхай чытачы ведаюць, якія ў нас ёсць журналісты» [8, с. 77]. Сёння гэта меркаванне ўжо не актуальна.

⁴Western provocations and fake reasons: how most terrible wars began and who instigated them. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m2zj-sVcw1Y> (date of access: 16.04.2024).

⁵Аудитория ТВ [Электронный ресурс]. URL: <https://mediameter.by/pdf/TV2023.pdf> (дата обращения: 14.04.2024).

⁶Информационный отчет о телесмотрении [Электронный ресурс]. URL: https://mediameter.by/pdf/month_report_March2024.pdf (дата обращения: 14.04.2024).

Заклучэнне

Прынцыповае адрозненне журналістыкі ад палітыкі заключаецца ў тым, што журналістыка абавязана на факты. Сёння ствараецца новая інфармацыйная формула камунікацыі СМІ з соцгумам. Аналіз аўтарскіх медыяпраграм у кантэксце грамадска-палітычнай сітуацыі ў Беларусі, якая назіралася ў краіне ў жніўні 2020 г. і лютым 2024 г., паказаў заостраную ідэалагічную накіраванасць, ацэначную

напружанасць і жанравую стракатасць падачы ўласнага меркавання. Пры гэтым персаніфікаваная журналістыка мае пэўную праграму дзеяння, прызначаную для захавання палітычнай прасторы краіны: дзяржава павінна выступаць у ролі вытворцы масавага інфармацыйнага прадукту, а журналістыка – выконваць функцыю правадніка і транслятара палітычнага працэсу.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Ивченко В.И. Коммуникативные риски в аудиовизуальном пространстве: информационная безопасность и вызовы современности. В: Самусевич ОМ, редактор. *Аудиовизуальные медиа в эпоху интернета и информационных войн: от традиций к инновациям. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию кафедры телевидения и радиовещания БГУ; 21–22 сентября 2022 г.*; Минск, Беларусь. Минск: БГУ; 2022. с. 99–105.
2. Кожина МН. *Стилистика русского языка*. Москва: Просвещение; 1983. 223 с.
3. Werlich E. *Typologie der Texte. Entwurf eines textlinguistischen Modells zur Grundlegung einer Textgrammatik*. Heilderberg: Quelle & Meyer; 1975. 140 S.
4. Казак МЮ. К вопросу о типологии журналистских текстов. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2010;24:193–200.
5. Ивченко В.И. «Мнения» колумнистов: деконструкция стиля. У: Самусевич ВМ, редактор. *Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы. Матэрыялы рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі; 5 мая 2020 г.*; Мінск, Беларусь. Мінск: БДУ; 2020. с. 142–146.
6. Коваленко ОС, Плеханова АА. Журналистика как субъект политического процесса. В: Самусевич ОМ, редактор. *Белорусская журналистика – 2022. Материалы 79-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета; 18 апреля 2022 г.*; Минск, Беларусь. Минск: БГУ; 2022. с. 78–80.
7. Коломина ВВ. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте интернет-пространства. *Вестник Чувашского университета*. 2007;4:295–298.
8. Свороб АК. Авторская колонка, или Право на собственное мнение. У: Дубовік СВ, редактор. *Журналістыка-2014: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 16-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі; 4–5 снежня 2014 г.*; Мінск, Беларусь. Мінск: БДУ; 2014. с. 77–79.

Артыкул паступіў у рэдкалегію 25.06.2024.
Received by editorial board 25.06.2024.