

СТЫЛІСТЫЧНАЯ РАЗНАСТАЙНАСЦЬ БЕЛАРУСКАМОЎНАГА «INSTAGRAM» У СВЯТЛЕ ЛІНГВАПЕРСАНАЛОГІІ

Юдзіцкая Е.А.

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт інфарматыкі і радыёэлектронікі
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь*

Албурт А.А. – магістр філ. навук

Вывучэнне беларускамоўных інстаграм-благаў – новы прадмет для беларусістыкі, які патрабуе комплекснага падыходу. Аб'ектам даследавання сталі беларускамоўныя допісы-тэксты ў сацыяльнай сетцы «Instagram». Прадметам даследавання быў разгляд стылістычных асаблівасцей інстаграмных запісаў. Спецыфіка абранага аб'екта разгляду ў тым, што аналізуецца антрапатэкст з размытымі межамі прыватнага і публічнага, абвостранай скіраванасцю на стварэнне вобразу, самапрэзентацыі адрасанта, патрабавальнасцю да рэакцый адрасата. Ці ёсць месца ў такіх крэалізаваных тэкстах беларускай мове? Як узаемадзеінічаюць мова і соцыум у дадзенай сферы? Бачыцца плён у апоры на напрацоўкі лінгваперсаналогіі падчас вывучэння маўленчых твораў сеткі «Instagram».

Глабальнае распаўсюджанне камп'ютарнай сеткі інтэрнэт і асабліва імклівая актывізацыя сацыяльных сетак сярод грамадства выразна прадэманстравалі рэформу культурнай парадыгмы чалавека. Выбар сацыяльнай сеткі «Instagram» абумоўлены асаблівай папулярнасцю і запатрабаванасцю кантэнту дадзенага сацыяльнага медыя ў апошнія гады як за мяжой, так і на Беларусі.

Напрыканцы ХХ ст. стагоддзя вядучым прычыпам апісання моўнага матэрыялу стаў антрапацэнтрызм, падставай для якога паслужыла імкненне вывучаць мову ў цеснай сувязі з чалавекам. Ключавым паняццем сучаснай лінгвістыкі становіцца моўная асоба. Менавіта гэты тэрмін атрымаў развіццё і знайшоў даследчае адлюстраванне ў паняцці маўленчы партрэт. Аналіз азначэння названых тэрмінаў дазваляе гаварыць аб суадносінах паняццяў моўная асоба і маўленчы партрэт: яны цесна ўзаемазвязаны і абумоўліваюць адно аднаго. Як моўная асоба, так і маўленчы партрэт могуць быць індывідуальнымі і калектыўнымі. Даследаванне ў кірунку лінгваперсаналогіі абумоўлена вялікай запатрабаванасцю сёння сацыялінгвістыкі як дысцыпліны, што вывучае пытанні, звязаныя з сацыяльнай прыродай мовы, яе

грамадскай функцыяй і роляй, якую грае мова ў жыцці чалавека, а таксама механізмам уздзеяння сацыяльных фактараў на мову.

Функцыянальная стылістыка – раздзел мовазнаўства, які найбольш поўна і паслядоўна ажыццяўляе вывучэнне мовы ў выкарыстанні ў рэчаіснасці, у розных сітуацыях. Функцыянальная стылістыка таксама цесна звязана з культурай маўлення – надзённай і практычна прымяняльнай лінгвістычнай дысцыплінай. У функцыянальнай стылістыцы дастаткова поўна раскрываецца камунікатыўны аспект культуры маўлення. Існуе думка, быццам яна нібы душа любой сталай мовы, паколькі з’яўляецца акалічнасцю, з улікам якой фарміруецца моўная асоба.

У межах лінгваперсаналогіі разглядаецца мадэль моўнай асобы праз яе адносіны да розных тэкстаў, робіцца акцэнт на фарміраванні моўнай асобы. Моўная асоба з’яўляецца суб’ектам маўленчай дзейнасці, падрыхтаваным ствараць і ўспрымаць маўленчыя творы (тэксты). Зыходзячы з абумоўленасці мноствам моўных асоб разнастайных маўленчых паводзін разглядаецца паняцце «антрапатэкст». Важна адзначыць, што антрапатэкст утварае не толькі асоба аўтара, але і асоба атрымальніка паведамлення. Такім чынам, «антрапатэкст ёсць вынікам складанага, часам супярэчлівага ўзаемадзеяння адрасанта з адрасатам» [1].

Класічнай лічыцца структура моўнай асобы, апісаная Ю. Каравулавым [2]: вылучаюцца тры ўзроўні. Па-першае, вербальна-семантычны, які прадугледжвае валоданне мовай: уменне карыстацца лексіконам і граматычнымі мадэлямі. Па-другое, кагнітыўны, дзе гаворка ідзе пра карціну свету, каштоўнасці, што рэпрэзентуюцца ў тэзаўрусе (паняцці, ідэі, канцэпты, прэцэдэнтныя тэксты). Па-трэцяе, узровень прагматычных устаноў, які разглядае мэты, матывы, намеры. Адзначым, што ў беларусістыцы каштоўнасці ўзровень маўленчай асобы ў інтэрнэце даследаваўся на матэрыяле нікнэймаў [3]. Першы і трэці ўзроўні моўнай асобы карэлююць вызначэннем функцыянальнага стылю тэксту (мэта маўлення + выкарыстаныя моўныя сродкі).

Дыяпазон функцыянальных стыляў, наяўных у тэкстах беларускамоўных блогераў, уключае навуковы, публіцыстычны, мастацкі і гутарковы. Але можна сцвярджаць, што прадстаўлены і канфесійны стыль. Ён рэалізаваны на старонках інстаграм-блогераў, што вядуцца праваслаўнымі і каталіцкімі святарамі. Напрыклад, ксяндзом В. Барком (@viachaslau_barok): *«Хто б з нас не хацеў такога жыцця, якое меў цар Саламон? Быў сябрам Бога ды меў прызнанне ў людзей. Аўтарытэтам быў не толькі для сваіх падуладных, але і для суседніх цароў. Не кажу ўжо пра той матэрыяльны дастатак, які дазваляў яму жыць у раскошы. Прасочваюцца ўсе рысы, уласцівыя канфесійнаму стылю: ацэначныя моўныя сродкі, сімвалізацыя фактаў і падзей нябачнага свету, выхаванне вернікаў у духу заповедзей хрысціянскай маралі, толькі станоўчае эмацыянальнае ўздзеянне, аўтарская індывідуальнасць, напеўнасць, адсутнасць нелітаратурных элементаў, асабліва архаічна ўзнёслая танальнасць, рэлігійная лексіка, якая надае маўленню своеасаблівы каларыт.*

Мастацкі стыль можа грунтавацца на элементах гутарковага стылю і народна-карнавальнага гумару разам з прыёмам кантрасту ў досціпах, напрыклад: *in Belarus we don't say: "Think different" / we say: "вось хай конь і думае, у яго галава вялікая" and I think that's beautiful.* Навуковы стыль прадстаўлены ў асноўным прыкладамі допісаў навкова-папулярнага характару, з яўнымі прыёмамі дыялагічнасці (звароткі, пабуджальнасць) і эмацыянальнасцю.

Значнае месца на старонках беларускамоўных блогаў займае публіцыстычны стыль і гэта натуральна, таму што блогер – гэта аўтар, які піша свае тэксты не ў шуфляду, а для таго, каб яго як мага хутчэй прачыталі і пачулі. Блогерскія тэксты – гэта меседж, што пасылаецца грамадству. Публіцыстычны стыль скіраваны на перадачу інфармацыі і ўздзеянне на людзей, паведамляе пра падзеі і навіны грамадскага жыцця, культуры, навукі і мастацтва, дае ім ацэнку. «Інстаграм» становіцца ў пэўным сэнсе трыбунай, спосабам сампрэзентацыі, рэалізацыі сябе як творца, так і прафесійна і вядзення бізнесу. Публіцыстыка дазваляе ўзняць розныя пытанні, грамадскія праблемы (напрыклад, сексізм, фемінізм, праблемы беларускай мовы і інш.), распавесці пра падарожжы, якія ўразілі. Публіцыстыка ў сацыяльных сетках дыялагічная: блогер задае пытанні, на якія чытачы імкнуча адказаць у каментарыях. Разгледзім некалькі прыкладаў-ілюстрацый. Носцічка: *Які беларус не ведае Бону Сфорцу... Гэта жанчына прывезла на нашы землі Еўропу. Яна навучыла шляхту карыстацца відэльцам, саджаць апельсіны... Дзякуючы ёй у Гародні з’явіўся сімвалічны вадаправод, герб, гадзіннік...; Letytsennik: *Вітаю, любімы Менск! Як я люблю вяртацца дадому! Асабліва калі на вуліцы сапраўдная восень – любімая пара на Беларусі... Безумоўна, дамінаванне візуальнага кампанента, рэалізаванасць тэкстаў стварае перадумовы для размяшчэння ў «Instagram» вялікай колькасці рэкламных тэкстаў, з яўнай або прыхаванай стратэгіяй уздзеяння, пабуджэння. Cesliary: *Кухня – гэта месца пра любоў. Беражыце сваіх блізкіх і рабіце адзін адному правільныя падарункі. Трэба зрабіць праект кухні? Мы зробім гэта бясплатна і ўсталюем па найлепшых у горадзе коштах!; azs_a100: *Племя святла, племя добра! На АЗС №35 цябе заўсёды сустрэнуць са святлом у вачах, прапануюць заправіць "каня", выпіць кавы – напой багоў – і падсілкавацца.****

Стварэнне калектыўнага сацыялінгвістычнага партрэта беларускамоўнага карыстальніка «Instagram» праз комплексны аналіз тэкстаў, апублікаваных у ім на мове тытульнай нацыі нашай краіны – перспектыўны кірунак даследаванняў.

Спіс выкарыстаных крыніц:

1. Салахова, А. *Лінгвоперсанолагічны падход в исследовании профессиональной языковой личности / А. Салахова // Филологические науки. Вопросы теории и практики – 2015. – №8 (50). – С. 159–162.*
2. Караулов, Ю.Н. *Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М. : Изд-во ЛКИ, 2010. – 264 с.*

57-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2021

3. Маслянова, П. Нікі : лінгвапрагматычны аспект саманазвы / П. Маслянова // Працы кафедры сучаснай беларускай мовы. – Мінск, 2009. – Вып. 8. – С. 109–112.