

УДК 070.1 (476)

Т. У. ПАДАЛЯК

СУЧАСНАЯ БЕЛАРУСКАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА І ПРАБЛЕМА КАНЦЭПТУАЛЬНА-ТЭРМІНАЛАГІЧНЫХ НАВАЦЫЙ

*Інстытут журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта, Мінск, Беларусь,
e-mail: tatsiana_pd@mail.ru*

В последнее десятилетие существенно изменился ландшафт национального медиапространства Беларуси, созданы новые информационные ресурсы. С усложнением процессов, происходящих в медиапрактике, модернизируются теоретические концепции журналистики, трансформируются ключевые понятия, вводятся новые термины. В статье уточняется категориально-терминологический аппарат современной теории журналистики. Акцентируется внимание на том, что согласно отечественной традиции журналистика рассматривается как творческая деятельность, направленная не только на информационные, но и на воспитательно-просветительские задачи. Актуализируется понятие публицистики, которая, по мнению автора, является одним из аксиологических индикаторов журналистики.

Ключевые слова: журналистика, публицистика, средства массовой информации, медиапространство, периодическая печать, реформирование информационных ресурсов, категориальный аппарат, терминологические новации.

T. U. PADALIAK

MODERN BELARUSIAN JOURNALISM AND THE PROBLEM OF CONCEPTUAL AND TERMINOLOGICAL INNOVATION

Belarusian State University, Institute of Journalism, Minsk, Belarus, e-mail: tatsiana_pd@mail.ru.

In the past decade the landscape of the Belarusian media space has significantly changed, there have been created new information resources. With the increasing complexity of processes in the media practice, theoretical conceptions of journalism are being modernized, key concepts are being transformed and new terms appear. The article clarifies categorical and terminological apparatus of modern media science, reflects on the state, trends and perspectives of the print media in view of the introduction of digital technologies. Attention is drawn to the fact that, according to the national tradition, journalism is considered to be a creative activity aimed not only at information, but also at educational and awareness raising tasks. The concept of journalism is being actualized, which, in the author's opinion, is one of the axiological indicators of journalism.

Keywords: journalism, publicistic writing, Mass Media, media space, periodicals, reforming of information resources, categorical apparatus, terminological innovation.

Патрэба ў інфармацыі – адна з базавых для чалавека, найбольш поўна яна рэалізуецца ў медыяпрасторы. У Беларусі функцыянуе шырока разгалінаваная сістэма сродкаў масавай інфармацыі; журналістыка пранікае ў палітычныя, дзяржаўныя, эканамічныя структуры, у культуру, навуку, мараль. Выконвае інфармацыйную функцыю – пры гэтым з'яўляецца адначасова і каналам выражэння грамадскай думкі, і сродкам яе фарміравання. Сучасная прэса мае вялікія спецыфічныя магчымасці аператыўнага, адэкватнага адлюстравання рэчаіснасці – лёсу народа ў яго рэальнай дыялектыцы, з усімі дасягненнямі, пошукамі, памылкамі. Яна здольная далучаць чытацкую аўдыторыю да грамадска-гістарычнага вопыту, нацыянальных, агульначалавечых каштоўнасцей, гуманістычных ідэалаў. Такім чынам, журналістыка імкнецца выконваць сваё грамадскае прызначэнне – аператыўна і паўнацэнна задавальняць інфармацыйныя патрэбнасці аўдыторыі, падтрымліваць пазітыўнае каштоўнае поле грамадства, садзейнічаць аптымальнаму развіццю ўсіх сфер краіны (палітычнай, эканамічнай, духоўнай, сацыяльнай) пры дапамозе важнай, сутнаснай, аб'ектыўнай інфармацыі.

Глыбокія структурна-вытворчыя пераўтварэнні, якія адбываліся з пачатку 1990-х гг., калі Рэспубліка Беларусь набыла статус незалежнай дзяржавы, істотна змянілі медыйны рынак краіны. Імкліва ствараліся новыя выданні. Пры гэтым адны адразу станавіліся папулярнымі, па ступова набывалі вопыт і традыцыі, яны паспяхова працуюць і ў цяперашні час. Іншыя, не вытрымаўшы творчай і фінансава-эканамічнай канкурэнцыі, спынялі існаванне, бяследна знікалі або выходзілі ў інтэрнэт.

Ландшафт нацыянальнай медыяпрасторы застаецца «рухомым» і ў пачатку XXI ст. Гэта звязана з рэфармаваннем інфармацыйных рэсурсаў краіны, сістэмнай трансфармацыяй медыясферы. На развіццё нацыянальнай сістэмы сродкаў масавай інфармацыі ўплываюць сацыяльныя, палітыка-эканамічныя, арганізацыйна-прававыя, культурныя, геаграфічныя, прафесійныя і іншыя фактары. Колькасць сродкаў масавай інфармацыі пры гэтым не змяншаецца. Так, па стане на 1 сакавіка 2016 г. у Дзяржаўным рэестры сродкаў масавай інфармацыі Рэспублікі Беларусь зарэгістравана 1586 друкаваных СМІ (723 газеты, 819 часопісаў, 33 бюлетэні, 9 каталогаў, 2 альманахі); 273 электронных СМІ (173 радыёпраграмы, 100 тэлепраграм); 9 інфармацыйных агенцтваў [15]. Разнастайнасць СМІ, працэсы іх трансфармацыі і аптымізацыі патрабуюць грунтоўнага навукова-тэарэтычнага і метадолага-практычнага аналізу.

У тэорыі журналістыкі таксама фарміруюцца новыя парадыгмы, заснаваныя на ўскладненні працэсаў, якія адбываюцца ў медыяпрактыцы. Многія даследчыкі значную ўвагу ўдзяляюць аналізу тэрміналагічнай базы, катэгарыяльнага апарату сучаснай медыянавукі. Пры гэтым указваюць на неабходнасць удакладніць сутнаснае напаўненне звязаных з журналістыкай ключавых паняццяў і тэрмінаў, якое апошнім часам значна трансфармуецца: журналістыка, журналізм, сродкі масавай інфармацыі (СМІ), публіцыстыка, прэса, масмедыя, медыя, інш. Навукоўцы дыскутуюць аб неабходнасці мадэрнізацыі канцэпцый журналістыкі і СМІ. А. Вартава невыпадкова адзначае: «Сёння разуменне многіх традыцыйных канцэпцый і нават базавых паняццяў у гуманітарных навукх патрабуе не толькі новых падыходаў, а нават рэвізіі» [5, с. 7]. Варта дадаць, што змена, удакладненне і нават рэвізія прафесійных тэрмінаў і паняццяў актуалізуецца не толькі для беларускай і расійскай журналістыкі (дзе адбываюцца ў многім тоесныя працэсы, што тлумачыцца агульнасцю гісторыка-культурнага, сацыяльна-эканамічнага, прафесійна-вытворчага, навукова-тэарэтычнага падмуркаў), але ўвогуле для постсавецкай і сучаснай журналістыкі, дзе таксама існуе праблема тэрміналагічнага рознагалосся і адвольнасці ва ўжыванні тэрмінаў.

Асноўныя фактары, якія садзейнічаюць удакладненню тэрміналогіі, паводле Л. Свіціч: змена статусу, функцый журналістыкі ў сувязі са зменай ладу і тыпу грамадства; развіццё сістэмы СМІ (з іерархічнай, вертыкальнай, манаідэалагічнай у савецкі час – да гарызантальнай, разгалінаванай і шматстайнай сучаснай сістэмы); пераўтварэнне журналістыкі з дзяржаўнай і фінансава датуемай у камерцыйную і, адпаведна, змена прыярытэтаў і мэт журналістыкі; тэхналагічная рэвалюцыя, бурнае развіццё інтэрнэту, мабільных медыя, сацыяльных сетак і да т. п.; перапляценне ў кантэнце СМІ розных пластоў тэкстаў (журналісцкіх, рэкламных, забаўляльных і інш.); магчымасць пазарэдакцыйнага журналізму (фрыланс, блогерства); глабалізацыя медыяпрацэсаў, збліжэнне розных цывілізацыйных парадыгмаў (заходняй, усходняй, айчыннай); неабходнасць канвертаваць тэрміны ў працэсе міжнароднага навуковага абмену і г. д. [16, с. 7–8]. Аналізуючы стан медыясферы ва ўмовах глабалізацыі інфармацыйнай прасторы, беларускі даследчык Л. Белякова звярнула ўвагу на наступнае: «Сітуацыя, якая склалася, адпавядае зацвярджэнню найноўшых уяўленняў аб будучым мазаічным і поліфанічным свеце: «трэцяй культуры» (па І. Прыгожыну), «трэцяй хвалі» (па Э. Тофлеру), «трэцяй цывілізацыі» (па Ф. Сагасі), што актыўна пранікаюць на постсавецкую прастору за зніклую «жалезную заслону», суправаджаючы «восевы» паварот (па К. Ясперсу) ідэалагічных або аксіялагічных парадыгмаў» [3, с. 27].

У сувязі са шматзначнасцю тэрмінаўжывання розныя даследчыкі ўкладваюць у тэрміны свае канцэптואльныя сэнсы – у адпаведнасці з прадметам і аспектам даследчыцкай зацікаўленасці. Так, Г. Лазуціна справядліва падкрэслівае: «У навуцы шматзначнасць тэрмінаў звязана, перш за ўсё, з разнастайнасцю навуковых падыходаў, арыентаваных на вывучэнне тых ці іншых рэалій.

Тэрміны абазначаюць не толькі розныя характарыстыкі гэтых рэалій. Яны кадзіруюць і навуковыя канцэпцыі, якія нараджаюцца ў выніку іх вывучэння. Па сутнасці, сукупнасць тэрмінаў той ці іншай навуковай дысцыпліны – скарбонка выпрацаваных ёю канцэпцый» [10, с. 42].

Аналіз навукова-тэарэтычных крыніц дазваляе вылучыць такія канцэптואльныя падыходы да тэрмінаўжывання: агульнасістэмны (Я. Прохараў, Г. Лазуціна), індустрыяльны, эканамічны (А. Вартанава), камунікатыўны (У. Гарохаў), агульнанавуковы, філасофскі (Л. Свіціч), сацыялагічны (І. Фамічова), інш.

Адзін з распрацоўшчыкаў савецкай, а потым і сучаснай расійскай тэорыі журналістыкі Я. Прохараў указвае, што «развіццё навукі пастаянна патрабуе зместавай, а таму і тэрміналагічнай мадэрнізацыі – увядзення новых тэрмінаў, змены зместу звыклых (пашырэння або сціскання), удакладнення суадносін паміж тэрмінамі. Пры гэтым важнае імкненне да хаця б больш-менш адназначнага іх ужывання рознымі спецыялістамі ўводзімых (і нават звыклых) тэрмінаў» [14, с. 27]. Даследчык дастаткова жорстка пярэчыць тым апанентам, якія тэрмін «журналістыка» ўсё часцей замяняюць «на СМК, СМІ, mass media і г. д. Прычым сама журналістыка для спецыялістаў (асабліва замежных) ператвараецца ў частку або раздзел mass communication theory, media studies, тэорыі камунікацыі (або масавых камунікацый), камунікатывістыкі, будучы «паселенай» пад адным дахам разам з кіно, тэатрам, кнігай, нават коміксамі і іншымі інфармацыйнымі прадуктамі без строгай структурна-канцэптואльнай сувязі паміж імі. Хіба тое, што ўсе гэтыя прадукты «камунікуюцца», перадаюцца ў рознага тыпу аўдыторыі, робіць іх адзіным прадметам вывучэння і адпаведна пабудовы тэорыі? І ў тэорыях камунікацыі (медыя) сутнасць журналістыкі часта (па-экстрэмісцку?) звужаецца і зводзіцца да сумы тэкстаў – грамадска-палітычнага кантэнту. Ці не блытаюцца пры гэтым два тэрміны – журналізм і журналістыка (творчая дзейнасць па стварэнні кантэнту для часопісаў, газет, радыё, тэлебачання, кібержурналістыкі і журналістыка як шматгранны сацыяльны аб'ект)?» [14, с. 30]. У сваіх працах Я. Прохараў вызначае журналістыку як шматаспектнае паняцце з вельмі шырокім семантычным нападзеннем: як адмысловы сацыяльны інстытут, сістэму розных устаноў, якія дзейнічаюць на падставе Канстытуцыі і іншых заканадаўчых актаў (рэдакцыі, выдавецтвы, тэле- і радыёарганізацыі, агенцтвы, прэс-цэнтры і г. д.); як сістэму відаў дзейнасці, неабходных для нармальнага функцыянавання гэтага сацыяльнага інстытута; як сукупнасць прафесій; як сістэму твораў, для падрыхтоўкі якіх патрабуюцца работнікі розных прафесій, што валодаюць спецыфічнымі ведамі, навыкамі, здольнасцямі; як комплекс каналаў перадачы масавай інфармацыі, што выкарыстоўваюць розныя сродкі камунікацыі (друк, радыё, тэлебачанне, інтэрнэт) і ўтвараюць разнастайныя тыпы выданняў і праграм: агульнанацыянальныя і мясцовыя, агульныя і спецыялізаваныя па аўдыторыі, тэматыцы, характары сацыяльнай пазіцыі, накіраванасці, творчым абліччы і г. д. [12, с. 11–13].

Амаль аналагічна вызначае журналістыку С. Карканосенка: грамадская і вытворчая дзейнасць па зборы, апрацоўцы і перыядычным распаўсюджванні актуальнай сацыяльнай інфармацыі (праз друк, радыё, тэлебачанне, кіно і да т. п.); яшчэ адно значэнне слова – сістэма прадпрыемстваў і сродкаў збору і дастаўкі інфармацыі: рэдакцыі, тэлерадыёкампаніі, інфармацыйныя агенцтвы і іх вытворча-тэхнічная база; гэтым жа тэрмінам пазначаецца прадукцыя журналісцкай дзейнасці, творы, з якіх складаюцца нумары газет і часопісаў, праграмы радыё і тэлебачання; так называецца пэўная галіна навуковых ведаў і адукацыі [9, с. 3]. Я. Ахмадулін гаворыць пра журналістыку як сацыяльную сістэму, прызначаную «для пошуку, перапрацоўкі і дыскрэтнай перадачы актуальнай сацыяльнай інфармацыі з дапамогай спецыялізаваных камунікацыйных сродкаў... няпэўнай масавай аўдыторыі з мэтай інфармавання яе, сацыяльнага адаптавання, а таксама адлюстравання і фарміравання грамадскай думкі» [2, с. 9]. Ён указвае, што тып сістэмы журналістыкі абумоўліваецца сацыяльна-палітычнай арганізацыяй грамадства, грамадскімі інтарэсамі, культурна-адукацыйнымі і тэхніка-эканамічнымі сістэмафарміруючымі фактарамі.

У беларускай медыянавуцы пытаннямі тэорыі журналістыкі ў 1970-х – пачатку 2000-х гг. грунтоўна займаўся Б. Стральцоў. На яго думку, журналістыка – «феномен, які выступае ў неабсяжным шматабліччы» [18, с. 3]; гэта «спецыфічны грамадскі інстытут, які інфармуе, кансалідуе,

фарміруе грамадскую думку, займае адметную нішу ў сістэме дзяржаўнага кіраўніцтва; ідэалагічны кангламерат, сцэнтаваны (іншым разам цэмент рассыпаецца) з розных палітычных плыняў, напрамкаў, звёнаў і ячэек; сфера дзейнасці, у якой працуюць і супрацоўнічаюць як прафесіяналы, так і прафесіяналы, дзе побач з рэпарцёрам і публіцыстам дзейнічаюць палітык, эканаміст, сацыёлаг, псіхолаг, мастак, камп'ютаршчык-праграміст, прэзідэнт і паэт, актёр і рэжысёр, інжынер і аграном... Няма іншай сферы дзейнасці, дзе былі б так шырока расчынены дзверы для ўсіх, хто жадае, хто хоча і можа нешта сказаць грамадству, як журналістыка» [18, с. 3]. У даведчаных выданнях В. Вараб'ёва і С. Дубовіка «Журналістыка: ад А да Я», С. Дубовіка «Даведнік журналіста», У. Касько «Слоўнік выдавецкіх тэрмінаў» прапануецца наступнае вызначэнне журналістыкі: сацыяльны інстытут, які ўзнік у сувязі з неабходнасцю распаўсюджвання інфармацыі – масавай (для шырокіх слаёў аўдыторыі ў адпаведнасці з яе запатрабаваннямі), спецыяльнай (навукавай, тэхнічнай, медыцынскай і інш.) – разлічанай на прафесіяналаў, і той, дзе спалучаюцца рысы масавай і спецыяльнай інфармацыі. Журналістыка для масавай аўдыторыі – гэта сукупнасць сродкаў масавай інфармацыі, якія выконваюць сацыяльна арыентаваную ролю ў сферы масавай свядомасці праз зварот да грамадскай думкі, гістарычнай свядомасці розных груп грамадства. Сучасная журналістыка – гэта сістэма друку (газет, штотыднёвікаў, часопісаў), радыё- і тэлевізійных праграм, функцыянаванне якіх забяспечваецца інфармацыйнымі агенцтвамі, прэс-службамі і г. д. [4, с. 41; 7, с. 49; 8, с. 25].

На некалькі аспектаў паняцця «журналістыка» звяртае ўвагу А. Вартава – гэта адначасова і прадметная дзейнасць, і прафесія, і нават сістэма інстытутаў: «Апошняе значэнне прадугледжвае, што журналістыка разглядаецца ў якасці сіноніма сістэмы сродкаў масавай інфармацыі (СМІ) або сістэмы масмедыя/медыясістэмы, калі выкарыстоўваць англамоўны тэрмін... які ўжываецца без перакладу ў мовах многіх краін свету» [5, с. 8]. Даследчык падкрэслівае, што шматзначны тэрмін «журналістыка» абазначае і тыя з'явы, якія не маюць сінонімаў. Размова ідзе пра журналістыку як творчую прафесію, пра філалагічны аспект прафесіі, стварэнне журналісцкага тэксту, або медыякантэнт: сучасныя філалагічныя падыходы да разумення медыятэксту дапускаюць, што ён адрозніваецца ад іншых відаў тэкстаў і інтэгруе шэраг асаблівасцей – адрасаванасць масавай аўдыторыі, публіцыстычнасць, што характарызуецца як прыналежнасць тэкстаў да сферы функцыянавання ідэй у грамадстве, і ў выніку – яго існаванне ў сацыяльнай прасторы.

Прааналізаваўшы навукова-тэарэтычную літаратуру апошніх гадоў, можна прыйсці да наступнай высновы: адны даследчыкі атаясамліваюць паняцці журналістыка, СМІ, масмедыя, іншыя – размяжоўваюць. Слушную прапанову выказала Л. Свіціч: «пакінуць слова “журналістыка” як аб'ёмнае сінтэзаванае паняцце», а для аўтарскай інфармацыйнай дзейнасці «ўжываць слова “журналізм”, якое практычна ў гэтым значэнні ўжо зацвердзілася і ўжываецца ва ўсім свеце» [17, с. 30].

Тэрміны «прэса», «перыядычны друк» спачатку ўжываліся ў якасці сінонімаў паняцця «журналістыка» – да з'яўлення электронных сродкаў перадачы актуальнай інфармацыі. У цяперашні час так называюць у асноўным перыядычныя друкаваныя выданні (хоць, варта дадаць, тэрмін «прэса» часам атаясамліваецца з паняццямі «журналістыка», «сродкі масавай інфармацыі»). У Законе Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі» (2008) юрыдычна замацавана наступнае значэнне СМІ: «Сродак масавай інфармацыі – форма перыядычнага распаўсюджвання масавай інфармацыі з выкарыстаннем друку, тэлевізійнага вяшчання і радыёвяшчання, глабальнай камп'ютарнай сеткі інтэрнэт» [1, с. 2].

Тэрміны «масмедыя», «медыясфера» часта разглядаюцца як сінонімы паняцця «сродкі масавай інфармацыі» (паколькі СМІ звычайна суадносяць з англамоўным *mass media*). Увогуле многія новыя тэрміны, якія маркіруюць сучасныя з'явы ў журналістыцы, з'яўляюцца запазычанымі з заходняй традыцыі: медыяіндустрыя, медыя, медыясістэма, медыякампанія, медыятэкст, медыякантэнт, медыяпрафесіянал, фрылансер (ад *freelancer* – пазаштатны работнік), блогерства (англ. *blog*, ад *web log* – інтэрнэт-дзённік падзей, анлайн-дзённік), рэрайтынг (ад *rewriting* – лексічнае змяненне арыгінальных тэкстаў з мэтай пазбегнуць абвінавачванняў у парушэнні аўтарскага права) і інш.

Медыя – шырокае паняцце, якое абазначае сродкі камунікацыі і ўключае ўсю сукупнасць тэхналагічных сістэм і прыёмаў для перадачы інфармацыйных паведамленняў у тым ці іншым выглядзе. Невыпадкава У. Гарохаў гаворыць пра медыя як пра сукупнасць рэальных і віртуальных камунікацыйных працэсаў, якія забяспечваюць публічны грамадзянскі сацыякультурны дыялог у грамадстве. Журналістыку пры гэтым ён называе «інстытуцыйнай кампанентай медыя» [6, с. 40]. На думку І. Фамічовай, з’явы, якія адносяцца да медыя, шырэньшы за масмедыя, а «масмедыя – шырэньшыя, чым тое, што мы называем СМІ» [20, с. 64]. Даследчык удакладняе: да СМІ «адносіцца перыядычны друк, тэлебачанне і радыё, а таксама (што не так відавочна) частка рэсурсаў інтэрнэту (дарэчы, да гэтага часу не зжытае ўяўленне, што ўвесь інтэрнэт – СМІ)» [20, с. 66]. Заўвага вельмі важная і слушная, паколькі сама па сабе глабальная камп’ютарная сетка інтэрнэт не можа разглядацца як сродак масавай інфармацыі.

Удакладняючы катэгорыяльна-тэрміналагічны апарат сучаснай медыянавукі, варта ўлічваць, што існуюць розныя падыходы да журналістыкі, звязаныя з цывілізацыйнымі асаблівасцямі, тыпамі грамадства, менталітэтам насельніцтва і г. д. Сучасная парадыгма, заснаваная на заходняй традыцыі, разглядае журналістыку пераважна як навінную службу («навінны рэпатынг»), а масмедыя – як мікс журналісцкіх, рэкламных, разнастайных піяр-тэкстаў, шырокага забяўляльнага кантэнту, што найлепшым чынам прадаецца. Так, прафесар Школы журналістыкі Універсітэта Місуры Сцюарт Луры адзначае: «Менеджары газет у Злучаных Штатах нават не хочуць ужываць слова “журналіст” у апісанні сваёй прафесійнай дзейнасці» [11, с. 15]. Амерыканскі даследчык выказвае заклапочанасць не столькі выжываннем газет, колькі выжываннем журналістыкі, паколькі ўладальнікі СМІ разглядаюць журналістыку як ліцэнзію на продаж інфармацыі, дзе галоўная мэта – зарабіць грошы.

У айчыннай традыцыі журналістыка заўжды разумелася шырока – як творчасць, што нясе не проста інфармацыйную, але і асаблівую грамадскую, выхаваўча-асветніцкую місію: невыпадкава паняцці «журналістыка» і «публіцыстыка» часам атаясамліваюць, называюць сінонімамі. Варта звярнуць увагу, што публіцыстыка, адно з асноўных паняццяў і складнікаў савецкай тэорыі журналістыкі, не губляе актуальнасці і ў цяперашні час. Многія сучасныя даследчыкі салідарызуюцца з дэфініцыяй, якую адным з першых прапанаваў Я. Прохараў яшчэ ў 1970-я гг., дзе дакладна вызначаны спецыфічныя характарыстыкі гэтага феномена: «Публіцыстыка (ад лац. *publicus* – грамадскі) – род твораў, прысвечаных актуальным пытанням і з’явам бягучага жыцця грамадства, якія змяшчаюць фактычныя звесткі аб розных яго баках, ацэнкі з пункта гледжання сацыяльнага ідэалу аўтара, а таксама ўяўленні аб шляхах і спосабах дасягнення вылучаных мэт. Садзейнічаючы фарміраванню грамадскай думкі, поглядаў, інтарэсаў і імкненняў людзей, уплываючы на дзейнасць сацыяльных інстытутаў, публіцыстыка адыгрывае важную палітычную і ідэалагічную ролю ў жыцці грамадства, служыць... сродкам грамадскага выхавання, агітацыі і прапаганды, спосабам арганізацыі і перадачы сацыяльнай інфармацыі. Публіцыстыка звяртаецца да з’яў сучаснасці ва ўсім багацці канкрэтных сацыяльных сітуацый (у грамадска-палітычнай, эканамічнай, культурна-ідэалагічнай і іншых сферах)» [13, с. 214]. Я. Прохараў звяртае ўвагу і на спецыфіку публіцыстычнага стылю, што заключаецца ў спалучэнні выражаных у рацыянальна-паняццёвай форме характарыстык і ацэнак падзей, з’яў і працэсаў бягучай гісторыі. Сутнасна блізкае значэнне публіцыстыкі прапанаваў Б. Стральцоў, падкрэсліўшы, што гэта «вышэйшы від грамадска-палітычнай літаратуры» [19, с. 13]. Даследчык разглядаў публіцыстыку і як адмысловы творчы метада, спосаб і форму адлюстравання рэчаіснасці: «...асноўнымі творчымі метадамі ў журналістыцы з’яўляюцца *метада канстатацыі* (інфармацыйны), *метада публіцыстыкі*, *эсэісцкі метада* і *метада дэлавай аналітыкі*» (выдзелена аўтарам. – Т. П.) [18, с. 6].

Сучаснымі навукоўцамі публіцыстыка маркіруецца біпалярна: як галіна літаратуры і як сфера журналістыкі. Практычна ўсе аўтары згодны з тым, што публіцыстыцы ўласціва актуальнасць, сацыяльна-палітычная накіраванасць, ацэначнасць і імкненне ўздзейнічаць на грамадскую думку. На наш погляд, публіцыстыка з’яўляецца адным з аксіялагічных (каштоўных) індыхатараў журналістыкі.

Праблемы канцэптуальна-тэрміналагічных навацый, агульнай тэорыі журналістыкі, прафесіяналізму і медыяінтэграцыі становяцца прадметам абмеркавання на міжнародных і рэспубліканскіх навукова-практычных канферэнцыях у Інстытуце журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта, у ходзе дыскусій на Беларускім міжнародным медыяфоруме «Партнёрства ў імя будучыні», які штогод праходзіць у Мінску з удзелам медыядаследчыкаў і журналістаў з многіх краін свету. Указаная праблематыка знаходзіць адлюстраванне на старонках грамадска-палітычнага, навукова-папулярнага часопіса «Журналіст», першы нумар якога выйшаў у маі 2006 г. (заснавальнікамі выдання выступілі Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь і грамадскае аб'яднанне «Беларускі саюз журналістаў»). Да гэтага часу ў краіне не існавала спецыялізаванага выдання для тэарэтыкаў і практыкаў сродкаў масавай інфармацыі, якое б закранала самыя розныя аспекты нацыянальнай медыяпрасторы і выступала ў якасці своеасаблівага індикатара і каталізатара тэорыі і практыкі журналістыкі. У медыйным асяроддзі па даўняй традыцыі папулярнасцю карысталіся расійскія часопісы «Журналіст» (выдаецца са студзеня 1914 г., пасля рэвалюцыі неаднаразова змяняў назву, выходзіў у тым ліку як «Красный журналист», «Советская печать»), «Журналистика и медиарынок» (выдаецца з мая 2003 г.). Аднак гэтыя, безумоўна, цікавыя і карысныя выданні не заўсёды карэліраваліся з вопытам беларускіх калег, паколькі непасрэдна скіраваныя на расійскія медыярэаліі, экспертныя ацэнкі асноўных тэндэнцый функцыянавання друкаваных і электронных СМІ суседняй краіны, паспяховых гульцоў расійскага медыярынку. У той жа час медыясфера Рэспублікі Беларусь дынамічна развіваецца, мае сваю спецыфіку, адметныя прававыя, прафесійна-творчыя крытэрыі, матэрыяльна-эканамічныя падмуркі. З улікам асаблівасцей інфармацыйнай прасторы Саюзнай дзяржавы Беларусі і Расіі, шырокім распаўсюджваннем у прафесійных колах расійскага аднайменнага часопіса, назву выдання, на наш погляд, лагічна было б зарэгістраваць па-беларуску – «Журналіст» (беларускі «Журналист» выходзіць на дзвюх мовах – беларускай і рускай).

Падсумоўваючы праведзены аналіз, можна зрабіць выснову аб тым, што праблемы абнаўлення і ўдакладнення катэгарыяльна-тэрміналагічнага апарату сучаснай тэорыі журналістыкі як часткі філалагічнай навукі актуалізуюцца разам з ускладненнем працэсаў, якія адбываюцца ў медыяпрактыцы на мяжы XX–XXI стст. Мадэрнізуюцца тэарэтычныя канцэпцыі журналістыкі, трансфармуюцца ключавыя паняцці, пры гэтым на парадак дня паўстае пытанне паняцціна-катэгарыяльнай карэктнасці: пры засваенні новых тэрмінаў важна не страціць сутнаснага сэнсу паняццяў.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Аб сродках масавай інфармацыі : Закон Рэспублікі Беларусь : прыняты Палатай прадстаўнікоў 24 чэрвеня 2008 г. : адобраны Саветам Рэспублікі 28 чэрвеня 2008 г. // Звязда. – 2008. – 8 жн. – С. 2, 3.
2. Ахмадулін, Е. В. Основы теории журналистики : учеб. пособие / Е. В. Ахмадулин. – М. : ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д : Издат. центр. «МарТ», 2008. – 320 с.
3. Белякова, Л. П. Аналитическая журналистика в системе информационного обеспечения инновационных проектов / Л. П. Белякова. – Минск : БГУ, 2013. – 215 с.
4. Вараб'еў, В. П. Журналістыка : ад А да Я : даведнік / В. П. Вараб'еў, С. В. Дубовік. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2002. – 216 с.
5. Вартанова, Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Л. Вартанова // Вестн. Моск. ун-та. – 2012. – № 1. – С. 7–26.
6. Горохов, В. М. Современный тезаурус теории журналистики (поиск терминологической ниши) / В. М. Горохов // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 39–40.
7. Дубовік, С. В. Даведнік журналіста / С. В. Дубовік. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2006. – 221 с.
8. Касько, У. К. Слоўнік выдавецкіх тэрмінаў / У. К. Касько. – Мінск : БДУ, 2012. – 130 с.
9. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 318 с.
10. Лазутина, Г. В. Термины – хранилище концепций / Г. В. Лазутина // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 41–59.
11. Лури, С. В поисках верных маршрутов / С. Лури // Журналистика на перепутье : опыт России и США; под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : МедиаМир, 2006. – С. 11–17.
12. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

13. *Прохоров, Е. П.* Публицистика / Е. П. Прохоров // Большая Советская Энциклопедия : в 30 т. – Т. 21. Проба – Ременсы. – 1975. – 640 с. – С. 214–215.
14. *Прохоров, Е. П.* Терминологический аппарат – понятийно-смысловый скелет науки / Е. П. Прохоров // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 27–38.
15. Сведения о средствах массовой информации, информационных агентствах на 1 марта 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/ru/stat-ru/>. – Дата доступа: 19.03.2016.
16. *Свитич, Л. Г.* Современная периодика: поле понятий и терминов / Л. Г. Свитич // Вестн. Моск. ун-та. – Серия 10: Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 6–24.
17. *Свитич, Л. Г.* Современная периодика: поле понятий и терминов / Л. Г. Свитич // Вестн. Моск. ун-та. – Серия 10: Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 19–33.
18. *Стральцоў, Б. В.* Метад і жанр. Асновы творчага майстэрства журналіста / Б. В. Стральцоў. – Мінск : БДУ, 2002. – 118 с.
19. *Стральцоў, Б. В.* Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства / Б. В. Стральцоў. – Мінск : Выд-ва БДУ, 1977. – 336 с.
20. *Фомичёва, И. Д.* СМИ среди средств социальной коммуникации / И. Д. Фомичёва // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 60–72.

Паступіў у рэдакцыю 16.06.2015