

теме – вот оптимальные составляющие, которые активизируют умения и навыки в употреблении глаголов несовершенного вида в акте реальной коммуникации.

#### *Літаратура*

1. Русский язык как иностранный. Методика обучения русскому языку: учеб. пособие для высш. учеб. заведений / Г.М. Васильева [и др.]; под ред. И.П. Лысаковой. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛА-ДОС, 2004. – 270 с.

**Юлія Лук’янюк, Лілія Шасцярнёва**  
*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

## **ДЭМАТЫВАТАРЫ ЯК НОВЫ ЖАНР У ІНТЭРНЭТ-КАМУНІКАЦЫІ**

Інтэрнэт-камунікацыі ўжо даўно перасталі быць экзатычнай з’явай у нашым жыцці, таму што ператварыліся ў адну з асноўных форм камунікацыі і атрымання новай інфармацыі – а ў некаторых выпадках у асноўную ці нават адзіную форму. За апошнія 15–20 гадоў была апублікавана значная колькасць лінгвістычных і міждысцыплінарных даследаванняў, прысвечаных вывучэнню мовы інтэрнэту, нягледзячы на тое што развіццё гэтай сферы значна апырэджае тэмпы з’яўлення прысвечаных ёй навуковых прац. Адна з асноўных рыс усіх працэсаў, якія адбываюцца ў інтэрнэце, – кароткі тэрмін іх актуальнасці для карыстальнікаў сеціва. Таму ўсе новыя моўныя з’явы інтэрнэту неабходна апісваць непасрэдна ў перыяд іх функцыянальнай актыўнасці (ці моды), значыць – вельмі аператыўна.

Дэматыватары – гэта выявы, што складаюцца з малюнка ці фотаздымка і надпісу-слогана. Перашапачаткова дэматыватары ўзніклі ў ЗША ў канцы 20 стагоддзя, калі бізнесмены пачалі выкарыстоўваць маніпулятыўныя тэхналогіі ў кіраванні персаналам. Так пачалі стварацца маніпулятыўныя плакаты, задачай якіх была прапаганда актыўнай жыццёвай пазіцыі, пазітыўнага погляду на свет, але часта такія матыватары былі нецікавымі і іх пачыналі парадзіраваць. Паступова тэматыка дэматыватараў пашыралася і яны сталі вельмі распаўсюджанымі дзякуючы сетцы інтэрнэт. Для іх характэрна неаднароднасць як на ўзроўні формы, так і на ўзроўні зместу. Віртуальная камунікацыя закранае практычна ўсе сферы чалавечага жыцця, і сёння разнастайныя жанры ўсіх

функцыянальных стыляў прадстаўлены ў інтэрнэце: электронныя версіі часопісаў, тэле- і радыёперадач, чаты, блогі, e-mail, Skype і інш.

Тэорыя тэксту вылучае тры тыпы: вербальныя (лінгвістычныя) тэксты, невербальныя (экстралінгвістычныя) і змешаныя тэксты з перавагай вербальных ці невербальных кампанентаў.

Пачатак навуковаму асэнсаванню змешаных вербальна-невербальных тэкстаў быў пакладзены ў працах па семіётыцы Р. Якабсона, Р. Барта, У. Эка. У навуковай літратуры прапаноўваюцца розныя тэрміны для гэтага паняцця: *крэалізаваныя, гібрыдныя, палікодавыя тэксты, супер-тэкст, полімадалны вербальна-візуальны тэкст, семіятычна ўскладненыя тэксты* і інш. Дэматыватары, у адрозненне, напрыклад, ад рэкламы, будуецца на парадоксе, выкарыстанні розных стылістычных прыёмаў: метафарычных і метанімічных пераносаў, выкарыстанні сімвалаў і г. д.

У палікодавым тэксце спалучаюцца элементы вербальнай і невербальнай камунікацыі, якія ўтвараюць візуальнае, сэнсавае, структурнае цэлае, накіраванае на комплекснае ўздзеянне на адрасата. Л.С. Бальшакова, аналізуючы паняцце палікодавага тэксту, разглядае вербальныя тэксты як лінейныя, а невербальныя – як нелінейныя. Апошнім уласцівая інтэртэкстуальнасць, гіпертэкстуальнасць і крэалізаванасць [1, с. 49].

Усе дэматыватары інтэрнэту можна ўмоўна падзяліць на дзве вялікія групы: першая – дэматыватары, выкананыя на высокім мастацкім узроўні з ужываннем фотаздымкаў і выяў выключнай якасці па форме і па змесце; другая група – дэматыватары часам высокай якасці, часам нізкай, аўтары якіх, як правіла, адносяцца да нейкай сацыяльнай групоўкі (музычнай, спартыўнай, нацыяналістычнай, рэлігійнай і інш.).

Сёння дэматыватары вельмі распаўсюджаны, асабліва ў моладзевым асяродку. Надпісы і персанажы дэматыватараў часта становяцца так званымі інтэрнэт-мемамі – так называюць з’яву спантаннага распаўсюджвання інфармацыі ці фразы, якая стала папулярнай дзякуючы тыражаванню па электроннай пошце, у чатах, на форумах, у блогах і г. д. Такая спантанная папулярнасць характэрна толькі для незвычайных, выбітных навін, якія не пакідаюць карыстальнікаў раўнадушнымі. Цытаты, культурныя, гістарычныя, літаратурныя алюзіі і рэмінісцэнцыі шырока выкарыстоўваюцца ў слогамах-подпісах да малюнкаў ці фотаздымкаў.

Адной з асаблівасцей дэматыватараў як маўленчага жанру з’яўляецца ананімнасць аўтара (таму некаторыя даследчыкі адносяць гэты жанр да фальклору) [3]. Гэта акалічнасць дазваляе ананімным аўтарам

спаборнічаць у колькасці дэматыватараў, створаных і прадстаўленых імі ў інтэрнэце. Існуе нават рэйтынг ананімных аўтараў, але гэта віртуальнае імя не нясе ніякай функцыянальнай нагрузкі. У якасці прыкладу прывядзём некалькі нікнэймаў, дзе першая лічба абазначае колькасць створаных дэматыватараў пэўнай асобай, а другая ўказвае на рэйтынг у інтэрнэце: Wolt1k – 243, 10354; NoMix – 524, 2485. Значэнні і формы асабістых сеціўных імёнаў абумоўліваюцца колам іх практычнага прымянення і разуменнем таго асяроддзя, у якім носьбіты маюць зносіны. Нікнэймы выконваюць функцыю саманазывання і прадстаўлены лексемамі, якія пераносяць пэўныя зрухі на ўсіх узроўнях мовы, перажываюць пераўтварэнне моўнага знака і набываюць пэўны сімвалізм. З гэтага пункту гледжання нікнэйм можна разглядаць як знак, які змяшчае не проста прыдуманы вобраз, але і светапогляд, сацыяльны статус і іншыя прыкметы цэлага канцэпту «Я». Аналіз нікнэймаў таксама ўяўляе сабою цікавы і багаты матэрыял для асобнага даследавання, на падставе якога можна стварыць сацыяльна-псіхалагічны партрэт аўтараў дэматыватараў.

Як правіла, тэматычна дэматыватары звязаны з актуальнымі падзеямі ці падзеямі, што прыцягваюць увагу. Сёння, напрыклад, высокі рэйтынг маюць дэматыватары, якія перадаюць (асвятляюць) ваенныя працэсы ва Украіне:





Дэматыватары як электронны жанр звычайна зарыентаваны на моладзь. Так у моладзі фарміруецца новы «дэматыватарны стыль мыслення» як спосаб разбурэння традыцыйных каштоўнасцей, высмейвання ўсяго і ўсіх. Гэтаму часта садзейнічае кантраст паміж выявай і слоганам-падпісам. У якасці падпісу часта выкарыстоўваюцца самыя розныя па сінтаксічнай структуры і лексіцы мікратэксты.

Такім чынам, дэматыватары – дынамічны жанр, які аператыўна рэагуе на тое, што адбываецца. Таму ён можа служыць індикатарам настрою і мысліцельных працэсаў пераважна мужчынскай паловы моладзі краіны. З пункту гледжання сацыяльнай дыягностыкі дэматыватары маніфестуюць пачуцці і ацэнкі большай часткі маладых грамадзян Беларусі. Дэматыватар – гэта дыялог з суайчыннікамі і светам і адначасова ўздзеянне на свет.

#### *Літаратура*

1. Большакова, Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст» / Л.С. Большакова // *Вестник Новгородского государственного университета*. – 2008. – № 49. – С. 48–51.
2. Вакуров, В.Н. **Фразеологический каламбур в современной публицистике** / В.Н. Вакуров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gramota.ru/biblio/magazines/pt/28\\_358](http://www.gramota.ru/biblio/magazines/pt/28_358). – Дата доступа: 1.09.2014.
3. Винников, В. Демотиваторы. Жанр русского фольклора / В. Винников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zavtra.ru/cgi/veil/data/zavtra/10/886/81.html>. – Дата доступа: 14.01.2014.
4. Горошко, Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.textology.ru/article.aspx?aId=206](http://www.textology.ru/article.aspx?aId=206). – Дата доступа: 14.01.2014.