

2. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М. : Наука, 1985.
3. Красных, В. В. Коды и эталоны культуры / В. В. Красных // Язык, сознание, коммуникация : сб. ст. – М., 2001. – Вып. 19. – С. 5–19.

А. К. Шевцова

Могилёв, МГУ им. А. А. Кулешова

ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ¹

Роль средств массовой информации в становлении и наращивании глобализационных явлений в различных сферах жизни современного общества невозможно переоценить. Она объективно велика, что обусловлено стремлением многих государств к объединению информационного пространства. Глобализация базируется на ряде процессов, суть которых в том, что они как бы «сжимают» мир во времени и пространстве и делают условными и проницаемыми все существующие территориальные границы [1]. Вышеназванные процессы становятся значительно проще, принимая во внимание существование Интернета, мгновенное распространение информации и возможность ее обработки в онлайн-режиме. Став транслятором глобализационных процессов, СМИ оказывают непосредственное воздействие на эволюцию остальных сфер коммуникации в русле унификации ее установок и форм в международных масштабах.

Публицистический дискурс в своем традиционном понимании также переживает определенные трансформации. Печатные СМИ стремительно теряют свою популярность в силу ряда объективных причин, уступая место электронным источникам информации. Однако исследование веб-изданий имеет весьма ограниченный потенциал ввиду их недолгой истории существования. Соответственно не представляется возможным проведение анализа медийного дискурса в диахроническом аспекте на материале современной электронной периодики. Данное умозаключение обусловило один из критериев выбора материала настоящего исследования. При определении материала также учитывалась область наибольшей концентрации вербализующих средств коммуникативно-прагматического ресурса публицистического дискурса. Согласно результатам современных зарубежных и отечественных исследований, заголовки газетных статей являются наиболее прагматически

¹ Исследование выполнено в рамках НИР «Тенденции развития и функционирование белорусскоязычного медиадискурса в условиях глобализации и межкультурного диалога» (№ госрегистрации 20161437) подпрограммы «Белорусский язык и литература» государственной программы научных исследований «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» на 2016–2020 гг.

нагруженными элементами публицистического дискурса [2; 3; 4; 5; 6]. Как отмечает Э. А. Лазарева, «компрессированная передача содержания в заголовочном комплексе позволяет ему выполнять коммуникативную роль в процессе взаимодействия с реципиентом. Элементы заголовочного ансамбля, сегментируя содержание, являются средством обеспечения коммуникативных интересов воспринимающего информацию» [7, с. 159].

Реализация тенденций глобализации в дискурсе СМИ в настоящее время является недостаточно разработанной проблемой как в теоретическом плане, так и в практическом. Отдельный интерес представляет изучение проявления глобализационных тенденций в сфере белорусскоязычного медийного дискурса. До сих пор остается открытым вопрос о степени интеграции белорусских СМИ в мировое медиасообщество. Также отсутствует унифицированный набор критериев для анализа глобализационных проявлений в дискурсе СМИ.

Термин *языковая глобализация* был введен учеными, которые исследовали влияние глобализации на функционирование национальных языков. Он означает «процесс взаимопроникновения языков в условиях глобализации» [8, с. 64]. Нами был определен ряд факторов [9, с. 155–156], которые, по мнению специалистов в области культурологии, журналистики и лингвистики [10; 11; 12], маркируют проявления феномена глобализации в медийном дискурсе. Прежде всего, направленность современного публицистического дискурса на манипуляцию и развлекательный характер сообщения. Авторы газетных статей стремятся превратить отдельную новость в медиа-событие, придать значимость излагаемой информации, привлечь внимание читателей и стимулировать их потребительскую активность. При этом газетный заголовок теряет сугубо информирующую функцию. Он несет субъективную оценку происходящих событий и призван вызвать интерес аудитории путем использования стилистически окрашенной лексики.

Глобализация также ведет к упрощению речи, с одной стороны, и увеличению количества заимствований, с другой. В первую очередь, имеется в виду распространение англо-американской лексики, поскольку английский язык до сих пор остается универсальным языком международного общения. Исследователями также отмечается в качестве маркеров глобализации употребление сленговой и ненормативной лексики в дискурсе массмедиа, что ранее не могло признаваться в качестве коммуникативной нормы.

Обосновав выбор фактического материала и критерии проведения анализа, перейдем к изложению полученных результатов. Для исследования методом случайной выборки были отобраны 600 заголовков статей из белорусскоязычной газеты «Звезда»: 300 заголовков статей за период с 1927 по 1929 годы и 300 заголовков из номеров газеты за 2018–2019 годы.

Выборка заголовков раннего периода осуществлялась из изданий газеты «Звезда», начиная с 1927 г., поскольку именно в указанном году газета перешла на белорусский язык ввиду усиливающейся политики белоруси-

зации в БССР. В 179 номере газеты все статьи были подготовлены на белорусском языке, и сама газета вышла под названием «Звезда». Следует обратить внимание на то, что в данный период времени редакция газеты придерживается классических правил орфографии, которые в ходе реформы 1933 г. были изменены и приблизились к современной орфографической норме. В представленных ниже примерах заголовков статей оригинальная орфография сохранена.

В указанный исторический период времени газета «Звезда» содержала следующие рубрики: *Па Савецкай Беларусі, Жыцьцё партыі, За абарону СССР, У нашых суседзяў, Начное радыё, Навіны савецкага дня, Казкі, З фабрык і заводаў, Бібліяграфія, Суд, Спорт, Куток крязнаўцы*. Исходя из названий рубрик и содержания статей, включенных в них, можно сделать вывод о жесткой оппозиции СССР и западных капиталистических стран. Новости союзных стран входили в рубрику *Навіны савецкага дня*, а новости из «недружественных» стран – в рубрику *Начное радыё* (навіны з Нью-Ёрка, Лёндана, Шанхая и т.д.). В основе публицистического дискурса рассматриваемого исторического временного отрезка лежит конкретная идеологическая направленность, манипулирование мнением читателя и формирование определенной позиции относительно происходящих событий. Авторы прибегают к использованию ряда эмотивных языковых средств, стилистических средств и приемов (использование метафор, эпитетов, иронии) для оказания воздействия на эмоциональную сферу реципиента. Авторы выбирают лексические средства с резко негативной или, наоборот, одобрительной коннотацией. Например: *Цьвердалобыя робяць замах на канстытуцыю. (Новы праект рэформы палаты лёрдаў); Францускі ўрад на павадку ў Чэмбэрлена; Здраднікі перагрызліся; Новая авантура Пілсудзкага; Чужая армія; Амстэрдамскія здраднікі супроць клясавае барацьбы; Нафтавыя каралі падбухторваюць Францыю на разрыў з СССР*.

При этом заголовки статей раннего периода характеризуются активной направленностью на информирование населения об обстановке в мире и успехах Союза в различных сферах. Авторы статей апеллируют к фоновым знаниям читателей об историческом контексте, современных событиях, личностях и деятелях, имеющих прямое или косвенное отношение к жизни в БССР. Например: *Верныя слугі Бальдвіна; Вырвем Сако і Ванцэці з рук катаў!; Францускі ўрад патрабуе адклікання тав. Ракоўскага; Пад указку Чэмбэрлена; Посьпех савецкае нафты на сусьветным рынку псуе нэрвы Детэртыngu*. В последнем примере речь идет о Генри Детертинге, долгое время возглавлявшем Королевскую голландскую нефтяную компанию и впоследствии ставшим врагом советских властей. При этом интерпретация излагаемых событий происходит согласно политическим установкам: отношение конкретного события или личности к стране.

В ходе исследования были зафиксированы случаи, когда авторы статей критично относятся к советской реальности и не идеализируют всех происходящих событий (примерно 4 % от общего количества отобранных заго-

ловков): *Дасягненні і недахопы ў парткіраўніцтве сельсаветаў; Дрэнна з мэдыцынай (Заходнія чыгункі); Старыя памылкі паўтараюцца; Два гады турмы за газэтныя артыкулы.* Однако в большинстве случаев заголовки выполняют функцию призыва к действиям, направленным на улучшение жизни в БССР. В таких заголовках используются глаголы в повелительном наклонении, модальные глаголы со значением долженствования, глаголы с первым лице множественного числа, способствующие солидаризации автора статьи и читателя: *Беражэце дзяржаўную маёмасць; Забойства адкладзена. Узвышайце голас пратэсту за вызваленне Сако і Ванцэці; Клясавы прынцып павінен быць вытрыманы; Пашыраем працу з беднай; Ідзём уперад.* Примерно 16 % отобранных заголовков газетных статей раннего периода сформулированы в виде лозунгов: *За захаванне аблігацый на руках у працоўных; Замацаваць вынікі – не паслабляць тэмп; За гібкі і танны апарат!*

Еще одной особенностью заголовков указанного периода является активное использование специфической культурно маркированной лексики, характерной для исторического контекста советского периода: *У барацьбе з кулакамі; Лютыя рэпрэсіі супроць літоўцаў у Польшчы; Гэраічная забастоўка хэмікаў у Горадні; Батрацтва і перавыбары; Агітацыйна-масавая праца парт'ячэк у вёсцы ў сувязі з перавыбарамі сельсаветаў.*

Обращаясь к результатам анализа заголовков современных статей, в качестве основной характерной черты следует выделить высокую частотность употребления заимствованных слов и иноязычных терминов. Например: *Вечна малады «Гары Потэр», або Ці здолее кніга вытрымаць канкурэнцыю з гаджэтамі?; ЗША увялі новыя жорсткія санкцыі супраць Ірана; У Германіі сутыкнуліся два знішчальнікі бундэсвера.* Практически в 60 % отобранных заголовков современного периода содержатся неологизмы и интернациональные лексемы [13]: *Сігнал для бізнесу; Лідары G20 абмяркуюць у Осацы пытанні гандлю і экалогіі; Прадстаўнік Японіі пераймае вопыт работы беларускіх прэс-цэнтраў; Гісторыя валанцёраў Еўрапейскіх гульняў.*

Заголовки статей из современных номеров газеты «Звязда» насыщены стилистическими средствами и приемами. В частности, авторы статей при составлении заголовка часто прибегают к использованию метафор (*Мастацтва сябраваць дамамі; Маладосць не ўсё даруе; Пераўзышли ўсе спадзяванні; Кіламетры памяці, твары перамогі; Калі квітнеюць сады сяброўства...*), эпитетов (*Анамальная сякота аханіла Еўропу; «Тут было неверагодна»; «Залаты» старт на вадзе; «Шыкоўны вопыт для будучыні»; Як змагацца з «нахабнай» паркоўкай*), метонимий (*Перазагрузка – шанц для глыбінкі; Яны выбралі чыгунку; Паляванне на «пластык»*), сравнений (*Рабочы дзень – як свята*), апозицезиса (*На чужы каравай...; Калі смягне зямля...*), парцелляции (*У Томску свята з лялькамі. Беларускімі!; У Брэст. І да Дзеда Мароза!*). В целом, заголовки сегодня носят интригующий характер и направлены на привлечение внимания читателя. Они не всегда

«прозрачны» по смыслу, имеют неоднозначную интерпретацию, тем самым побуждая реципиента прочитать текст всей статьи. По своей структуре такие заголовки оформлены в виде вопроса к читателю, содержат паузу-многоточие и неожиданное окончание, характеризуются смысловым парадоксом. Например: *Дзе студэнтам можна «рукі прыкласці»?; Калі вада – бяда. Як без рызыкi адначыць у спёку?; Матэматык – пра тое, у якіх выпадках трэба адкінуць логіку; Заслужыць навагу спажывуца і... пахвалу канкурэнта; Як дапамагчы... школьнаму псіхалагу.*

Если обратиться к названиям рубрик в современной газете «Звязда», то в них также отмечаются изложенные выше тенденции – тяготение к иноязычным включениям (*Дайджэст, Фарпост спакою, Рэпарцёр, Эканамікс*), манипулятивная направленность (*(Не)тыповыя беларусы, Неасабісты суб'екты, Нефармат*). Следует отметить, что как названия рубрик, так и заголовки современных газетных статей несут определенный патриотический заряд, апеллируя к природе и истории родного края, таланту белорусского народа: *Мы разам – Беларусь; Каб помнілі; З нізкім паклонам; Спытайце пра радзіннае; Беларусь памятае* (рубрики); *Праз 11 гадоў беларускі спартсмен атрымаў «серабро» алімпійскіх гульняў; Ноша памяці. Ці баліць камусьці так, як баліць нам?; Беларусы за Знакам якасці; Беларусы заўсёды ўсміхаюцца ў адказ* (заголовки статей). Однако важное место также отводится популяризации газеты, построению ее имиджа. Этому вопросу посвящены как рубрики (*Я зноў выбіраю «Звязду»*), так и заголовки статей с соответствующими текстами (*Дзякуючы газеце вырашыла адкрыць свой бізнес*).

Таким образом, как следует из приведенных выше результатов исследования, белорусскоязычный публицистический дискурс планомерно встраивается в контекст глобализации информационного пространства. Он обладает рядом характерных признаков глобализации, которые отличают современный белорусскоязычный публицистический дискурс от дискурса исторически более раннего периода. В частности, при создании заголовков газетных статей авторы чаще используют заимствования, неологизмы и интернациональные лексемы. Современные заголовки насыщены стилистически маркированными языковыми средствами, диапазон которых значительно расширился по сравнению с более ранним периодом. В целом, проанализированные заголовки современных статей наравне с функцией информирования выполняют функции привлечения внимания и стимулирования потребительской активности читателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социология. Общество. Глобализация [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/posledstviya-globalizacii.html>. – Дата доступа : 15.04.2016.
2. *Marcoci, S.* Some typical linguistic features of English newspaper headlines [Electronic resource] / S. Marcoci // Linguistic and philosophical investigations. –

Electronic Academic Journal, 2014. – Mode of access : <https://www.questia.com/library/journal/1P3-3332296621/some-typical-linguistic-features-of-english-newspaper>. – Date of access : 30.05.2019.

3. *Dijk, T. A. van*. Structure of news in the press / T. A. van Dijk // Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication. – Berlin, 1985. – P. 69–93.

4. *Reah, D.* The language of newspapers / D. Reah. – London ; N. Y. : Routledge, 2001. – 117 p.

5. *Шарипов, А.* Прагматическая заданность газетных заголовков (на материале английских газет) / А. Шарипов, Ф. Б. Каримова // Учен. зап. Худжандск. гос. ун-та им. академика Б. Гафурова. Гуманит. науки. – 2015. – № 2 (43). – С. 146–150.

6. *Наер, В. Л.* Прагматические аспекты языка газеты / В. Л. Наер // Лингвистика и методика в высшей школе (XI) : сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. – М. : МГПИИЯ им. М. Тореца, 1983. – Вып. 205. – С. 49–58.

7. *Лазарева, Э. А.* Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия / Э. А. Лазарева // Изв. Уральск. гос. ун-та. – 2006. – № 40. – С. 158–166.

8. *Акопянц, А. М.* Лингвистический ландшафт глобализации / А. М. Акопянц, Л. А. Бабитова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – Вып. 66. – С. 64–66.

9. *Шевцова, А. К.* Белорусский рекламный дискурс сквозь призму глобализационных процессов: сопоставительный аспект / А. К. Шевцова // Rusistica Latviensis–8 : сб. ст. по материалам Междунар. науч. конф. «Глобальные и локальные процессы в славянских языках, литературах, культурах 2», Рига, 8–9 мар. 2018 г. – С. 148–157.

10. *Сапожникова, И. А.* Глобализация и средства массовой информации / И. А. Сапожникова // Омск. науч. вестн. Сер. Культурология и искусствоведение. – 2008. – № 5 (72). – С. 244–247.

11. *Вартанова, Е. Л.* Глобализация СМИ и масс-медиа России / Е. Л. Вартанова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – № 4. – С. 9–24.

12. *Блокдва, О.* Особенности функционирования СМИ в современных условиях. Влияние процессов глобализации, конкуренции, медиатизации общества и политики на их развитие [Электронный ресурс] / О. Блокдва. – Режим доступа : <https://www.proza.ru/2013/03/31/1393>. – Дата доступа : 20.05.2019.

13. *Нелюбин, Л. Л.* Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – 3-е изд., перераб. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 320 с.