

### **3.2. Средства солидаризации аудитории в местной прессе Беларуси**

В современном мире средства массовой коммуникации представляют собой одну из наиболее значимых форм существования социальной речевой среды и «в настоящее время играют роль важнейших источников обмена информацией в социальной деятельности носителей языка, в их речевом общении» [22, с. 17]. Безусловно, каждому журналисту необходимо ориентироваться на свою аудиторию, писать понятным ей языком, опираться на ее «семиотический опыт» и знания о мире. Как пишет В. В. Богуславская, «журналистский текст представляет собой уникальное явление: это продукт социально направленной деятельности журналиста и процесс взаимодействия автора текста с аудиторией – особый акт коммуникации» [23, с. 238].

Региональная пресса представляет собой сегмент средств массовой коммуникации, максимально близкий своей аудитории. Она освещает насущные проблемы жителей конкретного населенного пункта или региона, обладает большими возможностями реализации быстрой обратной связи и мобилизации инициативы общества [88, с. 7], что позволяет рассматривать местную прессу как фактор солидаризации читателей.

Многочисленные исследования российской прессы последних десятилетий указывают на усиление в ней творческого начала по сравнению с эпохой СССР, на стилистическую контаминацию и значительное увеличение доли экспрессивных, окказиональных, агрессивных речевых единиц в газетном тексте (Е. В. Власова, С. В. Ильясова, М. Н. Комлева, М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротина, Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская, Т. В. Чернышова и др.).

Подобные тенденции можно наблюдать и во многих белорусских республиканских и областных газетах. Что касается районных газет, то стиль большинства из них со времен СССР изменился незначительно. Это заметно уже в названиях многих региональных изданий, которые либо включают в себя топонимический компонент, отсылающий к региону распространения («Крычаўскае жыццё», «Жодзінскія навіны», «Поставский край» и т.п.), либо апеллируют к анахроничным атрибутам советского времени: «Сельская праўда» (Жабинка), «Кліч Радзімы» (Шарковщина), «Сцяг Саветаў» (Кличев), «Да новых перамог» (Клецк).

Большинство районных газет чрезвычайно стандартизованы по форме (это касается как стандартной рубрикации изданий, так и огромного количества штампов, которыми характеризуется их язык) и по содержанию (они предсказуемо освещают достаточно узкую тематику). Тем не менее в любой из районных газет присутствуют *метафоры* и *прецедентные феномены* (ПФ), обладающие большим потенциалом воздействия на аудиторию и служащие, по нашим наблюдениям, значимым фактором ее сплочения. Мы проанализировали метафоры и ПФ в региональной прессе, издающейся в различных частях нашей страны.

Метафоры, представленные в проанализированных изданиях, чаще всего являются стертыми, хорошо известными широкой читательской аудитории. Среди них присутствуют единицы, относящиеся к разнообразным метафорическим моделям:

а) антропоморфные метафоры – *Совместными усилиями – к богатому урожаю* (Да новых перамог, 10.08.2017); *Багаты ўлоў настаўскіх рыбакоў* (Поставский край, 09.08.2017); *Как приумножить лесные богатства* (Калінкавіцкія навіны, 27.06.2017); *Дыхание жизни и Октября* (Чачэрскі веснік, 28.07.2017); *Няня для телят* (Калінкавіцкія навіны, 13.07.2017); *Подых металу* (Лунінецкія навіны, 14.07.2017);

б) синестезия – *Легких денег не бывает* (Поставский край, 11.08.2017); *«Ціхі подзвіг» у імя іншых* (Лунінецкія навіны, 14.06.2017);

в) дорожные метафоры – *Путешествие в страну безопасности для маленьких клетчан* (Да новых перамог, 08.08.2017); *Дорогами православия* (Кобрынскі веснік, 20.07.2016);

г) метафоры живой и неживой природы – «*Мак*» *приносит свои «плоды»* (Кобрынскі веснік, 20.07.2016); *Местная жемчужина рада отдыхающим* (Да новых перамог, 10.08.2017); *За экватором года: на заседании Гродненского облисполкома обсудили социально-экономическое развитие области за шесть месяцев* (Слонімскі веснік, 11.08.2017); *Зажигает сердца юных чечерян «Зарница»* (Чачэрскі веснік, 25.05.2017);

д) геометрические метафоры – *Павіццеўскі куточак* (Кобрынскі веснік, 10.08.2016); *Сердцу милый уголок* (Крычаўскае жыццё, 02.08.2017);

е) различные виды социальных метафор – *Многие белорусы «застрахованы» от кори* (Да новых перамог; 08.08.2017); *На старце вялікага жніва* (Поставский край, 05.08.2017); *Когда с огнем, в прямом и переносном смысле, танцует красивая девушка* (Лепельский край, 25.07.2017);

ж) механистические метафоры – *Ангрэйд «Ветразя»* (Поставский край, 05.08.2017).

На наш взгляд, из всех приведенных метафор лишь последняя воспринимается как живая, «свежая». Интересно, что автор статьи не уверен в том, что данную метафору верно интерпретируют все читатели, поэтому сразу после заголовка он дает пояснение: (*англ. Upgrade – улучшение, усовершенствование, модернизация*). Это может быть обусловлено адресованностью издания, ведь не секрет, что районные газеты в нашей стране читают люди преимущественно среднего и старшего поколения, которые могут не знать современного иноязычного технического термина.

Кроме того, чтобы метафора наверняка была «прочитана» аудиторией, для ее выделения часто используют кавычки (*Многие белорусы «застрахованы» от кори; «Мак» приносит свои «плоды»*).

Прецедентные феномены, т.е. тексты или их фрагменты, которые хорошо известны всем представителям данного лингвокультурного сообщества и регулярно используются для создания новых текстов, чтобы привлечь внимание читателя, вызвать у него интерес к напечатанным материалам. Поэтому неудивительно, что ПФ весьма распространены в заголовках газетных статей, в некоторых изданиях они представляют собой основной их тип. В заголовке конденсируется содержание текста, а также содержится его оценка, тем самым программируется определенное восприятие статьи реципиентом.

Арсенал сфер-источников заимствования ПФ в районных и городских газетах, издающихся в различных регионах нашей страны, довольно ограничен, что, вероятно, объясняется стремлением журналистов быть понятными аудитории, не допустить коммуникативной неудачи, когда прецедентный текст не дешифруется читателем, а название статьи остается непонятным. Чаще всего в заголовках районной прессы используются трансформированные или нетрансформированные ПФ, представляющие собой следующие типы заимствований:

а) популярные пословицы, поговорки, фразеологизмы, афоризмы – *Сустрэліся аднойчы і назаўсёды* (Кобрынскі веснік, 10.08.2016); *Заработали – на копейку, навредили – на рубль* (Кобрынскі веснік, 08.07.2017); *Хлебны дзень год корміць* (Сельская праўда, 11.08.2017); *Усе дарогі прывялі ў «Рассвет»* (Поставский край, 11.08.2017); *Предупрежден – значит вооружен* (Крычаўскае жыццё, 29.07.2017); *Идти в ногу со временем* (Крычаўскае жыццё, 26.07.2017); *Утро вечера мудренее* (Крычаўскае жыццё, 19.07.2017); *Сабраліся, вырашылі – і зрабілі* (Кобрынскі веснік, 08.07.2017); *Сорвали лавры чечерыне* (Чачэрскі веснік, 25.05.2017);

б) известные цитаты из классических литературных произведений – *Гармония мира не стоит слезинки замученного ребенка* (Калінкавіцкія навіны, 27.06.2017); *Любви все возрасты покорны?* (Крычаўскае жыццё, 19.07.2017); *Есть такие женщины в Речицком районе* (Дняпровец, 14.08.2017); *«Ад пра-дзёдаў спакон вякоў»* (Крычаўскае жыццё, 26.07.2017);

в) имена широко известных литературных героев – *Крест Семаки: цветы к могиле слонимского «Робин Гуда»* (Слонімскі веснік, 12.08.2017);

г) фрагменты песен, преимущественно народных или советского времени – *Ой, на Івана, на Купалу* (Калінкавіцкія навіны, 11.06.2017); *Ягада маліна...* (Крычаўскае жыццё, 19.07.2017); *Память священна* (Крычаўскае жыццё, 05.08.2017); *На недельку... Я уеду...* (Лунінецкія навіны, 1.08.2017).

Более подробно мы проанализировали прецедентные феномены в белорусской местной прессе на материале газеты «Крычаўскае жыццё», издающейся в Кричевском районе. Отметим, что их количество в газете невелико, в среднем в каждом номере встречается 3 – 4 ПФ.

В соответствии с классификацией прецедентных феноменов, разработанной Д. Б. Гудковым, И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. В. Багаевым [36], они включают в себя *прецедентные тексты* (законченные и самодостаточные продукты речемыслительной деятельности, на которые идет отсылка в тексте), *прецедентные высказывания* (законченные речевые единицы: цитаты, афоризмы, пословицы), *прецедентные ситуации* (эталонные ситуации, на которые ссылаются как на образец некоторой ситуации), а также *прецедентные имена* (имена собственные, указывающие на некоторый прецедентный текст или на прецедентную ситуацию).

Подавляющее большинство ПФ в материале исследования представляют собой прецедентные высказывания. Чаще всего к ним относятся пословицы: *Мокра ў маі – будуць пышныя караваі* (03.05.18); *Хто ў ліпені на полі пацее, таго ўзімку печка грэе* (05.07.18). Нередко пословицы и поговорки используются в усеченном или трансформированном виде: *Почему нужно готовить «сани летом»?* (25.06.18); *Не зная броду...* (02.06.18); *А пока конь не валялся* (21.04.18).

Также весьма распространены в проанализированных номерах газеты прецедентные высказывания, являющиеся трансформированными или нетрансформированными строчками из песен. Как правило, это «официальные» советские песни или популярные в СССР эстрадные шлягеры: *Свистят они,*

как пули у виска... (21.04.18); *Не стареют душой ветераны* (19.05.18); *«С чего начинается Родина...»* (30.05.18); *Дорогие мои земляки...* (25.06.18); *Материнское сердце – не камень* (27.06.18).

Кроме того, журналисты часто используют в качестве ПФ строчки из детских песен, в том числе звучавших в известных мультфильмах советского времени: *Вот оно какое, наше лето!* (14.07.18); *Только от жизни, от жизни собачьей* (25.06.18); *Куда уходит лето?* (28.06.18).

Еще один тип прецедентных высказываний в материале исследования – это цитаты, афоризмы и лозунги: *Делай, что должен* (05.07.18) – усеченный вариант важнейшего нравственного девиза рыцарей «Делай, что должен, и будь, что будет»; *Мы в ответе за тех, кого приручили* (25.06.18) – известная цитата из «Маленького принца» А. де Сент-Экзюпери; *«Блаженны невидевшие и уверовавшие»* (21.04.18) – библейская цитата; *Знание – сила* (26.05.18) – высказывание Ф. Бэкона, ставшее популярным лозунгом.

Вторым по распространенности типом ПФ в районной газете является прецедентный текст, т.е. отсылка к законченному произведению: *Сага о дроздах* (23.06.18) – роман «Сага о Форсайтах» Дж. Голсуорси; *Единственная и неповторимая* (25.06.18) – название советского фильма.

Прецедентные имена и ситуации в проанализированных номерах районной газеты нам не встретились, поэтому предположим, что их журналисты издания используют нечасто.

Как показывает проведенное исследование, количество прецедентных феноменов в материалах белорусских местных изданий невелико. Они редко встречаются в статьях, посвященных серьезным политическим и экономическим проблемам, значительно чаще – в материалах, которые в англоязычной литературе называют *soft news* – статьи, освещающие вопросы образования и здоровья, истории из жизни людей, сообщения на культурную и спортивную тематику и т.п. Популярны метафоры и особенно ПФ и в статьях, относящихся к региональной криминальной хронике (*Легких денег не бывает; Предупрежден – значит вооружен; Заработали – на копейку, навредили – на рубль*). В них использование прецедентных феноменов и метафор служит не только для привлечения внимания аудитории, но и для создания оценочности.

В газетном тексте А.-М. Чокою выделяет следующие функции ПФ: привлечение внимания адресата; передача смысла сообщения; повышение экспрессивности текста; создание эффекта комического; игровая функция – создатель текста вовлекает адресата в игру, целью которой является припоминание цитаты и ее источника, побуждение реципиента к активной мыслительной работе; функция объединения адресанта и адресата через понимание имплицитных смыслов и коннотаций [113].

По нашему мнению, в белорусских местных газетах преимущественно реализуются три первые перечисленные функции прецедентных феноменов (привлечение внимание, передача смысла статьи и увеличение экспрессивности сообщения). Важная роль ПФ в газете состоит и в том, что они

служат фактором солидаризации, объединения адресата и адресанта на основе общего жизненного опыта. По нашим наблюдениям, они в издании довольно редко выполняют функцию создания эффекта комического, а также игровую функцию, поскольку все найденные ПФ довольно прозрачны, хорошо знакомы аудитории районного издания и легко ей угадываются.

Как видно из приведенных примеров, подавляющее большинство используемых в региональной газете метафор и ПФ представляют собой отсылки к материалам периода СССР. Это обусловлено в первую очередь ориентацией местной прессы на свою аудиторию, стремлением быть ей понятной. Как пишет Е. А. Корнилов, местные издания способны «дойти до каждого человека, вести анализ общих проблем на основе близких, доступных своему читателю фактов, переводить проблемы большой политики на язык местных условий, создавать доверительность общения» [50, с. 41]. Таким образом, метафоры и прецедентные феномены в местной прессе не только создают экспрессию и привлекают внимания читателей, но и служат фактором их объединения посредством обращения к их фоновым знаниям и общему опыту.