

щаться через бизнес-сообщества, через средства массовой информации, наши телефоны также всегда доступны», «Из других каналов коммуникации можно отметить общедоступный сайт Мингориспокома, там есть все наши телефоны», эта роль исключительно номинальна, поскольку в той же дискуссии, где она названа, она же и девальвирована («Мы у себя на сайте запустили рубрику для предложения, идей, но ее эффективность мала по сравнению, например, с проведением заседаний совета, где действительно предлагаются решения различного рода проблем»).

О причинах неэффективности медиа как канала для взаимодействия эксперты не говорят и другие аспекты использования СМИ для налаживания отношений между властью и бизнесом не затрагивают. Говорит ли отсутствие темы медийности в профессиональном дискурсе субъектов GR об отсутствии у белорусских СМИ потенциала для того, чтобы быть эффективным инструментом влияния на принятие значимых решений и развития взаимодействия между всеми заинтересованными в этих решениях сторонами? По-видимому, нет. Факт «недоразвитости» этой темы в экспертном дискурсе указывает лишь на недостаточную осмысленность значимости медиа и на необходимость развития теории медийного GR.

Екатерина Смирнова

Белорусский государственный университет

ДИНАМИКА РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (на материале печатных СМИ)

В настоящее время язык СМИ становится объектом многих исследований – социолингвистических (Ясавеев И.Г.), психологических (Харрис Р.), культурологических и философских (Сайко Е.Л.). Такой фокус исследований особенно интересен тем, что позволяет интерпретировать сущность изменений, произошедших за последние 40 лет, в языке российских и белорусских СМИ, соотнеся их с глобальными переменами в обществе – перестройкой экономики и сменой социальных ориентиров.

Язык СМИ «сочетает в себе такие противоположные качества, как динамичность и консерватизм, эталонность и зависимость от речевых приоритетов своего времени, в том числе и от различного рода модных пристрастий» [1, с. 98]. Именно язык СМИ является важной проекцией языковой картины мира, представляющей собой компрессию общественного опыта и обладающей двойной относительностью (субъективным и национальным видением мира).

Анализ публицистики 1972–1982 гг. позволяет отметить, что в данный период превалировала сельскохозяйственная, производственная тематика, что отразилось в типичных названиях газетных статей, подзаголовков, рубрик и т. д.: «*Дружат колос и сталь*», «*Не подведет поле*», «*В урожае уверены*», «*Посевная: темп, качество*», «*Один в поле не кошит*», «*О верности хлебу*», «*Время спелого колоса*» («Комсомольская правда», 1972), «*Навстречу хлебной волне*», «*Хлеб отечества*», «*Поле будущих мастеров*» и т. д. («Комсомольская правда», 1982). Тематическая направленность публицистики этого времени позволяет выделить в языковой картине мира информемему «труд земледельца».

Наряду со статьями на сельскохозяйственную тематику были широко распространены и статьи, призывающие к труду: «*Эстафета труда и славы*», «*На труд и учение*», «*Рабочему времени – строгий отчет*» («Комсомольская правда», 1972), «*Флаг трудового семестра – поднять!*», «*Славу поля множит трудом!*», «*Трудовой ритм пятилетки!*», «*Работать на совесть, ударно, по-комсомольски!*» («Комсомольская правда», 1982). На основе этого можно выделить информемему «коллективный труд».

Характерной чертой публикаций, освещавших культурные события, было предъявление «обязательных стандартов» морального облика человека. Например, для творческой элиты общества неотъемлемым моральным качеством должна была быть скромность, как желательная для любого деятеля культуры. Так, в статье «*Верность себе*» («Комсомольская правда», 1982) находим не только оценку работы молодых кинематографистов, как «*действительно очень скромная по масштабу событий и действующих в ней лиц, даже намеренно скромна*», но и множество выражений в духе «*репертуар строго выдержан*», «*предостереечь музыкантов от излишней “экспрессии” в исполнении*».

В начале 1990-х гг. тематика статей претерпела изменения. С одной стороны, присутствовал отзвук коммунистических идей. Например, статья 1993 года «*Связь балета с коммунизмом*» («Комсомольская правда», 1993), заголовок которой воспринимается современным читателем как абсурдный, может служить образцом чрезмерной политизированности публицистического жанра.

В другой же статье за 1993 год «*Кармен, я тебя обожаю!*», напротив, отмечается снижение стиля, его криминальная направленность за счет использования следующих жаргонизмов («*увеличивая дозу*») и просторечий («*тащиться*», «*забойные шлягеры*»).

Таким образом, публицистика 90-х отражает двойственность мировоззренческих ориентиров общества, состояние царившего перепутья: с одной стороны, еще по-прежнему сохраняется коммунистическая рито-

рика, а с другой – уже приходит риторика нового времени, отражающая нестабильность общества и его криминализацию в 90-е годы.

Анализ статей на культурную тематику более позднего периода (2004-2014 гг.) позволяет отметить очевидную смену вектора в развитии общества, связанную с актуализацией культурных ориентиров. Значительно увеличивается количество статей, посвященных культурным событиям: в каждом выпуске есть статьи о музыкальных или театральных премьерах, новинках киноиндустрии («*Киноинтервенция*», «*Весеннее обострение МХАТа*») («Российская газета, 2003), «*Нас раскачают. Музыканты Queen привезли в Россию свой мюзикл*») («Российская газета», 2014)).

Одной из показательных тенденций в развитии публицистики последних лет является также использование англоязычных заимствований. К примеру, в статье «*В театре Ермоловой покажут “Дориана Грея”*» («Российская газета», 2014) высокая частотность английских калек в целом определяет общий фон статьи: «*концептуальная постановка*», «*тенденции шоу-бизнеса*», «*массмедиа технологии*», «*эффекты виртуальной реальности*».

Следует заметить, что не во всех случаях к английским словам можно подобрать русское соответствие, например, для передачи такого значения английского слова *performance* (*перформанс*), как «*форма авангардного или концептуального искусства*» русское *представление* не является адекватным эквивалентом. Показательно, что заимствованиям, как правило, отдается предпочтение и при наличии адекватных лексических аналогов в русском языке. Так, язык статьи «*Вий” на продажу*» («Российская газета», 2014) неоправданно изобилует англицизмами «*анимация*», «*фильмы-экины*», «*бокс-офис*», «*развитие франшизы*», «*блокбастер*», «*контент*», «*голливудский релиз*», «*азиатский байер*», хотя для передачи многих понятий существует исконная лексика. Так из анализа статей на культурную тематику за 2004 и 2014 становится очевидным, что складывается общая тенденция к употреблению большого количества заимствованных слов. Влияние заимствований на русский язык во многом обуславливает трансформацию и языковой картины мира.

Типично и показательно также изменение лексической сочетаемости слов. Если раньше слово «*фабрика*» встречалось в таких сочетаниях, как «*фабрика игрушек*» или «*фабрика одежды*», то сейчас повсеместны сочетания «*фабрика сериалов*», «*фабрика звезд*», «*фабрика идей*» и т. д. Это обусловлено развитием массового, поточного производства продукции не только в промышленной сфере, но и в сферах культуры и искусства. А такие выражения, как «*медийная империя*», «*кинорынок*»,

