

густам. Менавіта з гэтай мэтай і выбудоўваецца інфармацыйны матэрыял у сучасных СМІ: спачатку галоўнае – адказы на ўсе шэсць (хто? што? калі? дзе? чаму? як?) ці, як мінімум, на чатыры пытанні журналістыкі, а потым – другараднае (дэталі, тлумачэнні, каментарыі, перадгісторыя). Такі прынцып пабудовы называюць «перавернутай пірамідай». І гэта правільна: чытач, які праглядае загаловкі, падзагаловкі і ліды, павінен адразу зразумець, што за матэрыял перад ім і якая яго асноўная тэма. Пры гэтым, як адзначаюць некаторыя сучасныя даследчыкі, на долю загаловка/падзагаловка і ліда павінна прыходзіцца прыкладна 70 % агульнага сэнсу інфармацыі і толькі 30 % – на ўсю астатнюю частку публікацыі незалежна ад агульнай колькасці радкоў [2].

Літаратура

1. Жуков, А. С. О соотношении понятий «лид» и «хэдлиин» в новостных материалах традиционных и интернет-СМИ / А. С. Жуков // Молодой ученый. – 2013. – № 4. – С. 669–671.
2. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика: учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. – 192 с.

Анна Биюмена

Минский государственный лингвистический университет

МЕТАФОРА В БЕЛОРУССКОЙ РАЙОННОЙ ПРЕССЕ

Язык средств массовой коммуникации характеризует социальная оценочность [2], или идеологическая модальность [1], т. е. определенный мировоззренческий оттенок, который передается при помощи разнообразных языковых средств. Одним из наиболее востребованных в текстах СМІ лингвистических способов выражения оценки является метафора. Как отмечает Т. Г. Добросклонская, метафоры в публицистическом тексте не только делают его более экспрессивным, но и «содержат имплицитно выраженную оценку, передавая отношение автора к сообщаемому» [1, с. 138]. Мы рассмотрели метафорические модели, к которым регулярно обращаются журналисты белорусских районных газет, издающихся в различных регионах нашей страны, при создании текстов, освещающих уборочную кампанию. Результаты исследования показывают, что круг этих моделей довольно ограничен.

Наиболее частотной моделью является **спортивная метафора**, уподобляющая процесс уборки урожая спортивным соревнованиям, в которых есть лидеры и отстающие, спортсмены придерживаются определенного темпа, стартуют и приходят к финишу: *На старце вялікага*

жніва (Поставский Край. 05.08.2017); *Молодежь в лидерах* (Кричевская жизнь. 16.08.2017); *Канечне, буду старацца не адставаць ад сваіх старэйшых калег на ўбраных плошчах і намалочаных тонах* (Кліч Радзімы. 07.08.2017); *У такіх умовах збожжжа хутка высыявае, а, значыць, тэмп уборкі павінен паскарацца* (Калінкавіцкія навіны. 15.08.2017); *Добра вядома, што ўборка і пасляўборачная апрацоўка зерня – гэта фінішныя аперацыі вырошчвання зерневых культур* (Калінкавіцкія навіны. 15.08.2017); *Сімвалічна, што высокую планку для Віцебскай вобласці – 100 тысяч тон зерня – хлебаробы Аршанішчыны пераадольваюць першымі ўжо чацвёрты год запар* (Аршанская газета. 22.08.2017).

Некоторые метафоры в материале исследования могут быть отнесены одновременно к спортивной и военной моделям: *А ўвогуле, нашы перамогі – гэта заслуга ўсяго калектыву; Самую аптымальную тактыку жніва ўмее падабраць аграінішчэная служба* (Лунінецкія навіны. 10.08.2017).

Военные метафоры в «чистом» виде также составляют значительную группу выявленных метафор. Одной из самых популярных среди них является штамп советской эпохи *битва за урожай*: *Сярод васьмі механізатараў, якія сёлета будуць весці бітву за ўраджай, першы год у дадзенай гаспадарцы працуе Андрэй Корабаў* (Кліч Радзімы. 07.08.2017). Также журналисты районных газет часто представляют количество зерна, которое предстоит убрать, при помощи словосочетания *фронт работ*, а опытных комбайнеров называют ветеранами: *Як адзначыў першы намеснік дырэктара гаспадаркі Мікалай Вярэніч, фронт работы на сёлетняе жніво ў іх аб'ёмны* (Кобрынскі веснік. 27.07.2016); *Як і брат Віктар, Алег Мікалаевіч – ветэран уборачнай кампаніі* (Калінкавіцкія навіны. 15.08.2017).

В текстах, посвященных уборке урожая, практически во всех районных газетах регулярно встречаются **природные метафоры** *золото / золотой* и *экватор*. Лексема *экватор* используется авторами материалов о работниках и хозяйствах, убравших половину урожая: *В КСУП «Агро-Солы» Сморгонского района уборочная уверенно шагнула за экватор* (Светлы шлях. 15.08.2017); *Уборочная страда в районе, перевалив экватор, приближается к завершению* (Кричевская жизнь. 16.08.2017); *Уборка збожжжа ў гаспадарках Калінкавіцкага раёна набліжаецца да экватара* (Калінкавіцкія навіны. 15.08.2017). Что касается метафоры *золото / золотой*, ее популярность в газетных текстах об уборочной кампании можно объяснить тем, что в данном контексте одновременно реализуются два основания метафорического переноса: по цвету («золотые» колосья) и по ценности (хлеб – одно из ключевых понятий белорус-

ской логосферы [3]): «**Залаты дождж**» *першага ўраджаю* (Кобрынскі веснік. 23.07.2016); **Золотое** зерно *сплошным патоком лется в кузов* (Кричевская жизнь. 16.08.2017). В некоторых случаях реализуется только второе основание переноса, связанное с ценностью урожая, как, например, в заголовке статьи «**Чорнае золата**» «Лунінскага» (Лунінецкія навіны. 19.07.2017), посвященной уборке рапса.

Многие районные медиа описывают уборку зерна с помощью механистических метафор, использование которых позволяет представить жатву как механизм, который имеет свой «ход» и может набирать обороты: *Жніво паволі набірае абароты. І няхай у працэс іншым разам уносіць свае карэктывы надвор'е, спыніць яго рух* яно не ў сілах (Кобрынскі веснік. 27.07.2016); *Вопытны механізатар ужо заняў перадавую пазіцыю ў нарыхтоўцы кармоў і, як заўважыў, змянішаць абароты не збіраецца* (Кобрынскі веснік. 27.07.2016).

Еще одной частотной метафорической моделью в материалах рубрики «Жатва» является **пространственная метафора**, связанная с расположением объектов в пространстве. В текстах анализируемой тематики в подавляющем большинстве случаев используются два типа пространственных метафор: «верх – это хорошо» и «передняя часть – это хорошо». Очевидно, что обе модели употребляются для выражения позитивной оценки. Первый тип пространственной метафоры обычно представлен лексемой *высокий*, которая обычно соединяется с существительными *результаты*, *намолоты*, *показатели*, однако встречается и в сочетаниях с другими субстантивными лексемами: *Они уже отмечались за **высокие результаты** работы на уровне района и области* (Кричевская жизнь. 16.08.2017); *Посетив Сморгонскую ЦРБ, представители профсоюза дали **высокую оценку** увиденному* (Светлы шлях. 18.08.2017); *Жанчыны, апранутыя ў беларускія нацыянальныя касцюмы, спявалі жніўныя песні, віталі словамі ўдзячнасці кіраўніцтва гаспадаркі, камбайнераў, вадзіцеляў і механізатараў, якія задзейнічаны на жніве, жадалі ім плённай працы і **высокіх намалотаў*** (Кліч Радзімы. 09.08.2017); *Але гэта зусім не значыць, што яны не імкнуцца да больш **высокіх паказчыкаў*** (Калінкавіцкія навіны. 03.08.2017).

Пространственная метафора «передняя часть – это хорошо» выражается, в первую очередь, ключевыми словами публицистики советского времени *передовик*, *передовой*: *Добрыя прאгнозы на статус «перадавіка» і ў камбайнера Аляксандра Заноўскага* (Кобрынскі веснік. 27.07.2016); *Передовики* уборочной были награждены памятными *подарками* (Светлы шлях. 15.08.2017); *Назіраючы за напружанай працай*

хлебарабаў, чакаем зручнага моманту, калі можна будзе сфатаграфавача проста **перадачы** экіпаж (Калінкавіцкія навіны. 03.08.2017).

Таким образом, использование журналистами районной прессы метафор в статьях об уборке урожая позволяет им не только более образно и выразительно описать ход жатвы, но и донести до читателя свою оценку представленных событий и ситуаций. Как видно из приведенных примеров, среди частотных в районных газетах метафор практически не представлены живые, авторские. Подавляющее большинство проанализированного материала – это стертые, популярные еще в советское время метафоры, превратившиеся в штампы и не свидетельствующие о высоком мастерстве журналистов, но близкие и хорошо знакомые аудитории «районки». На наш взгляд, основными функциями подобных метафор выступают воздействующая (передавая оценку событий, метафора влияет на восприятие ситуации адресатом) и фатическая, т. е. функция установления контакта с аудиторией (читатель испытывает положительные эмоции, увидев в газете статьи на знакомые темы с предсказуемым языковым оформлением), в то время как функция сообщения (передачи ими информации) сводится к минимуму.

Літэратура

1. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов : Опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская – Изд. 4-е. – М. : КРАСАНД, 2013. – 288 с.
2. Іўчанкаў, В. І. Дыскуср беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту : аўтарэф. дыс. ... д-ра філал. навук :10.01.10, 10.02.01 / В. І. Іўчанкаў ; Бел. дзярж. ун-т. – Мінск, 2003. – 41 с.
3. Самусевіч, В. М. Беларускія СМІ ў лагасферы нацыянальнай культуры : аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.01.10 / В. М. Самусевіч ; Бел. дзярж. ун-т. – Мінск, 2003. – 21 с.

Анастасія Бочарова, Александра Петкаў

Уральскі фэдэральны ўніверсітэт

ім. першага Прэзідэнта Расіі Б. Н. Ельцына (Расія)

ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ЦЕННОСТЕЙ В УНИВЕРСИТЕТСКОМ СМИ (на примере газеты «Уральский федеральный») *

В когнитивной парадигме современных исследований является значимым анализ дискурсивных практик, которые представляют собой производство и потребление текста в совокупности [2, с. 120–122]. Для