

Лексико-семантические средства	Грамматические средства
<p>3. Метафоры: <i>с огнем в глазах, армия поклонников;</i></p> <p>4. Гиперболы: <i>глобальная компания, во всем мире;</i></p> <p>5. Разговорная и эмоционально окрашенная лексика: <i>в разы, увлеченные, рады, гордимся.</i></p>	<p>них часто следует ответ на поставленный вопрос): <i>«Ищете группу по интересам? Вы найдете ее, что бы вас ни интересовало...»</i></p> <p>4. Предложения, осложненные вводными словами, вставными конструкциями: <i>«К слову (и к счастью), среди них были такие гиганты индустрии, как Microsoft Game Studio, Sony Entertainment и Electronic Arts.»;</i></p> <p>5. Сложноподчиненные предложения с придаточными причины: <i>Курс сразу меня заинтересовал из-за того, что появилась реальная возможность получить нужные знания, связанные с практикой.</i></p>

Таким образом, стратегия формирования доверия является одной из важнейших стратегий, используемых в корпоративных медиатекстах ИТ-компаний, и заслуживает тщательного изучения.

Библиографические ссылки

1. Компании Парка высоких технологий [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.park.by/it/enterprises/type-search/>. Дата доступа : 17.03.2019.
2. The IT Industry in Belarus: 2017 and Beyond [Electronic resource]. Mode of access : <https://www.ey.com/by/it>. Date of access : 12.03.2019.

Янушэвіч Н. М. (Гродна)

Беларуская і руская мовы ў двухмоўных СМІ (на падставе газет Гродзенскага рэгіёна, прадстаўленых у Нацыянальным корпусе рускай мовы)

Праблема ўзаемадзеяння моў знаходзіць адлюстраванне ў беларускіх СМІ, у тым ліку і ў газетах Гродзеншчыны, прадстаўленых у Нацыянальным корпусе рускай мовы. У складаны час інтэграцыі з Расіяй нацыянальна свядомых беларусаў хвалюе тое, што можна згубіць свае нацыянальныя здабыткі, родную мову і ў выніку апынуцца ў лагасферы хаця і блізкай, але чужой культуры. М. С. Кусянкоў піша: «Шырока распаўсюджанае ў нашай рэспубліцы блізкароднаснае беларуска-рускае двухмоўе – гэта тая відавочная і ў пэўнай меры ўжо даследаваная вучонымі-лінгвістамі рэальнасць, што ўскладае на журналістаў беларускіх газет дадатковы, надзвычай адказны, пачэсны абавязак. Уласцівы гэтай прафесіі від моўнай дзейнасці, яе пісьмовы характар даюць журналісту магчымасць уласным моўным прыкладам істотна ўплываць на выпрацоўку сярод масавага чытача так званага сіметрычнага білінгвізму, калі кожны яго носьбіт зможа найбольш

эфектыўна ўжываць пры неабходнасці беларускую або рускую мовы. Аднак, працуючы ва ўмовах білінгвізму, журналіст сам зведае яго ўплыў, і, як паказваюць назіранні, яму часам нялёгка даецца беспамылковае карыстанне мовай – у нашым выпадку беларускай» [2].

Адной з важных праблем у даследаванні і вывучэнні моў СМІ з'яўляецца праблема выбару мовы аўтарам. Аўтар выкарыстоўвае пэўны код для дасягнення важнай для яго мэты. Пераключэнне кодаў магчыма, калі, па-першае, абодва кода (першасны і код пераключэння) вядомыя абодвум камунікантам, а, па-другое, код пераключэння забяспечвае максімальнае дасягненне ўзаемаразумення з прычыны, напрыклад, больш дакладнага кадавання той інфармацыі, якая паведамляецца, а таксама зняцця магчымай двухсэнсоўнасці і да т. п. [5, с. 52].

На мову СМІ ўздзейнічае таксама ўкараненне новых інфармацыйных тэхналогій (перш за ўсё Інтэрнэту), што стварае новыя ўмовы функцыянавання мовы СМІ. З аднаго боку, узмацняюцца тэндэнцыі да глабалізацыі і дыверсіфікацыі, з другога – нарастаючая небяспека страты нацыянальнай самабытнасці, уключаючы моўную самабытнасць, прымушае «вярнуцца да вытокаў» [1].

Мова сродкаў масавай інфармацыі з'яўляецца наглядным адлюстраваннем функцыянавання роднай і рускай мовы на тэрыторыі нашай рэспублікі. У СМІ адлюстроўваюцца нацыянальныя і культурныя асаблівасці народа, які пражывае на пэўнай тэрыторыі. Сродкі масавай інфармацыі Гродзенскага рэгіёну цікавыя тым, што менавіта ў мове адлюстроўваюцца тыя гістарычныя працэсы, якія адбываліся на гэтай тэрыторыі.

Двухмоўныя рэгіянальныя газеты Беларусі, у якіх выбар беларускай ці рускай мовы публікацыі залежыць выключна ад волі аўтара, змяшчаюць, такім чынам, аўтэнтычны моўны матэрыял, а не пераклады, з якімі можна сустрэцца ў аднамоўных выданнях. Цікавым будзе і тое, што для большасці шматнацыянальнага насельніцтва Гродзеншчыны характэрны полілінгвізм (насельніцтва памежнай тэрыторыі карыстаецца беларускай, рускай, польскай і нават літоўскай мовамі. У некаторых школах Гродзенскага рэгіёну вывучаюць літоўскую мову).

Ілюстрацыйны лінгвістычны корпус СМІ Гродзеншчыны дэманструе асаблівы характар існавання беларускамоўнага і рускамоўнага дыскурсаў, які праяўляецца на розных узроўнях.

У выданнях, якія ўвайшлі ў корпус СМІ Гродзеншчыны, ёсць тэксты рускамоўныя і беларускамоўныя. Працэнтная суадноснасць частак на рускай мове і беларускай розная: ёсць газеты, у якіх пераважае рускамоўная частка; ёсць выданні, у якіх пераважае колькасць беларускамоўных тэкстаў; таксама ёсць газеты, у якіх суаднесенасць

рускомоўнай і беларускамоўнай частак амаль аднолькавая: «Вечерний Гродно»: 99,40 % і 0,60 %; «Перспектива»: 98,03 % і 1,97 %; «Свіслацкая газета»: 87,22 % і 12,78 %; «Іўеўскі край»: 86,86 % і 13,14 %; «Бераставіцкая газета»: 66,87 % і 33,13 %; «Праца»: 48,27 % і 51,73 %; «Астравецкая праўда»: 15,25 % і 84,75 % адпаведна [4, с. 35].

Мовы назваў артыкулаў і асабіста саміх артыкулаў могуць адрознівацца, г. зн., што беларускамоўны артыкул можа мець назву рускамоўную, рускамоўны артыкул – беларускамоўную назву, таксама сустракаюцца выпадкі, калі назва артыкула можа быць змешанай, двухмоўная назва (*«Бераставіцкая газета»* *теперь представлена в «Белкиоске»*; *Позвал «Вандроўнік»*; *Областные «Дажынкi» будут с нашими цветами*) [3].

У тэкстах СМІ можна сустрэць беларускамоўныя ўкрапванні ў рускамоўны тэкст, а таксама рускамоўныя ўкрапванні ў беларускамоўны тэкст, прычым колькасную перавагу маюць украпванні тыпу «беларускае ў рускім» (*Финалистки конкурса «Хозяйка усадьбы – хозяйка страны» встретились в «Каралинском фальварку Тызенгауза»*; *«Вясёлка» в Олекшицкой школе*; *И теперь привлекают покупателей «Геранёвские прымакі»*; *В Волковыске стреляли под «Касiў Ясь канюшыну»*) [3].

Журналісты робяць гэта наўмысна. Для пэўнай стылізацыі, перадачы нацыянальна-культурнага і гістарычнага каларыту. Прычым такія ўкрапванні падаюцца беларускімі словамі і графічна адаптаванымі варыянтамі беларускіх слоў (*Великосельские «Дожинки»*) [3].

Такое «свядомае пераклучэнне кодаў на старонках СМІ, у выпадку калі абодва кода вядомыя чытачам, – вельмі эфектыўны прыём, своеасаблівы камунікатыўны ход, які дазваляе забяспечыць паспяховасць камунікацыі і адлюстроўвае асаблівасці медыйнага дыскурсу» [5, с. 60] Беларусі.

Такім чынам, у двухмоўным соцыуме Беларусі медыяпрастора таксама характарызуецца двухмоўем, прычым нават у межах аднаго друкаванага выдання; аднак частка кожнай з дзяржаўных моў у СМІ розная, і іх суадносіны абумоўлены многімі фактарамі.

Уключэнне элементаў беларускай мовы ў рускамоўны газетны тэкст арыентавана на дакладнасць прадстаўлення беларускіх рэалій, на дэманстрацыю нацыянальнай ідэнтычнасці або яе стылізацыю, а таксама для дасягнення розных эфектаў.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Володина, М. Н. Язык СМИ как отражение языковой действительности / М. Н. Володина // Русский язык: исторические судьбы и современность.

III Международный конгресс русистов – 2007. С. 517–518. Режим доступа : <http://www.philol.msu.ru/~rlc2007/abstracts/?sectionid=17>. Дата доступа : 23.01.2019.

2. Кусянкоў М. С. Некаторыя праявы руска-беларускай лексічнай інтэрферэнцыі на старонках перыядычнага друку // Культура мовы журналіста. Вып. 2. Мінск, 1984. С. 37.

3. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.ruskorpora.ru>. Дата доступа : 22.02.2019.

4. Рычкова Л. В. Лингвистический корпус СМИ Гродненщины: технология создания, направления использования : моногр. / под науч. ред. Л. В. Рычковой. Гродно : ГрГУ, 2017. 115 с.

5. Рычкова, Л. В., Станкевич, А. Ю. «Диалог» языков на страницах СМИ Гродненщины // Материалы международной электронной научной конференции «Актуальные проблемы теории дискурса» 30 мая 2014 года. Актюбинск : [Б. и.], 2014. С. 51–61.