

| превознесение | увековечивание | самопрославление | восславление | похвала | расхваливание | славословие | чествование | хвала | славление | панегирик | осанна | превозношение | пеан | похваливание | апология | превозвышение | аллилуйщина | выхваление | апологетика | нахваливание | выхваливание | лесть | рекламирование | захваливание.

Як зазначае В.І. Шахоўскі [1, с. 41], мова ў яе разнастайных камунікатыўных і эмацыйных варыянтах дазваляе шырока ўжываць тэрміны пазітыўнага зместу, дае магчымасць рэалізаваць функцыю *гларыфікацыі* (узвышэнне мовай). Такім чынам, у дадзеным выпадку В.І. Шахоўскім тэрміну *гларыфікацыя* надаецца нейтральны характар, таму пры адсутнасці празмернасці ў працэсе гларыфікацыі можна будзе гаварыць аб паспяховых зносінах паміж людзьмі, аб этычнасці камунікатыўнага стылю.

Літаратура

1. Шаховский, В.И. Унижение языком в контексте современного коммуникативного пространства России / В.И. Шаховский // Мир русского слова. – № 1–2, с. 40–44.

Ірына Герасімчык

Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы

МОЎНАЯ ПРЭЗЕНТАЦЫЯ ПРЭЦЭДЭНТНЫХ АДЗІНАК У РАЁННЫХ ВИДАНИЯХ ГРОДЗЕНШЧЫНЫ

Шматмоўная камунікацыйная прастора Гродзеншчыны азначаецца ўзаемадзеяннем, суіснаваннем і на старонках раённых перыядычных выданняў, і, часам, у межах аднаго тэксту рускай і беларускай моў. Рознымі паводле свайго моўнага афармлення могуць быць: – лагатып і напаўненне газеты (напрыклад, «Наш час» (НЧ), «Лідская газета» (ЛД) паводле моўнай прыкметы характарызуюцца як пераважна рускамоўныя выданні), – назва пастаяннай тэматычнай рубрыкі і журналісцкія матэрыялы ў яе межах (напрыклад, рубрыкі «Среда размышления», «Ваша слова, читатели!» і «Чалавек і закон», «Садружнасць» у пераважна беларускамоўных газетах «Астравецкая праўда» (АП) і «Дзянніца» (ДЗ) напаўняюцца рускамоўнымі і беларускамоўнымі тэкстамі; выданні «Свіслацкая газета» (СГ), «Слоніўскі веснік» (СВ), што аддаюць перавагу рускай мове, маюць на сваіх старонках рубрыкі «Чым хата багата, або Карысная серада» і «Свае навіны» з рознымі паводле моўнай прэзентацыі тэкстамі). Вытлумачэнне падобнага феномену палягае ў пра-

сторы традыцыйнасці, вынікае з усведамлення рэдакцыяй неабходнасці трымацца напрацаваных у працэсе станаўлення і развіцця правілаў.

У раённых газетах Гродзенскай вобласці з часам усё больш заўважнымі становяцца і наступныя асаблівасці: заглавак журналісцкага матэрыялу і асноўны тэкст, як правіла, аднамоўныя (адзінкавыя газетныя прыклады ілюструюць выключэнні: беларускамоўны тэкст пра пераможцу рэспубліканскага спаборніцтва па жніве з загаловак «*В хлеборобы я пойду...*» пры размяшчэнні ў інтэрнэт-прасторы суправаджаецца заглаўкам «*Лучшие хлеборобы Островетчины получили дипломы и премии на республиканском фестивале «Дожинки»*» (АП); назва спецыяльнай надтэкставай рубрыкі, што вызначае тэматычную накіраванасць ці характар матэрыялу, даецца на мове асноўнага тэксту («*Депутатское мнение*» і «*Дэпутацкая думка*» (ДЗ), «*Духоўнае*» і «*Духовное*» (СВ), «*Ведай нашых*» і «*Знай нашых*» «*Польмя*» (П), «*Накануне события*», «*Напярэдадні падзеі*» і «*Зара над Нёманам*» (ЗН). У такой сітуацыі выбар беларускай або рускай мовы – выбар аўтара, залежны найперш ад яго здольнасці камунікаваць па-беларуску, што ў сваю чаргу сведчыць і пра моўную палітыку газеты. Так, спартыўныя навіны ў межах паласы ў газеце «Слоніміскі веснік» (08.05.2014) прэзентуюцца на абедзвюх мовах – «Третье общекомандное место» (Ольга Куприян, рубрыка «Лёгкая атлетика») і «Госці традыцыю парушылі» (Васіль Афанасік, рубрыка «Футбол: трэцяя ліга»).

Асобнай увагі заслугоўваюць сітуацыі, што вымагаюць ад журналіста зафіксаваць культурна маркіраваныя адзінкі – прэцэдэнтныя тэксты, што азначаюцца як «гатовыя эмацыянальна-інтэлектуальныя блокі», «значымыя для той ці іншай асобы ў пазнавальных і эмацыянальных адносінах, азначаныя звышасобасным характарам, г.зн. добра вядомыя акружэнню гэтай асобы, яе папярэднікам і сучаснікам, і, нарэшце, такія, зварот да якіх аднаўляецца шматкроць у дыскурсе гэтай моўнай асобы» [1, с. 216]. На старонках раённых газет прэцэдэнтныя выслоўі актуалізуюцца і ў назвах надтэкставых рубрык («*Что такое хорошо... и что такое плохо*» (ЛГ), «*Пад дахам дома твайго*» (АП), «*Нам засталася спадчына*» (ДЗ), «*Твары дабро*» (ДЗ), «*За семью печатямі*» (СВ), у заглаўках журналісцкіх тэкстаў («*Отслужу, как надо, и вернусь*» (ЗН), «*Не дай сабе спыніцца*» (АП), «*Команда молодости нашей*» («*Светлы шлях*», СШ), і пры стварэнні асноўнага тэксту («*И няхай пад дахам вашага дома зноў і зноў збіраюцца вашы дзеці і ўнукі, каб адаваць вам усё тое, чаму вы іх вучылі*» (АП).

Трансліючы ў тэксце феномен сусветнай культуры, журналіст звяртаецца да агульнапрынятага ў сацыякультурнай сітуацыі перакладу.

«Універсальна-прэцэдэнтныя феномены практычна заўсёды маюць інварыянт успрымання ў чужых культурах» [2, с. 285]. Так, лацінскае выслоўе «*Per aspera ad astra*» на старонках раённых СМІ прэзентуецца і ў трансфармаваным выглядзе, і ў арыгінальнай форме, і ў рускамоўным, і ў беларускамоўным варыянтах: «*Сквозь тернии – к звёздам*» (ДЗ); «*Сквозь тернии – к медалям*» (СШ); «*Праз церні – да дзяцей*» (АП). Для параўнання: лацінскае «*Viam supervadet vadens*», вядомае як «*Дорогу осилит идущий*», у матэрыялах раённых СМІ даецца і па-беларуску: «*Як сябе удаस्कаниць? Па гадзінах, як па каменчыках, робім крокі. Дорогу адольвае той, хто ідзе*» (АП). Біблейскае «*Несть пророка в отечестве своем*» можа актуалізавацца наступным чынам: «*Прымаўка наконт сумнага лёсу прарока ў сваёй Айчыне падыходзіць і Галіне Францаўне. У тым сэнсе, што муж Валянцін і старэйшы сын Яўгеній да яе кулінарных вынаходак ставяцца без энтузіязму*» (АП).

Уключэнне ў журналісцкі аповед феноменаў, прыналежных да рускай ці беларускай культуры, мае некаторыя асаблівасці. У рускамоўных тэкстах раённых газет Гродзеншчыны зварот да рускамоўнай культурнай традыцыі ажыццяўляецца па-руску: ... «*читатели газеты и посетители сайта: они определяли, кто «на свете всех милее, всех румяней и белее*» (АП); «*Мальчик слышит в семье, мол, “терни, казак, атаманом будешь” или “ну что ты ноешь, как девчонка”*» (НЧ); «*От “Надзора» не спрятаешься, не скрыться...*» (ДЗ); «*Только не сжата полоска одна...*» (НЧ). У беларускамоўныя публікацыі падобныя адзінкі ўключаюцца праз пераклад на беларускую мову: «*Ах, какой сладкой малина была*» (ДЗ), «*У эканамісты я пайду! – А гэта цікава?*» (АП); «*А годы ляцяць...*» (ДЗ); «*Здаецца, гэта было толькі ўчора. А ўжо, як у той песні, злёгка “пасерабрыла скроні сівізна”*» (АП). У такім выпадку актуалізуецца неабходнасць не толькі перадаць змест, але і захавачь экспрэсіўную афарбоўку арыгіналу. Стварэнне камунікацыйнага эфекту ўскладняецца тым, што знаёмства аўдыторыі з рускамоўнымі культурнымі феноменамі адбывалася ці адбываецца ва ўмовах двухмоўнай камунікацыйнай прасторы непасрэдна (не праз пераклад на беларускую мову), таму прэцэдэнтнасць актуалізуецца ў свядомасці носьбіта мовы і эфект ад выкарыстання адзінкі становіцца відавочным праз зварот да першакрыніцы, а значыць, праз пераклучэнне моўнага коду. У адзінкавых выпадках у беларускамоўных тэкстах адзначаецца прысутнасць рускамоўнай прэцэдэнтнай адзінкі з дадатковым указаннем на нацыянальна-культурную спецыфіку феномену: «*Старшынёй аднаго з сельсаветаў быў выбраны такі ж “найбяднейшы з бяднейшых”*». Але

нездарма існуе руская прымаўка: «Голь на выдумку хитра» (АП). Выбар мовы для прэзентацыі ў раённым выданні культурна маркіраваных адзінак накіраваны ў абсалютнай большасці на своеасаблівую «кааперацыю», чым на размежаванне «свайго» і «чужога», «блізкага» і «далёкага».

Беларускамоўныя прэцэдэнтныя адзінкі актуалізуюцца толькі ў беларускамоўных публікацыях: «*Пайсці на работу. І вярнуцца*» (ДЗ); «*То тут, то там гучыць*» «*Нех жые Польшка!*». *Нех жые* – «я не ганю землі чужыя...»» (АП); «... *загадчыца Варонскага фельчарска-акушэрскага пункта раўняецца на шамякінаўскага хірурга, у якога была добрая душа, адкрытае сэрца ... І не заўважыла, як і сама стала такой, несучы ў далонях людзям сваё адкрытае і шчырае сэрца*» (АП); «*Ой, бярозы ды сосны – партызанскія сёстры...*» (ДЗ).

Такім чынам, вывучэнне асаблівасцей забяспечвання ў рэгіянальным медыятэксце прэцэдэнтных сувязей дазваляе выявіць, што актуальнай, аўтарытэтнай з пазіцыі аўтара раённага выдання азначаецца рускамоўная культурная традыцыя, апеляцыя да феноменаў уласна беларускай культуры забяспечваецца толькі ў беларускамоўных публікацыях. Двухмоўная сітуацыя правакуе суіснаванне рознакіраваных тэндэнцый у рэгіянальнай медыяпрасторы: актыўнае пранікненне на старонкі раённай газеты рускай мовы, што вытлумачваецца спецыфікай камунікацыйнай сітуацыі ў цэлым, суправаджаецца захаваннем традыцыйнай прыхільнасці беларускай мове, што вынікае з усведамлення неабходнасці наладжваць дыялог па-беларуску дзеля аптымізацыі сацыякультурных працэсаў у рэгіёне.

Літаратура

1. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
2. Черниченко, С.В. К вопросу о переводе прецедентных феноменов в публицистическом тексте / С.В. Черниченко // Молодой учёный. – 2012. – № 6. – С. 284–286.

Вольга Горбач

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

РЭКЛАМНЫЯ ТЭКСТЫ Ў РЭГІЯНАЛЬНЫМ ДРУКУ

Рэклама ў рэчышчы вывучэння дыскурсу СМІ змяшчаецца сёння ў рэспубліканскім і ў рэгіянальным друку, што ёсць цікавы аб'ект даследавання. Рэспубліканскія газетна-часопісныя выданні ўжо напрацавалі