

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

А. А. Биюмена

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ
ПЕЧАТНОГО МЕДИАДИСКУРСА**

Минск
МГЛУ
2022

УДК 81'42
ББК 81.055
Б 67

Рекомендована Редакционным советом Минского государственного лингвистического университета. Протокол № 2/63 от 29.04.2022 г.

Рецензенты: доктор филологических наук, профессор *Н. С. Евчик* (МГЛУ); доктор филологических наук, профессор *В. И. Коваль* (ГГУ им. Ф. Скорины); доктор филологических наук, профессор *И. А. Швед* (БрГУ)

Биюмена, А. А.

Б 67 Прагматические категории печатного медиадискурса /
А. А. Биюмена. – Минск : МГЛУ, 2022. – 264 с.

ISBN 978-985-28-0185-0

В монографии представлено исследование имманентных прагматических категорий медиадискурса. Рассматриваются особенности экспликации категорий диалогичности, солидарности, агрессивности, толерантности в белорусской прессе различных периодов.

Адресуется лингвистам, аспирантам, магистрантам и студентам, специализирующимся в области филологии, журналистики и межкультурной коммуникации.

УДК 81'42
ББК 81.055

ISBN 978-985-28-0185-0

© Биюмена А. А., 2022
© УО «Минский государственный
лингвистический университет», 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРИНЯТЫЕ СОКРАЩЕНИЯ	6
ВВЕДЕНИЕ.....	7

ГЛАВА 1. МЕДИАДИСКУРС

КАК ОСОБОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО	10
1.1. Теоретические аспекты изучения медиадискурса	10
1.2. Социальные функции медиадискурса.....	13
1.3. Ритуализованность и экспрессивность медиадискурса	15
1.4. Медиадискурс и идеология	16
1.5. Аксиологичность и социальная оценочность медиадискурса.....	20
1.6. «Свои» и «чужие» в медиадискурсе.....	22
1.7. Советский медиадискурс: типологические особенности.....	23

ГЛАВА 2. ДИАЛОГИЧНОСТЬ

КАК МАКРОКАТЕГОРИЯ ПЕЧАТНОГО МЕДИАДИСКУРСА	27
2.1. Современная концепция диалогичности	27
2.2. Типы диалогичности в белорусской прессе	30
2.3. Внешняя диалогичность в собственно диалогических текстах	31
2.4. Диалогичность в газетном макротексте.....	32
2.4.1. Отношения унисонности	33
2.4.2. Отношения полемичности и квазиполемичности	39
2.4.3. Отношения комплементарности.....	43
2.4.3.1. Репрезентация события в газетном макротексте	43
2.4.3.2. Человек как объект макротекста в белорусской прессе.....	45
2.5. Внутритекстовая диалогичность в белорусской прессе.....	51
2.6. Интертекстуальная диалогичность в белорусской прессе.....	57
2.7. Метафора как средство реализации диалогичности при репрезентации события в белорусской прессе	68

ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ СОЛИДАРНОСТИ

В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ.....	73
3.1. Солидарность: социально-философская трактовка	73
3.2. Векторы солидаризации в прессе советского периода.....	74
3.3. Трудовой дискурс как сфера солидаризации в советском обществе.....	81
3.3.1. К определению понятия «трудовой дискурс».....	81
3.3.2. Ценности трудового дискурса в советский период	85
3.3.3. Номинативная лексика трудового дискурса	89

3.4. Конструирование социальной идентичности	
в белорусской прессе советского периода.....	106
3.4.1. Идентичность: подходы к определению, типы, функции, структура ...	106
3.4.2. Профессиональная идентичность в прессе советского периода	108
3.4.3. Лексические доминанты	
как средство конструирования идентичности в прессе	115
3.5. Дискурс исторической памяти как фактор солидаризации общества	123
3.6. Направления солидаризации в кризисном дискурсе прессы	
в период пандемии коронавируса.....	128

ГЛАВА 4. ЭКСПЛИКАЦИЯ АГРЕССИВНОСТИ

В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ	134
4.1. Агрессивность и солидарность: точки пересечения	134
4.2. Речевая агрессия в медиатексте	135
4.3. Агрессивные материалы в газетах различных периодов	138
4.3.1. Период 1930-х гг.	138
4.3.2. Период Великой Отечественной войны (1941 – 1944).....	142
4.3.3. Аксиологическая поляризация в оккупационной прессе Беларуси	145
4.3.4. Послевоенный период (1950 – 1980-е гг.)	148
4.3.5. Период первой половины 1990-х гг.	164

ГЛАВА 5. МЕДИАДИСКУРС ТОЛЕРАНТНОСТИ:

ОБЪЕКТЫ, СТРАТЕГИИ, НОМИНАЦИИ	167
5.1. Медиадискурс толерантности	
как когнитивное и коммуникативное пространство.....	167
5.1.1. Подходы к определению толерантности	167
5.1.2. Толерантность: критерии, структура, функции, типы	172
5.1.3. Толерантность как коммуникативная	
и лингвокультурологическая категория	175
5.1.4. Дискурс толерантности в современных медиа	177
5.2. Объекты толерантности в газетном дискурсе	182
5.2.1. Тематический репертуар медиадискурса толерантности	182
5.2.2. Объекты белорусского медиадискурса толерантности.....	184
5.2.2.1. Топос «пожилые люди».....	185
5.2.2.2. Топос «люди с ограниченными возможностями»	187
5.2.2.3. Дискурс этнической толерантности	193
5.2.3. Объекты англоязычного медиадискурса толерантности	196

5.3. Стратегии медиадискурса толерантности	198
5.3.1. Стратегия сопереживания	199
5.3.2. Стратегия позитивного позиционирования.....	202
5.3.3. Стратегия солидаризации.....	205
5.3.4. Стратегия информирования	209
5.4. Эвфемистические номинации в медиадискурсе толерантности	212
5.4.1. Эвфемия как дискурсивная стратегия средств массовой коммуникации	212
5.4.2. Тематика политически корректных эвфемизмов в белорусской прессе	214
5.4.3. Способы создания политически корректных эвфемизмов в белорусской прессе	217
5.4.4. Метафора как способ создания эвфемизмов в печатном медиадискурсе	219
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	224
ЛИТЕРАТУРА	227

ПРИНЯТЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

АГ – «Аршанская газета»
ВБ – «Вечерний Брест»
ВВ – «Витебские вести»
ГВ – «Горецкий вестник»
ГП – «Гомельская праўда»
ГрП – «Гродзенская праўда»
ДП – «Дзвінская праўда»
ЖП – «Жыццё Палесся»
Зв – «Звязда»
ЗЮ – «Знамя юности»
КВ – «Кобрынскі веснік»
КЖ – «Кричевская жизнь»
КН – «Калінкавіцкія навіны»
КР – «Кліч Радзімы»
ЛН – «Лунінецкія навіны»
МК – «Минский курьер»
МП – «Магілёўская праўда»
НГ – «Народная газета»
ПП – «Полесская правда»
РСГ – «Республиканская строительная газета»
СБ – «Советская Белоруссия», «СБ – Беларусь сегодня» (с сентября 2018 г.)
СГ – «Сельская газета»
СШ – «Светлы шлях»
ШП – «Шлях перамогі»
NYT – «The New York Times»
Obs – «The Observer»

ВВЕДЕНИЕ

Окружающий мир во всем разнообразии своих объектов, ценностей и значений для каждого человека конструируется не только посредством его собственного чувственного опыта, но, в значительной степени, в результате воздействия средств массовой коммуникации. Медиадискурс охватывает максимально широкую область общественного сознания и описывает самые разные идеологические и социальные отношения, создавая в процессе освещения событий медиакартину мира – специфическую совокупность «чувственных миров», нередко призванную заменить собой реальность в сознании читательской или зрительской аудитории.

СМИ не только формируются обществом, в котором они функционируют, но также играют важнейшую роль в распространении социальных и культурных изменений, медиадискурс также является важнейшим способом конструирования коллективных социальных идентичностей. Публицистические тексты характеризуются идеологической направленностью и социальной детерминированностью использования знаков, создавая смыслы, исходя из конкретного социального контекста и сложившихся в обществе властных отношений, поэтому медиадискурс в данной работе понимается как «целенаправленное социальное действие в соответствующем событийном контексте» [Кронгауз 1994].

Цель исследования – изучить диалогичность, солидарность, агрессивность и толерантность как имманентные прагматические категории медиадискурса и выявить особенности их экспликации в белорусской прессе различных периодов.

Структура работы отражает логику проведенного исследования. В первой главе «Медиадискурс как особое коммуникативное пространство», носящей общетеоретический характер, медиадискурс определяется как разновидность дискурсивной практики, имеющей значимые социальные функции и характерные особенности (ритуализованность и экспрессивность, идеологизированность и аксиологичность и т.д.), а также выявляются типологические свойства медиатекстов советского периода.

Во второй главе «Диалогичность как макрокатегория печатного медиадискурса» диалогичность рассматривается как фундаментальное свойство медиатекста. Современная лингвистика трактует феномен диалога широко – не только как особый тип устного речевого взаимодействия, включающий реплики двух или более коммуникантов, но и как «механизм, обеспечивающий понимание и порождение речи, как процесс взаимодействия смысловых позиций речевых субъектов» [Чистая 2004, л. 4]. Медиадискурс представляет собой дискурсивную практику с маркированной диалогичностью, которая манифестируется в материалах прессы различными способами – как в собственно диалогических жанрах, так и в монологических публикациях,

насыщенных диалогическими приемами. Диалогические отношения характеризуют макротекстовые единства в материалах белорусских печатных изданий разных лет. Также диалогический потенциал реализуется в использовании журналистами интертекстуальных элементов и определенных метафорических моделей.

Третья глава «Формирование солидарности в белорусской прессе различных периодов» посвящена рассмотрению солидарности как особого состояния общества и солидаризации как процессу выстраивания солидарности, реализуемого преимущественно средствами массовой коммуникации. Подчеркивается, что солидарность в медиадискурсе создается в отношении наиболее социально значимых в конкретный исторический период тем и сфер общественной жизни. Выявлены векторы конструирования солидарности в прессе советского периода, описан трудовой дискурс как ведущая сфера солидаризации советского общества и выделены его лексические маркеры. На материале публикаций газетных изданий последних лет определены векторы солидаризации в период пандемии коронавируса, а также рассмотрены тематические доминанты материалов белорусской прессы, посвященных сохранению исторической памяти. Кроме того, в данной главе рассматриваются определения, типы, структурная организация и функции идентичности в социуме и анализируется формирование социальных идентичностей в белорусских газетах советской эпохи.

В четвертой главе «Экспликация агрессивности в белорусской прессе» описана речевая агрессия как заметный компонент дискурса прессы, выявлены тематическая, стратегическая и языковая специфика агрессивных публикаций белорусских газет в различные десятилетия XX в.

Пятая глава «Медиадискурс толерантности: объекты, стратегии, номинации» посвящена рассмотрению содержательных и языковых аспектов современного медиадискурса толерантности на материале белорусской и англоязычной прессы. Медиадискурс толерантности в СМИ разных стран направлен на формирование уважительного отношения к представителям различных социальных групп, при этом выбор той или иной социальной группы в роли объекта дискурса толерантности обусловлен экстралингвистическими факторами – этническим, конфессиональным и гендерным составом населения, миграционными процессами, социально-политической ситуацией, политическими контактами на высшем уровне и многими другими обстоятельствами. В монографии подчеркивается мультидисциплинарный характер понятия *толерантность*, акцентируется лингвистический взгляд на толерантность как когнитивную, коммуникативную и лингвокультурологическую категорию, определяется медиадискурс толерантности как особое пространство формирования социальной солидарности и взаимопонимания в обществе. В главе выявлены социальные группы, по отношению к которым конструируется толерантность в белорусских и англоязычных

печатных изданиях, выделены коммуникативные стратегии, которые при этом используются, рассмотрена эвфемия как специальная дискурсивная стратегия средств массовой коммуникации, проанализированы тематика и способы создания политически корректных эвфемизмов в белорусской прессе.

Исследование проводилось на обширном фактическом материале. Было проанализировано более десяти тысяч статей, опубликованных в белорусских республиканских, областных, районных газетах в различные исторические периоды с 1930 по 2022 год.

В качестве методологической основы исследования выступает дискурс-анализ, рассматривающий текст в совокупности с экстралингвистическими факторами – характеристиками участников коммуникации, экономической, политической, культурной ситуацией в социуме, доминирующими идеологическими установками и т. п. Дискурсивный подход определяет функцию текста как коммуникативного действия при создании социальной действительности. Медиадискурс, таким образом, можно рассматривать не только как средство отражения, но и как инструмент конструирования социальной реальности.

ГЛАВА 1. МЕДИАДИСКУРС КАК ОСОБОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

1.1. Теоретические аспекты изучения медиадискурса

Средства массовой коммуникации представляют собой важный социальный институт, обеспечивающий взаимодействие общественных субъектов, модифицирующий восприятие человеком общественных событий и влияющий на мотивацию и активность аудитории [Корф 2009, с. 3].

По мнению исследователей, в силу своего господства в информационном пространстве именно медиатексты составляют ядро современной культуры и национального языка, поскольку по сравнению с другими текстовыми пространствами они охватывают более широкую область общественного сознания и раскрывают разнообразные социокультурные и идеологические отношения а также характеризуются массовостью, общедоступностью, актуальностью [Вартанова 2012, с. 3; Лисицкая 2010, с. 3–6; Солганик 2012, с. 8]. По мнению Л. И. Гришаевой, «медиатексты представляют собой сегодня для так называемых наивных носителей языка образец освоения вербальными средствами внеязыковой действительности» [Гришаева 2014, с 185].

Медиатексты сегодня по праву считаются преобладающей формой словесности [Добросклонская 2010, с. 7]: «Медиа сфера как особая территория коммуникации сегодня занимает центральное место в нашей культуре, сменив ее характер с литературоцентричного на медиацентричный [Анненкова 2011, с. 6]. Изучением текстов массовой коммуникации занимается особое направление коммуникативной лингвистики – *медиадискурсология*, в рамках которой исследуются типологии СМИ, разработка их жанровой, структурной, социолингвистической, когнитивной, коммуникативной прагматической и языковой специфики (В. В. Богуславская, Н. С. Валгина, В. З. Демьянков, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, М. Р. Желтухина, В. И. Ивченков, С. В. Ильясова, Л. Г. Кайда, Т. Л. Каминская, Н. И. Клушина, В. И. Коньков, С. Г. Корконосенко, В. Г. Костомаров, Т. И. Краснова, А. Д. Кривоносов, Э. А. Лазарева, И. П. Лысакова, С. И. Сметанина, Г. Я. Солганик, Э. В. Чепкина, Т. В. Чернышова, Т. В. Шмелева, И. А. Якоба, A. Bell, P. Chilton, T. van Dijk, N. Fairclough, R. Fowler и др.).

Медиатекст представляет собой сложный объект, особенности функционирования которого обусловлены как состоянием речевой практики в конкретный исторический период, так и разнообразными экстралингвистическими факторами [Сметанина 2002, с. 9]. Феномен *медиадискурса* трактуется учеными в деятельностном ключе. Так, Т. Г. Добросклонская определяет данную разновидность дискурса как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2008, с. 198]. С. И. Сметанина подчеркивает экстралингвистическую детерминирован-

ность речетворчества в СМИ, понимая под медиадискурсом «текст СМИ, взятый в событийном аспекте, в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными факторами» [Сметанина 2002, с. 10]. По мнению Е. А. Кожемякина, медиадискурс – это «тематически сфокусированная, социокультурно обусловленная речемыслительная деятельность в массмедийном пространстве» [Кожемякин 2010].

Коллегиальный характер производства текстов массовой коммуникации и их направленность на огромные рассредоточенные в пространстве аудитории приводят к тому, что, с одной стороны, содержание медиатекстов маркируется социальной значимостью, отражающей разнообразные социокультурные и идеологические отношения, с другой стороны, оно характеризуется безграничностью тематического наполнения, охватывая любые темы, представляющие общественный интерес [Добросклонская 2010, с. 34; Ивченков 2016, с. 197; Костомаров 2005, с. 179; Лисицкая 2010, с. 3], ведь «главным предметом публицистики является социальная жизнь, в центре которой находится человек как представитель общества» [Таюпова 2018, с. 223]. По образному замечанию Т. В. Шмелевой, медиасфера «“обнимает” все другие сферы деятельности, так как в ней обсуждаются все факты всех сфер и потому ее собственные жанры соседствуют с медийными проекциями жанров иных сфер» [Шмелева 2012, с. 41].

Средства массовой коммуникации создают *медиакартину мира* – многослойное образование, представляющее собой особый инвариант образа действительности, средствами моделирования которого выступают языковой, социальный, мифологический, идеологический инварианты, а также элементы индивидуального видения мира авторов медиасообщений [Мардиева 2015, с. 14–15]. Как пишет Л. А. Мардиева, «в процессе семиотизации фактов и событий СМИ создают чувственные миры, вызывающие у читателей иллюзию самой реальности» [Мардиева 2015, с. 6]. Таким образом, медиа формируют специфическую проекцию социального мира и особую виртуальную реальность, становясь «своего рода новыми органами чувств» [Лавицкий 2015, с. 1].

Согласно концепции социального конструирования реальности, медийное пространство – это одновременно мир общения и пространство конструирования социального: человек создает социальную реальность, а социальная реальность, в свою очередь, создает человека [Бергер 1995]. По замечанию Д. Матисона, «то, что члены общества считают реальным, интересным, прекрасным, нравственным, и любые другие значения, которые они приписывают миру, – отчасти конструируется каждым членом общества, а отчасти – такими институтами, как газеты или радиостанции, и доминирующими в обществе идеями» [Матисон 2013, с. 13].

Нередко создаваемая средствами массовой коммуникации картина мира имеет мало общего с действительностью, что позволяет говорить о виртуальности, фантомности создаваемых в СМИ событий, в противовес идее о том, что основная их функция заключается в том, чтобы отражать объек-

тивную действительность [Сурикова 2012, с. 200–201]. Для характеристики коммуникационных систем нашего времени М. Кастельс вводит термин «реальная виртуальность», под которой он понимает систему, «в которой сама реальность ... полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом» [Кастельс]. Феномен виртуализации современных информационных систем и создания журналистами информационных фантомов, искажающих реальные процессы и события, анализирует и Л. Г. Свитич [Свитич 2002, с. 67–68].

Подобную деформирующую привычный образ мира медиакартину И. В. Анненкова называет квазиреальной, такой, «в которой действительная реальность замещается реальностью медиадискурса и предлагается массовому адресату в качестве единственно возможной и единственно верной» [Анненкова 2012, с. 13]. Исследователь обращает внимание на то, что дискурс средств массовой коммуникации представляет собой такую сферу использования языка, в которой языковая реальность наиболее очевидно воздействует на человека, закрывая от него реальность экстралингвистическую, когда «рассказ об этом мире в СМИ становится важнее самого мира» [Анненкова 2012, с. 32].

Медиадискурс можно определить как особое коммуникативное пространство, как некоторую «мысленно представляемую среду» [Гаспаров 1996, с. 295], в которой функционирует высказывание и которая характеризуется особыми взаимоотношениями между адресантом (автором) и адресатом (читателем/слушателем/зрителем). Б. М. Гаспаров понимает коммуникативное пространство как «мысленный ландшафт коммуникации», включающий в себя жанровые характеристики текста, его тональность, предметное содержание и всю коммуникативную ситуацию общения, а также информацию о ее участниках и ожидаемых прагматических эффектах воздействия сообщения [Гаспаров, с. 295–296]. Медиа́текст, в свою очередь, – это коммуникативное событие, включающее в себя специфическое речевое взаимодействие адресанта и адресата с учетом широкого социокультурного контекста [Лавицкий 2015, с. 3]. 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» [Богуславская 2013, с. 238]. Автор и читатель вступают в газетную коммуникацию как коллективные языковые личности» [Чернышова 2016, с. 15].

По мнению Л. Г. Кайды, публицистика меняет звенья в цепочке «Автор – Текст – Читатель» на «Читатель – Автор – Текст», при этом наблюдается смещение центра тяжести в коммуникативную сферу с акцентом на динамике взаимоотношений автора и читателя, вступающих в диалог [Кайда 2011, с. 257]. Ведущим фактором, формирующим коммуникативное взаимодействие, становится *образ адресата* (реального или потенциального) с его

реальными или виртуальными характеристиками и возможной реакцией на сообщение. Адресат в массовой коммуникации представляет собой разнородную группу индивидов, поэтому для достижения прагматической эффективности коммуникации адресанту необходимо учитывать их интересы, потребности, социальные позиции и т.д. [Прохоров 2003].

Что касается *образа автора*, то его роль в журналистском тексте принципиально отличается от образа автора художественного текста, ведущую роль которого в данном типе текста научно обосновал В. В. Виноградов. Он пишет, что образ автора в поэтике – это «индивидуальная словесно-речевая структура, пронизывающая собой строй художественного произведения и определяющая взаимосвязь и взаимодействие всех его элементов» [Виноградов 1971, с. 151–152].

Применительно к публицистике Г. Я. Солганик считает предпочтительным термин «автор», поскольку «здесь важен не образ автора, а сам автор как личность – его взгляды, устремления, общественная позиция, в известной мере личностные качества» [Солганик 2001, с. 75]. По мнению Л. Г. Кайды, наиболее точным термином по отношению к автору журналистского текста является «позиция автора» как «социально-оценочное отношение к фактам, явлениям, событиям» [Кайда 1991, с. 3], поскольку ярко проявляющаяся активность автора в выражении своей позиции является одной из отличительных черт газетной речи [Кайда 1989, с. 26]: «В тексте, насыщенном социальной информацией, слышен живой голос автора, виден его взгляд на события, его оценки, реакции, симпатии и антипатии. Позиция автора – это подчеркнуто личностное и творческое начало, в то время как образ автора отражает художественно-творческое присутствие [Кайда 2011, с. 277]. Авторская позиция подчиняет все языковые средства главной коммуникативной установке, усиливая воздействие на читателя, и, таким образом, выделяется в стиле- и текстообразующую категорию системы газетных жанров [Кайда 2011].

В качестве базового компонента медиадискурса исследователи чаще всего рассматривают газетные тексты, особенно тексты информационного характера, поскольку именно в газете формировались основные приемы и средства, свойственные языку массовой коммуникации, а также ввиду численного превосходства газетных корпусов над текстовыми массивами других СМИ, удобства и доступности материалов газет для исследования [Добросклонская 2010, с. 36].

1.2. Социальные функции медиадискурса

Журналистика – это особая сфера общественной деятельности, являющаяся важным фактором социального управления: журналисты не только информируют массовую аудиторию, но и могут оказывать существенное влияние на ее мировоззрение и ценностные ориентации, стремления и идеа-

лы, мотивацию и поведение [Прохоров 2003, с. 56]. Прагматический потенциал воздействия медиасообщений обусловлен их функциональным многообразием – они способны привлекать внимание реципиента к предлагаемой тематике, заинтересовывать его и с помощью различных средств воздействовать на восприятие адресатом сообщаемой информации, акцентировать его внимание на конкретных аспектах и деталях события или на особенностях его трактовки, воздействовать на предпочтения реципиента относительно издания на медиарынке, создавать и поддерживать определенный образ единичных и коллективных субъектов и т. д. [Гришаева 2014, с. 39].

Среди наиболее актуальных для медийной сферы интенций Т. В. Шмелева перечисляет следующие: информировать (осведомлять); разъяснять с опорой на анализ и оценки; убеждать, рационально и эмоционально воздействуя; развлекать; привлекать и побуждать [Шмелева 2012, с. 43]. Соответственно, ведущими функциями СМИ называют информативную, образовательную, рекламную, идеологическую, развлекательную [Добросклонская 2010, с. 21; Сметанина 2002, с. 14; Чернышова 2016, с. 9–10]. В соответствии с классификацией Е. И. Шейгал [Шейгал 2004], журналист в СМИ выполняет функции ретранслятора, рассказчика, конференсье, комментатора и псевдокомментатора действий власти.

Современное общество – это общество информационного типа, поэтому медиадискурс, в первую очередь, выражает потребность в информации как одну из главных потребностей человека [Карасик 2016, с. 218]. Информационному обществу свойственна глобальная всепроницаемость и вседоступность информации, ее влияние на все сферы жизни социума [Свитич 2002, с. 25]. Медiateксты являются компонентом инфосферы – «всей совокупности информационных процессов, в результате которых образуется некий информационный континуум, своего рода информационная “оболочка” Земли» [Добросклонская 2010, с. 181]. В составе инфосферы медiateксты выполняют функции отражения окружающей действительности (отражающее свойство), структурирования новостного потока (организующее свойство) и идеологического воздействия на массовую аудиторию (формирующее свойство) [Добросклонская 2010, с. 182].

К важнейшим социальным функциям медиа традиционно относят [Венедзіктаў 2008; Дускаева 2012; Іўчанкаў 2003; Корконосенко 2009; Прохоров 2003]: а) социализацию индивидов, рассматриваемую как включение их в общественные взаимоотношения через присоединение к единому информационному пространству; б) интеграцию общества, т.е. обеспечение его целостности посредством системы представленных в СМИ каналов коммуникации, функционирующих на базе определенного социально-культурного сообщества, общих смыслов, символов и форм социальной солидарности; в) трансляцию и закрепление общественных норм, усвоение людьми социально-культурного опыта предшественников и способствование формированию иерархической структуры ценностных ориентаций личности.

С позиций синергетического подхода медиадискурс можно считать инструментом самоорганизации, гомеостатирования общества [Свитич 2002, с. 64], поскольку дискурс, по мнению Г. Г. Хазагерова, «обладает гомеостазом, источником которого является поддерживающее дискурс сообщество со своими коммуникативными и когнитивными ресурсами» [Хазагеров 2016, с. 116].

Пресса является одним из важнейших инструментов социализации человека в обществе, в первую очередь, путем внедрения в общественное сознание ценностей, релевантных в конкретный исторический период в конкретном государстве в зависимости от той или иной политической и экономической ситуации. Как пишет А. А. Бородич, формирование аксиосферы, включающей в себя сложную систему взаимосвязанных идеалов, принципов и норм, «обеспечивает динамическое равновесие человека и социоприродной среды, является условием самоосуществления личности и устойчивого развития общества» [Бородич 2005, с. 13].

1.3. Ритуализованность и экспрессивность медиадискурса

В качестве важнейшей интенции медиадискурса выступает установление и поддержание контакта с большой по объему, рассредоточенной в пространстве массовой аудиторией, и в отличие от разговорного дискурса, «идея связи здесь обусловлена не персональным физическим контактом, а техническими возможностями дистантного межперсонального общения, причем в условиях массовой аудитории» [Костомаров 2005, с. 189].

Для поддержания устойчивой связи в среде коммуникантов автору медиатекста необходимо осуществлять отбор специальных языковых средств, способных удержать внимание аудитории. Всеобъемлющим конструктивным принципом организации массовокоммуникативной и, в первую очередь, газетной речи В. Г. Костомаров называет принцип чередования стандарта и экспрессии [Костомаров 1971]. Как указывает автор, регулярное чередование информем и экспрессем в прессе носит достаточно механистический характер, не зависящий от содержания сообщений: «план содержания не объясняет особенностей плана выражения, подчиненного прежде всего конструкции» [Костомаров 2005, с. 199]. Вследствие того, что экспрессивные элементы речи многократно повторяются в журналистских произведениях, их авторы вынуждены искать все новые и новые выразительные средства для воздействия на читательскую аудиторию.

Экспрессивные компоненты высказывания обычно маркированы авторским отношением и оценкой, в то время как стандартные языковые единицы однозначно трактуются и в готовом виде используются во множестве текстов [Сметанина 2002, с. 44]. По словам Н. И. Клушиной, тип дискурса «оказывает давление на личность, подчиняет авторское я доминирующим дискурсивным практикам, ориентирован на типичное, объединяющее различные тексты в определенные типы дискурсов» [Клушина 2016, с. 181].

Стандартизованность и ритуализованность медиаречи достигается за счет предсказуемости и регулярной воспроизводимости языковых средств, когда тексты СМИ «собираются из заданного лексико-синтаксического материала, “расфасовываются” в те же готовые устойчивые формы (медиаформаты), превращаясь в тематически связанные, лингвистически предсказуемые произведения речи» [Добросклонская 2010, с. 34]. Фатический характер медиадискурса поддерживается также с помощью стандартного, ежедневно повторяющегося набора освещаемых средствами массовой коммуникации тем, которые Т. Г. Добросклонская называет *buzz-topics*, отмечая отсутствие в них информационной новизны [Добросклонская 2008, с. 210].

Предельной ритуализованностью отличается пространство массовой коммуникации в тоталитарном государстве [Земская 1996; Лебедев 2006; Orwell 2004; Young 1991], где ритуалы «приобретают особую значимость из-за массового введения единой интерпретации действительности» [Почепцов 2003, с. 88]. Так, анализируя официальный язык фашистской Германии, В. Клемперер подчеркивает полную стандартизацию как письменной, так и устной речи, обилие шаблонов и клише, в случае малейшего отклонения от которых аудитория просто не понимает, о чем идет речь [Клемперер 1998, с. 21].

1.4. Медиадискурс и идеология

Дискурс не только репрезентирует события и ситуации, но сам является инструментом конструирования мира, поскольку содержание и структура дискурсов «не просто отражают представления людей о мире, но и создают символическую реальность со своими социальными законами и правилами поведения» [Владимирова 2016, с. 5]. Как отмечает Д. А. Кожанов, отличие дискурса от других языковых конструкторов «заключается в том, что процесс конструирования мира происходит непосредственно в рамках коммуникативного акта и стремится к целостности в отношении представлений о мире всех участников дискурса» [Кожанов 2016, с. 275]. По отношению к дискурсу прессы справедливо замечание Р. Барта о том, что «письмо представляет всякую власть, и как то, что она есть, и как то, чем она кажется; оно раскрывает и то, какой эта власть является на самом деле, и то, какой она хотела бы выглядеть» [Барт 1983, с. 317].

Дискурс СМИ относится к «прагматическим дискурсам», целью которых выступает интенциональное однонаправленное воздействие на реципиента [Якоба 2020], его можно охарактеризовать «как социально предопределенный процесс создания и передачи в текстах массмедиа социально значимых смыслов, отражающих специфические черты сознания общественности и массмедийной картины мира» [Пыж 2020, с. 388]. Авторы статей не только информируют массовую аудиторию, но и формируют повестку дня общественного обсуждения, воздействуют на мировоззрение и ценностные

ориентации адресата, его мотивацию и поведение. Представители школы критического дискурс-анализа подчеркивают огромную власть и идеологическое влияние медиа на общество и указывают на то, что медиатекст – это результат специализированных профессиональных практик и техник, основанных на конкретных социальных отношениях, и особенно на отношениях власти [Fairclough 1995, p. 204].

Коммуникация в медиaprостранстве носит преимущественно институциональный характер, поскольку СМИ представляют собой социально значимую сферу общественной жизни [Водак 1997; Карасик 2004]. Институциональность медиадискурса базируется на его тесной связи с *идеологией* – системой фундаментальных политических, правовых, нравственных, религиозных, философских знаний, представлений, верований и мнений, которая основана на групповых ценностях, нормах и интересах [Дейк 2000; Купина 1995; Филинский 2002, с. 6; Эко 1998, с. 108; Dijk 1999; Fairclough 1995]. Т. ван Дейк подчеркивает когнитивную природу любых идеологий (они должны быть представлены в сознании людей), а также их неперенный социальный характер: «их разделяют другие люди в качестве членов той или иной группы; они усваиваются, формируются и применяются в социальных ситуациях при определенных социальных же обстоятельствах (экономических, исторических) и имеют социальные последствия [Дейк 1989, с. 27]. Такую же точку зрения разделяет К. А. Богданов, который рассматривает идеологию как систему «социальных значений, способствующих самоопределению общества в целом и его отдельных членов в частности» [Богданов 2009, с. 48].

Исследователи единодушно отмечают, что идеологий без языка не существует – именно дискурс играет главную роль в их формировании и распространении [Bollinger 1994; Chase 1938; Chilton 1997; Chomsky 1988; Дейк 1989]. Использованию языка свойственны перформативность и перлокутивность, то есть оно является актом деятельности и конструирования социальной действительности [Гайда 2016, с. 10]. Однако справедливо и обратное: институциональный дискурс не бывает нейтральным, поскольку не существует высказывания, в котором нельзя обнаружить связи с интересами, целями, желаниями, свойственными определенному обществу или отдельной социальной группе [Блакар 1987; Bourdieu 1991; Fairclough 1994, p. 87–88]. По замечанию Д. Матисона, язык «идеологичен по своей природе, причем настолько, что он заставляет нас думать в поддержку интересов влиятельных групп» [Матисон 2013, с. 19]. Посредством языка реализуется идеология и происходит осуществление власти в обществе, а медиадискурс оказывается идеологически ориентированным настолько, насколько это необходимо для поддержания или изменения властных отношений в обществе: массмедиа являются неотъемлемой частью структуры власти, «символическим аспектом которой они управляют» [Дейк 2013, с. 77].

Базирующаяся на идеологии политическая деятельность выступает в роли экстралингвистической основы публицистики [Дускаева 2012(б), с. 81]. Политический дискурс нередко устанавливает жесткие рамки для деятельности СМИ, в результате чего не только контент, но и тактико-стратегический, риторический и языковой репертуар средств массовой коммуникации в любом государстве оказываются обусловленными идеологией общества в конкретный исторический период. Медиадискурс, таким образом, предстает как «особое использование языка ... для выражения особой ментальности ..., также особой идеологии; особое использование влечёт активизацию некоторых черт языка и, в конечном счёте, особую грамматику и особые правила лексики. И ... в конечном счёте, в свою очередь создает “особый ментальный мир”» [Степанов 1995, с. 38–39].

Средством экспликации идеологических ориентаций в медиатексте может выступать идеологическая модальность, с помощью которой «из широкого спектра оценочных отношений выделяются те, которые строятся на основе определенных политических взглядов и идеологических ценностей» [Добросклонская 2010, с. 133], а также идеологическая тональность сообщения как его эмоционально-стилевой формат с возможностью единственной верной интерпретации, установкой на четкое противопоставление своих и чужих и высокой степенью эмоциональности [Могилевская 2010]. Идеологические компоненты нередко включаются в значения лексических единиц – они содержатся в семантических компонентах (семантических долях), обусловленных доминирующим в обществе мировоззрением [Верещагин 2005, с. 71].

Специфическим средством вербализации идеологий являются идеологемы [Воробьева 1999; Гусейнов 2004; Клушина 2008; Купина 1995; Мальшева 2009; Мирошниченко 1996; Фельдман 2018]. Вся оценочная лексика, по мнению А. Л. Голованевского, подразделяется на *эмоционально-оценочную*, в которой оценочный компонент «отражает эмоциональные и родственные им характеристики, внутренне присущие человеку как индивидууму биологическому, социальному и зафиксированные в его сознании на основе деятельностного опыта» [Голованевский 2002, с. 79], и *идеологически-оценочную*, оценочный компонент которой «отражает идеологические, мировоззренческие, морально-нравственные, социальные, культурные и т.п. отношения между людьми» [Там же, с. 80]. Поскольку многие слова, употребляемые в социальной и политической сфере, регулярно встречаются в однотипных повторяющихся контекстах, они приобретают эксплицитную идеологическую оценочность, которая сохраняется в этих словах и вне контекста [Воробьева 2000; Крючкова 1982]: «отражая изменяющиеся исторические условия ..., идеология формулирует свои положения в основном в понятиях и категориях, созданных ранее, но вкладывает в них новое содержание, включает их в новые системы воззрений» [Крючкова 1982, с. 33]. Значения таких «идеологически связанных» слов и выражений нередко существенно различаются в одном и том же национальном языке в идиолектах представителей разных социальных групп.

В лингвистической литературе термин *идеологема* имеет широкую и узкую трактовки. Широкое толкование идеологема подразумевает ее рассмотрение как единицы когнитивного уровня – особого типа многоуровневого концепта, «в структуре которого (в ядре или на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие в себе коллективное, часто стереотипное и даже мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах» [Малышева 2009, с. 35]. При этом языковые единицы (ключевые слова, клише, устойчивые словосочетания) рассматриваются как способы языковой реализации идеологема. Свойствами идеологема как концептуальной единицы являются национальная специфичность, динамичность семантики, акцентированная аксиологичность, частотность и разнообразие способов репрезентации знаками различных семиотических систем [Там же].

Идеологема в узком понимании – это языковая единица, чаще всего слово, в значении которого содержится идеологический компонент [Чудинов 2007, с. 92], «санкционированное официальной идеологической системой содержание, закрепленное за определенной языковой формой» [Купина 1999, с. 7], «вербально закрепленное идеологическое предписание» [Купина 1995, с. 13]. Исходя из тезиса о том, что «семантика знака в идеологии исчерпывается прагматикой» [Гусейнов 2002, с. 20], исследователи отмечают, что важной особенностью семантики идеологически маркированных единиц является «размывание» прямого предметного значения и выдвижение на первый план оценочных коннотаций [Радбиль 1998, с. 22].

Чрезвычайную значимость идеологема приобретают в «тоталитарных языках», в которых они организованы в особую систему, «сверхтекст идеологем», обладающий системно-структурной целостностью и целенаправленной адресованностью [Купина 1995, с. 4]. Данная система закрепляется в специальных прецедентных текстах-канонах – догматических знаках тоталитарной эпохи, вербализующих «параметры идеологически предписываемого ментального мира» [Там же].

Важнейшей функцией идеологем как языковых способов экспликации определенных идеологий является усвоение массовым адресатом системы идеологических установок, способствующих сплочению социума и сохранению лояльности [Клушина 2008 с. 35; Гусейнов 2002, с. 8]. Система идеологем также выступает средством закрепления в общественном сознании определенной аксиологической модели, поэтому при смене государством политического курса происходит смена базовых идеологем [Клушина 2008, с. 38]. Несмотря на то, что идеологически-оценочные компоненты содержания слов характеризуются устойчивостью и воспроизводимостью, подобные оценочные парадигмы «не могут быть монополизированы одной культурно-политической группой на вечный срок» [Шапошников 1998, с. 153] и функционируют обычно лишь в хронологических рамках определенных социальных отношений и идеологических систем.

1.5. Аксиологичность и социальная оценочность медиадискурса

Ценности пронизывают все формы деятельности людей и являются собой часть смысловой структуры любой формы бытия человека [Докучаев 2009, с. 75–76]. В. И. Карасик отмечает, что в структуре языковой личности ценностям принадлежит особое место как наиболее фундаментальным характеристикам культуры [Карасик 2004]. Они детерминируют человеческую деятельность, поскольку представляют собой феномены, имеющие жизненно важное значение для субъекта: ценное «всегда значимо, т. е. по крайней мере не безразлично для человека, обладает для него определенным смыслом» [Старостин 2002, с. 5].

В современной науке принято понимание ценности как субъектно-объектного феномена, рассматриваемого не как свойства предметов, а как результат сложных отношений, с одной стороны, между субъектами, с другой – между субъектами и объектами [Баева 2004; Ивин 2018; Hall 2001]. Ценности представляют собой единицы, структурирующие картину мира [Марьянчик 2013, с. 6], это «культурно значимые аксиологические понятия и представления, обуславливающие функционирование, развитие и воспроизводство этноса, присваиваемые индивидами в процессе конкретной деятельности и репрезентированные вербально» [Пищальникова 2020, с. 9]. Ценности являются средством достижения социального порядка, а также выступают как способ освоения индивидом социального пространства, которое, в свою очередь, стремится унифицировать и стандартизировать пространство личности [Джерелиевская 2010, с. 28]. В. А. Марьянчик отмечает такие обязательные характеристики ценностей, как принадлежность в разной степени всем субъектам; системность; обусловленность социальными феноменами; релятивный характер, т.е. вариативность для различных личностей и для разных социумов; коллективный характер; иерархичность; стабильность и динамичность; когнитивные, мотивные и волевые характеристики; возможность существования противоположных ценностей [Марьянчик 2013, с. 22].

Содержание ценностей всегда носит конкретно-исторический характер, поскольку они представляют собой важнейший компонент культуры и национальной языковой картины мира, а их формирование детерминруется общественными отношениями определенной эпохи. И. И. Докучаев указывает на то, что наряду с религией, идеология является важнейшей формой культурно-онтологической среды ценностей, понимаемой как среда их бытия [Докучаев 2009, с. 86].

В идеологизированном дискурсе, разновидностью которого, несомненно, является медиадискурс, аксиологичность выступает в роли центральной категории, так как деятельность СМИ направлена на распространение системы взглядов на мир, которые структурируются в соответствии

с определенной совокупностью ценностей [Ерофеева 2010, с. 21]. В журналистском тексте информация, полученная в результате когнитивной деятельности, всегда соотносится с выработанными конкретной культурой ценностями различных аксиосфер – политическими, правовыми, религиозными, нравственными и т.д. [Сметанина 2002, с. 17]. Анализируя ценностный аспект публицистического текста, Т. В. Подоляк обозначает сущностное триединство журналистики как а) носителя гражданских идеалов, б) формы информационно-ценностной ретрансляции, в) механизма продуцирования социальных ценностей [Подоляк 2019, с. 4]. Функционирование в средствах массовой коммуникации конкретных ценностных ориентиров обусловлено, в первую очередь, идеологическими установками общества в тот или иной исторический период.

Средства массовой коммуникации являются ключевой силой, формирующей ценностную модель того или иного общества, представляющую собой уникальную комбинацию признаков, которые присущи лишь определенному месту и времени [Леви-Строс 2001]. Аксиологический потенциал медиатекстов во многом реализуется путем создания аксиологического фона, который Л. И. Гришаева понимает как «совокупность языковых и неязыковых факторов, условий и сведений, в контексте которых имеет место аксиологическая категоризация» [Гришаева 2014, с. 238]. При этом автор подчеркивает, что основу данного подвида категоризации часто составляют признаки, несущественные для прямой идентификации объектов и субъектов, но важных при их осознании в конкретной языковой культуре как нужных, полезных или вредных, моральных или аморальных и т.д. уже после первичной категоризации адресатом текста [Гришаева 2014, с. 238].

В пространстве медиакommunikации находят непереносимое отражение отношение автора к происходящим в обществе событиям и их оценка, которые с необходимостью должны согласовываться с оценками массовой целевой аудитории [Каминская 2009, с. 4]: «Сообщая новость, анализируя действительность, в том числе и политическую, СМИ так или иначе, в более или менее эксплицитной форме призваны характеризовать освещаемые явления с точки зрения интересов всего общества или его отдельных групп, т. е. дать им социальную оценку» [Солганик 2012, с. 20]. Ведущим дискурсообразующим фактором газетной публицистики Г. Я. Солганик называет принцип *социальной оценочности*, проявляющийся на всех уровнях языка, но особенно ярко в лексике [Солганик 1981]. Автор считает, что в рамках медиатекста оценочность выступает в роли родового понятия по отношению к видовым – категориям эмоциональности, экспрессивности, стилистической окраски слова [Там же, с. 9]. По словам Л. Г. Кайды, «принцип социальной оценочности – это, по сути, заложенный в публицистическом тексте, заданный код стилиевой ориентации всех лингвистических средств и приемов. Это и делает публицистический текст носителем социальной информации [Кайда 2011, с. 113].

1.6. «Свои» и «чужие» в медиадискурсе

Конструируемая в средствах массовой коммуникации медиакартина мира нередко является двухполюсной репрезентацией объективной действительности. Бинарность заложена в самом языке, что, в свою очередь, детерминирует обязательное конструирование публичного дискурса с опорой на оппозицию «свои – чужие» [Lutz 1996, p. 31].

Дихотомия «свои – чужие» представляет собой одну из универсальных бинарных оппозиций, с помощью которых человек познает мир. Как пишет Ю. М. Лотман, «Всякая культура начинается с разбиения мира на внутреннее (“свое”) пространство и внешнее (“их”))» [Лотман 2004, с. 257]. Данное противопоставление «пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения» [Степанов, 2001, с.126]. Это универсальная семантическая и лингвокультурологическая категория, основанная на разделении общества на две группы – «мы» и «они» [Матвеева 2007, с. 81]: отношения между этими группами «неизбежно носят характер взаимного отрицания, так как только путем отрицания “их” формируется “наше”» [Шипилов 2008, с. 12].

Данная категория играет важную роль в самоидентификации личности и формировании чувства ее принадлежности к той или иной социальной группе. Норвежский исследователь И. Нойманн считает, что коллективные идентичности «существуют благодаря тому, что отделяют одних людей от других при помощи определенных маркеров (показателей)» [Нойманн 2004, с. 15]. Как отмечает Р. Водак, «главной предпосылкой для любого дискурса социальной категоризации (или дискриминации) является формирование групп “наши” и “другие”. Категоризация и типизация осуществляется путем номинации и навешивания ярлыков» [Водак 1997, с. 115].

Оппозиция «свои – чужие» неразрывно связана с категорией оценки: область «своего» всегда отмечена положительной аксиологичностью, а пространство «чужого» – отрицательной. Пространство «чужого» часто позиционируется как нечто враждебное и опасное, являющееся отклонением от нормы, соблюдение которой представлено в группе «своих». Важной особенностью выражаемой данной оппозицией оценки является ее глубинный характер, так как она «относится к древнейшим архетипическим представлениям человека, связанным с представлением об идентичности. Эти аксиологические архетипы уже не осознаются носителями языка и являются важным условием формирования этноса и его языка» [Косихина 2020, с. 114].

Анализируя рассматриваемую оппозицию, В. Г. Лысенко выделяет в ней несколько аспектов, важнейшими из которых нам представляются этологический (биологически заложенное в человеке отношение к чужому как к угрозе для своей группы) и мифологический (осмысление чужого как

аномалии по отношению к «своим» – носителям нормы) [Лысенко 2010]. Поэтому неудивительно, что во многих ситуациях «чужие» маркируются как «враги».

В пространстве публичной коммуникации и, в частности, медиадискурсе, в котором функция воздействия вытесняет остальные языковые функции [Ильясова 2009, с. 11], часто обнаруживается четкое разграничение областей «своего» и «чужого» – «чуждого», «вражеского». В зависимости от конкретных исторических, социальных, политических, экономических условий образ «врага» меняется – прежние «враги» становятся «друзьями» или «союзниками», появляются новые «враги».

Необходимость постоянно создавать образ врага приводит к тому, что неотъемлемым атрибутом публичной коммуникации становится речевая агрессия, которая «активно вторгается в политику, включается в систему экономики, бесцеремонно проникает на страницы газет и в рекламные тексты, легко встраивается в семейные и межличностные отношения» [Щербинина 2012, с. 3]. Речевая агрессия, то есть «жесткое, подчеркнутое средствами языка выражение негативного эмоционально-оценочного отношения к кому-, чему-либо, нарушающее представление об этической и эстетической норме, а также перенасыщение текста вербализованной негативной информацией» [Петрова 2011, с. 24], пронизывает массмедийное дискурсивное пространство, проявляя в нем собственную специфику в различные исторические периоды.

1.7. Советский медиадискурс: типологические особенности

Как отмечает З. А. Мирошникова, специфика языка средств массовой информации «определяется особенностями коммуникативной ситуации, которую он обслуживает» [Мирошникова 2014, с. 111]. Многие исследователи рассматривают советские медиа в качестве отдельной группы, имеющей специфические особенности и выполняющей ряд уникальных функций (О. И. Воробьева, Б. И. Есин, Т. Л. Каминская, Н. И. Клушина, М. А. Кронгауз, Н. А. Купина, С. Г. Корконосенко, В. Г. Костомаров, Т. И. Краснова, Г. С. Мельник, О. Д. Минаева, Д. Э. Розенталь, А. П. Романенко, В. А. Сидоров, П. Серио, Ю. С. Степанов, И. В. Тубалова, Д. М. Фельдман и др.).

Советской прессе отводилась позитивная роль в становлении общества и движении к коммунизму, поэтому она имела большое влияние на процессы социализации, неформального общественного контроля и мобилизации в направлении запланированных социальных и экономических целей, в частности, в продвижении социальных и экономических реформ [Бакулев 2005, с. 26]. Процесс формирования политической системы советского государства с необходимостью дополнялся формированием системы партийно-советской печати как средства идеологического воздействия на

граждан страны [Скребнев 2006, с. 14]. Г. Я. Солганик подчеркивает особую значимость дискурса печатных СМИ в советский период: «Если язык — это сетка отношений, через которую человек смотрит на мир, то можно сказать, что советский человек смотрел на мир через язык газеты» [Солганик 2003]. В СССР пропагандистские и публицистические тексты конструировали «идеологически рекомендованную действительность, которая может быть названа реальностью текста, имевшего свой смысл в структуре (квази)ритуального опыта» [Богданов 2009, с. 34].

В средствах массовой коммуникации каждого общества строится свой миф, нацеленный на конструирование единого коммуникативного пространства, что, в свою очередь, способствует единению нации [Почепцов 2001, с. 299]. В отличие от, например, американского мифа, который акцентирует свободу, национальный нарциссизм, возможности роста для всех, в фокусе внимания советского мифа находился трудовой энтузиазм, вклад каждого в построение нового общества, работа на пределе возможностей. При этом советский миф ставил общественные нормы выше норм биологических, общественное благо выше личных амбиций или семейных отношений [Там же].

Как любой классический идеологический миф, предполагающий моделирование совершенной реальности в исторической действительности, советский миф описывал светлое будущее, связанное с деятельностью власти (социализм/коммунизм), подготовкой к которому надлежало выступать настоящему [Докучаев 2009, с. 151–152]. По словам Н. Е. Киселевой, в советском политическом дискурсе был создан специфический симулякр, в котором с помощью слов «большевики актуализировали столь свойственную русскому национальному характеру мифологему “обретения рая на земле”» [Киселева 2008, с. 8].

Поскольку советская идеология постулировала существование «советского народа» как единой монолитной общности, характеризующейся одинаковыми ценностями, интересами и пристрастиями [Каминская 2009, с. 25; Костомаров 1999, с. 39], верным представляется замечание З. И. Резановой о медиадискурсе советской эпохи как об «идеологически обоснованной коммуникативной среде, создающей целостный дискурс, являющийся коммуникативно-языковым воплощением единой концептуальной картины мира» [Резанова 2008, с. 63]. В текстах советских средств массовой коммуникации наблюдалось единообразие, касающееся как медиаконтента, так и языковых способов репрезентации событий и стандартов оформления материалов прессы, когда «различия между одной и той же газетой разных периодов оказываются существеннее, чем между разными газетами одного и того же периода» [Костомаров 1971, с. 251].

Многие авторы подчеркивают политическую ангажированность СМИ советского периода, их связь с партийной идеологией [Барсукова 2011; Кронгауз 1994; Купина 1999; Романенко 2003; Серио 1999 и др.], в резуль-

тате чего все отображаемые в медиатекстах реалии соотносятся со шкалой «хорошо/плохо» с позиции конкретного политического режима, а фиксирующие их единицы выступают носителями такой оценочности [Тубалова 2017, с. 195]. Как пишет М. А. Кронгауз, в тоталитарном обществе в роли «говорящего» выступают реальные структуры власти, «пытающиеся с помощью отмеченных языковых механизмов воздействовать на общественное и индивидуальное сознание и тем самым достигать определенных политических целей» [Кронгауз 1994, с. 233]. Поэтому на позиции главных тем для обсуждения в советских медиа выдвигались следующие: коммунизм как высшая форма социально-экономического развития общества; тема труда и трудящихся; тема КПСС как единственной политической силы, способной продуцировать новые социокультурные смыслы; тема единства партии и народа [Киселева 2008, с. 20].

Стандартизированное использование языка в типизированных ситуациях для освещения повторяющихся тем, особенно в пространстве публичной коммуникации, привело к возникновению особого «советского» использования языка, или даже «особого языка» – «языка лжи», «деревянного (шершавого) языка» (П. Серио), «новояза» (Дж. Оруэлл), «тоталитарного языка» (Н. А. Купина). При таком использовании язык претерпевает как структурные (словообразовательные), так и коммуникативно-семиотические (риторические и лингвокогнитивные) изменения [Богданов 2009, с. 21].

В предисловии к «Толковому словарю языка Совдепии» В. М. Мокиенко и Т. Г. Никитина выделяют такие характерные черты языка советской эпохи, как минимизация активного словарного запаса, тяга к сокращению слов с целью отсеечения нежелательных с идеологической точки зрения ассоциаций, создание эвфемизмов и перифраз для «словесного камуфляжа» определенных явлений и событий, идеологизация и политизация нейтральной лексики, превращение фразеологии из устного народного творчества в творчество партийно-административного аппарата, трансформация фразеологии в «лозунгологию» [Мокиенко 1998, с. 6].

Как отмечает Н. А. Купина, структура тоталитарного языка характеризуется системностью, основным типом связей в которой выступают бинарные оппозиции, а его ведущая функция – директивная, функция идеологического предписания, которую дополняют функции примитивизации, сакрализации, ритуализации, ритмизации, эталонизации, а также эстетическая функция [Купина 1999, с. 13]. Ядром этого языка автор считает «сверхтекст» идеологем как «совокупность высказываний, текстов, ограниченная темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующаяся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресанта и адресата, особыми критериями нормального и аномального» [Купина 1995, с. 53].

Тоталитарному языку свойственны принципиальная бедность и примитивность [Клемперер 1998], вытекающие из ограниченного набора базовых идеологем, которые требуется комбинировать в тексте [Купина 1999, с. 68]. Его характеризует четкое разграничение противопоставленных друг другу модусов ликования и негодования, которые используются при описании «своих» и «чужих» соответственно [Там же, с. 13]. Например, одним из частотных пропагандистских приемов апологетизации советского общественно-политического устройства в публичном дискурсе выступал «статистический оптимизм» прессы, т.е. засилье числовых значений, «пафос исчислений» [Богданов 2009, с. 25], призванный служить подтверждением успехов государства.

Важнейшей чертой общественной речевой деятельности в советский период была ритуальность: продуцируемые в политическом и медийном пространстве тексты не были направлены на сообщение новой информации или на выявление истины, а лишь имитировали общественную жизнь, являясь в то же время проверкой лояльности членов общества [Кронгауз 1994; Левин 1994]. По мнению К. А. Богданова, «тоталитарные» социолекты во многом схожи с языком магического фольклора – заклинаний, оберегов, «целесообразность которых напрямую связана с самим актом их произнесения, а не с буквальным содержанием» [Богданов 2009, с. 23].

Ритуализация и догматизация языка ведут к его шаблонизации и канцеляризации всей советской словесной культуры [Романенко 2001, с. 5; Солганик 2003]. Особенностью речевого ритуала советской эпохи становится его опора на особые прецедентные тексты – партийные документы или речи генерального секретаря и других высокопоставленных партийных работников – и их приоритет перед любыми другими типами текстов [Кронгауз 1994; Романенко 2001].

С ритуализацией коммуникации связана и такая особенность «советского языка» как десемантизация текста, которая манифестируется в потере какой-то части его смысла и одновременном приобретении других семантических составляющих, чаще всего, оценочных, а также в сведении сложной сигнификативной структуры к бинарной [Кронгауз 1994; Романенко 2001, с. 32]. Таким образом, сфера публичной коммуникации в советский период характеризуется гипертрофированной (охватывающей все семиотическое пространство) и упрощенной (четко поляризованной) оценочностью [Романенко 2001, с. 15], усиливающей эмоциональность речи.

При этом «паспортизация» человека в массовокоммуникативных текстах обычно осуществляется на основании социальных (профессия, партийность и т.д.), а не личностных характеристик [Купина 1999], в то время как главной оппозицией, структурирующей оценки человека, выступает противопоставление «враг – не враг» [Романенко 2001, с. 16].

ГЛАВА 2. ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК МАКРОКАТЕГОРИЯ ПЕЧАТНОГО МЕДИАДИСКУРСА

2.1. Современная концепция диалогичности

В современной парадигме гуманитарного знания диалог рассматривается как имманентное свойство человеческого существования, общения и познания. Философ Ю. Хабермас выделяет коммуникативное действие, направленное на взаимопонимание и консенсус индивидов, в качестве одной из важнейших сфер жизни общества, наряду с инструментальным действием, представленным, в первую очередь, сферой труда [Хабермас 2000]. Основоположник теории диалога как принципиально новой модели интерпретации окружающей действительности М. М. Бахтин подчеркивает, что диалогические отношения – это «явление гораздо более широкое, чем отношения между репликами композиционно выраженного диалога, это – почти универсальное явление, пронизывающее всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще все, что имеет смысл и значение» [Бахтин 2002(в), с. 51].

В центре бахтинской теории диалога находятся вопросы диалогичности мышления, языка и текста, ведь язык – это «самый существенный показатель всеобщности диалогизма: он и средство общения, и возможность познания, и способ самовыражения» [Плеханова 2003, с. 42]. По мнению М. Н. Кожиной, поскольку существование и функционирование языка немыслимо вне социума и общения, диалогичность в глобальном смысле представляет собой речевую экспликацию социальной сущности языка и его коммуникативной функции [Кожина 1986, с. 12–13]. Фундаментальный принцип теории диалога – превалирование личностных, субъект-субъектных отношений между коммуникантами, межсубъектное равноправие [Бахтин 2002(а), с. 362; Докучаев 2000, с. 57]: «Диалог меняет мышление. Обращение к Другому как к духовному существу – то новое, что несет в себе коммуникативная парадигма в анализе социальных взаимодействий» [Шамликашвили 2011, с. 15].

Речевая деятельность обладает свойством диалогичности, поскольку высказывание социально – оно всегда к кому-то обращено, имеет адресата [Бахтин 1997, с. 212]. Диалогичность является фундаментальным свойством речи, которое может выражаться как эксплицитно в диалогической речи, так и имплицитно в монологических по форме произведениях. По справедливому замечанию М. М. Бахтина, «Реальный диалог омывает ... все монологические и условно-диалогические формы, служит их лоном и коррективом ... Абсолютный монолог, который был бы языковым монологом, исключается самой природой языка» [Бахтин 1997, с. 212–213].

Многие исследователи трактуют диалогичность как текстовую категорию, характеризующую его адресованность, или направленность на адресата [Арутюнова 2007; Бахтин 2012(а); Кожина 1986; Плеханова 2003].

Любое высказывание, даже внешне монологическое, прогнозирует реакцию адресата, нацелено на его активное понимание. Г. В. Колшанский считает, что «любой текст, в том числе и монологический, надо рассматривать как двусторонний, т. е. текст, обращенный к определенному адресату, даже если в качестве адресата выступает сам говорящий субъект» [Колшанский 2007, с. 172]. Поэтому разделение между монологическими и диалогическими произведениями можно считать достаточно условным. Как пишет М. М. Бахтин, «Если монолог имеет слушателя, то уже нет монолога. Но ведь предвосхищаемый слушатель (читатель) всегда есть. Всякое слово обращено, и не к другим словам контекста, а вне его» [Бахтин 2012(б), с. 506]. Однако М. Н. Кожина считает, что термин «адресованность» не в полной мере характеризует суть взаимодействия между адресатом и адресантом текста, поскольку он описывает односторонность воздействия, пассивность слушателя или читателя. Она подчеркивает активную роль реципиента в создании текста (в плане предвосхищения его реакции автором текста) и в процессе коммуникации в целом, указывая на большую точность термина «диалогичность» как индикатора двунаправленного взаимодействия коммуникантов в процессе текстовой деятельности [Кожина 1986, с. 35–36]. По мнению Л. Р. Дускаевой, характеристики диалогического текстового взаимодействия следует дополнить, добавив к свойству адресованности признак ответственности адресата [Дускаева 2012(б)].

В современной трактовке диалогичности она часто рассматривается не только как непосредственное взаимодействие двух или более участников коммуникации, но как соотношение смысловых позиций, т. е. «голосов», точек зрения, мнений, взглядов на жизнь, определенного понимания фактов и ситуаций [Кожина 1986; Дускаева 2012(б); Бахтин 2002(б); Чистая 2004]. Таким образом, диалогический подход к анализу текста трактует интерсубъектность (столкновение и переплетение различных смысловых позиций) как особый тип смысловых отношений [Дускаева 2012(б); Плеханова 2003, с. 41; Бахтин 1986; Берков 2001, с. 4]. Как отмечает М. М. Бахтин, диалогические отношения представляют собой «особый тип смысловых отношений, членами которых могут быть только целые высказывания (или рассматриваемые как целые, или потенциально целые), за которыми стоят (и в которых выражают себя) реальные или потенциальные речевые субъекты, авторы данных высказываний» [Бахтин 2002(б), с. 320].

Диалогичность изучается как свойство культуры (В. С. Библер, Ю. М. Лотман, В. В. Сащенко), логическая и философская категория (В. Ф. Берков, Г. М. Бирюкова, Я. С. Яскевич), как характеристика художественного текста (М. М. Бахтин, Т. Ф. Плеханова), научной (М. Н. Кожина, Л. В. Красильникова, Л. В. Славгородская), политической (С. А. Чубай, Н. Р. Омаров), деловой (И. И. Ковалевская) и медийной коммуникации (Л. Р. Дускаева, Д. Г. Ильиных, О. В. Романова).

Средства массовой коммуникации функционируют как особое пространство, опосредующее как взаимоотношения человека и мира, в котором он живет, так и взаимоотношения одного индивида с другими [Конев 2009, с. 4]. По мнению В. В. Хорольского, рассматривающего социальные функции журналистики, правомерной является ее трактовка как «части («узла») культуры, как системы «узлов связи» для диалога разных сфер бытия» [Хорольский 2015, с. 46]. Концепция диалогического общения, подчеркивающая необходимость субъект-субъектных, равноправных отношений между участниками коммуникации [Бахтин 2002(а); Дементьев 2021], весьма актуальна при описании функционирования современных медиа, поскольку в контексте трансформации медиасреды, перенасыщенности медиaprостранства и увеличения интерактивности массовой коммуникации СМИ вынуждены выстраивать симметричные, партнерские взаимоотношения со своей аудиторией [Зайцаў 2021, л. 10].

Диалогичность в современном коммуникативном пространстве СМИ рассматривается в первую очередь как «учет адресантом (автором) речи фактора адресата (реального или воображаемого), его смысловой позиции, а также обозначение данной ориентации при помощи определенных языковых средств» [Дементьев 2021, с. 71]. Диалогичность является фундаментальным свойством публицистической речи, поскольку, как отмечает М. А. Кормилицына, запланированное автором текста воздействие на адресата возможно осуществить лишь при условии его вовлечения в обсуждение значимых социальных проблем, сближения оценок и позиций автора и реципиента [Кормилицына 2007, с. 212]. Для эффективного взаимодействия может использоваться только «речь, ориентированная на адресата, речь, в которой автор учитывает уровень культуры, знаний, интересов, социальный статус и другие качества адресата, вовлекает его в процесс общения, стремится достигнуть определенного (в подготовленной речи заранее запланированного) уровня воздействия на адресата. [Кормилицына 2007, с. 211].

Диалогичность текста означает, что «автором текста как бы предвидятся (предполагаются) реакции читателя и он (автор) учитывает их в своем тексте, как бы отвечает на эти реакции <...> специальными средствами, особым построением речи, в конечном счете, вероятно, всем строем, всей организацией текста» [Кожина 1986, с. 85]. Кроме того, журналистские материалы нередко характеризуются многоплановостью построения, при котором логическое развитие темы сменяется обращениями к воображаемому собеседнику, перебивается диалогами и другими вставными элементами композиции [Тикоцкий 1972, с. 38]. В таких произведениях наблюдается адресованность не только читательской аудитории, но и оппонентам, другим авторам, обращавшимся к теме статьи, самому себе [Кожина 1985, с. 144; Шестерина 2002, с. 92–93].

Диалог – это социально-интеракционный, динамичный процесс взаимодействия смысловых позиций речевых субъектов, который обеспечивает понимание и порождение речи [Чистая 2004, л. 4]. Диалогичность как одна из сущностных характеристик газетного текста предполагает обратную связь с читателем, его активное понимание [Дускаева 2012(б); Чистая 2004]. При этом многие исследователи подчеркивают, что диалогические отношения наблюдаются как внутри высказывания, так и между высказываниями, текстами [Дускаева 2012(б); Плеханова 2003, с. 20]. Концепция диалога также акцентирует открытый характер текста, его связь с социокультурным контекстом [Плеханова 2003].

2.2. Типы диалогичности в белорусской прессе

На диалогичность как на фундаментальную характеристику журналистской деятельности и медиатекста как ее результата обращал внимание М. М. Бахтин, отмечая, что журналист «участвует в диалоге, который может быть кончен и даже завершен, может перейти в дело, может стать эмпирической силой» [Бахтин 2002(а), с. 376]. В пространстве медиадискурса текст «создаётся как ответ на предполагаемые вопросы и запросы аудитории, устраняет неопределённость в её знании, даёт более или менее полные представления о мире и изменениях в нём» [Дускаева 2012(а), с. 22]. По мнению Г. В. Колшанского, именно тексты массовой коммуникации особенно ярко демонстрируют направленность на адресата, хотя адресат и представлен в них в виде неопределенного множества [Колшанский 2007, с. 172]. В результате анализа реализации диалогичности в информационных, побудительных и оценочных газетных жанрах Л. Р. Дускаева приходит к выводу о том, что диалогичность представляет собой онтологическое, базовое свойство газетной речи [Дускаева 2012 (б)].

По нашему мнению, диалогичность выступает в роли *макрокатегории* медиадискурса, поскольку именно ведение конструктивного диалога с аудиторией обеспечивает эффективность общения в коммуникативном пространстве медиа и способствует реализации прагматического воздействия на адресата.

Профессор Л. Р. Дускаева выделяет три основных типа экспликации диалогичности в печатном медиатексте: 1) внешняя диалогичность, проявляющаяся в таких жанрах, как интервью, беседа и т. д.; 2) макротекстовая диалогичность как взаимодействие расположенных на одной газетной странице и примыкающих друг к другу текстов, в результате которого создаются новые смыслы; 3) внутритекстовая диалогичность – «звучание» нескольких точек зрения, мнений во внешне монологических произведениях [Там же].

На наш взгляд, следует выделить и четвертый тип репрезентации диалогичности в прессе – интертекстуальность как такое взаимоотношение данного текста с другими, в основе которого находится поиск «общих мест», «общей памяти» у адресанта и адресата, что позволяет обеспечить связь

между ними [Чистая 2004, л. 33]. В данном случае уместно говорить о широкой трактовке диалогичности как системы отношений между предшествующими и последующими текстами [Чекунова 2017, с. 38], соответственно, интертекст в таком понимании интерпретируется как «пространство схождения культурных символов языкового сообщества, способ репрезентации культуры в дискурсе на основе фонда общих знаний» [Комаристова 2021, л. 23]. Интертекстуальность как многомерная связь отдельного текста с другими текстами с точки зрения содержания, жанрово-стилистических и структурных особенностей, а также формально-знакового выражения [Арутюнова 2007, с. 19], выступает в материалах периодических изданий в роли механизма, который «вписывает» содержание публикаций в сумму знаний, циркулирующих в обществе [Романова 2008, с. 10].

Рассмотрим реализацию выделенных типов диалогичности в печатном медиадискурсе Беларуси на материале республиканских, областных, районных газет.

2.3. Внешняя диалогичность в собственно диалогических текстах

Данный тип диалогичности репрезентируется в газетном тексте в таких жанрах, как беседа, дискуссия, интервью. В интервью обычно участвуют два собеседника, одним из которых является журналист, узнающий точку зрения интервьюируемого по разным вопросам. При этом, как пишет Н. Ю. Шведова, осуществляется диалог как «обмен такими высказываниями, которые естественно порождаются одно другим в процессе разговора» [Шведова 1960, с. 281].

Эксплицированная диалогичность также реализуется в жанре беседы с экспертами в той или иной области, в которой обычно представлены различные мнения. Логические отношения между смысловыми позициями специалистов чаще всего соответствуют схеме «сообщение – оценка – ее объяснение и обоснование – уточнение / дополнение». Например, статья *«Адважыцца і ... пачаць! Што стрымлівае развіццё “жаночага” бізнесу?»* (Зв, 29.09.2021) начинается с информации о вкладе субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП нашей страны и о положительном влиянии на функционирование экономики вовлечения женщин в предпринимательскую деятельность. Затем первый эксперт высказывается о том, что вопросы женского бизнеса в Беларуси законодательно не урегулированы, и объясняет важность консультативной, менторской, психологической поддержки женщин при вхождении в бизнес-среду. Второй эксперт, руководитель одного из банков, также акцентирует важность развития женского предпринимательства и рассказывает о кредитном продукте его компании, предназначенном именно для начинающих бизнес-леди. Третий эксперт, представитель другой банковской организации, в свою очередь, представляет свою программу помощи женщинам-предпринимателям.

Внешний тип диалогичности эксплицируется также в опросах, которые журналисты проводят по различным поводам. Данный жанр представляет собой подборку кратких ответов респондентов на вопрос об актуальных событиях и ситуациях: «*Чем вам запомнился последний звонок?*» (ГП, 30.05.2019); «*Какие ваши маленькие радости во время пандемии?*» (ЖП, 28.01.2021). К данному типу диалогичности можно также отнести представление в одном материале мнений разных людей по какому-либо поводу. Например, во второй части публикации «*Студеной воды притяжение*» о строительстве новой купели в одной из деревень района (КЖ, 20.01.2021), имеющей подзаголовок «*Радуются открытию купели и местные жители*», приводятся высказывания жителей деревни, в которых они выражают положительные эмоции по поводу события. При этом «голос» каждого из респондентов дополняет и поддерживает позицию предыдущего и последующего интервьюируемого.

2.4. Диалогичность в газетном макротексте

Исследователи называют следующие основные типы диалогических отношений как особого взаимодействия смыслов, в котором выражают себя реальные или потенциальные речевые субъекты: унисон (одобрение, совпадение, близость мнений), спор (несогласие, противоречие), сообщение – оценка, перевод темы в другую плоскость, побуждение – ответная реакция, вопрос – ответ, побуждение к действию – его выполнение [Дускаева 2012(б); Кожина 1986; Бахтин 2000].

В медиадискурсе диалогичность может реализовываться не только в рамках отдельных публикаций, но и в более широком макротекстовом пространстве, в котором смысловые связи наблюдаются между несколькими материалами, расположенными на одной газетной странице или развороте [Дускаева 2012 (б)]. Подобные объединенные единой темой статьи «читаются» как цельное полотно, в котором каждая публикация как отдельный «голос» добавляет новые краски в общее полифоническое звучание. При этом внутри макротекста статьи объединяются с помощью различных типов логических отношений.

Мы проанализировали макротекстовые единства в белорусских республиканских, областных, районных газетах, публиковавшихся в различные исторические периоды – 1930-е, 1950–1970-е, 1990-е гг. и в современной прессе. Проведенный анализ показал, что смысловые отношения, возникающие внутри макротекстовых единств в газетном дискурсе, можно разделить на *унисонные* (выражающие одобрение, совпадение точек зрения), *диссонансные*, или *полемиические* (противоположные или противоречащие друг другу мнения или оценки), *комплементарные* (точки зрения или позиции, дополняющие друг друга) и *квазиполемиические* (мнения, представленные в расположенных на одной странице статьях, на первый взгляд противоречат друг другу, но фактически выражают одну и ту же идею).

2.4.1. Отношения унисонности

По мнению М. М. Бахтина, согласие, наслаивание голосов, в которых выражают себя различные речевые субъекты, представляет собой одну из важнейших форм диалогических отношений, поскольку рамки диалога не исчерпываются полемикой [Бахтин 2002(в), с. 321]. Макротексты, основанные на единстве или близости оценок, мнений, точек зрения, составляют основу отобранного корпуса публикаций белорусской прессы. Поскольку сущность публицистики составляют «споры о ценностях: о принципах морали, государственных нормах, честности, равенстве, сострадании, интересах социальных общностей и групп, традициях, идеалах и идеологиях» [Зубко 2019, с. 52], статьи, объединенные отношениями согласия, обычно подчеркивают оценочный аспект того или иного социально значимого факта, события, явления. Полифоническое звучание макротекста может использоваться для акцентирования и усиления той или иной идеи. При этом важно отметить, что подавляющее большинство проанализированных текстов выражает положительную оценку описываемых событий.

Большинство публикаций, отобранных из газет **советского периода** (относящихся как к 1930-м, так и к 1950-1970-м гг.), посвящены теме труда как главной деятельностной характеристике советского человека. Статьи на трудовую тематику в эти периоды занимали значительный объем газетного пространства и были организованы в макротексты, включающие в себя примыкающие друг к другу 2–5 публикаций. Например, на первой странице кобринской районной газеты «Труд» за 1 января 1952 г. были напечатаны четыре публикации на трудовую тематику: «*Год 1952-й*», «*Добьемся лучших результатов*», «*Успехи молодого колхоза*», «*К новым творческим успехам*». Все они повествуют о высоких результатах деятельности коллективов района в 1951 г. и обязательствах успешно трудиться в наступившем 1952 году. Данные материалы объединены положительнооценочной лексикой *победы, успехи, успешный, почетный, достойный, честный, добросовестный, щедро, замечательный, грандиозный, славно, улучшение, укрепление, подъем, благосостояние, уверенность, прогресс, процветание, воодушевление: Нет сомнения, что в новом году колхозники этой бригады добьются новых успехов; Достойными делами встречают колхозники сельскохозяйственной артели им. Котовского новый, 1952 год; Честный, добросовестный труд колхозников щедро оплачивается.*

В **современной** белорусской прессе макротексты, освещающие трудовую тематику, также встречаются довольно часто. В качестве примера можно привести две тематически связанные статьи «*Майские хлопоты аграриев*» и «*Сяўба – на фінішнай прамой*» (ВВ, 05.05.2020) о завершении сева зерновых в Витебской области.

В печатном дискурсе Беларуси настоящего периода часто примыкают друг к другу 2–3 материала, дающие позитивную оценку происходящим в стране общественно значимым событиям либо подчеркивающие важность

тех или иных исторических событий. Среди таких публикаций, безусловно, высоким аксиологическим потенциалом отличаются статьи о Великой Отечественной войне и увековечивании памяти ее героев, поскольку подвиги, совершенные во время войны, имеют особую историческую значимость для нашей страны. Так, 2 июля 2020 г. в областной газете «Могилевская правда» были напечатаны материалы «*Защитал общую Родину*» о том, как в Могилевском районе чтут память об узбеке Шади Шаимове, получившем посмертно звание Героя Советского Союза за форсирование Днепра, и «*Венок на волнах Березины*» о торжественном мероприятии, посвященном годовщине освобождения Бобруйщины от немецко-фашистских захватчиков.

Ключевые идеи макротекста акцентирует лексика, обозначающая

а) героев, героические качества и действия – *герой, героический, подвиг, смелый, отличился, защищать, стойкость, доблесть, воля, мужество: Героический подвиг, совершенный простым узбекским парнем Шади Шаимовым, – это пример не только воинской доблести и мужества, силы духа, но и символ интернационализма, подлинной дружбы народов Советского Союза...*;

б) базовые ценности общества – *свобода, независимость, мирный: Картина была настолько мирной, что просто невозможно было представить, что именно здесь в то страшное лето 44-го года шли кровопролитные бои, унесшие сотни жизней советских солдат и офицеров;*

в) отношение общества к памяти героев – *торжественный, трепетно, внимание: В нашем районе очень трепетно относятся к сохранению памяти о событиях Великой Отечественной войны и памяти о тех офицерах и солдатах, которые до последней капли крови отстаивали свободу и независимость своей страны.*

Тематика находящихся в унисонных отношениях макротекстовых единств, демонстрирующих негативную оценку, обнаруживает специфику в зависимости от анализируемого периода. Так, в газетах, публиковавшихся в 1930-е гг., такие материалы обычно были посвящены деятельности «врагов» на местах, неудовлетворительной работе руководителей местного уровня в соответствии со значимостью в указанный период идеологемы «критика и самокритика». Например, 6 апреля 1938 г. в республиканской газете «Советская Белоруссия» под общим заголовком «*Дать населению больше товаров широкого потребления!*» был опубликован макротекст, состоящий из десяти материалов, авторами которых являются представители торговой отрасли, включая Наркома (министра) торговли: «*Неиспользованные возможности*», «*По пути наименьшего сопротивления*», «*Как становится “остродефицитной” простая табуретка*», «*Избегать встречных перевозок*», «*Больше внимания запросам потребителя*», «*Неувязки в планировании*», «*Не считаются с нуждами потребителя-колхозника*», «*Порочная практика*», «*Лицом к потребителю!*», «*Крепче связь с торгующими*

организациями». Основные темы составляющих статей этого макротекста – недостаточно высокое качество производимой продукции, нехватка товаров в магазинах, плохая работа руководителей, конкретных производителей и торговых организаций.

Отрицательная оценка в данных публикациях выражается с помощью разнообразных лексических единиц и словосочетаний, характеризующих

а) общую негативную ситуацию – *острый недостаток, резкое ухудшение, порочная практика, вредная / нездоровая тенденция, неполадки, имеющиеся недостатки, очень плохо, беды, безобразные факты, не улучшается: Во многих артелях имеет место и такая **порочная практика**; **Очень плохо** у нас обстоит дело с планированием товаров широкого потребления;*

б) конкретные проблемы в сфере производства продукции и торговли – *недополучить, безобразного качества, недоброкачественный товар, низкого качества, остродефицитный, отсутствовать на рынке, ничего не найти, ущемление интересов потребителя, неразбериха, невнимание к потребителю: Потребитель справедливо выражает недовольство тем, что ряд товаров ширпотреба **отсутствует на рынке**, и тем, что эти товары зачастую бывают **плохого качества**;*

в) нежелание руководителей на местах качественно выполнять работу – *совсем не занимаются, совершенно не вырабатывают, занимаются не своим делом, совершенно не помогают, не уделяют внимания, недопустимая медлительность, вопиющая неповоротливость, забросил, маринуется, обманывают потребителя, не хотят торговать, не учитывают сезонность, совершенно не интересуется, совершенно не считаются (с требованиями потребителей), не контролирует, большое сопротивление, небрежность: Все дело в том, что этим вопросом никто серьезно **не интересуется**; Торгующие организации **совершенно не помогают** нам внедрять необходимые товары широкого потребления в массовое производство; Со стороны промышленных артелей мы также видим **большое сопротивление** в производстве предметов ширпотреба;*

г) «врагов» и их действия – *торгаши, бракоделы, враги народа, орудовать, циничный, агент фашизма, вредители и диверсанты, антисоветский, гнусный провокатор и шпион, гноить продукцию: **Гнусный провокатор и шпион** Зеленский с **циничной** откровенностью показывал на процессе **антисоветского «право-троцкистского блока»**, как они, **враги** советского народа, агенты **фашизма – вредители и диверсанты** – гноили продукты, замораживали товарооборот, подбрасывали стекло в масло, лишали население товаров первой необходимости.*

В номере газеты «Советская Белоруссия» за 4 января 1938 г. на одной странице в позиции примыкания друг к другу было опубликовано пять материалов на тему «вражеской» деятельности в различных организациях: «Саботаж нужного мероприятия» (о действиях руководителей одной из Витебских организаций, которые не способствуют проведению мероприятий

по улучшению условий труда), «*В мантии ученого...*» (о «вредительстве» работников опытной сельскохозяйственной станции), «*Невозмутимый прокурор*» (об отсутствии реакции прокуратуры на жалобу о ненадлежащем уходе за лошадьми), «*Не готовятся к весне*» (о том, что один из колхозов медлит с подготовкой к посевной), «*Преступное отношение к ремонту тракторов и прицепов*» (о неудовлетворительном отношении работников МТС к ремонту техники).

Во всех указанных материалах содержатся призывы к вышестоящему руководству разобраться в ситуации и наказать виновных, а также используется лексика с мощным негативнооценочным зарядом: *заклятые враги, бред, вражеский, вредительский, чуждый, чужеродный, преступный, возмутительный, темные люди, непроверенные люди, недопустимо, умышленно, потакать, саботировать, бесхозяйственно, орудовать, сорвать, подорвать, грубо нарушать*. Таким образом, макротекстовое многоголосие усиливает образ руководителей-«вредителей» на местах, создает негативное отношение читательской аудитории к ним, культивирует атмосферу тотальной подозрительности в обществе.

В 1950–1970-е гг. отрицательнооценочные макротексты унисонного характера регулярно использовались для характеристики капиталистических стран и других государств, которые в тот или иной период относились к числу «вражеских». Так, 10 мая 1962 г. гродненская областная газета «Знамя Октября» под рубрикой «*Гневный голос протеста*» опубликовала четыре статьи, посвященные реакции советских людей на испытание США ядерного оружия – «*Преступление против человечества*», «*Кто посеет ветер, пожнет бурю*», «*Слово партии, слово народа*», «*Слово студентов*».

Все материалы рубрики объединены отрицательнооценочной лексикой следующих семантических групп:

а) негативные эмоциональные и речевые реакции – *гнев, возмущение, критика, осудить, протестовать, клеймить позором, ненавистный: Мы, рабочие и служащие фандока, решительно протестуем и гневно осуждаем решение правительства США о возобновлении испытаний ядерного оружия в атмосфере; Все советские люди, все честные люди земли клеймят позором агрессоров;*

б) преступления и преступные действия – *чудовищное преступление, развязать бойню: Американские милитаристы стремятся развязать новую всемирную бойню;*

в) апелляции к страху – *зловещие, напряженность, испугаться, страшный: Над островом Рождества поднялись зловещие грибы атомных взрывов.*

Первая половина 1990-х гг. также отмечается большим количеством газетных материалов, объединенных отрицательной оценочностью, отражающей неудовлетворенность людей экономической ситуацией в стране, ростом цен, закрытием предприятий и т. д.

Например, 10 января 1991 г. в рубрике «Чытач – газета» районного издания «Голас Глыбоччыны» были опубликованы 3 статьи – письма или

обращения жителей района с комментариями представителей различных городских организаций. В публикации «*Патрэба ёсць. А сродкі?..*» обсуждаются две жалобы жителей района на работу строительной организации, построившей мосты через мелиоративные каналы в неудобном месте. После обращений жителей приводятся комментарии начальника организации, сводящиеся к тому, что выполненная работа соответствует нормативам, а также председателя местного колхоза, предлагающего жителям деревни построить мост своими силами, поскольку хозяйству это обойдется дорого. Статья «*Людзі? Наўрад*» представляет возмущенное письмо об антисанитарных условиях в здании автокасы в одной из деревень и комментариев работницы автопарка об экономической нецелесообразности содержания автостанции, отсутствии желающих там работать и о существующих договоренностях с дорожниками о ремонте помещения. Материал «*Дарэмныя абвінавачванні*» – это обращение сельской жительницы, жалующейся на то, что автолавка не привозит нужные товары, потому что продавец якобы несправедливо их распределяет. Жалобу комментируют представители сельпо и сельсовета, поясняющие, что определенных товаров на всех не хватает.

Отметим, что само название рубрики сигнализирует о диалогическом взаимодействии между редакцией и читательской аудиторией, а приводимые в ней обращения отражают типичные эмоции населения страны в связи с социально-экономической ситуацией – взволнованность, обеспокоенность, разочарование, обиду, возмущение. В указанных публикациях встречаются лексемы, называющие эти эмоциональные состояния (*ушхваляваная жанчына, пакрыўджаны пакупнік, жыхары абураюцца, турбаваць, нараканні*): *Можна зразумець пакрыўджанага пакупніка, калі яму не хапіла тавару, але ж і прадаўца ў гэтым пастаянна абвінавачваць нельга; Мясцовыя жыхары абураюцца, аўтапарк №16 мер ніякіх не прымае, Празароцкі сельскі Савет заняты дзяльбой дэфіцытаў ды ўлікам зарплаты работнікаў.*

Кроме того, негативное восприятие людьми экономической ситуации подчеркивается обилием негативнооценочной лексики (*запушчаны, прыкра, дэфіцыт, антысанітарыя, непрыглядны, страшны беспарадак, хуліганы, распаясаліся, знішчана, пабіты, паламаны, нечыстоты, дзікія, нечалавечыя, нашкодзіць, свінячыць, абвінавачваць*).

В прессе первой половины 1990-х гг. можно выделить особый тип макротекстовой унисонной диалогичности – смысловые отношения между заголовками примыкающих друг к другу статей, которые тематически не связаны между собой. Чаще всего результатом подобного взаимодействия становится индуцирование и усиление отрицательной оценочности даже в тех случаях, когда содержанию статей она не свойственна.

Например, расположенные рядом публикации «*Цяжка нам, браце... лягчэй бы памерці*» и «*Ці так усё безнадзейна*» («Свіслацкая газета», 10.02.1992), казалось бы, рисуют весьма мрачную картину действительности, чему способствует использование наречий *цяжка* и *безнадзейна*, а также глагольной лексики *памерці*. На самом деле, в первой статье говорится

о продлении сроков конкурса на лучший вариант музыки и текста для нового Государственного гимна Беларуси, поскольку конкурсная комиссия признала низкий художественный уровень всех присланных текстов; строка, послужившая заглавием для публикации, встретила в одном из присланных вариантов текста гимна. Вторая статья повествует о концерте, проведенном в районном Доме культуры и получившем много теплых отзывов. Ее название – озвученное автором материала размышление о действительности: *І тады падумалася: ці так усё безнадзейна, калі людзі пры ўсіх цяперашніх складанасцях не згубілі ў сабе эстэтычнага пачуцця.*

Фактически первая статья является оценочно-нейтральным материалом информирующего характера, а вторая рассказывает о мероприятии, порадовавшем слушателей, тем не менее у читателя, который лишь просматривает заголовки, может сложиться противоположное впечатление об их содержании. Как пишет А. Е. Супрун, соединение нескольких языковых единиц представляет собой «не арифметическую сумму их планов содержания, а некоторое новое единство, качество которого зависит не только от их состава, но и от интегрирующих правил» [Супрун 1996, с. 152]. Согласно сформулированному С. Эйзенштейном для кинематографа правилу монтажа, «два каких-либо куса, поставленные рядом, неминуемо соединяются в новое представление, возникающее из этого сопоставления как новое качество» (цит. по: [Супрун 1996, с. 83]).

В данном случае лексические единицы, несущие сильный негативно-оценочный заряд, выступают в роли «аттракционов» (термин С. Эйзенштейна) как произвольно выбранных притягивающих реципиента и воздействующих на него элементов произведения [Эйзенштейн 2000, с. 14]. В заголовке как сильной позиции статьи целенаправленно подобранная журналистом лексика привлекает и активизирует внимание читателей, дает им толчок к запрограммированному автором пониманию определенных идей. Неожиданные сочетания дискурсных единиц побуждают реципиента размышлять над содержанием сообщения, вызывают эмоции, повышая воздействующий потенциал публикаций.

Таким образом, объединение отдельных газетных материалов в макротекстовые единства, связанные унисонными отношениями, увеличивает текстовое пространство для выражения определенной идеи, а также позволяет расставить семантические акценты путем концентрации специально отобранных лексических единиц на текстовом отрезке. Газетные макротексты обладают ярко выраженной аксиологической направленностью, при этом положительная оценочность характеризует публикации, подчеркивающие желательные в конкретном обществе поведенческие модели (например, труд на благо общества), отрицательный оценочный модус свойственен статьям, направленным на формирование общественного мнения по отношению к тем или иным объектам или субъектам (руководители на местах в 1930-е гг., страны капиталистического блока в 1950–1970-е гг.), или выражающим сочувствие читательской аудитории, оказавшейся в сложной жизненной ситуации (1-я половина 1990-х гг.).

2.4.2. Отношения полемичности и квазиполемичности

Полемику рассматривают как процесс обмена позициями, публичный спор, борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу с целью отстоять свою точку зрения и доказать несостоятельность позиции противника (Б. С. Жумагулова, Е. Н. Зарецкая, А. А. Ивин, Л. Г. Павлова, В. В. Тулупов и др.). *Полемический дискурс* – это сложное коммуникативное явление, выполняющее эмотивную функцию и направленное на достижение прагматического эффекта внушения, убеждения или побуждения, которое основано на коммуникативном взаимодействии субъектов в процессе обсуждения социально значимых вопросов [Ерохина 2010, с. 8; Шестерина 2004, с. 8].

Частотность полемических текстов в пространстве медиадискурса связана, в первую очередь, со свойственной человеку тенденцией мыслить парными категориями и принимать решения через сравнение и противопоставление [Шестерина 2004, с. 3]. По мнению Е. П. Прохорова, в диалоге непременно должны присутствовать дискуссия, критика, борьба мнений, полемика, поскольку конструктивным диалог может быть только «при условии единения “утверждения и отрицания”» [Прохоров 1995, с. 5].

В белорусской прессе советского периода как **в 1930-е**, так и **в 1950 – 1970-е гг.**, диссонансные отношения нередко встречаются в пространстве макротекста трудовой тематики, при этом соотношение положительно-оценочных и отрицательнооценочных публикаций в нем примерно одинаковое. Так, в республиканской газете «Советская Белоруссия» 9 апреля 1938 г. были опубликованы четыре статьи, описывающие ударный труд представителей тех или иных профессий, выполнение и перевыполнение норм и обязательств и т. п. («*Стахановская работа трактористов*», «*Включились в предмайское соревнование*», «*Улучшают работу*», «*Производственный подъем на транспорте*») и шесть материалов о недоработках, невыполнении планов, срыве работы и т. д. («*Не придерживаются норм высева*», «*Трактора возвращаются в мастерские*», «*Преступное игнорирование единоличников*», «*Срывают производственную практику*», «*Беспорядки в столовых Витебска*», «*Неблагоустроенный переулок*»). Из пяти материалов, составляющих трудовой макротекст в гродненской областной газете «Знамя Октября» за 1 сентября 1962 г., две рассказывают о высоких темпах уборки урожая («*По 15 гектаров в день*» и «*Герои жатвы*»), а три статьи посвящены срыву уборки и заготовки сельскохозяйственной продукции по вине руководителей соответствующих хозяйств («*В поле деньги, в кассе пусто*», «*Урожаю грозит гибель*», «*На бумаге и на деле*»).

Публикации, репрезентирующие желательные поведенческие модели, характеризуются положительной оценочностью и высокой концентрацией лексики, описывающей высокие результаты труда, успешные действия, энтузиазм образцовых работников и проявляемые ими качества (*высокие* (урожаи), *прекрасные* (образцы), *большая* (работа), *стахановские рекорды*, (*производственный*) *подъем*, *улучшение*, *дружно*, *образцово*, *выполнить*,

улучшать, перевыполняет (план): *Не откладывая дело, наряду с молотьбой рабочие **дружно** ведут сев озимых; Готовясь к 1-му Мая, коллектив значительно **улучшает** свою работу.*

Критические статьи насыщены негативнооценочной лексикой, называющей неуспешных работников и их характеристики, а также неэффективные и халатные действия конкретных руководителей и исполнителей (*не посчитали нужным, не выполнен, нарушения, неразворотливость, мертвый (капитал), незадачливые (руководители), застала врасплох, срывать, пустили на самотек, игнорируется, (проявляют) безрукость, (трудятся) с прохладцей, смотрят сквозь пальцы*): *Но руководители хозяйства **не посчитали нужным** организовать вслед за агрегатом связку льна в снопики; У студентов создается определенное мнение, что т. Венер решил **сорвать** производственную практику.*

В прессе 1950 – 1970-х гг. встречаются полемические макротексты, освещающие другие темы, находившиеся в фокусе общественного внимания, например, партийную жизнь. Две статьи, посвященные этому вопросу, опубликованы 13 января 1952 г. в кобринской районной газете «Труд» – «*Наши беспартийные активисты*» и «*Нет роста парторганизации*». В первой публикации идет речь о готовящихся к вступлению в партию беспартийных членах колхоза, которые проводят агитационную работу в деревне, что, в свою очередь, способствует повышению трудовой дисциплины и улучшению производительности труда. Позитивнооценочный заряд данного материала эксплицируют лексемы *сплоченный, помогать, хороший, способный, неплохо, улучшить, честь, справляться*: *Беспартийные Ф. Савчук, В. Бекиш, Н. Савчук стали **хорошими** агитаторами; Опираясь на беспартийный актив, колхозная партийная организация **неплохо справляется** со всеми хозяйственными и политическими задачами.*

Вторая статья акцентирует недостатки в работе партийной организации одного из сельсоветов района, не подготовившей ни одного кандидата в члены партии и не уделяющей достаточного внимания планированию посевной. Эта публикация изобилует негативнооценочными лексическими единицами *недостатки, недостаточно, недовыполнили (план), низкий (рост), слабо, хищение, резкая критика*: ***Слабо** проводится работа среди женщин, в результате чего колхозы сельсовета «Красный борец» и «Расцвет» **недовыполнили** план сдачи льноволокна, а в колхозе «Расцвет» имело место **хищение** колхозниками льнотресты.* Большинство использованных в статье в контексте негативной оценки глаголов употребляются в отрицательной форме и имеют семантику ‘желаемое действие, которое не было выполнено’ (*не занимается, не подготовила, не уделяла (внимания), не закончен, не приступили*): *Самым серьезным недостатком в работе является то, что партийная организация **не занимается** вопросами роста и за отчетный период **не подготовила** ни одного товарища к вступлению в члены ВКП(б).*

В современных белорусских газетах встречаются диссонансные макротексты, посвященные социально значимым вопросам. Чаще всего они состоят из двух публикаций, маркированных противоположной оценочностью. Так, в областной газете «Мінская праўда» за 3 апреля 2020 г. в рамках рубрики «Год малой Радзімы» были опубликованы материалы *«Толока, которая сплотила»* о том, как местные жители помогают в реконструкции церкви в Вилейке и *«“Забытые” дороги»* о дорожной ситуации в д. Аксаковщина об отсутствии тротуаров и пешеходных дорожек, нехватке общественного транспорта и необходимости строительства разворотного кольца.

Первая публикация выдвигает в фокус внимания положительные аспекты совместной деятельности и солидаризации людей, что подчеркивается с помощью лексических единиц *единомышленники, соборно, сплотить, помогать, помощь, поддержка: Добраиваюць церковь **соборно**; В благом деле нашлись **единомышленники**; Реконструкцыя **сплотила** прихожан*. Негативнооценочный модус второй статьи эксплицируется разнообразными языковыми единицами, описывающими неудовлетворительное состояние дорог (*ухабы, трещины, колдобины, провалы, выбоины, не в лучшем состоянии*), случающиеся на дорогах происшествия (*травма, инцидент, упала, повредила (позвоночник)*), эмоциональное состояние жителей населенного пункта (*боятся, сетует, недовольны, беспокоит, ломают голову*) и ненадлежащее выполнение работниками дорожной службы своих обязанностей (*плохо (почистили), не сделали, бессовестно*): *Но уже через два года на участке появились ухабы, пошли трещины, и новый асфальт превратился в крошку; Здесь можно запросто получить травму; Теперь люди ломают голову, как добраться до города; Меня удивляет, как люди так бессовестно относятся к своему делу, – эмоционально резюмирует Мария Ивановна. Средством усиления отрицательной оценочности служит также прецедентный феномен *но воз и ныне там: Договорились три года назад с ДРСУ, чтобы нам подсыпали асфальтную крошку, но воз и ныне там*.*

Публицистический дискурс первой половины 1990-х гг. в целом характеризуется повышенной агональностью, конфликтностью и агрессивностью, которые отражают обеспокоенность и разочарованность людей ухудшающейся экономической ситуацией в стране и понижением уровня жизни. В это время полемичность в газетном дискурсе Беларуси реализуется преимущественно внутри текста как противопоставление негативной позиции автора статьи сложившейся в обществе ситуации, в рамках макротекстовых единств диссонансные диалогические отношения менее частотны.

В прессе указанного периода отмечаются квазиполемические отношения между компонентами макротекста, для которых характерно противопоставление точек зрения авторов публикаций, которые на самом деле не являются агональными по отношению друг к другу. Например, напечатанные в об-

ластной газете «Гродненская правда» 25 июля 1992 г. два письма читателей посвящены одной теме – обесцениванию рубля и расчетам с использованием монет. Первый материал под названием «*Сколько можно!*» содержит эмоциональную реакцию читателя на ситуацию с отсутствием у продавцов мелких монет на сдачу и предложение округлить цены, чтобы не использовать копейки: *Кому нужны эти бестолковые цены с копейками, которых нет?* Вторая публикация «*Эх, копеечка...*» обращает внимание на ценность копейки в сознании людей и даже содержит историческую справку о ценности копейки в прошлом: *А ведь когда-то мелкая монета была в почете <...> В память об этом до сих пор в разговорной речи бытуют выражения «в копеечку влетело», «без копейки в кармане», «копейка в копейку» и другие. О ее былом авторитете говорит и тот факт, что два столетия назад фальшивомонетчики не гнушались и подделкой копейки. По свидетельству журнала «Наша старина» за 1917 год (как-то попался на глаза) во второй половине XVIII века в Москве на одну медную копейку можно было купить: хлеба ржаного два фунта, 1 фунт ситника, 6 крупных калачей, 5 кренделей, французских хлебов 300,75 грамма.*

На первый взгляд эти письма находятся в полемических отношениях по отношению друг к другу, поскольку содержат противоречащие смысловые позиции. Однако очевидно, что главная интенция обоих авторов совпадает – выразить негативную эмоциональную реакцию на изменения в социально-экономической жизни, о чем свидетельствует и большое количество лексики с отрицательнооценочным зарядом, а также метафоры, сравнения, фразеологизмы, в семантику которых инкорпорирована негативная оценка (*под гнетом жизни, сдала копейка, как милостыня, днем с огнем не сыщешь, бестолковые*).

Как показывает проведенное исследование, публикации белорусской прессы, организованные в полемические или квазиполемические макротексты, обычно эксплицируют фокусированную полемику [Олешко 2003], ведущуюся в рамках определенной социально значимой темы, соответствующей ожиданиям читательской аудитории. Так, в советский период наиболее частотными в белорусских печатных изданиях являлись макротексты, посвященные теме труда, в которых противопоставлялись образцы ударной работы и примеры неудовлетворительного выполнения трудовых обязанностей. Современные газеты нередко публикуют макротекстовые единства, объединенные полемическими отношениями, в которых находят отражение разнообразные социальные проблемы (бытовые, коммунальные и т. д.). Специфической особенностью газетной публицистики первой половины 1990-х гг., преимущественно характеризующейся отрицательной оценочной окрашенностью, выступает феномен квазиполемического макротекста, в котором одна из публикаций якобы находится в диссонансных отношениях с остальными статьями, но фактически эксплицирует тот же негативный оценочный модус.

Газетный макротекст не является простой суммой составляющих его компонентов, а представляет собой единство, в котором отдельные статьи одновременно функционируют как самостоятельные единицы и как неразрывные части целого, обогащая и видоизменяя содержание каждой публикации. Через противопоставление и столкновение мнений и смысловых позиций внутри макротекста журналисты удовлетворяют информационные запросы различных групп читателей, выражают эмпатию с ними, привлекают на свою сторону широкую аудиторию и формируют общественное мнение.

2.4.3. Отношения комплементарности

В белорусской прессе довольно часто встречаются макротекстовые единства, связанные *комплементарными отношениями*, в которых отдельные публикации дополняют друг друга при создании общей панорамы того или иного события или образа. Обычно подобные макротекстовые единицы используются для репрезентации того или иного события или для создания «портретов» людей.

2.4.3.1. Репрезентация события в газетном макротексте

Результаты анализа материалов современных белорусских печатных изданий свидетельствуют о том, что макротекстовые единства в них нередко включают в себя статьи о праздничных мероприятиях. Например, после празднования 1000-летия г. Бреста на одном из разворотов областной газеты «Заря» за 11 сентября 2019 г. были опубликованы материалы о том, как в городе отмечали эту значимую дату: *«Шоу-концерт “Миллениум” на гребном канале собрал анилаг», «Словно Рио-де-Жанейро», «Дорогой город Брест. Шагай вперед, во второе тысячелетие!»*.

Лексическую основу этих публикаций составляют

а) положительнооценочная лексика (*замечательный, яркий, успешный, современный, интересный, динамичный, гордость*): *Сегодня Брест – **яркий и современный** областной центр; Что сейчас происходит – не апофеоз – это только пролог **успешного, динамичного** развития нашего города во втором тысячелетии;*

б) прилагательные, описывающие масштаб и значимость (*масштабный, многочисленный, массовый, крупный, грандиозный, огромный, гигантский, зрелищный, рекорд, известный, важный*): *Как и обещали организаторы, шоу-концерт получился **масштабным и грандиозным**; – Создавалось впечатление, что Брест – просто **огромный**: столько народу вышло посмотреть на представление, – не скрывала эмоций Юлия Прадун, гостя из Москвы; **Многочисленные** экраны, звуковые установки, бассейн и фонтаны – **массовое** действо развернулось одновременно на сцене и воде;*

в) лексика с семантикой праздника и праздничных мероприятий (*шоу, концерт, фейерверк, мероприятие, представление, выставка, колонна, шествие, карнавал, парад, «именины», сцена, юбилей, праздновать, «фестивалить»*): ***Карнавал** подарил людям настоящий **праздник**, а мы*

*подарили городу к его юбилею положительные эмоции; Бесконечные людские потоки перетекали от одной площадки к другой, народ был расположен **праздновать** в субботу допоздна; По предварительным подсчетам, за ярким шоу, всколыхнувшим 1000-летний Брест, следило не менее 50 тысяч пар глаз.*

Также в прессе часто появляются объединенные в макротексты материалы о том, как к праздникам в стране открываются новые социально значимые объекты. Так, 10 ноября 2020 г. в городской газете «Минский курьер» в рубрике «Новые страницы» напечатаны статьи об открытии и обновлении лыжероллерной трассы в одном из минских парков, зоны отдыха в жилом районе, ясли-сада, общежития для учащихся колледжа и нового корпуса онкодиспансера.

В лексический состав всех материалов включены следующие единицы:

а) слова с семантикой открытия и обновления (*открыть, обновить, ввести в строй, заменить, оснастить, перепланировка, облагораживание, установить*): Здание интерната **открыли** после капремонта; Тренеры и их подопечные просили **обновить** дорожку, и мы постарались сделать все, чтобы она стала идеальной;

б) позитивнооценочная лексика (*отличный, успех, радовать, похвально, здорово, хороший, отличный, великолепный, прекрасный, классный, идеальный, полезный, новый, красивый, комфортный, ухоженный, современный, улучшиться, красота, уют*): Один из них, Максим, занимающийся в секции лыжных гонок, финишировал первым и сразу отметил: покрытие **отличное**, скольжение **что надо**; **Радует**, что у молодежи будут **комфортные** условия для учебы и отдыха; **Здорово**, что субъекты хозяйствования понимают: **красота, уют** вокруг зависят не только от коммунальных служб, но и от них самих.

Республиканская «Народная газета» в рубрике «Кульптоход» регулярно публикует панораму предстоящих культурных событий. Например, в номере издания за 17 января 2020 г. были материалы о театральной премьере, вечере романсов в Большом театре, новом ледовом шоу, финальном концерте конкурса «Песня года Беларуси». В данный макротекст также включена статья «*Варта паглядзець*» об обладателях премии «Оскар».

С помощью макротекстовых единств белорусские газеты создают «объемную», многостороннюю картину жизни в определенной местности. Так, в республиканском издании «СБ-Беларусь сегодня» публиковался цикл материалов о различных районах страны. Например, разворот газеты в номере за 3 июня 2020 г. был посвящен Пинскому району. Данный макротекст включает в себя пять статей: «*Маршруты на удивление*» о специалисте туристической отрасли, «*Приять как судьба*» о капитане буксира на судоходной реке Припять, «*Зажигалочки из Доброславки*» о местных исполнительницах народных песен, ставших «звездами» YouTube, «*“Волки” с бейсбольным характером*» об успешной бейсбольной команде в одном из поселков района, «*От росы до росы*» о комбайнере-передовике.

Лексический состав данного макротекста, во-первых, включает в себя единицы, обозначающие уникальность, необычность людей и природных объектов, о которых пишут журналисты (*легенда, неожиданно, особенный, самобытный, настоящий, аутентичный, первозданный, фишка, изюминка*): *Но **изюминкой** Пинцины Татьяна Хвагина все же считает ее природные богатства; Возглавив местное бюро путешествий, я начала открывать для себя древний город, **самобытных** полешуков, уклад их жизни, традиции.*

Во-вторых, в публикациях используется большое количество позитивно-оценочных слов (*нравиться, любить, любоваться, любовь, симпатия, энтузиазм, чудо, успех, победа, радовать, покорить, поддерживать, потрясающий, удивительный, восторженный, лучший, классный, отлично, хорошо, эффективно, интересно*): *У нас много **удивительных** мест; – До сих пор **люблю** свою работу, есть в ней какая-то романтика, – признается капитан; Зрителей **покорили** искренность и эмоциональность полешучек; И стал одним из авторов логишинского бейсбольного **чуда**; Здесь **отличная** инфраструктура; Остается использовать отведенное время максимально **эффективно**.*

Таким образом, макротекстовые единства, объединенные комплементарными отношениями, используются белорусскими журналистами при создании медиаобразов различных объектов и событий. Все подобные макротексты в пространстве белорусских печатных изданий характеризуются ярко выраженным положительным оценочным знаком. Кроме того, соположение на газетной странице публикаций, описывающих различные аспекты явления или события, позволяет акцентировать определенные семантические компоненты и повысить значимость тех или иных смыслов в глазах читательской аудитории.

2.4.3.2. Человек как объект макротекста в белорусской прессе

Проанализируем макротекстовые единства в белорусской прессе, связанные комплементарными отношениями, в которых отдельные публикации дополняют друг друга при создании общей панорамы того или иного образа. Материалом исследования послужили публикации белорусских республиканских, областных, районных, городских газет, напечатанные в 1930-е гг., в период оккупации республики фашистами в 1941–1943 гг., а также в современной прессе в 2018–2021 гг. Все примеры приводятся в авторской орфографии и пунктуации.

Как показывает проведенный анализ, большое количество макротекстовых объединений в прессе Беларуси посвящено субъектам, т.к. «главным предметом публицистики является социальная жизнь, в центре которой находится человек как представитель общества» [Таюпова 2018, с. 223]. В разные исторические периоды в подобных макротекстах в фокус внимания читательской аудитории выдвигаются личностные и деловые качества, важные для развития общества в то или иное время.

В белорусских газетах 1930-х гг. макротекстовые единства актуализируют следующие характеристики советских людей.

1. **Ударная работа и трудовые подвиги.** Лексическими доминантами в этих публикациях выступают слова *работать, перевыполнять, повышать, норма, передовик, ударник, стахановец, рекорд, трудовые подвиги, трудолюбивый, энергичный, честный, деловой: Честная, преданная и деловая, Юлия Константиновна вместе с тем очень скромна; Она показывала пример ударной работы на полях, больше всех вырабатывала трудодней, принимала активное участие в проведении мероприятий партии и правительства на селе (СБ, 15.06.1938); Собалева, лепшая ўдарніца, выпрацавала за год 369 працадзён; Ударніца калгаса Кацярына Андрэеўна на большэвіцку змагаецца за вырашэнне задач у галіне жывёлагадоўлі і яе работа ў калгасе павінна быць прыкладам для другіх; Панцелеева П. увесь час была лепшай ударніцай палявых работ. Яна заўсёды перавыконвала норму выработкі: на ільну норма была прынята ў калгасе 0,10 га – выцярэблівала 0, 15 га (Калгасная праўда, 08.08.1935); У час уборкі ён першым устанавіў рэкорд у раёне па жніўу на жатцы; Таму ён стараецца работаць як найлепш каб апраўдаць званне лепшага чалавека сваёй радзімы – стаханаўца (Чырвоная Лагойшчына, 01.09.1936); Сваімі чэснымі большэвіцкімі адносінамі да работы, да калгаснай маёмасці тав. Ястрэмскі сваім асабістым прыкладам вучыць калгаснікаў як патрэбна працаваць, як патрэбна ахоўваць калгасную маёмасць, як патрэбна выкрываць ворагаў народа (Большэвік, 17.06.1938).*

2. **Готовность к борьбе.** В указанный период одной из постоянно актуализировавшихся в пространстве массовой коммуникации идеологем была идея «борьбы», как с кем-либо/чем-либо, так и за что-либо. В анализируемых газетных макротекстах встречается ряд сочетаний, эксплицирующих данную идею (*беспощадная борьба с врагами народа за благо и счастье трудящихся, борьба с контрреволюцией, спекуляцией и саботажем, борцы за укрепление колхозов, борются за план и т.п.*): *Тов. Ачкасов по-прежнему был тверд и беспощаден в борьбе с врагами Октябрьской социалистической революции; Тов. Шевелев за короткое время руководства фабрикой на деле показал, как нужно бороться за план, как нужно руководить социалистическим предприятием; Анна Яковлевна Глушец была в первых рядах борцов за укрепление колхозов (СБ, 15.06.1938); Змагаецца супроць буржуазіі, памешчыкаў ды кулакоў, за ўладу працоўных, за сваё шчаслівае радаснае жыццё (Чырвоная Лагойшчына, 01.09.1936); У час акупацыі Беларусі актыўна змагаўся супроць беларускага асвабоджэння Беларусі ад захватчыкаў фашысцкай Польшчы (Большэвік, 17.06.1938).*

3. **Преданность Родине, партии и лично И. В. Сталину.** В средствах массовой коммуникации 1930-х гг. данные идеи вербализуются с помощью таких слов и сочетаний, как *доблесть, храбрость, самоотверженность, героизм, беззаветная преданность родине, преданный, любовь, стойкость, самоотверженность: Беззаветная преданность родине, стойкость, самоотверженность, большевистская бдительность – таковы характер-*

ные качества замечательного большевика границы Александра Ивановича Ачкасова (СБ, 15.06.1938); *Таварыш Лапцеў Александр Іванавіч – лепшы сын нашай радзімы, да канца адданы справе партыі Леніна-Сталіна, справе працоўнага чалавецтва* (Большэвік, 17.06.1938); *Гадавіну слаўнага стаханаўскага руху тав. Богуш сустракае з вялікай радасцю, з вялікай любоўю да партыі Леніна-Сталіна, да сваёй радзімы. Ён разумее, што за рулём нашай савецкай краіны знаходзіцца правадыр працоўнага народу – наш любімы і родны Сталін* (Чырвоная Лагойшчына, 01.09.1936).

Кроме того, пресса в 1930-е гг. подчеркивает, что «лучшие люди страны» восхищаются руководителем страны, что иллюстрирует следующий фрагмент макротекста из газеты «Советская Белоруссия» за 15 июня 1938 г.: *В 1935 году колхозники Наровлянского района послали лучшую ударницу Анну Яковлевну Глушец на Всесоюзный съезд колхозников-ударников. Там, в Кремле, Анна Яковлевна встретила с вождем народов товарищем Сталиным и его верными соратниками, руководителями партии и правительства. Когда в президиуме появился товарищ Сталин, все колхозники, как один, встали и зал задрожал от грома аплодисментов. Радости колхозников не было конца. Лица у всех сияли как будто их осветили яркие лучи солнца. Анна Яковлевна вместе со всеми громко аплодировала, плакала и улыбалась и, не зная как выразить нахлынувшие чувства радости, сорвала с головы красный платок и начала им размахивать в воздухе. Ведь это благодаря ему, великому Сталину, она получила счастливую колхозную жизнь, благодаря ему получила возможность быть в Кремле, вместе с руководителями партии и правительства решать государственные дела.*

Во время Великой Отечественной войны на территории оккупированной Беларуси пресса призывала население страны к уничтожению фашистов. Героями макротекстовых единств в это время становятся воины Красной армии, партизаны и другие жители республики, отважно сражающиеся с гитлеровцами. В прессе регулярно публикуются статьи о героях, связанные комплементарными отношениями. Например 5 января 1942 г. в республиканском издании «Советская Беларусь» появились материалы «Паўлікава помста» и «Маладая гераіня» о подвигах партизан Витебщины; 6 февраля 1942 в рубрике «Баявыя эпізоды» были напечатаны статьи «Партызан выратаваў 100 чырвонаармейцаў», «Адзін супраць дваццаці», «Подвиг юнага героя», «Гераізм і вынаходлівасць»; 12 февраля был опубликован макротекст, включающий материалы «Народны герой Александр Чэкалін» и «Іх узнагародзілі за адвагу».

Нарративы о героях акцентируют такие необходимые для борьбы с врагом качества, как **бесстрашие, отвага, смелость, мужество, твердость**: *Бястрашнасьць і адвагу ў баю з нямецкімі захопнікамі праявіў намеснік палітрука адной з часцей Ленінградскага фронту тав. Румянцаў* (СБ, 06.02.1942); *Смелы камандзір карыстаўся выключным аўтарытэтам і наганяў страх на нямецкіх захопнікаў* (СБ, 12.02.1942).

Кроме того, газетные макротексты акцентируют внимание на том, что в условиях ограниченных материальных и людских ресурсов для уничтожения врагов необходимы такие качества, как **хитрость, находчивость, инициативность**: *Нюра была ў першых радах. Многа яна выявіла адвагі, баявой хітрасці і ўласнай ініцыятывы* (СБ, 05.01.1942).

Данные публикации подробно рассказывают о героической деятельности народа в условиях фашистской оккупации – их лексический состав обычно включает глагольные слова с семантикой причинения вреда, уничтожения и убийства (*застрелила, положила на месте, заколол штыком, бросил гранату, уничтожил, разрушили, разбить, пустили под откос, взорвал, вывели из строя*): *Умела маскіруючыся і вядучы агонь з ручнога кулямёта, савецкі патрыёт поўнасю знішчыў ўсю групу гітлераўскіх галаварэзаў* (СБ, 06.02.1942); *Партызаны пусцілі пад адкос нямецкі эшалон з ваеннай маёмасцю і харчаваннем* (СБ, 12.02.1942); *Нюра ў момант апынулася там і выстралам з нагана палажыла на месцы немца* (СБ, 05.01.1942).

В современной белорусской прессе популярны макротексты, посвященные представителям той или иной социальной группы, чаще всего профессиональной: в преддверие Дня медика или в разгар пандемии публикуются макротекстовые единства о медицинском персонале, а во время уборочной кампании – о ее лидерах и т.д. Реже встречаются макротексты о других группах населения. Например, перед Международным женским днем во многих газетах появляются развороты со статьями об успешных женщинах региона или страны. Так, 7 марта 2020 г. в Ушачской районной газете «Патрыёт» был представлен разворот с материалами о женщинах города и района, среди которых оказались многодетная мама, флорист, доярка, старшая медсестра санатория, занимающаяся благотворительностью владелица магазина, активные пенсионерки. Каждая из представленных публикаций дополняет образ современной жительницы города и района. Указанные статьи находятся в логических отношениях согласия и дополнения.

Мы проанализировали макротекстовые единства о представителях различных профессий – выпускниках сельскохозяйственных учреждений образования (ветвраче, зоотехнике, бригадире, заведующем мастерскими), врачах, учителях, строителях, продавцах, начальнике отдела ЗАГС, электро-механике по обслуживанию лифтов и др. Все публикации в материале исследования характеризуются положительной оценочностью. В них рассказывается о людях, которые образцово выполняют свои профессиональные обязанности, демонстрируя при этом следующие личностные и деловые качества.

1. Профессионализм. Журналисты акцентируют внимание на тех аспектах конкретной профессии, которые необходимы для хорошего выполнения работы: *Правда, работа очень ответственная. Ведь лифт – это сложное техническое устройство, которое требует обслуживания исклю-*

чительно высококвалифицированным специалистом, имеющим соответствующие допуски (ЖП, 06.05.2020); Кроме того, электромонтеру важно уметь грамотно действовать в экстренных ситуациях и быть в любую минуту максимально готовым к ним (РСГ, 13.08.2020); Станислав Патук уверен, что современная техника, под завязку начиненная электроникой, требует особого ухода. Здесь важны не только аккуратность и своевременный сервис, но и знания особенностей электронного управления (СБ, 25.06.2020).

2. Ответственность, добросовестность, организованность. В большинстве публикаций подчеркивается желание героев работать, их трудолюбие, стрательность, ответственное отношение к делу. Данные идеи эксплицируются в прессе с помощью слов *ответственность, ответственный, трудолюбивый, добросовестный, серьезно, вдумчиво, стараться, планировать, пунктуальность, организованность*: *Планировать время* девушка научилась еще в университете, поэтому его хватает на все: принять пациентов, заполнить документы и прочитать пару-тройку протоколов лечения и диагностики; Павел работает недавно, но я вижу, как он *старается, вкладывает душу* (СГ, 25.08.2018); За многолетний *добросовестный труд* Вячеслав Валерианович не раз награждался Почетными грамотами и благодарственными письмами Минстройархитектуры и ОАО «Гроднопромстрой»; *Ответственная, трудолюбивая* и инициативная, Елена Федоровна 45 лет назад вошла в строительную профессию и прикипела к ней всей душой (РСГ, 13.08.2020).

3. Коммуникативные навыки. В современном мире умение осуществлять эффективную коммуникацию является ключевым не только для представителей группы профессий «Человек – человек», например, для педагогов или продавцов, но и для профессионалов в других областях. Герои практически всех проанализированных статей – строители, животноводы, врачи, работники органов государственного управления – демонстрируют умение ладить с людьми, активно слушать, быть тактичными и доброжелательными. Данные идеи репрезентируют слова и сочетания *найти подход, найти общий язык, выслушать, тактичность, чуткость, внимательность, доброжелательность, юмор, шутка, приятный в общении*: *Есть в педиатрическом деле и еще один важный нюанс: найти подход* необходимо еще и к родителям, что не всегда бывает просто (ЖП, 06.05.2020); *Ад яго патрабуеца не толькі юрыдычная адукаванасць, але і тактоўнасць, добразычлівасць, уважлівасць, вытрымка, бо людзі, што прыходзяць на прыём, перажываюць розны эмацыянальны стан ... Адных трэба супакойць, другіх падтрымаць, трэцім патлумачыць, падказаць* (ВВ, 28.01.2020); *Я выслухваю пазіцыі ўсіх, хто жадае высказацца* (Настаўніцкая газета, 03.10.2020); С животноводами *общий язык* нашла быстро (СГ, 25.08.2018); Николай очень *приятный в общении* человек, поэтому неудивительно, что вся молодежь тянется к нему (РСГ, 13.08.2020); Он находил время *спокойно и обстоятельно выслушать, поговорить* с каждым больным, иногда

по несколько раз на дню; *И всегда беседовал с юмором, с искоркой в глазах, любую жалобу мог обратить в шутку и разрядить обстановку* (СБ, 20.06.2020).

4. Умение работать в команде. Еще одна значимая в современной ситуации компетенция – умение работать в коллективе, осуществлять совместную деятельность. Представление о сформированности у героев публикаций данной компетенции акцентируется авторами статей с помощью слов *совместный, общий, дружный, сплоченный, взаимодействовать, помогать, поддерживать, взаимовыручка, понимание, взаимопонимание: Люди понимают, что от совместных усилий зависит экономика хозяйства, а значит, и наши зарплаты; Важно найти понимание с коллегами, ведь от этого также зависит многое* (СГ, 25.08.2018); – *Коллектив сплоченный, дружный. Отзывчивость, взаимовыручка и преданность делу – эти принципы в работе для себя всегда ставлю во главу угла, – поделилась она; Взаимодействуем сразу со всеми цехами завода* (РСГ, 13.08.2020); ... *не важно, сколько должностей ты сменил, важно то, чему ты научил своих коллег и подчиненных и какую пользу в общее дело привнес* (ЖП, 06.05.2020).

5. Стремление к постоянному самообразованию. Необходимость регулярно повышать квалификацию сегодня также является одним из главных требований для осуществления успешной деятельности в любой профессиональной сфере. Журналисты пишут о том, что в различных профессиях необходимо получать новые профессиональные знания и умения, в том числе с помощью самообразования: *А иначе никак, ведь медицина постоянно развивается и нужно всегда идти в ногу с новшествами, много времени уделять самообразованию* (ЖП, 06.05.2020); *«Хачу ведаць больш і рабіць лепш» – так на дадзеным этапе гучыць яго крэда* (ВВ, 28.01.2020); *Чатыры дзесяцігоддзі Т. А. Шкода імкнулася павышаць сваю кваліфікацыю і шліфаваць прафесійнае майстэрства* (Настаўніцкая газета, 03.10.2020); *Получив диплом, Наталья не перестает учиться* (СГ, 25.08.2018).

6. Любовь к профессии. Людям, о которых идет речь в анализируемых макротекстах, нравится их профессия и выполняемая работа, что подчеркивается с помощью лексики, обозначающей положительные эмоции (*любить, нравиться, рад, удовольствие*): – *Я рад, что буду жить в таком тихом уголке Полесья: здесь все ближе, роднее и проще. Каждый день с удовольствием иду к своим подопечным, учусь у коллег чему-то новому, планирую и дальше работать в хозяйстве* (СГ, 25.08.2018); *И сейчас могу сказать: кто хочет работать, кто любит стройку, тот старается и работает* (РСГ, 13.08.2020); – *До сих пор люблю свою работу, есть в ней какая-то романтика, – признается капитан* (СБ, 03.06.2020).

Средством акцентирования данной идеи служит также метафора, которая подчеркивает значимость профессиональной деятельности для человека: *«Танец для мене – гэта кісларод, якім немагчыма надыхацца»* (Настаўніцкая газета, 03.10.2020);

7. **Личностные качества** (доброта, жизнерадостность и т. д.): *Наталья Федоровна – это человек, который заряжает окружающих ее людей своим позитивом и жизнелюбием* (ЖП, 06.05.2020); *Душэўная шчодрасць, дабрыня, шчырасць Фёдара Іванавіча чуюцца ў кожным радку; І дзядуля, і прабабуля, і старэйшыя калегі вучылі ў свой час Алу Нікандраўну быць на жыцці добрым чалавекам* (Настаўніцкая газета, 03.10.2020); *Оттененные медицинским костюмом голубые глаза искрятся добротой ...* (СБ, 20.06.2020).

В основе современных образовательных стандартов лежит компетентностный подход, который акцентирует не процесс, а результат обучения, проявляющийся в умении применять на практике полученные в ходе обучения знания и сформированные умения. По мнению Е. В. Богомоловой, в отличие от знаний, умений и навыков, «компетенции как характеристики социальных действий не могут быть изолированы от социально-производственных условий деятельности, в которых они реализуются» [Богомолова, 2017, с. 137]. Необходимые для современных специалистов компетенции не исчерпываются узкоспециализированными знаниями, умениями и навыками, а включают в себя социально-личностные (способность к социальному взаимодействию и межличностной коммуникации; умение работать в команде) и академические компетенции (умение работать самостоятельно, генерировать новые идеи, учиться и повышать свою квалификацию в течение всей жизни), что находит отражение на страницах газет.

Таким образом, в белорусском газетном дискурсе макротекстовые единства, описывающие субъекта, во все анализируемые исторические периоды маркируются положительной оценочностью, поскольку их целью является создание образов лучших представителей страны. Публикации, объединенные комплементарными отношениями, вносят различные «краски» в общую палитру образов, дополняя друг друга и акцентируя разные аспекты желательных для социума качеств и поведенческих моделей в зависимости от общественно-политической и социокультурной ситуации в обществе в конкретный период. Анализ содержания газетных статей позволяет проследить, как на протяжении ряда десятилетий менялись требования, которые социум предъявлял к человеку как к личности, профессионалу и гражданину.

2.5. Внутритекстовая диалогичность в белорусской прессе

Как указывают многие исследователи, категория диалогичности реализуется не только в таких собственно диалогических жанрах, как интервью или беседа, но также в монологической речи, в которой используются языковые средства апелляции к адресату [Дускаева 2012(б); Кожина 1986; Колокольцева 2016]. Н. А. Пром выделяет пять риторических эффектов, повышающих эффективность воздействия медиатекста, поскольку адресат считает тексты, в которых они обнаруживаются, соответствующими своим

интересам и потребностям: эффект живого общения, эффект сопричастности, эффект любопытства, эффект удивления, эффект догадки [Пром 2021]. При этом для достижения большинства указанных эффектов с необходимостью привлекаются разнообразные средства создания диалогичности [Там же].

Внутримонولوجическая диалогичность в письменном газетном тексте как бы имитирует устную диалогическую речь, используя при этом характерные для нее языковые ресурсы. Средства диалогизации монولوجического текста выделяют на синтаксическом, морфологическом, лексическом, стилистическом уровнях [Скорик 2010]. Кроме того, можно говорить об эксплицитных (вопросы, обращения, особые глагольные формы и т. д.) и имплицитных (ответ на заданные не в явной форме вопросы, противопоставление, сопоставление и т. д.) приемах диалогизации [Чжао 1993, с. 15]. По мнению исследователей, наиболее частотными и эффективными способами диалогизации монолога в различных типах коммуникации являются различные типы вопросов; побудительные и восклицательные предложения; местоимения, союзы, междометия и модальные слова; вводные и вставные слова и обороты; конструкции и обороты связи; эмоционально-оценочная лексика; цитирование и ссылки на чужое мнение и др. [Дускаева 2012(б); Кожина 1986; Чжао 1993; Михневич 1989].

Диалогичность представляет собой онтологическую характеристику публицистического текста [Дускаева 2012(б)], однако максимальную диалогическую маркированность обычно получают сильные позиции текста – заголовок, начало и концовка статьи, что способствует привлечению внимания читательской аудитории к публикации, активизации ее интереса к прочтению текста целиком.

Целью данного раздела является исследование прагматических типов *вопросительных, восклицательных, побудительных и вопросно-ответных заголовков* в современной белорусской центральной и региональной прессе.

1. Весьма частотны в печатных изданиях Беларуси **заголовки в форме вопроса**. Они выполняют в пресе ряд прагматических функций.

а) Истинный запрос информации: *Кто они – лучшие наставники отрасли?* (РСГ, 13.08.2020); *Что в «арсенале» у киберпреступников?* (Заря, 01.12.2021); *«Омикрон» – чем опасен он?* (НГ, 03.12.2021); *Как стать швейных дел мастерицей?* (КЖ, 12.06.2021); *Граница: что надо знать?* (ДП, 02.03.2021); *Индетерминантные и детерминантные томаты. В чем разница?* (ПП, 02.05.2020).

Подобные заголовки озвучивают вопросы, которые могут возникнуть у тех или иных социальных групп населения, а тексты соответствующих публикаций содержат ответы на поставленный в заголовке вопрос.

Как видно из приведенных примеров, чаще всего в газетных заголовках встречаются специальные вопросы, содержащие в своем составе вопросительные местоимения (*кто, что, чей, какой*) и местоименные наречия (*где, куда, откуда, зачем, почему, как*). В функции информирующих заголовков

также наблюдаются общие и альтернативные вопросы: *Востребовано ли арендное жилье?* (Заря, 01.12.2021); *Мне грозит инфаркт миокарда?* (КЖ, 07.04.2021); *Есть ли пляжный отдых в ковид-времена?* (ШП, 20.01.2021); *Не пора ли в первый класс?* (МП, 06.06.2019); *Лечить или подождать?* (МП, 18.04.2019); *Метеозависимость. Правда или миф?* (КЖ, 30.01.2021); *Сохранился ли поголовье скота?* (ШП, 05.06.2021); *Соблюдается ли законность в отрасли животноводства?* (ШП, 29.05.2021); *Прыщчпляць ці не?* (Зв., 14.01.2022).

б) Скрытое утверждение или отрицание. Данную функцию в медиадискурсе выполняют риторические вопросы, призванные установить и поддерживать контакт между журналистом и читателем, побудить его к размышлению: *Почему тает под солнцем инстинкт самосохранения?* (ШП, 23.06.2021); *Для булочек ли мак?* (ШП, 12.06.2021); *Что остановит несуну?* (ВВ, 23.01.2020); *Где грань вандализма?* (КЖ, 19.06.2021); *Пора ли снимать маски?* (ШП, 30.06.2021). Например, вопрос об уместности отказа от ношения масок в общественных местах в разгар пандемии коронавируса вряд ли можно считать информирующим, скорее, его главное предназначение – заставить читателей задуматься об ответственном поведении.

В роли риторических в белорусском медиадискурсе нередко выступают альтернативные вопросы, в которых одна из предложенных альтернатив является очевидно неудачным выбором, то есть фактически такие вопросы можно считать безальтернативными, использующимися для акцентирования определенной идеи: *Выдающийся животик – повод для гордости или знак беды?* (ВВ, 27.02.2020); *Табак кричевлянам друг или враг?* (КЖ, 26.05.2021).

в) Предложение: *Ну, поехали?* (СБ, 13.06.2020); *Сыграем в хоккей?* (МП, 17.01.2019); *В студотряд хотите?* (ШП, 12.06.2021); *Кто хочет поработать?* (Заря, 07.03.2020); *Прокатимся?* (ПП, 18.04.2020); *Хочешь в МЧС?* (ВВ, 15.02.2020). Подобные заголовки в белорусских газетах характерны для информирующих публикаций, где идет речь о какой-либо деятельности, которой предлагают заняться читателям. Например, последний заголовок презентует статью об открытии в г. Пинске службы проката велосипедов, которой может воспользоваться любой желающий.

г) Постановка проблемы: *С чем играет ваш ребенок?* (ПП, 23.05.2020); *Человек собаке друг?* (ПП, 16.05.2020); *Есть ли жизнь в декрете?* (ШП, 26.05.2021); *Повторение – мать учения. Или мучения?* (Мінская праўда, 25.10.2019); *Инфраструктура – против удобства сельчан?* (Заря, 04.03.2020). Заголовки такого типа имеют публикации, в которых журналисты рассказывают о сложных проблемах, не имеющих однозначных решений. Вопросительные заголовки заставляют читателя задуматься над проблемой, вовлекают аудиторию в ее обсуждение.

2. Названия публикаций в форме вопросно-ответных единств, которые Е. В. Рахилина считает минимальной единицей диалогического общения [Рахилина 1990, с. 5], выполняют в белорусской прессе следующие прагматические функции.

а) Информирование: *Как осуществить мечту? Легче всего – с профессиональной помощью* (Заря, 29–30.04.2020); *Хочешь стать пограничником? Пожалуйста!* (ЖП, 01.06.2021); *Стоит ли терпеть домашнее насилие? На этот вопрос специалисты дают однозначный ответ: «Нет!»* (ДП, 02.02.2021); *«Банк» запрашивает личные данные? Кладите трубку* (ШП, 17.04.2021); *Есть рациональное зерно? Поможем* (ГП, 21.11.2020); *Спрашивали? Отвечаем!* (МП, 24.01.2019); *Вы в тупике? Протяните в ответ руку* (ШП, 24.04.2021).

В первой (вопросной) части такого заголовка обычно определяется проблема, с которой могут столкнуться читатели издания, а его вторая часть указывает на то, что в тексте статьи можно найти решение проблемы. Некоторые из подобных заголовков, представляющих материалы о новых товарах, блюдах и т. д., фактически используются в роли рекламных слоганов, направленных на формирование спроса потребителя: *Стэйк а-ля Шарале жадаеце? Няма проблем!* (Зв, 11.11.2020).

б) Оценка: *Интэграваныя ўрокі? Гэта крута!* (ШП, 24.03.2021); *Варите, пьете, продаете? По закону не живете!* (ШП, 20.03.2021). В заголовках данного типа выражается одобрение или осуждение по отношению к некоторым явлениям или событиям.

в) Предупреждение, предписание: *Садіться выпившым за руль или не садіться? Вопроса быць не должно!* (КЖ, 24.02.2021); *Хочешь засветиться? Сделай это на дороге!* (КЖ, 24.02.2021); *Уклоняешься от погашения кредитов? Читай статью 242 УК* (СГ, 11.08.2018); *Оштрафовали? Оплатите!* (ШП, 13.03.2021).

В данных материалах речь нередко идет об административных правонарушениях и преступлениях (неуплата налогов и штрафов, вождение в нетрезвом виде и т. д.) и ответственности, которая может за них грозить.

3. Заголовки газетных статей, представляющие собой побудительные высказывания, то есть содержащие в своем составе глаголы в форме повелительного наклонения, имеют следующую функциональную направленность.

а) Предупреждение: *Рыбачьте безопасно!* (КЖ, 30.04.2021); *Не жгите сухую траву!* (ДП, 20.04.2021); *Туши окурок!* (ДП, 09.04.2021); *Не верьте мошенникам* (ДП, 12.02.2021); *Береги велосипед!* (ПП, 25.04.2020); *Будьте осторожны с газом!* (Заря, 2020, 21 мар.); *Отстаивая свою точку зрения, не забывайте о требованиях закона* (ВБ, 02.10.2020); *Доверяй, но проверяй* (ВВ, 09.01.2020); *Виртуальные романы. Будь начеку!* (МП, 21.03.2019).

Тематика статей, предваряемых такими заголовками, обычно касается вопросов безопасности и соблюдения закона. Большинство подобных заголовков содержат глагол в форме повелительного наклонения, нередко в них имеется также указание на целевую группу аудитории, к которой они обращены: *Жара: водители, будьте внимательнее на дорогах* (ШП, 26.06.2021); *Родители, будьте бдительны!* (КЖ, 26.06.2021); *Родители, будьте на шаг впереди* (ШП, 12.06.2021); *Будьте бдительны, пожилые!* (ШП, 27.01.2021).

б) Побуждение к действию: *Подарите Земле 60 минут* (КЖ, 17.02.2021); *Лесных дворников не ждите, вы природу – берегите!* (КЖ, 27.03.2021); *Посади свое дерево!* (ДП, 02.02.2021); *Спеишите делать добро* (ПП, 30.05.2020); *Наденьте маску, обработайте руки* (ГП, 10.11.2020); *Возьмите в руки книгу, дети!* (ШП, 03.04.2021); *Давайте замечать друг друга* (ЗЮ, 22.10.2020); *Заплаці падаткі і спі спакойна* (Зв, 14.01.2022). Публикации с такими заголовками подталкивают читателей к тому, чтобы они следовали социально одобряемым моделям поведения – берегли природу, помогали нуждающимся, заботились об окружающих, соблюдали законы, ответственно вели себя во время пандемии коронавируса и т.д.

Ряд публикаций с побуждающими к действию заголовками посвящен вопросам здоровья и рекреационной деятельности. В них представлены рекомендации специалистов, касающиеся моделей поведения, благоприятно влияющих на физическое и эмоциональное состояние человека: *Не бойтесь прививки!* (КЖ, 16.06.2021); *Чтобы не хандрить, ешь!* (КЖ, 30.01.2021); *Обнимайтесь чаще!* (НГ, 03.12.2021).

в) Рекламирование: *Пряжджайце да нас у санаторый* (Зв., 11.11.2020); *Забирай свои 100 000 на новеньком Geely!* (ГП, 12.11.2020); *Приходите и купите* (ГП, 12.11.2020). Побудительные заголовки часто используются для того, чтобы привлечь внимание читателей к статьям рекламного характера, побуждающим адресата к тому, чтобы он купил определенные товары или воспользовался различными услугами.

4. Не все ученые выделяют **восклицательное предложение** в качестве отдельного коммуникативного типа высказываний, служащего для выражения эмоционального отношения говорящего, поскольку, по мнению Г. В. Валимовой, эмоциональное отношение говорящего к содержанию своего высказывания «проявляется всегда в конкретной ситуации общения и может наслаиваться на предложения любой структуры» [Валимова 1967, с. 48]. Однако большинство исследователей считают необходимым выделение восклицательных предложений наряду с повествовательными, вопросительными и побудительными, поскольку они характеризуются особым назначением в речи и собственными формальными признаками (см., например [Пешковский 2001]). Большая часть проанализированных заголовков, представленных в форме восклицательных предложений, имеют следующую прагматическую направленность.

а) Положительная оценка/эмоциональная реакция: *Мы помним! Мы гордимся!* (КЖ, 21.04.2021); *Этот праздник для нас священный!* (ВВ, 08.05.2020); *Вместе мы сила!* (Рэспубліка, 14.01.2022); *Гордимся вами!* (Рэспубліка, 18.01.2022); *Браво, дембеля!* (ЖП, 01.06.2021); *«Золото» у могилевского школьника!* (МП, 04.04.2019); *В союзе мастеров – пополнение!* (МП, 10.01.2019); *Ура, ярмарка!* (МП, 24.12.2020); *Спасибо за работу!* (СБ, 14.01.2022). Многие восклицательные заголовки в материале исследования выражают позитивные эмоциональные речевые реакции – гордость, радость, восторг и т.д. Кроме того, в них содержится положительная оценка

событий и персон, о которых идет речь в публикациях, усиливающаяся лексемами с позитивнооценочным компонентом в семантике (*гордость, священный, сила, браво*).

б) Отрицательная оценка: *Пьяному не место за рулем!* (ДП, 13.01.2021); *Хватит пить!* (ЖП, 04.02.2021); *Ездим без нарушений!* (ШП, 28.04.2021). В статьях с подобными заголовками журналисты рассказывают о правонарушениях, восклицательные заголовки служат средством привлечения внимания аудитории.

в) Предупреждение: *Осторожно! Тонкий лед!* (КЖ, 17.03.2021.); *Осторожно, фишинг!* (ДП, 16.02.2021); *Осторожно: затмения!* (ПП, 04.01.2020); *Осторожно – гроза!* (КЖ, 30.06.2021); *Осторожно, горючие жидкости!* (Заря, 11.04.2020); *Палы травы: будьте бдительны!* (Заря, 11.04.2020); *Стоп ожоги!* (КЖ, 26.06.2021).

Как видно из приведенных примеров, предупреждающие восклицательные названия статей в белорусских газетах нередко представляют собой эллиптическую конструкцию с начальной лексемой *осторожно*, после которой авторы публикаций используют разнообразные знаки препинания – двоеточие, запятую, тире, восклицательный знак. Встречаются в материале исследования предупреждающие заголовки и с иным лексическим наполнением. Данные статьи призывают читателей к осторожному поведению в различных ситуациях. Краткие восклицательные заголовки с элементами разговорного синтаксиса, напоминающие рекламные слоганы, стремятся к передаче интонации живой речи, создают эффект сопереживания и участия.

г) Приглашение, предложение: *Добро пожаловать на Пинцину!* (ПП, 17.01.2020); *Добро пожаловать в Поставы!* (ВВ, 15.02.2020.); *Айда на карусели!* (Заря, 11.04.2020). Кроме приведенных выше примеров, где восклицательно-побудительные высказывая выполняют информационно-рекламные функции, в материале исследования встречаются заголовки статей, в которых предлагается посетить определенный регион или заняться тем или иным видом деятельности.

Таким, образом, вопросительные, вопросно-ответные, побудительные и восклицательные предложения являются распространенным средством диалогизации заголовков в белорусском печатном медиадискурсе. Они позволяют автору газетного материала войти в тесный контакт с читателем, интимизировать коммуникацию, привлекают внимание аудитории к конкретной статье и вызывают интерес к ней. Также заголовки могут выполнять в пространстве медиакommunikации разнообразные прагматические функции, причем для определения интенциональной направленности того или иного названия статьи необходимо проанализировать соотношение его содержания с содержанием всей соответствующей публикации (например, в случае вопросительных заголовков – определить, дает ли статья ответ на поставленный в заголовке вопрос, содержит ли она оценку ситуации или поднимает проблему). Нередко для этого нужно привлечение экстралингвистических знаний актуальной социокультурной ситуации. Например, вопрос в названии

статьи *Для булочек ли мак?* является риторическим, поскольку в Республике Беларусь выращивание мака на приусадебных участках считается административным правонарушением.

В тексте статей вопросно-ответные единства, риторические вопросы, восклицания и императивы также встречаются довольно часто: *Не в состоянии помочь, так лучше вообще не подходите. Разве сочувствовать погибшим, беречь их память могут только те, кто сам прошел весь этот ужас? Чем и как это можно оправдать?* (СГ, 02.08.2018); *Оглядываясь назад, хочется спросить, почему Змей Горыныч канул в Лету? Да потому что с тремя головами не совладал* (СГ, 09.08.2018). Эти синтаксические средства создают эффект непринужденной неформальной беседы, акцентируют определенные идеи, привлекают внимание адресата, предвосхищают его реакцию и направляют понимание в нужную для адресанта текста сторону.

Проведенный анализ показывает, что в белорусских печатных изданиях маркированная диалогичность свойственна преимущественно названиям публикаций на социально значимые темы (общественная и личная безопасность, соблюдение законов, сохранение здоровья и т. д.). Введение элементов диалогичности в монологический медиатекст, с одной стороны, способствует реализации информационно-воздействующей направленности журналистского текста, с другой стороны, вносит вклад в удовлетворение информационных запросов читательской аудитории.

2.6. Интертекстуальная диалогичность в белорусской прессе

Средства массовой коммуникации являются одной из наиболее значимых форм существования социальной речевой среды, которые «в настоящее время играют роль важнейших источников обмена информацией в социальной деятельности носителей языка, в их речевом общении» [Богомолов 2000, с. 17]. Безусловно, каждому журналисту необходимо ориентироваться на свою аудиторию, писать понятным ей языком, опираться на ее «семиотический опыт» и знания о мире. Как отмечает 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» [Богуславская 2013, с. 238].

В пространстве современной медиакommunikации особую значимость приобретает роль адресата как равноправного участника коммуникативного процесса и «соавтора» журналистского текста, что передается в выраженной экспликации представлений о «своем» читателе на страницах различных изданий [Наумова 2004, с. 3; Каминская 2009, с. 7]. По мнению Т. Л. Каминской, ориентация СМИ на свою целевую аудиторию проявляется на всех уровнях создания материалов – от дизайна до выбора освещаемых тем и от представляемых персонажей до языкового наполнения публикаций, включая

репертуар используемых журналистами лексических, грамматических, стилистических средств, прецедентных феноменов и метафорических моделей [Каминская 2009, с. 7]. Ведущими способами манифестации в тексте мысленно конструируемого автором образа адресата она считает наличие в произведении оппозиции «свой – чужой», ориентацию на речевой опыт аудитории, а также элементов, которые репрезентируют картину мира адресата и характеризуют его стиль жизни и социальный статус [Каминская 2009, с. 15]. При этом «с точки зрения читателя, не попадающего в целевую аудиторию текста, такие тексты могут выглядеть неуместно, но “свой” читатель понимает систему кодов и закономерность данных текстов» [Каминская 2009, с. 15].

В медиадискурсе представлены вторичные тексты, вбирающие в себя черты многих типов дискурсов [Силантьев 2006], в них «используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются “первичными”. В результате возникает новый вид текста со своими законами построения и оформления текста» [Рождественский 1996, с. 239]. В связи с широким разнообразием тематики освещаемых медиатекстами событий наблюдается тесное взаимодействие медийного дискурса с другими типами, «массмедийный дискурс “заимствует” у них многие понятия и обозначающие их термины, а иногда и целые фрагменты, происходит взаимовлияние и взаимопроникновение моделей разных видов дискурсов» [Тужилина 2011, с. 246]. По образному выражению И. В. Силантьева, «тексты газеты образуют ансамбль, говорящий разными и многими голосами – голосами различных и многих дискурсов, ... голосами не авторов и не просто субъектов мысли и высказывания, а голосами дискурсов, воплощенных и в авторстве, и в субъективности высказываний, и в текстах собственно» [Силантьев 2006, с. 56].

Полифоничность газетного текста тесно связана с понятиями *интертекстуальности* и *интердискурсивности*. Французская школа анализа дискурса трактует интердискурс как «дискурсное и идеологическое пространство, в котором разворачиваются дискурсные формации с их отношениями господства, подчинения и противоречия» [Серио 1999(а), с. 45]. В данное понятие включаются факторы, извне обуславливающие форму и содержание дискурса: интердискурс «всегда представляет существующее “до, вне и независимо” от конкретного высказывания» [Бочарникова 2010, с. 93]. Для описания интердискурсивности представители французской школы анализа дискурса вводят понятие преконструкта как следов предшествующих дискурсов, выполняющих функцию «сырья», «заготовки» для дискурсной формации [Серио 1999(а), с. 41].

Одной из ведущих особенностей современной массовой культуры является интертекстуальность, т.е. общее свойство текстов, выражающееся в наличии между ними связей, благодаря которым тексты или их части могут различными способами явно или неявно ссылаться друг на друга

[Литературная ... 2001]. По меткому замечанию М. Фуко, «не существует высказывания, которое так или иначе не реактуализировало бы другие высказывания (привычные элементы в рассказе, суждения, уже принятые в каком-то доказательстве, расхожие фразы в разговоре)» [Фуко 2004, с. 193–194]. Как пишет М. М. Бахтин, «наша речь, то есть все наши высказывания, <...> полна чужих слов, разной степени чужести или разной степени освоенности, разной степени осознанности и выделенности. Эти чужие слова приносят с собой и свою экспрессию, свой оценивающий тон, который осваивается, перерабатывается, переакцентуируется нами» [Бахтин 1986, с. 283–284].

Феномен интертекстуальности подразумевает соотнесенность отдельного текста с определенным текстовым типом как моделью производства и восприятия аналогичных текстов и с другими конкретными текстами того же типа [Чернявская 2009, с. 64]. Профессор В. Е. Чернявская указывает на то, что интертекстуальность манифестирует текстовую открытость, отражающую «процесс “разгерметизации” текстового целого через особую стратегию соотнесения одного текста с другими текстовыми/ смысловыми системами и их диалогическое взаимодействие в плане и содержания, и выражения» [Чернявская 2009, с. 176]. Р. Барт считает интертекстуальность свойством любого текста: каждый текст является интертекстом; его прочтение «сплошь соткано из цитат, отсылок, отзвуков; все это языки культуры <...>, старые и новые, которые проходят сквозь текст и создают мощную стереофонию» [Барт 1989, с. 418].

Интертекстуальная диалогичность реализуется в медиакommunikации в двух основных формах. Во-первых, журналистский текст как текст вторичный привлекает большое количество высказываний различных лиц (политических лидеров, руководителей, специалистов, известных личностей) в форме *цитат* или *косвенной речи*: *Обращаясь к завершающему дипломатическую миссию в нашей стране послу, Наталья Кочанова заметила: – В любом случае вы останетесь другом нашей страны (СБ, 25.09.2021); В своем выступлении на саммите ОДКБ белорусский лидер с сожалением констатировал, что нынешний год не способствовал улучшению международной обстановки (НГ, 17.09.2021).*

Второй тип интертекстуальности в прессе связан с введением известных всем носителям языка элементов знания – *прецедентных феноменов* (ПФ), которые делают публикацию более выразительной, вызывают интерес реципиента, активизируют его мыслительную работу. Поскольку культура становится массовой в условиях поставленного на поток производства текстов, многие из них опираются на уже готовые, знакомые аудитории произведения, большинство из которых является прецедентными. Ю. Н. Караулов определяет как прецедентные тексты, значимые для человека в познавательном и эмоциональном отношении, хорошо известные представителям всего лингвокультурного сообщества, а также тексты, обращение к которым регулярно происходит в дискурсе данной языковой личности [Караулов 2002, с. 216].

В соответствии с классификацией прецедентных феноменов, разработанной Д. Б. Гудковым, И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Багаевым [Некоторые... 1997], 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).

Мы проанализировали особенности использования различных типов ПФ в печатном медиадискурсе Беларуси на материале 210 заголовков статей, опубликованных в республиканской и региональной прессе. Прецедентные феномены весьма распространены именно в заголовках газетных статей, а в некоторых изданиях они представляют собой основной тип заголовков, поскольку в заголовке конденсируется содержание текста, а также содержится его оценка, тем самым автор программирует определенное восприятие статьи реципиентом. Результаты исследования представлены в табл. 2.1.

Т а б л и ц а 2.1

Типы прецедентных феноменов в заголовках белорусской прессы

№ п/п	Тип ПФ	Количество, %	Примеры
1	Прецедентный текст	11,9	Здравствуйте, я ваш робот; Тысячи оттенков белого; Горе от ума; Основной инстинкт
2	Прецедентное высказывание	81,9	Я задыхаюсь от сладостей...; Я к тебе возвращаюсь, Беловежская Пуца; Я б от хакера ушел, пусть меня научат; Он обещал – он вернулся
3	Прецедентное имя	3,1	Как стать Золушкой; Крест Семаки: цветы к могиле слонимского «Робин Гуда»
4	Прецедентная ситуация	3,1	Красный Крест: не все герои носят плащи...

Подавляющее большинство ПФ (81,9%) в проанализированных заголовках представляют собой **прецедентные высказывания**. Чаще всего к ним относятся трансформированные или нетрансформированные строчки из песен, преимущественно созданных в советское время. Как правило, это «официальные» советские песни или популярные в СССР эстрадные шлягеры и бардовские произведения: *Свистят они, как пули у виска...* (КЖ, 21.04.2018); *«С чего начинается Родина...»* (КЖ, 30.05.2018); *Дорогие мои земляки...* (КЖ, 25.06.2018); *Материнское сердце – не камень*

(КЖ, 18.06.2018); *На недельку... Я уеду...* (ЛН, 01.08.2017); *Отслужи как надо и учись* (СБ, 06.06.2020); *Школьной ярмарки краски* (СГ, 28.08.2018); *Чуть помедленнее гоним* (СГ, 28.08.2018); *Мои года – мое здоровье* (ВВ, 09.02.2020).

Кроме того, журналисты часто используют в качестве ПФ строчки из детских песен, в том числе звучавших в известных детских мультфильмах советского времени: *Вот оно какое, наше лето!* (КЖ, 14.07.2018); *Только от жизни, от жизни собачьей* (КЖ, 27.02.2021); *Человек собаке друг?* (ПП, 16.05.2020); *Пусть мама услышит* (ЖП, 25.05.2021).

Пословицы, поговорки и фразеологические обороты также востребованы в роли заголовков газетных статей: *Хто ў ліпені на полі пацее, таго ўзімку печка грэе* (КЖ, 05.07.2018); *Мал золотник, да дорог* (ГрП, 06.06.2020); *Не в свои сани не садись* (НГ, 04.01.2020); *Швец, жнец, на дуде игрец: в чем находят себя кричевские школьники* (КЖ, 29.05.2021).

Нередко пословицы и поговорки используются в трансформированном, усеченном или расширенном виде: *Сто лет прожить – не поле перейти* (ДП, 23.04.2021); *Пальцем в небо* (ПП, 11.01.2020); *Сколько веревочке ни виться...* (ШП, 24.03.2021); *Аппетит приходит во время езды* (СГ, 30.08.2018); *Не зная броду, не сунься в воду. Могут и не спасти* (СГ, 30.08.2018); *Почему нужно готовить «сани летом»? (КЖ, 25.06.2018); Не зная броду...* (КЖ, 02.06.2018).

Фразеологизмы в составе заголовочных комплексов могут включаться в языковую игру, основанную на обыгрывании прямого значения входящих в них лексем и значения целой фразеологической единицы. Например, в статье *Очень хорошо, что школьник из столовки уйдет несолоно хлебавши* (СГ, 23.08.2018) говорится о сокращении норм соли и сахара в рационе белорусских школьников, что, вероятно, может вызвать недовольство учащихся.

Еще один тип прецедентных высказываний в материале исследования – это цитаты, афоризмы и лозунги. В качестве цитат журналисты обычно приводят

- известные широкой публике высказывания знаменитых людей: И. Кант – *Зорнае неба над галавою і маральны закон унутры нас* (ВБ, 02.10.2020); Ю. Цезарь – *Пришел, увидел и ... победит* (Мінская праўда, 19.11.2019); *Пришел. Увидел. Не развернулся* (ВБ, 02.10.2020);

- цитаты из классических литературных произведений: *Гармония мира не стоит слезинки замученного ребенка* (КН, 27.06.2017); *Любви все возрасты покорны?* (КЖ, 19.07.2017); *Есть такие женщины в Речицком районе* (Дняпровец, 14.08.2017), *«Ад прадзедаў спакон вякоў»* (КЖ, 26.07.2017); *Мы в ответе за тех, кого приручили* (КЖ, 25.06.2018); *А судьи кто?* (Шахтер, 18.09.2015);

- реплики из популярных советских и современных фильмов и мультфильмов: *В чем сила, сват?* (ГП, 03.12.2020); *За державу не обидно?* (Вечерний Бобруйск, 18.04.2017); *Он обещал – он вернулся* (Союз, 25.06.2020); *Прыгажуня, разумница, адказны чалавек* (ВВ, 28.01.2020);

- популярные лозунги: *Солнце, ветер и вода – наши лучшие друзья* (ШП, 05.06.2021); *Знание – сила* (КЖ, 26.05.2018) – высказывание Ф. Бэкона, ставшее лозунгом; *Делай, что должен* (КЖ, 05.07.2018) – усеченный вариант важнейшего нравственного девиза рыцарей «Делай, что должен, и будь, что будет»; политический лозунг *Враг не пройдет* (КЖ, 09.06.2021).

Вторым по распространенности типом ПФ в белорусских печатных изданиях (11,9%) является **прецедентный текст**, т. е. отсылка к законченному произведению. Чаще всего в функции газетных заголовков журналисты используют названия советских и зарубежных фильмов: *Пес Барбос и необычный спрос* (МК, 03.06.2020); *Свой среди своих* (Мінская праўда, 17.12.2019); *Единственная и неповторимая* (КЖ, 25.06.2018); *Обыкновенное чудовище* (МК, 03.12.2021); *Богатые тоже плачут* (НГ, 03.12.2021); *Последние из могикан* (НГ, 03.12.2021); *Десять оттенков серого* (ВВ, 08.02.2020); *Основной инстинкт* (ПП, 11.04.2020).

Также в качестве прецедентных текстов привлекаются названия литературных произведений: *Мертвые души* (КЖ, 06.03.2021); *Утиная пехота* (МК, 02.06.2020) – пьеса «Утиная охота» А. В. Вампилова; *Сага о дроздах* (КЖ, 23.06.2018) – роман Дж. Голсуорси «Сага о Форсайтах».

Прецедентные имена в заголовках исследуемых публикаций немногочисленны. В них используются имена сказочных персонажей (Золушка, Карабас-Барабас), а также имя популярного героя средневековых английских народных баллад (Робин Гуд): *Как стать Золушкой* (ЖП, 06.05.2021); *Крест Семаки: цветы к могиле слонимского «Робин Гуда»* («Слоні́мскі Весні́к», 12.08.2017).

Отсылки к **прецедентным ситуациям** также встречаются в заголовках белорусской прессы довольно редко. В проанализированном материале привлекались широко известные читательской аудитории ситуации из сказок и кинодискурса: *Разбудите спящих красавиц* (НГ, 21.02.2020); *Живая вода* (КЖ, 13.02.2021); *Красный Крест: не все герои носят плащи...* (КЖ, 17.03.2021).

Далее были проанализированы ментальные сферы-источники, задействованные при создании ПФ в заголовках белорусских печатных изданий. И. П. Зырянова, изучавшая прецедентные феномены в заголовках российской и британской прессы, выделяет следующие значимые для них сферы-источники (области человеческой жизни, к которым относится цитируемый текст): искусство, фольклор, политика, религия, общество, СМК, наука, природные явления, космос [Зырянова 2010]. Результаты анализа заголовков белорусских газет представлены в табл. 2.2.

Т а б л и ц а 2.2

Сферы-источники прецедентных феноменов в заголовках белорусской прессы

№ п/п	Сфера-источник		Количество ПФ, %	Примеры
1	Кино	Советское	12,4	Пес Барбос и необычный спрос
		Современное	4,3	Король говорит!
2	Музыка	Советская	28,1	Помнит сердце, не забудет никогда
		Современная	3,7	Цвет обучения синий, потому что «белых воротничков» перебор
3	Литература	Русская	7,6	Лыжне все возрасты покорны
		Советская	2,9	«А у нас в квартире газ!»
		Зарубежная	6,7	Мы в ответе за тех, кого приручили
4	Фольклор	Пословицы и поговорки	23,3	Береженого МЧС бережет; А пока конь не валялся
		Песни	2,4	Над окошком месяц
		Сказки	0,9	Живая вода
5	Общество		6,7	За буйки не заплывать!
6	СМИ		0,5	Плохо иметь домик в деревне
7	Религия		0,5	«Блаженны невидевшие и уверовавшие»

Как показано в табл. 2.2, в роли главных сфер-источников прецедентного знания в публикациях современных белорусских газет выступают области «Кино», «Музыка», «Литература» и «Фольклор» (пословицы и поговорки, народные песни и сказки). Эти предметные области в сумме являются источником 92,3 % всех прецедентных феноменов в материале исследования (65,7 % и 26,6 % соответственно). Следует также отметить значимую долю отсылок к кинематографическим, музыкальным и литературным произведениям, относящимся к советскому периоду – суммарно они представляют собой источник 43,4 % всех прецедентных феноменов в проанализированных публикациях. Это обусловлено, в первую очередь, ориентацией печатных изданий, особенно местных (областных, районных, городских) 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» [Корнилов 2013, с. 41]. Обращаясь к общему опыту аудитории, прецедентные феномены в прессе служат фактором ее объединения.

Значительная часть обнаруженных прецедентных феноменов представляет собой заимствования из произведений, адресованных детской аудитории, – сказок, мультфильмов, детских песен и художественных фильмов: *Неправильные пчелы* (НГ, 03.12.2021); *Солнечный круг* (МК, 05.06.2020);

Разбудите спящих красавиц (НГ, 21.02.2020); *Вот оно какое, наше лето!* (КЖ, 19.06.2021); *И качели полетели* (КЖ, 30.04.2021); *Только от жизни собачей...* (КЖ, 27.02.2021); *Он обещал – он вернулся* (Союз, 2020, 25 июня); *«А у нас в квартире газ!»* (КЖ, 13.02.2021); *Как стать Золушкой* (ЖП, 06.05.2021); *Жил-был на хуторе серенький козлик* (СГ, 04.08.2018); *Им любые дороги дороги* (Мінская праўда, 2019, 25 окт.); *Добро пожаловать, или Посторонним вход воспрещен* (ГП, 03.12.2020); *Сказка Давида Гримма* (ВБ, 11.12.2020); *Что нам стоит дом построить? Из соломы* (ВБ, 17.07.2020); *Пусть мама услышит* (ЖП, 25.05.2021).

Это обусловлено важностью детского возраста для формирования тезауруса прецедентных текстов, которыми владеет языковая личность, – львиная доля их общего фонда формируется в детском, подростковом и юношеском возрасте, когда многие люди воспринимают информацию более непосредственно и лучше ее запоминают, а также нередко читают больше, чем в последующие годы [Супрун 1995, с. 25].

Данное положение объясняет и состав ПФ, заимствованных из литературных произведений. Большинство из них являются хрестоматийными текстами, включенными в школьную программу и хорошо известными любому человеку, изучавшему литературу в школе в советском или постсоветском пространстве. Школьная программа априори характеризуется высокой когнитивной значимостью благодаря своему стабильному составу, что позволяет ей быть известной разным поколениям, а также в силу того, что ее содержание представляет интерес с эмоциональной и познавательной точки зрения [Ермакова 2020, с. 314].

Чаще всего в заголовках белорусских газет актуализируются тексты А. С. Пушкина: *«Евгений Онегин» – Любви все возрасты покорны?* (КЖ, 19.07.2017); *Лыжне все возрасты покорны* (МП, 21.05.2020); *Они сошлись* (ВБ, 23.10.2020); *«Пиковая дама» – Что наша жизнь? Игра!* (ГрП, 03.06.2020); *Вся наша жизнь – бюджет* (Вечерний Бобруйск, 23.09.2018); *«Зимний вечер» – Буря мглою небо крыла...* (ВБ, 10.07.2020).

В материале исследования встретились также отсылки к таким произведениям, как *«Горе от ума»* А. С. Грибоедова – *Горе от вина* («Шахтер», 20.05.2016); *А судьи кто?* (Шахтер, 18.09.2015); *«Мороз, красный нос»* Н. А. Некрасова – *Есть такие женщины в Речицком районе* (Дняпровец, 14.08.2017); *«Мертвые души»* Н. В. Гоголя – *Мертвые души* (КЖ, 06.03.2021); *«Русский язык»* И. С. Тургенева – *Великий и могучий бюджет* (Вечерний Бобруйск, 19.02.2018); *«Кем быть?»* В. В. Маяковского – *Я б от хакера ушел, пусть меня научат* (МК, 05.06.2020); *Я б в логистики пошел ...* (ВБ, 07.08.2020); *«Песня о Соколе»* М. Горького – *Рождённые летать* (Вечерний Бобруйск, 28.10.2016); басни И. А. Крылова – *А форт и ныне там...* (Заря, 14.03.2020); *«Спадчына»* Я. Купалы – *«Ад прадзедаў спакон вякоў»* (КЖ, 26.07.2017).

По мнению Ю. Н. Караулова, знание прецедентных текстов – это некий показатель принадлежности человека к эпохе и ее культуре, а незнание – «предпосылка отторженности от соответствующей культуры» [Караулов 2002,

с. 31]: адекватное восприятие и понимание текста «предполагает его ощущение в свете исторической традиции, на фоне представлений и образов этнической культуры» [Костомаров 2005, с. 55–56]. Концепция интертекстуальности подразумевает существование единого текстового пространства, в котором принята трактовка отдельного текста как «звена открытой цепи коммуникативной деятельности общества» [Костомаров 2005, с. 57]. Как отмечает А. Е. Супрун, использование прецедентных феноменов «устанавливает определенное соотношение производимого текста с предшествующими, то есть включает его в вертикальный контекст текстового универсума» [Супрун 1995, с. 17].

Интертекстуальность успешна, если фоновые знания адресата пересекаются с фоновыми знаниями адресанта, в противном случае происходит коммуникативная неудача. Прецедентные тексты представляют собой важный пласт лингвокультурного тезауруса представителей определенной культуры, а значит, их знание весьма существенно в процессе интерпретации разнообразных текстов [Наумова 2004, с. 5]. Это элемент культурной памяти народа – он актуализирует стандартное суждение, которое не создается заново, а воспроизводится в готовом виде.

Рассматривая механизмы хранения прецедентных феноменов в памяти человека и способы их актуализации в различных типах дискурса, В. Г. Костомаров и Н. Д. Бурвикова пишут о текстовой редукции, т. е. свертывании исходного текста до отдельного слова, фразы или словосочетания [Костомаров 1994]. Подобное свертывание часто встречается в заголовках печатных медиа, когда из целого произведения, например, романа, поэмы или художественного фильма, извлекается одна или несколько «сигнальных» фраз, известных даже тем представителям аудитории, кто не знаком с соответствующими текстами или не помнит их сюжет (такowymi являются, например, *Что наша жизнь? Игра!* для «Пиковой дамы» или *Любви все возрасты покорны* для «Евгения Онегина»).

Процесс интерпретации семантики используемых в дискурсе прецедентных текстов заключается в том, что адресат «синтезирует из эксплицитных компонентов нужный состав имплицитных значений, что приводит к образованию дополнительной информации лингвистического и эмоционально-психологического характера» [Золотарева 2010, с. 12].

Среди способов существования и обращения прецедентных текстов в обществе Ю. Н. Караулов выделяет натуральный способ (использование текста в первозданном виде), вторичный (трансформация исходного текста, нередко в других видах искусства либо в критических статьях, рецензиях, исследованиях) и семиотический способ (обращение к оригинальному тексту в виде отсылок, намеков) [Караулов 2002, с. 217]. Особенность прецедентного текста заключается в том, что этот текст или элемент текста известен большинству носителей языка и легко узнается ими при любых трансформациях.

В проанализированных публикациях количество трансформированных и нетрансформированных ПФ примерно одинаково (45 % и 55 % соответственно). Чаще всего в белорусской прессе используются такие трансформации, как добавление элемента: *Выйду в поле... С «железным конем»* (КЖ, 08.05.2021), опущение элемента или части высказывания: *Сколько веревочке ни виться...* (ШП, 24.03.2021), изменение элемента: *Цвет настроения зеленый* (МК, 05.06.2020), изменение коммуникативного значения высказывания: *Все могут короли?* (НГ, 03.12.2021).

Трансформированные прецедентные феномены обогащают текстовое пространство, «приращивая» к нему новое знание, стимулируют когнитивную деятельность аудитории по распознаванию цитируемого произведения или его фрагмента, вспоминанию исходного текста и связыванию имеющегося в заголовке ПФ с содержанием статьи. В то же время существует опасность, что чрезмерно трансформированный текст может остаться не узнанным читателями, поэтому доля ПФ, используемых журналистами белорусских газет в неизменном виде, довольно велика.

По поводу целей использования прецедентных текстов Ю. Н. Караулов подчеркивает, что их введение в дискурс является творческой акцией: оно имеет прагматическую направленность и «означает выход за рамки обыденности, повседневности, ординарности в использовании языка» [Караулов 2002, с. 241]. С точки зрения культуры прецедентные тексты выполняют кумулятивную функцию, т. е. являются способом фиксации коллективного опыта людей, а также директивную (прескриптивную) функцию, поскольку в них часто содержатся желательные для того или иного общества поведенческие ориентиры [Верецагин 2005, с. 191–194]. Одна из важнейших функций ПФ – аксиологическая, или функция оценки, поскольку прецедентный текст трактуется как «единица осмысления человеческих жизненных ценностей сквозь призму языка с помощью культурной памяти» [Костомаров 1996, с. 297].

Использование ПФ в медиадискурсе выполняет информативную и аргументативную функции, усиливает выражаемые идеи, оценки и экспрессивную насыщенность журналистского произведения и служит средством эстетического воздействия на аудиторию [Зелянко 2012; Сметанина 2002; Наумова 2004; Нахимова 2007; Верховцова 2008]. Функционируя в пространстве прессы, прецедентные феномены выполняют также функции привлечения внимания адресата, передачи смысла сообщения и создания эффекта комического [Нахимова 2007; Чокою 2007]. Их использование в заголовках нередко выполняет ludic (игровую функцию) – создатель текста вовлекает адресата в игру, целью которой является припоминание цитаты и ее источника, побуждение реципиента к активной мыслительной работе.

В рамках рассмотрения медиакоммуникации как равноправного диалогического общения адресанта и адресата весьма значимой нам представляется парольная функция прецедентных единиц, заключающаяся в демонстрации принадлежности автора текста к той же социальной группе, что и читатели, моделировании общности адресанта и адресата через понимание

имплицитных смыслов и коннотаций [Верховцова 2008; Каминская 2009, с. 29], – читатель, «откликаясь на пароль, названный автором, становится как бы “своим”, “посвященным”. Таким образом, читатель и автор образуют своего рода “команду”, группу единомышленников, понимающих друг друга и отделяющих себя от “непосвященных”» [Нахимова 2007, с. 143–144]. Таким образом, рассматриваемые единицы служат фактором солидаризации, объединения адресата и адресанта на основе общего жизненного опыта.

Прецедентные феномены вносят существенный вклад в процессы смыслообразования современного медиадискурса, так как они в полной мере воплощают ведущий принцип конструктивной организации журналистского текста – чередование стандарта и экспрессии (по В. Г. Костомарову): с одной стороны, они воспроизводятся в стандартном, готовом виде, с другой – всегда несут с собой определенный эмоциональный экспрессивный заряд [Наумова 2004, с. 13].

Лингвокультурные тезаурусы разных людей, несомненно, отличаются друг от друга, но основной корпус конституирующих эти тезаурусы текстов обычно известен большинству индивидуумов, принадлежащих одному поколению и живущих (или живших) в одном социокультурном пространстве. По ареалу распространения Г. Г. Слышкин выделяет микрогрупповые, макрогрупповые, национальные, цивилизационные, общечеловеческие прецедентные тексты [Слышкин 2000, с. 28].

Как показывает проведенный анализ, несмотря на недолговечность продукции массовой культуры, значительная доля используемых в белорусской прессе ПФ относится к категории ее так называемых «культовых» произведений [Аблеев], главная особенность которых заключается в большой глубине проникновения в массовое сознание и достаточной степени устойчивости. Используемые в заголовках белорусских газет прецедентные феномены в большинстве случаев актуализируют тексты, обладающие высокой когнитивной значимостью для жителей нашей страны, особенно для людей среднего и старшего поколения, – советские литературные, кинематографические и песенные произведения, классическую программную литературу, преимущественно русскую, популярные тексты для детей.

Использование определенного набора прецедентных текстов вносит вклад в моделирование образа аудитории того или иного издания, помогает установить контакт между автором и адресатом текста, включает читателя в семиотический процесс создания смысла текста как равноправного участника коммуникации.

Диалогичность лежит в основе журналистского текста, обогащает его хронотоп, находит отклик у разных сегментов аудитории. Присутствие множества голосов в газетном дискурсе в виде репрезентации, комментирования и оценивания различных смысловых позиций, а также апелляции к «чужим голосам» в виде интертекстуальных вкраплений отражает наличие плюрализма мнений в обществе и является средством воздействия на читателя, формирования и коррекции его отношения к описываемым событиям.

2.7. Метафора как средство реализации диалогичности при репрезентации события в белорусской прессе

Ориентация журналистов на речевой опыт аудитории также находит отражение в используемых ими метафорических моделях [Каминская 2009, с. 29]. Профессор А. П. Чудинов относит систему характерных для того или иного типа дискурса метафор к числу текстообразующих прагматических средств, поскольку она нередко «представляет собой не случайный набор абсолютно автономных элементов, а своего рода систему, для которой характерны сильные внутритекстовые и внетекстовые связи» [Чудинов 2003, с. 110–111], а Н. А. Кузьмина считает их одной из разновидностей прецедентных феноменов [Кузьмина 2017]. Тенденция авторов публикаций к регулярному использованию одного и того же набора концептуальных метафор при репрезентации различных ситуаций обеспечивает цельность, связность, дискурсивность и интертекстуальность журналистского произведения [Нахимова 2007, с. 136].

Одним из событий, находящихся в фокусе внимания белорусских газет в летнее время, является уборочная кампания. Интерес представляют метафоры, к которым регулярно обращаются журналисты при создании текстов, освещающих уборку урожая. Как показывают результаты нашего анализа, круг метафорических моделей, представленных в белорусских газетах, которые издаются в различных регионах нашей страны, 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 приходят к финишу и устанавливают рекорды: *На старце вялікага жніва* (Поставский край, 05.08.2017); *Молодежь в лидерах* (КЖ, 16.08.2017); *Канечне, буду старацца не адставаць ад сваіх старэйшых калег на ўбраных плошчах і намалочаных тонах* (КР, 07.08.2017); *У такіх умовах збожжжа хутка высыпае, а, значыць, **тэмп** уборкі **павінен паскарацца*** (КН, 15.08.2017); *Добра вядома, што ўборка і пасляўборачная апрацоўка зерня – гэта **фінішныя** аперацыі вырошчвання зерневых культур* (КН, 15.08.2017); *Сімвалічна, што высокую **планку** для Віцебскай вобласці – 100 тысяч тон зерня – хлебаробы Аршанішчыны **пераадольваюць** першымі ўжо чацвёрты год запар* (АГ, 22.08.2017); *Не считаясь с личным временем, силами и здоровьем, они садятся за штурвалы техники и **устанавливают новые рекорды*** (Маяк Прыдняпроўя, 21.08. 2017).

Некоторые метафоры в материале исследования могут быть отнесены одновременно к спортивной и военной моделям: *Самую аптымальную **тактыку** жніва ўмее падабраць агранамічная служба* (ЛН, 10.08.2017); *Два гады дасягаў працоўных **перамог** у тысячу тон намалочанага зерня ў адной з гаспадарак на Магілёўшчыне* (АГ, 17.08.2017).

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* (КР, 07.08.2017).

Также журналисты районных газет часто представляют количество зерна или объем площадей, которые предстоит убрать, при помощи словосочетания *фронт работ*, опытных работников называют *ветеранами*, а поля, на которых проходит уборка урожая, сравнивают с *передовой*: *Як адзначыў першы намеснік дырэктара гаспадаркі Мікалай Вярэніч, фронт работы на сёлетняе жніўе ў іх аб'ёмны* (КВ, 27.07.2016); *У работніц кулінарнага фронту сельскага гаспадарства дел хватае даўжэ в наенасце* (Маяк Прыдняпроўя, 28.08.2017); *Як і брат Віктар, Алег Мікалаевіч – ветэран уборачнай кампаніі* (КН, 15.08.2017); *Мы очень гордимся тем, что активисты БРСМ – на передовой и что наша молодежь вносит свой неоценимый вклад в будущее страны* (АГ, 19.08.2017).

В текстах, посвященных уборке урожая, регулярно встречаются **природные метафоры** *золото/золотой* и *экватор*. Лексема *экватор* используется авторами материалов в рассказах о работниках и хозяйствах, убравших половину урожая: *В КСУП «АгроСолы» Сморгонского района уборочная уверенно шагнула за экватор* (СШ, 15.08.2017); *Уборочная страда в районе, перевалив экватор, приближается к завершению* (КЖ, 16.08.2017); *Уборка збожжя ў гаспадарках Калінкавіцкага раёна набліжаецца да экватара* (КН, 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 белорусской ценностной картины мира [Самусевич 2003]): *«Залаты дождж» першага ўраджаю* (КВ, 23.07.2016); *Золотое зерно сплошным потоком льется в кузов* (КЖ, 16.08.2017). В некоторых случаях реализуется только второе основание переноса, связанное с ценностью урожая, как, например, в заголовке статьи *«Черное золото» «Лунинскага»* (ЛН, 19.07.2017), посвященной уборке рапса.

Также поле, на котором убирают урожай, часто уподобляют водным просторам, а убираемое зерно – водному потоку, при этом уборочная техника сравнивается с кораблями: *Сюда на доработку стекаются потоки золотистых рек урожая-2017* (Маяк Прыдняпроўя, 21.08.2017); *Комбайн трогается с места и плавно движется по золотому, колышущемуся под ветром полю пшеницы, словно плывет. Недаром эти мощные машины называют кораблями полей* (КЖ, 16.08.2017); *Паўсюдна на хлебных нівах гаспадарак раёна, нібы караблі на воднай гладзі, «плывуць» камбайны, збіраючы вырашчаны хлеб* (КВ, 23.07.2016).

Многие региональные медиа описывают уборку зерна с помощью **механистических метафор**, использование которых позволяет представить жатву как механизм, который имеет свой «ход» и может набирать обороты: *Адным словам, калі ўборка – адладжаны працэс, то ўсё складваецца і атрымліваецца* (КН, 03.08.2017); *Жніво навалі набірае абароты. І няхай у працэс іншым разам уносіць свае карэктывы надвор'е, спыніць яго рух яно не ў сілах* (КВ, 27.07.2016); *Вопытны механізатар ужо заняў перадавую пазіцыю ў нарыхтоўцы кармоў і, як заўважыў, змяніаць абароты не збіраецца* (КВ, 27.07.2016).

Еще одной частотной метафорической моделью в материалах рубрики «Жатва» является **пространственная метафора**, связанная с расположением объектов в пространстве. Журналисты районных газет в текстах анализируемой тематики в подавляющем большинстве случаев используют два типа пространственных метафор: «верх – это хорошо» и «быть впереди – это хорошо». Очевидно, что обе модели употребляются для выражения позитивной оценки. Первый тип пространственной метафоры представлен лексемой *высокий*, которая обычно соединяется с существительными *результаты, намолоты, показатели*: *Они уже отмечались за высокие результаты работы на уровне района и области* (КЖ, 16.08.2017); *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* (КР, 09.08.2017); *Але гэта зусім не значыць, што яны не імкнуцца да больш высокіх паказчыкаў* (КН, 03.08.2017). Иногда прилагательное *высокий* встречается и в сочетаниях с другими субстантивными лексемами, преимущественно нейтральнооценочными или имеющими положительный оценочный компонент в своей семантике: *Посетив Сморгонскую ЦРБ, представители профсоюза дали высокую оценку увиденному* (СШ, 18.08.2017); *Надо отдать должное, хлеборобам этого хозяйства, всем без исключения, присуще чувство высокой ответственности, понимание важности момента* (КЖ, 05.08.2017); *В период проведения уборочной кампании организация труда комбайнеров предусматривает неукоснительное соблюдение правил техники безопасности и высокую культуру производства* (АГ, 26.08.2017).

Второй тип пространственной метафоры «быть впереди – это хорошо» выражается, в первую очередь, ключевым словом публицистики советского времени *передовой*: *Ён з'яўляецца не толькі перадавым работнікам, але яшчэ і таленавітым баяністам* (КВ, 23.07.2016); *Вопытны механізатар ужо заняў перадавую пазіцыю ў нарыхтоўцы кармоў і, як заўважыў, змяніаць абароты не збіраецца* (КВ, 27.07.2016); *Назіраючы за напружанай працай хлебарабаў, чакаем зручнага моманту, калі можна будзе сфатаграфавач перадавы экіпаж* (КН, 03.08.2017).

Как отмечает В. В. Виноградов, прилагательное *передовой* до середины XIX века выражало только свое прямое относительное пространственное значение ‘находящийся впереди’ и применялось преимущественно для определения пространственных соотношений частей войска, деревенских обозов. Употребляясь в функции существительного, слово *передовой* обозначало того, кто идет или едет впереди [Виноградов 1977, с. 89]. И лишь в середине XX века слово *передовой*, «вовлекаясь в круг образов, сосредоточенных около идеи прогресса, расширяет свои значения. На основе значения “идущий или едущий впереди; расположенный впереди, в авангарде” – складывается новое социальное значение: “прогрессивный, наиболее развитой, инициативный,двигающийся впереди других по пути прогресса”» [Виноградов 1977, с. 89]. В советской публицистике это слово участвовало в формировании языковой модели, репрезентирующей социальные отношения в советском обществе в виде оппозиции: «лидер» и «все остальные», «масса», а также привлекало внимание общества к производственной сфере, подчеркивая значимость труда рабочего, и, в конечном итоге, «являлось одним из способов воспроизведения и внушения представлений о преимуществах социалистического способа производства перед капиталистическим, и шире – социалистической системы перед капиталистической» [Ашуркова 2011, с. 309]. Т. Г. Ашуркова пишет о резком сокращении частотности употребления слов *передовой*, *передовик* в российской публицистике новейшего времени и, соответственно, их переходе в разряд деактуализованной лексики [Там же, с. 311]. Однако указанная тенденция не характерна для белорусских печатных медиа, в которых данное прилагательное довольно распространено.

Среди других метафор, часто встречающихся в статьях белорусских газет о ходе уборки урожая, отметим **антропоморфную** метафору *богатый*, которая чаще всего используется с именами существительными *урожай* и *каравай* для выражения положительной оценки: *Совместными усилиями – к богатому урожаю* (Да новых перамог, 10.08.2017); *Пусть богатым будет ваш нынешний каравай!* (КЖ, 05.08.2017).

Также весьма частотны в текстах печатных изданий прилагательные *горячий* (*жаркий*), которые всегда употребляются в качестве определения к существительному *пора* (в сочетаниях *горячая пора*, *жаркая пора*). Почти во всех контекстах эти прилагательные одновременно реализуют как свое прямое значение ‘имеющий высокую температуру’ (поскольку уборка урожая проходит в августе), так и переносное ‘напряженный, проходящий в спешной, напряженной работе’ [Ожегов]: *Завітаўшы ў Павіцце ў самую гарачую пору для аграрыяў, мы не маглі абысці тэмы ўборачнай кампаніі ў ДСУП «Сяльгас-Павіцце»* (КВ, 10.08.2016); *В горячую пору уборочной кампании у сельчан нет времени на отдых, механизаторы сразу же взялись за работу, чтобы своевременно завершить уборочную* (КР, 16.08.2017);

Август – жаркая пора не только для тружеников села, но и для сотрудников различных служб, в том числе и Госавтоинспекции (АГ, 22.08.2017). Слова *горячая/жаркая* в приведенных примерах являются **синестетической метафорой**, то есть употреблением слов, называющих качества, воспринимаемые с помощью органов чувств, для обозначения рационально познаваемых признаков.

Таким образом, использование метафор в статьях об уборке урожая позволяет журналистам районной прессы не только образно описать ход жатвы, но и донести до читателя свою оценку представленных событий и ситуаций. Как видно из приведенных примеров, среди частотных метафор в белорусских газетах практически не представлены живые, авторские. Подавляющее большинство проанализированного материала – это стертые, популярные еще в советское время метафоры, превратившиеся в штампы, но близкие и хорошо знакомые аудитории анализируемых изданий.

Среди ведущих характеристик современной прессы выделяют адресованность, демократизацию, стратегию близости к адресату [Кормилицына 2015]. Печатные издания адресны, они обслуживают конкретную социальную группу, а поскольку аудитория белорусских газет, особенно региональных, очень часто сохраняет лояльность этим изданиям в течение многих лет, метафорика, которую используют региональные журналисты, представлена известными адресату еще с советских времен словами и словосочетаниями. На наш взгляд, основными функциями подобных метафор выступают воздействующая (передавая оценку событий, метафора влияет на восприятие ситуации адресатом), а также 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 информации) сводится к минимуму.

ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ СОЛИДАРНОСТИ В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ

3.1. Солидарность: социально-философская трактовка

Социальная солидарность уже несколько десятилетий входит в круг вопросов, интересующих представителей различных гуманитарных наук – философии, социологии, культурологии, политологии, правоведения, лингвистики. Данный феномен часто рассматривают как «механизм социальной саморегуляции, самосохранения и саморазвития коллективного организма, который позволяет максимально использовать возможности всех членов общества для индивидуального и всеобщего блага» [Окара 2010, с. 11]. Ученые указывают на то, что солидарность представляет собой атрибутивный элемент общественного, одну из необходимых форм отношений между членами социума [Жалкиев 2014; Исаев 2014].

С солидарностью обычно соотносятся положительные с точки зрения морали аспекты отношений между людьми. Определения солидарности акцентируют внимание на общности интересов и ценностей людей [Ксенофонта 2014; Кузьменко 2016; Themistoklis 2018, р. 334], кооперации, взаимопомощи и моральном и социально-политическом единстве [Бойцова 2018], согласии и взаимопонимании [Хутиз 2012]. Некоторые исследователи включают в объем данного понятия объединение группы «своих» для борьбы с «чужими» [Taylor].

Трактуя солидарность как особое состояние общества, Ю. В. Шкудунова перечисляет следующие основные трактовки этого понятия: интеграция на основе общности интересов, взаимозависимости, ответственности; единение на основе моральных принципов сопереживания, сочувствия, взаимной симпатии при условии разделения единых норм и ценностей; совместная деятельность для достижения определенной цели, например, социальная или экономическая поддержка, взаимопомощь или проявление альтруизма [Шкудунова 2015, с. 4121]. А. Б. Гофман отмечает фундаментальную полисемию самого слова *солидарность* и пишет, что различные трактовки этого понятия акцентируют определенные его аспекты, но одновременно сочетают в себе [Гофман 2015, с. 173]: 1) объективную функциональную взаимозависимость, взаимодополнительность и общность интересов индивидов, групп, обществ; 2) объективную взаимную симпатию, сочувствие, сопереживание, консенсус социальных акторов; 3) их приверженность одним и тем же нормам и ценностям; 4) их общую социальную (групповую) идентичность; 5) социальную связь в самом широком смысле; 6) социальную интеграцию; 7) общность взглядов и ответственности акторов; 8) совместную деятельность для достижения определенной цели; 9) альтруистическую помощь, взаимопомощь или поддержку социальных акторов; 10) моральную обязанность, основанную на ценности справедливости и предписывающую помощь другим людям (ближним, соратникам в общем деле, нуждающимся,

обделенным судьбой); 11) различные формы социальной, экономической и политической поддержки, в том числе со стороны государства, направленные на улучшение положения определенных социальных групп и слоев, включая деятельность институтов социальной защиты и социального страхования; 12) совместную ответственность за что-либо.

Среди основных функций социальной солидарности выделяют, в первую очередь, формирование и сохранение целостности общества: «тенденция и подсознательная тяга к целостности, единству, корпоративности заложены в самой сущности социального: солидаризация оказывается первичной по отношению ко всем остальным процессам разделения, дифференциации и индивидуализации» [Исаев 2014, с. 3]. Еще одной важной ее функцией является легитимация сложившегося политического порядка посредством объединения людей вокруг определенной системы взглядов [Миронов 2010, с. 7].

В то время как солидарность обычно трактуют как особое социальное состояние, влияющее на ситуацию в обществе в целом, под *солидаризацией* многие исследователи понимают процесс проявления единодушия или согласия с кем-нибудь, т.е. солидаризация – это процесс выражения своей солидарности [Шкудунова 2015, с. 4118].

Солидарность предполагает наличие общей символической составляющей, включающей идеологическую систему и общие ценности, которые разделяет большинство членов общества [Жалкиев 2014; Зверев 2009]. И поскольку дискурсы «формируются картиной мира носителей культуры и отражают ценности общества» [Хутыз 2015, с. 78], а источником знаний аудитории о сложных социальных и политических явлениях, выходящих за рамки ее непосредственного опыта, обычно становятся средства массовой коммуникации, именно СМИ следует рассматривать как основную платформу, носитель символической среды солидарности.

3.2. Векторы солидаризации в прессе советского периода

Исследование векторов формирования солидарности и средств ее языковой экспликации в белорусской прессе советского периода было проведено на материале статей, опубликованных в центральной белорусской газете «Советская Белоруссия» в 1946–1989 гг. Результаты анализа свидетельствуют о том, что ведущую роль в определении векторов солидарности в средствах массовой коммуникации данного периода играет разделение тех или иных субъектов и объектов на «своих» или «чужих». По результатам контент-анализа установлено, что в прессе указанного времени такая демаркация носит как географический, так и классовый характер: в круг «своих» включаются не только все советские люди, но и граждане стран социалистического блока, а также трудящиеся (рабочие, пролетарии) и «угнетаемые» группы населения в любых других государствах. Выражение солидарности по отношению к каждой из указанных групп в материале исследования имеет свои особенности.

Конструирование солидарности в публикациях о жизни в СССР

В статьях, повествующих о жизни в СССР, были выявлены два направления формирования солидарности: объединение граждан страны на основе выполнения общей трудовой деятельности и одобрение народом решений руководства страны.

Большая часть материалов о внутренней жизни страны в проанализированном корпусе текстов освещает вопросы ударного **труда**, выполнения и перевыполнения планов, добровольные трудовые обязательства и трудовые рекорды, победы в социалистическом соревновании. Советская идеология придает труду статус высшей ценности, посредством которой становится возможной реализация потребности в творческом самовыражении, общественном признании и славе, проявлении патриотических порывов. Причем в медиадискурсе подчеркивается не только важность и почетность труда как такового, но и необходимость согласованной совместной деятельности в трудовом коллективе, каждый член которого разделяет совместные ценности и берет на себя ответственность за конечный результат. Идея ответственности передается в газетных статьях с помощью частотных субстантивных лексем *обязательство, норма, вахта, почин, инициатива, соревнование*: *Одной из первых **взяла повышенные обязательства** бригада машиниста коммуниста Е. Казакова (СБ, 02.10.58); У нас в смене работать по-ударному стало **нормой** (СБ, 06.02.74); Верность идеалам зачинателей этого **почина** продемонстрировали 15 октября на своих рабочих местах тысячи производственников, тружеников села, представителей интеллигенции (СБ, 16.10.83).*

Среди способов акцентирования ценности совместного труда в проанализированном материале отметим разнообразные существительные, номинирующие трудовые коллективы (*завод, фабрика, колхоз, коллектив, звено, цех, бригада, экипаж, артель, предприятие*): *Им присуждено первенство в социалистическом соревновании среди локомотивных **бригад** депо (СБ, 16.09.58); О своих трудовых успехах сообщают **экипажи** судов Балтийского морского пароходства (СБ, 17.04.64).*

По мнению И. В. Ерофеевой, российская культура, лежащая в основе культуры советской, относится к ярко выраженному коллективистскому типу, где социальная идентичность превалирует над личностной [Ерофеева, 2010]. На наш взгляд, удельный вес материалов на трудовую тематику в печатных изданиях (в отдельных выпусках статьи на эту тему занимают более 50 % газетной площади), а также регулярное акцентирование в медиадискурсе советского времени идеи важности и почетности самоотверженного коллективного труда нацелены на то, чтобы заменить в массовом сознании традиционную православную ценность соборности, которая в русской философии выступает условным коррелятом солидарности [Зверев 2009, л. 4].

Второй вектор создания солидарности в материалах о внутренней жизни страны направлен на формирование **согласия** широкой коллективной аудитории **с деятельностью руководства страны**, преимущественно партии, одобрение принимаемых лидерами решений. Для достижения этой цели журналисты привлекают лексические единицы, имеющие семантику одобрения (*горячо поддерживать, большое внимание, большая радость, глубокое удовлетворение* и т.п.): *В своем выступлении строгальщик второго механического цеха т. Высоковский говорил о том, что весь народ с глубоким удовлетворением встретил тезисы ЦК КПСС и Совета Министров СССР о перестройке работы школ* (СБ, 20.11.58).

Следует отметить, что максимальное количество подобных статей публиковалось во время сталинского правления, когда средства массовой коммуникации отводилась ведущая роль в формировании культа личности руководителя страны. Соответственно, в материалах, опубликованных в период с 1946 по 1953 год, основным объектом солидаризации выступает И. В. Сталин: *В связи с 70-летием товарища И. В. Сталина продолжают поступать многочисленные приветствия от партийных, советских и различных общественных организаций, коллективов трудящихся и отдельных граждан Советского Союза, от государственных, общественных организаций и отдельных лиц из-за границы* (СБ, 07.01.50); *«Партийная организация, – говорится в решении собрания, – примет все меры, чтобы с честью выполнить обязательства, взятые в письме великому Сталину»* (СБ, 28.06.1952).

Часто в одних и тех же статьях встречаются оба типа апелляции к солидарности – рабочие коллективы берут на себя повышенные обязательства, вдохновившись решениями партийных съездов, либо посвящают свои трудовые победы памятным датам или очередным партийным мероприятиям: *Горячо обсуждая материалы февральского Пленума ЦК КПСС, рабочие, инженерно-технические работники говорят о тех задачах, которые предстоит решить им в шестом году семилетки* (СБ, 18.02.64).

Конструирование солидарности в публикациях о других странах, входящих в группу «своих»

В материалах, освещающих события в странах социалистического лагеря и других государствах, входящих в группу «своих», дискурс солидарности охватывает такие вопросы, как совместный продуктивный труд, безвозмездная материальная помощь, одобрение лидерами и гражданами других государств политики СССР и стран социалистического блока, установление и поддержание дипломатических отношений между странами на основе общих ценностей.

Статьи на **трудовую тематику** описывают как трудовые успехи коллективов в той или иной стране, так и результаты совместного труда местных и советских специалистов: *Славными трудовыми делами готовятся встретить трудящиеся Монголии предстоящий XVI съезд МНРП* (СБ, 02.06.71);

Большой производственной победой встретили новый год советские и индийские специалисты и рабочие-нефтяники штата Гуджарат (СБ, 04.01.67); Они подчеркнули, что совместный советско-румынский космический эксперимент еще раз продемонстрировал миру тесную дружбу и братскую солидарность между двумя народами, партиями и государствами (СБ, 10.06.81); Чехословакия и Советский Союз провели совместные исследования, позволившие создать межгосударственную полуавтоматическую телефонную линию (СБ, 24.08.67).

Еще одна группа текстов рассказывает об **альтруистической помощи** (материальной, технической и т.п.) различным странам, преимущественно со стороны СССР. В таких статьях часто используются слова и словосочетания *братская/безвозмездная/дружественная помощь, содействие, протянуть руку дружбы*: *Самые разнообразные игрушки передаются школам и детским садам в рамках безвозмездной помощи, оказываемой Советским Союзом населению (СБ, 18.10.88); Руководствуясь ленинскими принципами дружественного сотрудничества во всех областях с народами, борющимися против империализма и колониализма за свою свободу и независимость, советский народ протянул руку дружбы египетскому народу и оказал братскую помощь без каких-либо политических или иных условий в осуществлении проекта Асуанского гидроэнергетического комплекса (СБ, 16.01.71).*

В 1980-е гг. в газете встречаются материалы, повествующие о помощи, которую оказывают Советскому Союзу дружественные государства: *В Пекинском международном аэропорту завершилось формирование первой партии грузов с предметами первой необходимости, которые по решению Китайского Общества Красного Креста направляются населению советской Армении, пострадавшему от разрушительного землетрясения (СБ, 15.12.88).*

В статьях на международную тематику часто упоминается **одобрение** лидерами и гражданами других государств **политики СССР и стран социалистического блока**, а также поддержка населением «верных» политиков в своих странах. Единство мнений журналисты подчеркивают с помощью лексем *единство, единодушно, целиком*: *Три тысячи избирателей, собравшись на митинги, единодушно решили отдать свои голоса за кандидатов объединенного прогрессивного блока (СБ, 22.09.51); Население ГДР целиком поддерживает новую мирную инициативу социализма, отмечает «Нейес Дейчланд» (СБ, 06.07.63); Председатель Президиума Верховного народного собрания КНДР Цой Ен Ген имел встречи и дружеские беседы с руководителями партии и правительства МНР, в ходе которых выявилось полное единодушие сторон по всем обсуждавшимся вопросам (СБ, 23.06.59); Около 68 процентов граждан ФРГ одобряют политику, проводимую Генеральным секретарем ЦК КПСС, Председателем Президиума Верховного Совета СССР М.С. Горбачевым (СБ, 21.11.88).*

Множество статей в материале исследования посвящено **установлению и поддержанию отношений между странами** на основе общих ценностей. В них идет речь о межгосударственных визитах, программных заявлениях официальных лиц, касающихся укрепления политических, экономических, культурных связей между странами. Ключевыми словами в таких текстах выступают имена существительные *отношения, связи, сотрудничество, сплоченность*: *С большим удовлетворением вольтийская общественность восприняла установление дипломатических **отношений** между Верхней Вольтой и СССР (СБ, 10.12.67); ... этот визит продемонстрировал монолитную **сплоченность** и братское **сотрудничество** обеих стран социалистического лагеря (СБ, 23.06.59); САР, которая идет по некапиталистическому пути развития, сказал премьер-министр, будет и в дальнейшем укреплять торговые **связи** с социалистическими и другими дружественными странами (СБ, 27.08.71).*

Конструирование солидарности в публикациях о странах, входящих в группу «чужих»

При освещении событий в странах, позиционируемых прессой как «чужие», основным концептом, организующим пространство дискурса солидарности в прессе, становится **интернационализм**. Пролетарский интернационализм, обоснованный К. Марксом и Ф. Энгельсом, являлся важным компонентом советской идеологии [Степанов 2001, с. 144], в частности, он получил теоретическое осмысление в многочисленных научных исследованиях той эпохи. В одной из пропагандистских работ советского времени данная идеологема толкуется как «международное единство и солидарность рабочего класса в борьбе за освобождение всех трудящихся от капиталистического гнета, за построение социализма и коммунизма и их защиту» [Черняк 1983, с. 9]. Как видно из приведенного определения, обязательным компонентом деятельности в рамках интернационализма является борьба против кого-либо (чего-либо) или за что-либо.

В пространстве послевоенного медиадискурса солидарности значимое место уделяется призывам к **совместной борьбе** против «вражеских» идеологий, режимов, войн, дискриминации и других негативных явлений: *Болгария и Афганистан будут последовательно бороться против сил империализма и реакции, за окончательную ликвидацию колониализма и неоколониализма, расизма и апартеида... (СБ, 28.12.81); В этих целях необходимо крепить сотрудничество и взаимодействие марксистско-ленинских групп Эфиопии, единство всех прогрессивных сил страны в борьбе против внутренней и внешней реакции (СБ, 17.11.77); Дружба советского и монгольского народов окрепла в жестокой совместной борьбе с врагами Советского Союза и Монголии (СБ, 07.07.56).*

В то же время в указанных материалах выражается **сочувствие** народам, страдающим от угнетения, дискриминиции, военных действий и т.п.: *В яркий митинг солидарности с народами, борющимися против империализма и реакционных военных диктатур превратилось открытие третьей встречи женщин Латинской Америки и Карибского бассейна* (СБ, 06.10.88); *Правительство СССР, все советские люди решительно поддерживают героический вьетнамский народ в его борьбе против империалистической агрессии* (СБ, 01.04.67).

Исследователь О. Ю. Бойцова разграничивает позитивный и негативный типы солидарности на основании принципа консолидации, который означает инклюзию в первом случае и исключение – во втором: «если позитивный солидаризм стирает границы, то негативный возводит барьеры, сплачивая людей на основе неприятия чего-либо – ценностей, социальных позиций, образа жизни, качеств, внешних особенностей, действий» [Бойцова 2018, с. 65].

Кроме призывов к борьбе, в пространстве конфронтационного дискурса солидарности часто встречаются материалы, выражающие различные **негативные эмоциональные и/или речевые реакции** (осуждение, возмущение, гнев, негодование) по отношению к «чужим», стигматизируемым субъектам и объектам, ведь «именно тогда, когда негативная солидарность получает эмоциональное подкрепление, внутригрупповая сплоченность существенно возрастает» [Бойцова 2018, с. 66]: *Советские люди с гневом осуждают агрессию США против вьетнамского народа* (СБ, 24.08.67); *12 марта по всему Берлину прокатилась волна возмущения против террора американских властей* (СБ, 17.03.48). Многие из этих статей рассказывают о демонстрациях и митингах протеста: *В эти дни по всей стране проходят митинги протеста, участники которых клеймят позором бандитские действия США* (СБ, 02.06.71).

Следует отметить, что в данных статьях часто используются две манипулятивные коммуникативные тактики – «общая платформа» и «передовая группа». Первая тактика означает включение в неопределенный фантомный круг «своих» неопределенное количество субъектов [McCraw 2019] (все советские люди, вся страна, мировая общественность, греческий народ и т.п.): *«Долой военные базы США из района Индийского океана!», «Превратить Индийский океан в зону мира!»* – под такими лозунгами в Дели состоялась демонстрация протеста **индийской общественности** против наращивания американского военного присутствия в Азии (СБ, 08.02.81). Средством создания фантомного множества при этом часто становятся местоимения *весь/вся/все*, которые позволяют объединить в единое целое говорящего и слушающего: *Гневная реакция греческого народа на убийство Ламбракиса всколыхнула всю страну...* (СБ, 01.11.63).

Тактика «передовая группа» подразумевает включение в число «своих» лучших представителей тех или иных групп: *Это решение вызвало глубокое возмущение моряков и всей демократической общественности страны* (СБ, 23.06.59); *Советский Союз, а вместе с ним все миролюбивые люди на протяжении 14 лет борются за предотвращение угрозы войны и обеспечение прочного мира* (СБ, 23.06.59); *Активная борьба против этой политики является делом всех свободолюбивых народов* (СБ, 06.07.63).

Солидаризация с трудящимися разных стран

Еще одним вектором солидаризации в проанализированных материалах является единение с трудящимися различных стран, поскольку марксистская теория провозглашает принцип трансграничной инклюзии, уничтожающей государственные границы ради классовой сплоченности [Бойцова 2018, с. 65]. Рамки коллективного «мы» в указанных статьях маркируются с помощью лексических единиц *трудящиеся, рабочие, рабочий класс*, идею солидаризации выражают слова *единение, солидарность*: *Успех кандидатов левых сил на последних выборах в Национальное собрание Франции свидетельствует о стремлении рабочего класса к единству, говорится в опубликованной вчера резолюции административной комиссии Всеобщей конфедерации труда* (СБ, 01.04.67); *Трудящиеся Западной Германии солидарны с горняками, и вчерашняя волнующая манифестация солидарности рудокопов Лотарингии и парижан на площади перед дворцом инвалидов – один из ярких примеров единства трудящихся* (СБ, 16.03.63).

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что ключевыми для медиадискурса солидарности в анализируемый период являются: лексические единицы со значением ‘совместности’ (*солидарность, сплочение, сотрудничество, связь, отношение, единство, единение, единомыслие, сплочение, содействие, поддержка, одобрение, дружба, дружественный, братский, общий, совместный, все*); слова, маркирующие «своих» по классовому принципу (*трудящиеся, рабочие, рабочий класс*); лексемы, акцентирующие ответственность человека за совместное дело (*обязательство, норма, вахта, почин, инициатива, соревнование*); лексика «борьбы» и «труда».

Дискурс солидарности играет важную роль в формировании целостного общества, разделяющего систему ценностей, взглядов и установок. Через совместный труд, одобрение политических решений, интернациональную поддержку и выражение сочувствия определенным группам за пределами страны в советском государстве осуществлялась солидаризация отдельных личностей в единое надличностное образование «советские люди». Конструируемая средствами массовой коммуникации солидарность была нацелена на осознание гражданами страны своей сопричастности общему делу и общим ценностям, на легитимацию политической власти и формирование взаимопонимания между членами общества.

3.3. Трудовой дискурс как сфера солидаризации в советском обществе

3.3.1. К определению понятия «трудовой дискурс»

Дискурс является важной формой социальной практики, которая, с одной стороны, меняет знания и значения, идентичности и социальные отношения, с другой стороны, сама формируется различными социальными структурами и практиками, находясь, таким образом, в тесных диалектических отношениях с разными сферами жизни общества [Филлипс 2004, с. 116]. По мнению представителей французской школы анализа дискурса, дискурс формируется не только языком, но и «социально-исторической тканью», а при анализе семантики любого текста необходимо принимать во внимание условия его производства и толкования [Серио 1999(а), с. 36]. Он представляет собой открытый динамический феномен, включающий в себя совокупность всех текстов, относящихся к определенной коммуникативной ситуации, и характеризующийся специфическими внутренними синтагматическими и парадигматическими отношениями [Ахтаева 2014, с. 314].

При этом в зависимости от ракурса анализа и научной парадигмы, которой придерживаются исследователи, типологии дискурса разрабатываются исходя из разных критериев. Выделяют следующие параметры разграничения дискурсивных типов [Киров 2018, с. 18; Кремнёва 2017, с. 60; Чернявская 2004, с. 26]:

- сфера деятельности, в которой осуществляется коммуникация (педагогический, политический, юридический, религиозный дискурс);
- форма и канал коммуникации (устно-речевой, письменный дискурс, интернет-дискурс, сетевой дискурс);
- жанр и функционально-стилевая разновидность текстов (художественный, поэтический, сказочный, драматический дискурс);
- прагматическая направленность речевой деятельности (манипулятивный, критический, аргументативный, толерантный дискурс, дискурс солидарности);
- национальная, социальная, гендерная маркированность коммуникации (англоязычный, иммигрантский, феминистский дискурс);
- хронологическая соотнесенность текстов (советский дискурс, дискурс эпохи правления Петра I);
- соотнесенность с определенными объектами/темами/концептами (дискурс Санкт-Петербурга, дискурс о любви и т.д.).

По словам В. Е. Чернявской, дискурс представляет собой «рамочное» пространство – он накладывает определенные ограничения на потенциальные высказывания, определяя стандарты поведения и очерчивая границы для коммуникативной, познавательной и речевой деятельности человека: как «предзаданный способ мышления» он устанавливает значимость высказываний, отсекает альтернативные идеи и смыслы, принимая в себя только

тексты определенного содержания и привлекая систему стереотипизированных языковых средств и приемов для выражения типичных смыслов [Чернявская 2009, с. 157–158].

Свойство дискурсивности, присущее любому тексту, означает «понимание текста не как изолированной единицы, но как составляющей части метатекстового единства» [Чернявская 2009, с. 174]. Один из важнейших принципов дискурс-анализа заключается в том, что тексты невозможно понять или проанализировать изолированно – их можно понять лишь во взаимосвязи с другими текстами, относительно всего социального контекста [Филлипс 2004, с. 113].

Для обозначения совокупности текстов, объединенных вокруг определенной темы или концепта, а также системы текстов того или иного автора нередко используют термин *сверхтекст*. А. Г. Лошаков определяет данное понятие как парадигму текстов, в которой с использованием определенных культурно-языковых кодов и стилистических стратегий «конструируется модель мира отмеченной целостностью внетекстовой структуры (денотата-концепта), которая априори обладает смыслом и в силу этого субъектностью и интенциональностью – способностью коммуницировать и аффицировать, детерминированной включением в её бытие субъектов текстовой деятельности» [Лошаков 2018, с. 71]. Автор подчеркивает единство текстового пространства с внетекстовой реальностью, которую оно воплощает, а также значимость ролей адресата и адресанта в системе сверхтекста. По мнению А. Б. Бушева, сверхтекстом является «открытая система текстов, которые образуют единую мифотектоническую парадигму, характеризуются сходной модальной установкой и в концептосферах которых проявляется общая сверхтекстовая картина мира» [Бушев 2019, с. 83], то есть главным принципом, организующим разнообразные тексты в сверхтекстовую «материю», выступает не тематическая отнесенность произведений или их авторство, а демонстрация единой системы взглядов при описании явлений и событий, единый подход к их интерпретации. Сверхтекст может передавать различные типы информации (смысловую, эмоциональную, культурную) [Там же, с. 84], при этом важна не новизна информации, а ее повторяемость во множестве текстов, формирующих сверхтекстовое пространство. Повтор считают наиболее значимым средством межтекстовой связи на уровне сверхтекста [Волкова 2016, с. 65]. Базовое положение нарратологии заключается в том, что все истории характеризуются одинаковой фундаментальной структурой и согласуются между собой в соответствии с определенными базовыми правилами, в результате чего «нарративы упорядочивают опыт и конструируют идентичность акторов аналогичными способами [Матисон 2013, с. 123].

Одной из важнейших тем, освещавшихся в советской прессе, была трудовая тематика. О ее значимости свидетельствует, в первую очередь, объем газетных материалов, посвященных трудовой деятельности, – на протяжении 1950–1980-х гг. статьи на указанную тему составляли около половины всех публикаций общественно-политических изданий страны.

Для построения советского государства, восстановления экономики страны после Великой Отечественной войны, развития СССР в послевоенный период от каждого работника требовался самоотверженный эффективный труд, поэтому вопросы ценности труда и необходимости выполнения и перевыполнения намеченных заданий входили в обязательную повестку дня советских средств массовой коммуникации. Идеологическое стимулирование в средствах массовой коммуникации использовалось как необходимый инструмент мотивации трудовой деятельности граждан страны.

Советская идеология постулировала труд на благо Родины как почетный долг, вопрос совести и проявления патриотизма [Киселева 2008, с. 20]. Например, в советских исправительных учреждениях можно было увидеть плакаты с надписью «Труд в СССР – дело чести, славы, доблести и героизма». Советские ученые писали, что труд – основа человеческого существования, главный стержень общественного развития и основа его социальной структуры [Здравомыслов 2003, с. 24]. Государственная идеология утверждала, что труд является первой жизненной необходимостью, ведущей сферой самоутверждения и творческой самореализации человека: «В высшем своем выражении творческий процесс труда захватывает человека в такой мере, что все другие мотивы к труду как бы перемещаются на периферию, а мотив творчества заполняет собой ядро мотивационной структуры и становится главной побудительной силой деятельности» [Здравомыслов 2003, с. 28].

Как и в других типах дискурса, в трудовом дискурсе можно выделить специфически конструируемые объекты, характерные для него ключевые топики и концепты, репертуар стратегий и тактик и языковых средств экспликации базовых идей.

Ведущие мотивы статей на трудовую тематику включают в себя выполнение и перевыполнение плановых показателей, энтузиазм работников, коллективный труд, согласованность результатов трудовой деятельности с решениями партийных съездов и пленумов: *Впереди всех идет бригада тов. Кафтолина (кузнечно-прессовый цех), которая в среднем выполняет норму на 200 процентов, за ней идет бригада Давыдовича – на сборке сортировок, добившаяся выработки 183,9 процента плана* (СБ, 09.12.37); *Высокие обязательства взяли на себя трудящиеся промышленности, строительства и транспорта Минска и Минской области* (СБ, 04.03.64); *С думой о том, как лучше выполнить решения состоявшегося в декабре Пленума ЦК КПСС и ЦК КПБ, вступил в четвертый год пятилетки коллектив нашего комбината* (СБ, 03.01.74).

Доминантные концепты статей на трудовую тематику обнаруживают интердискурсивную связь с политическими текстами – они актуализируют понятия, находившиеся в фокусе общественного внимания в конкретные периоды, преимущественно потому, что акцентировались политическими лидерами. Такими концептами являлись продуктивность, производительность труда и эффективность производства, экономия и бережливость,

социалистическое соревнование, химическая промышленность, выращивание кукурузы и т.д.: *С большой речью на пленуме выступил секретарь ЦК КПСС П. Н. Демичев, который подчеркнул решающее значение **химии** в развитии народного хозяйства страны и выразил уверенность, что комсомол и молодежь выполняют почетное поручение партии* (СБ, 16.01.64); *Серьезных успехов в **социалистическом соревновании** добилась смена мастера коммуниста Степана Каленика* (СБ, 30.07.58); *Главная задача, поставленная перед нами партией, всемерно повышать **эффективность производства*** (СБ, 06.02.74); *Хорошо проходит у нас зимовка скота, повышается его **продуктивность*** (СБ, 16.01.74); *За это время **экономлено** более четырех миллионов киловатт-часов электроэнергии и 325 тонн условного топлива* (СБ, 23.11.83).

Основные субъекты, конструирувавшиеся в трудовом медиадискурсе советской эпохи, – это герои труда (передовики, ударники, стахановцы, новаторы и рационализаторы, многостаночники и победители социалистического соревнования): *Лучшие **стахановцы** тт. Прохоренко, Кулевец и другие свои дневные нормы на прополке перевыполняют вдвое* (СБ, 29.05.39); *Где нашли **передовики** глубинные резервы, позволившие им обогнать время?* (СБ, 14.12.83); *Это поможет **новаторам** вступать в движение, сознательно ставить перед собой конкретную цель и во что бы то ни стало достигать ее* (СБ, 02.11.83). Образы передовиков производства актуализировались также в поликодовых газетных материалах, например, в советских газетах систематически публиковали портреты лучших работников на рабочем месте.

Подавляющее большинство текстов указанной тематики обладает позитивной оценочностью, количество материалов, рассказывающих о негативных явлениях (брак, невыполнение планов и норм, прогульщики и т.д.), в дискурсе прессы незначительно.

Таким образом, трудовой дискурс советского времени обладает рядом конституирующих особенностей, касающихся его структуры, содержания и языкового наполнения, конструирования объектов и субъектов, преобладающей тональности. Советский сверхтекст о труде формировался из большого массива отдельных текстов и включал в себя образцы медийного, бытового, фольклорного, организационного, политического, педагогического, научного и некоторых других дискурсов. Благодаря регулярному тиражированию в средствах массовой коммуникации публикаций на тему труда, обладающих клишированной формой и содержанием, и бесконечной повторяемости в прессе типизированных трудовых сюжетов с минимальными вариациями возрастала ценность данного сверхтекста в культурном пространстве советского общества. Смысловое поле трудового дискурса служило самостоятельной символической реальностью, мифологической системой, формировавшейся по собственным законам и нередко подменявшей объективную действительность, влияя на представления, взгляды и ценности многих людей и предопределяя их поведение.

3.3.2. Ценности трудового дискурса в советский период

В средствах массовой коммуникации каждого общества строится свой миф, нацеленный на формирование единого коммуникативного пространства, что, в свою очередь, способствует единению нации [Почепцов 2003, с. 299]. По мнению И. И. Докучаева, для ценностной интерпретации повседневного бытия миф преобразуется в социальные нормы, т. е. определенные модели социально-легитимного поведения, предлагающие социуму такую форму существования, при которой окружающая среда будет для него приемлемой, и заставляя членов социума сохранять его существование [Докучаев 2009, с. 200].

В отличие от, например, американского мифа, ценностную основу которого составляют свобода, национальный нарциссизм, возможности роста для всех, советский миф акцентирует вклад каждого в построение нового общества, работу на пределе возможностей. Его можно рассматривать как классический идеологический миф, моделирующий совершенную реальность в виде светлого будущего, подготовкой к которому считается настоящее.

В советский период одной из ведущих ценностей, акцентированных в СМИ, был труд, который считается одной из ценностных доминант русской культуры [Ерофеева 2010, с. 40]. В пространстве советской идеологии постулировалось, что труд на благо Родины – это дело чести и совести, почетная обязанность, проявление патриотизма [Киселева 2008, с. 20]. В трудоцентрической идеологии советского государства развивалась мысль о том, что труд является основой человеческого существования, первой жизненной необходимостью, главным стержнем развития общества и фундаментом его социальной структуры [Здравомыслов 2003, с. 24]. Поэтому тема труда регулярно освещалась на страницах советских газет.

В качестве важнейшей ценности самореализации личности в материалах подобной тематики выдвигается **трудовая деятельность** как таковая. С. Г. Кара-Мурза считает труд одним из главных смыслов, входящих в культурное ядро любого общества [Кара-Мурза 2006, с. 533], а И. В. Ерофеева выделяет труд в качестве многомерной категории, относящейся к ценностным доминантам именно отечественной культуры [Ерофеева 2010].

Труд в анализируемых текстах рассматривается как добродетель, к которой стремятся все граждане советской страны. При этом подчеркивается добровольный характер выполняемой деятельности, вдохновение и энтузиазм исполнителей, которые с радостью и воодушевлением берут на себя все новые обязательства по перевыполнению норм и планов: *Вступая в социалистическое соревнование в честь 40-летия БССР, коллектив торфопредприятия «Осинторф» обязался в нынешнем году добыть сверх плана 15 тысяч тонн топлива. Это обязательство выполнено со значительным превышением* (СБ, 1958); *Падтрымліваючы адобраны ЦК КПСС пачын*

перадавых брыгад краіны, многія працоўныя калектывы працуюць з ая-рэджаннем намечаных графікаў (Зв, 1986); *Растет праздничный **трудовой** подъем* на автомобильном заводе имени Лихачева... (СБ, 1964); *Мы **единодушно поддерживаем инициативу** москвичей по проведению коммунистического субботника и решили в этот день, работая на сэкономленных материалах, дать рекордную выработку – выполнить нормы на 130 процентов* (СБ, 1974).

В медиатекстах советского периода прослеживается идея труда в любой отрасли экономики как **творческой деятельности**, в которой может реализоваться личность: *Першы працоўны дзень новага года. Ён прыйшоў да нас неспакойны, гарачы, напоўнены **натхнёнай стваральнай працай, творчымі пошукамі і імкненнямі*** (Зв, 1966); *Боевой настрой, **творческий поиск** резервов, высокая дисциплина труда помогают коллективу преодолевать трудности* (СБ, 1974); *В **творческом содружестве** успешно осуществляют механизацию и автоматизацию инженеры Ю. Азаров, Л. Альтишулер, слесарь А. Мартыненко и другие* (СБ, 1958).

Одним из значимых ценностных смыслов, акцентируемых в советском трудовом дискурсе, также является идея **самопожертвования**, приоритет общественного над личным: журналисты подчеркивают усилия, которые необходимо приложить для добросовестного выполнения поставленных задач. Л. Д. Чернышова пишет, что целью существования пролетария как образца человека господствовавшей в СССР культуры классового тоталитаризма «был определен подвиг жертвенного служения Родине и делу социализма» [Чернышова 2012, с. 19]. В материале исследования данные идеи часто выражаются с помощью слов *напряженный, напряженно, самоотверженно*: ***Напряженно** трудились ремонтники, путейцы и работники других служб* (СБ, 1974); *Поэтому многие берут **напряженные** трудовые обязательства и соревнуются за их досрочное выполнение* (СБ, 1974); *Каждый член бригады четко выполняет порученные операции, **самоотверженно** трудится на своем посту* (СБ, 1958).

Альтруистические ценности акцентируются также в газетных текстах, повествующих о работниках, значительно превысивших запланированные результаты труда: *Свыше 25 тонн удобрений сверх плана – при годовом обязательстве 40 тысяч тонн – выпущено за первые два месяца текущего года комбинатом «Белорускалий»* (СБ, 1974); *За месяц – два задания* (СБ, 1974); *Выпрацоўка двух працадзён за адзін рабочы дзень стала звычайнай справай* (Зв, 1935).

При этом во многих статьях подразумевается, что результат всегда можно улучшить, если найти скрытые возможности и резервы: *Аднак мы яшчэ не поўнасцю выкарыстоўваем **рэзервы** калгаса для ўздыму ўраджай-*

насії сельскагаспадарчых культур і павышэння прадуктыўнасці грамадскай жывёлы (Зв, 1953); *І працаўнікі калгасаў і саўгасаў выкарыстоўваюць усе рэзервы і магчымасці, каб мець багацце кармоў* (Зв, 1966).

Еще одной ценностью, составляющей основу советской печати, является идея **солидарности, сотрудничества**. Российскую культуру, на которой основывалась культура советская, относят к ярко выраженному коллективистскому типу, где социальная идентичность превалирует над личностной [Ерофеева 2010]. Советская пресса подчеркивает возможность достижения наивысших результатов именно в процессе совместной трудовой деятельности. Среди способов репрезентации идеи коллективности следует отметить частотную в текстах анализируемой тематики группу существительных, обозначающих различные типы организаций и их подразделений (*завод, фабрика, колхоз, коллектив, звено, цех, бригада, экипаж, артель*): *Развернув социалистическое соревнование за достойную встречу XXI съезда КПСС, коллектив нашего цеха решил производственную программу ноября и декабря выполнить на 101 процент* (СБ, 1958); *В эти дни бригада коммунистического труда работает с большим энтузиазмом* (СБ, 1958);

В анализируемых изданиях эксплицируется также неразрывная онтологическая связь труда и **патриотизма**. Патриотизм нацелен на укрепление и сохранение государственной системы, связан с понятиями долга и обязательства. В советской прессе трудовые традиции рассматриваются как фактор укрепления патриотизма людей, в ней подчеркивается осознание значимости своего труда для развития и укрепления общества, активная самореализация на благо Родины: *На заводах і фабрыках, у будаўнічых арганізацыях гарачую падтрымку знайшоў патрыятычны пачын калектываў прамысловых прадпрыемстваў Масквы і Ленінграда, якія разгарнулі спаборніцтва за эканомію металаў і матэрыялаў* (Зв, 1966); – *Посмотрите вокруг! Окиньте взглядом преображенное, ставшее могучим и прекрасным наше Отечество, – сказал он. Хочется неустанно работать, чтобы еще лучше стала жизнь на земле* (СБ, 1958).

При этом М. Ю. Узгорок выделяет такие уровни патриотизма, как государственный, общегражданский, классовый, этнический и духовно-религиозный [Узгорок 2013]. В СССР внимание уделялось формированию лишь трех первых разновидностей: государственный патриотизм культивировался как проявление гражданами чувства гордости за свое государство и их участие в его укреплении; общегражданский патриотизм предполагает гражданскую активность по усовершенствованию общества; классовый патриотизм связан с социальным строем общества и его стратификацией [Там же].

Советский государственный патриотизм признает главенствующую роль партии в принятии любых решений в стране и беспрекословное подчинение ей граждан. Стремление людей к трудовым подвигам и рекордам плани-

ровалось партией, ей и ее лидерам советские люди посвящали свои трудовые подвиги: *Зварот ЦК КПСС, Прэзідыума Вярхоўнага Савета СССР і Савета Міністраў СССР, высокая ўзнагарода Радзімы выклікалі новы прыліў творчых сіл* (Зв, 1972); *С огромным удовлетворением встречено здесь решение сентябрьского Пленума ЦК КПСС о созыве XXI съезда партии. Став на трудовую вахту в честь съезда, металлурги пересмотрели свои обязательства и решили до конца года выдать еще большее количество металла* (СБ, 1958).

Такие ценности самореализации личности, как **слава, успех**, в материалах советской прессы также связаны с самоотверженным трудом и служением партии и стране. Средства массовой коммуникации СССР создают ряд номинаций, маркирующих лучших работников. На протяжении всего советского периода для их обозначения активно используются слова *передовик, ударник*: *Наша Белорусская железная дорога должна составлять планы перевозок и использования локомотивов и подвижного состава с учетом внедрения достижений передовиков* (СБ, 1958); *Лепшы ўдарнік калгаса «Новае жыццё» Фралоў з жонкай у мінулым годзе атрымаў 100 пудоў збожжжа, 216 пудоў бульбы, 186 пудоў гародніны і 300 пудоў фуражу для каровы* (Зв, 1935).

С 1935 года в обиход журналистов входят слова *стахановец, стахановский* как производные от фамилии забойщика Алексея Григорьевича Стаханова, который, согласно советской мифологии, в 1935 году за одну смену добыл в 14,5 раза больше угля, чем предписывалось по норме на одного забойщика. Данные лексические единицы были весьма популярны в прессе вплоть до конца 1950-х: *Стаханаўцы ўкаранілі рад ноўшастваў* (Зв, 1953).

В 1950–1980-е годы доблестный труд во многом связывают с повышением эффективности и производительности, поэтому для обозначения лучших работников появляются также слова *новатор, рационализатор, изобретатель*: *Рационализаторы завода предложили удобную конструкцию станков для свиноматок и поросят* (СБ, 1974); *Передовые рабочие, новаторы, руководители цехов и отделов интересовались применяемыми тут техническими новинками* (СБ, 1974); *З кожным днём на заводзе расце колькасць вынаходнікаў і рацыяналізатараў* (Зв, 1953); *Наватары і вынаходнікі* вытворчага аб'яднання «Бабруйскишына» з пачатку года ўкаранілі ў вытворчасць дзесяткі навінак (Зв, 1986).

Лучшим способом признания успеха в советской идеологии считается не материальное поощрение тружеников (повышение заработной платы, выплата премий), а общественная известность, слава. Практически на каждом предприятии в СССР была Доска почета, а победителей социалистического соревнования награждали орденами, медалями, флагами, вымпелами и т.п.: *В честь победителей поднимаются флаги трудовой славы* (СБ, 1974); *За трудовые успехи Зина занесена на районную Доску почета* (СБ, 1974).

В советском печатном медиадискурсе также подчеркивается ценность **движения вперед, изменения, прогресса, непрерывного развития**, что традиционно считается ценностной ориентацией американского общества [Fiedler 1990]. Для этого публикуется множество статей, в которых говорится о результатах труда и их пользе для общества в терминах увеличения, уменьшения, расширения, улучшения и т.д.: *Паспяхова пачаўшы першы год новай пяцігодкі, яны няспынна адшукваюць шляхі далейшага **палепшэння** эканамічнай дзейнасці прадпрыемстваў і будоўляў* (Зв, 1966); *Даб'ёмся ажыццяўлення намечанага за кошт **павышэння** прадуктыўнасці статка* (Зв, 1986); *С каждым днем **ширится** фронт подготовительных работ на строительстве первенца нефтяной промышленности Белорусской ССР* (СБ, 1958).

В 1970–1980-е годы для выражения идеи непрерывного движения в прессе часто используют слова *ритм, пульс, темп*: *Збожжаваму канвееру – дакладны **рытм!*** (Зв, 1972); *Неабходна прыкласці больш намаганняў на забеспячэнню стабільнасці і **рытмічнай** работы заводаў і фабрык* (Зв, 1986); *Пульс гарчай пары лепш за іншых адчувае дыспетчар Н. М. Каліноўская* (Зв, 1986). В 1980-е в семантику движения добавляется идея ускорения: *Пад яго непасрэдным кіраўніцтвам ідзе ажыццяўленне планаў **паскарэння*** (Зв, 1986).

В печатном медиадискурсе советского периода трудовая деятельность рассматривается как сфера реализации разнообразных ценностей (творческое самовыражение, патриотизм, самопожертвование, коллективизм и сотрудничество, слава и успех, прогресс). Таким образом, труд представлен в газетах как сложное многоаспектное аксиологическое поле, объединяющее и соединяющее в себе разнообразные ценностные смыслы. На наш взгляд, важнейшей функцией трудового дискурса в советской прессе является солидаризация нации и мобилизация ее на решение главных задач страны – построение экономики страны, установление и развитие социалистической системы хозяйствования, повышение производительности труда и эффективности производства, улучшение качества продукции.

3.3.3. Номинативная лексика трудового дискурса

В двадцатые годы прошлого века, после перехода СССР на административно-командное управление, в стране был принят курс на индустриализацию, строительство новых предприятий, повышение производительности труда. Для роста мотивации труда и стимулирования его результатов было предложено понятие социалистического соревнования, которое вплоть до распада СССР функционировало как одна из ключевых составляющих картины мира, создаваемой средствами массовой коммуникации страны. В январе 1929 года газета «Правда» опубликовала статью В. И. Ленина

«Как организовать соревнование», а в марте того же года в этой газете появилось обращение коллектива ленинградского завода «Красный выборжец» ко всему рабочему классу с призывом вступить в соревнование [Погребной 1976, с. 707]. Начиная с первой советской пятилетки (1928–1932 гг.), соцсоревнование разрастается до масштабов всей страны.

Статьи, посвященные ударному труду и соцсоревнованию, печатались в белорусских газетах на протяжении всего советского периода. С целью установления особенностей освещения указанной тематики в республиканской прессе того времени были проанализированы группы наиболее частотных субстантивных лексем советского трудового дискурса, поскольку, наряду с глаголами, имена существительные несут главную нагрузку в реализации коммуникативной интенции адресанта текста. Это обусловлено номинативной значимостью единиц, относящихся к данной части речи, исходя из которой отношение «имя существительное – предмет» образует доминантный тип номинации [Языковая ... 1977, с. 233]. Ведущую роль субстантивным лексемам отводят и в установлении референтной отнесенности высказывания, т. к. они «обеспечивают удержание в памяти необходимого референта, то есть представление о названных актантах и участниках ситуации» [Кубрякова 2004, с. 228]. Именно существительные могут в наибольшей степени раскрыть специфику того или иного типа коммуникации, т. к. субстантивные лексемы представляют собой ведущее средство номинации как определенной объективации действительности в языке. По словам Е. С. Кубряковой, номинация «связывает мир действительности с миром языка, устанавливает корреляцию между предметом и выбранным для его названия языковым отрезком, соединяет точку пространства экстралингвистического с точкой пространства языкового» [Кубрякова 2008, с. 8].

Материал исследования составили статьи, опубликованные в период с 1930 по 1988 год в центральных белорусских газетах «Советская Белоруссия», которая до 1932 г. носила название «Рабочий», и «Звезда», а также в ряде областных и районных газет. В разные десятилетия существования советской страны меняются задачи общества и, соответственно, контент медиа, однако статьи указанной тематики присутствуют практически в каждом номере изданий. С точки зрения жанров в материале исследования представлены короткие новостные заметки, аналитические материалы, письма в редакцию, официальные политические программы и постановления и т. д., объединенные тематикой труда. Во всех примерах сохранена авторская орфография.

Группы частотных в советском трудовом дискурсе имен существительных представлены в табл. 3.1.

Частотные имена существительные советского трудового медиадискурса

Семантика имен существительных	Лексические единицы
Деятельность органов власти: а) наименования органов власти б) мероприятия органов власти в) результаты мероприятий органов власти	партия, правительство, ЦК КПСС, горком, комитет, вождь съезд, пленум решение, постановление, призыв, поручение, директива
Коллектив	завод, фабрика, колхоз, коллектив, звено, цех, бригада, экипаж, артель, предприятие
Профессия, род деятельности	колхозница, рабочий, тракторостроитель, доярка, водник, сталевар, слесарь, учитель, киномеханик
Лучшие работники	передовик, ударник, стахановец, рационализатор, новатор, изобретатель, многостаночник
Единицы измерения: а) время б) результаты труда	семилетка, год, квартал, месяц, неделя, сутки, смена тонна, штука, гектар, процент, центнер, килограмм
Плановость	план, задача, цель, обязательство, график, задание, норма
Стремление к повышению эффективности труда	возможности, ресурсы, резервы
Энтузиазм	воодушевление, почин, поход, энтузиазм, инициатива, подъем, азарт, порыв, стремление, вдохновение
Соревновательность	соревнование
Непрерывность	ритм, ритмичность, пульс, темп, вахта
Изменение качества	увеличение, уменьшение, сокращение, расширение, снижение, улучшение, ускорение, усовершенствование, укрепление, интенсификация, рост, прирост, прибавление
Содержание трудовой деятельности	уборка, выпуск, реализация, отгрузка, заготовка, производство, изготовление, внедрение, проведение
Завершение	выполнение, перевыполнение, завершение
Характеристики и результаты трудовой деятельности: а) маркированные идеологически б) не маркированные идеологически	эффективность, экономия, качество, бережливость, производительность, продуктивность, перевыполнение срок, цена, результат, эффект
Положительная оценка: а) общая положительная оценка б) качества личности и характеристики деятельности	удовлетворение, радость, успех, победа добросовестность, ответственность, взаимовыручка, мастерство
Отрицательная оценка: а) общая отрицательная оценка б) нерадивые работники	недостаток, упущение, отставание, опоздание, нарушение, беспорядок, проблема, срыв, брак, невыполнение отстающий, бездельник, прогульщик

Частотной группой существительных советского трудового дискурса являются единицы, номинирующие **органы власти и их деятельность**. Данную группу можно разделить на существительные, обозначающие различные органы власти (*партия, правительство, комиссия, горком*); лексемы, называющие мероприятия, проводимые органами власти (*съезд, пленум*); слова, называющие результаты этих мероприятий (*решение, постановление, призыв, поручение, директива*): *Штодзённае кіраўніцтва, кантроль і дапамога ЦК КПБ(б)Б, СНК БССР, гаркома КПБ(б)Б, унаўнаважанага Камісіі Совецкага кантроля забяспечылі выкананне ў тэрмін гэтага важнейшага задання партыі і ўрада* (Зв, 01.09.35); *Натхненыя гістарычнымі раішэннямі XIX з'езда партыі, хлебаробы ўключыліся ў сацыялістычнае спаборніцтва за вырошчванне ў гэтым годзе высокіх уражанняў сельскагаспадарчых культур* (Зв, 07.04.53); *Претворяя в жизнь исторические решения ЦК КПСС и Советского правительства, выполняя принятые обязательства, колхозы и совхозы Киевской области досрочно выполнили годовой план хлебозаготовок на 100,2 процента* (СБ, 30.07.58); *Поручение партии выполним!* (СБ, 10.01.64); *Рассветовцы с большим энтузиазмом знакомятся сейчас с решениями февральского Пленума ЦК КПСС, выступлением товарища Н. С. Хрущева* (СБ, 18.02.64); *Недавно Центральный Комитет Компартии Белоруссии одобрил повышенные обязательства передовых коллективов республики* (СБ, 14.12.83).

В сталинское время в данной группе присутствуют также слова, обозначающие лидера страны (*вождь, поводырь*): *На заклік правадыра* (СБ, 11.03.42).

В СССР средства массовой коммуникации подчинялись высшему контролю со стороны государственных органов и являлись составной частью других инструментов политической жизни. В. В. Барсукова рассматривает основные элементы партийной идеологии как преконструкты газетной речи, т. е. «заданные смысловые элементы, регулярно воспроизводимые и конкретизируемые в пропагандистских целях» [Барсукова 2011, с. 8]. Идеологические установки представляют собой дискурсообразующий фактор советской публицистики [Там же], определяя структуру, содержание и языковое воплощение газетных текстов. Можно также утверждать, что в текстах анализируемой тематики реализуется интердискурсивность медиакommunikации, которую В. Е. Чернявская определяет как «отсылку не к конкретному тексту (что происходит при интертекстуальности), а к некоторым моделям, по которым построен текст, то есть имеет место диалог дискурсов» [Чернявская 2009, с. 248]. В результате взаимодействия различных типов дискурсов происходит их взаимовлияние и лексическое взаимообогащение [Тужилина 2011, с. 247]. Таким образом, советский политический дискурс выступает для медиадискурса как своеобразная система координат, моделирующая образ публицистического текста.

Еще одна группа субстантивной лексики называет различные трудовые **коллективы** (коллектив, завод, фабрика, колхоз, коллектив, звено, цех, бригада, экипаж, артель, предприятие): Увечары **брыгада** сабралася на першую вытворчую нараду (Зв, 05.09.35); Вытворчыя перамогі **калгасаў** рэспублікі (Зв, 24.09.44); Калгаснікі **сельгасарцелі** «Хваля», натхненыя выдатнымі баявымі поспехамі савецкіх войск, рашылі датэрмінова разлічыцца з дзяржавай (Зв, 27.08.44); Тут створана дзесяць комсамольска-маладзевых **звенняў**, якія ўзначальваюць вопытныя касцы (Зв., 01.08.44); **Цэхі** калектывнай стаханаўскай працы (Зв, 23.05.53); Лідзіруе **экіпаж**, дзе трактарыстам В. Лукашэвіч і камбайнерам І. Самуйловіч (Зв, 01.10.72). Белорусская пресса таким образом выдвигает на первый план ценность сотрудничества и солидарности, подчеркивая, что в советском государстве наилучших результатов можно достичь в процессе совместной деятельности, а социальная идентичность превалирует над личностной [Ерофеева 2010].

Многочисленна и разнообразна в проанализированных статьях и группа существительных, называющих людей по их **профессии, роду деятельности**: Успехи **водников**; Обязательство **спичечников** (СБ, 01.04.39); Стахановцы-сплавщики (СБ, 29.05.39); **Медзеплавільнікі** перавыканалі план 12-ці дзен ліпеня на выплаўцы чарнавой медзі (СБ, 17.07.42); Стаханаўскую вахту нясуць **тэкстыльшчыкі, гарбары, табачнікі, будаўнікі і рабочыя іншых прафесій** (Зв, 29.04.53); С каждым днем растет число тяжеловесных поездов, проведенных жлобинскими **паровозниками** (СБ, 20.07.58); Сябры-**буракаводы, на снаборніцтва** (Зв, 09.01.66). Как видно из приведенных примеров, данные номинации характеризует высокая степень детализации, при этом в подавляющем большинстве случаев речь идет о представителях рабочих профессий и сельскохозяйственных работниках.

Отдельная группа существительных обозначает **лучших работников**. В газетах всего советского периода для их номинирования используются лексемы **передовик** и **ударник**, с 1935 г. до конца 1940-х самой популярной единицей этой группы становится **стахановец**, в 1950-е гг. к ней добавляются слова **рационализатор, изобретатель, новатор**, а в 1980-е – **многостаночник** и субстантивированное прилагательное **правофланговый**: Машины сельскіх **вынаходцаў** (Зв, 13.05.53); Падтрымліваць пачынанні **наватараў** вытворчасці (Зв, 18.01.53); У перадавым калектыве кожны трэці рабрыч – **рацыяналізатар** (Зв, 23.05.53); Рядом с **передовиками** у нас нередко еще трудятся рабочие, которые не выполняют плановые задания (СБ, 06.02.74); Среди **правофланговых** – прорабские участки А. И. Козловского из Брестской ПМК-125 ... (СБ, 25.10.83); В основе успеха – движение **многостаночников**, овладение передовыми приемами труда, техническое переоснащение производства (СБ, 14.12.83); Более 220 **ударников** коммунистического труда работают с перевыполнением сменных заданий (СБ, 07.10.83).

Ударный труд предполагает выполнение больших объемов работы, и газеты советского времени изобилуют материалами, сообщающими об этом. Ключевыми существительными таких статей являются лексемы, обозначающие **единицы измерения времени** (*семилетка, пятилетка, год, квартал, месяц, неделя, день, сутки, смена*) и **результатов труда** (*тонна, штука, гектар, процент, центнер, килограмм*): *Норма Наркамзема для ВППЛ-5 – 50 гектараў за 10 дзен. Ільноцерабільшчыкі Горацкай МТС абавязаліся ва што-б там ні стала добраякасна выканаць гэту норму за 7 дзен* (Зв, 05.07.1935); *Е.Д. Журова – четвертая на фабрике передовая работница, которая справилась с личным планом текущей пятилетки* (СБ, 02.10.83); *Стахановец Хвойницкий выполняет норму на 183 проц., стахановка Левчукова – на 235 проц.* (СБ, 26.11.37); *14 – 15 норм за смену* (СБ, 01.04.39); *Дзве тысячы тон сталі звыш плана далі ў лістападзе сталевары 3-га мартэнаўскага цэха* (СБ, 05.12.42); *Нынче мы решили получить с каждого гектара посевов по 8 центнеров семян и столько же волокна льна-долгунца на площади 9 гектаров* (СБ, 29.07.58).

Официальной формой хозяйствования в Советском Союзе была плановая, или командная, экономика, представляющая собой систему, которую «характеризуют общественная собственность практически на все материальные ресурсы и коллективное принятие экономических решений посредством централизованного экономического планирования. Все крупные решения, касающиеся объема используемых ресурсов, структуры и распределения продукции, организации производства, принимаются центральным плановым органом» [Теплов 2007].

Трудовая деятельность каждого гражданина страны, в свою очередь, детерминировалась нормативами, которые необходимо было выполнить в течение определенного промежутка времени (смены, суток, месяца, года, пятилетки и т.д.). Реализация запланированных показателей получала широкое освещение на страницах прессы, поскольку средства массовой коммуникации «не только передают и интерпретируют актуальную информацию, транслируют мнения, конструируют медиаобразы, но и создают публицистическую картину мира, оказывая значительное влияние на политику, идеологию, культуру и ценностные ориентации социума» [Копылова 2019, с. 3].

Результаты исследования показывают, что ведущими способами экспликации указанного семантического поля являются имена существительные, глаголы и отглагольные существительные, а также некоторые прилагательные и наречия.

Среди субстантивных лексем выражения идеи **плановости** можно выделить слово *задача*, обозначающее целеполагание: *Совецкія жанчыны спраўляюцца з самымі цяжкімі задачкамі* (За большэвіцкія калгасы, 26.12.44); *Теперь перед всем крестьянством стоит важнейшая задача – это восстановить народное хозяйство* (Новая жизнь, 24.05.45); *Працоўныя*

Беларусі накіроўваюць свае намаганні на паспяховае выкананне планаў 1972 года і заданняў дзевятай пяцігодкі, на вырашэнне пастаўленых XXIV з'ездам КП Беларусі **задач** па гаспадарчаму і культурнаму будаўніцтву (Зв, 21.07.72).

Советская пресса подчеркивает добровольный характер выполнения поставленных задач и энтузиазм работников, поэтому одним из распространенных имен существительных в материалах газет является слово **обязательство**: Усе калгасы сельсовета ўзялі **абавязацельства** – да 15 чэрвеня выканаць план лесавывазак (Калгасная праўда, 06.06.36); Труженики индустрии Могилевщины почти вдвое превзошли рубеж, намеченный в **обязательствах** по выпуску дополнительной продукции (СБ, 21.10.83); На нем подведены итоги за минувший год и приняты новые социалистические **обязательства** на 1964 год (СБ, 03.03.64).

Часто используется в печатных медиатекстах и глагольная лексема **обязаться**: Калгаснікі і механізатары **абавязваюцца** ў бягучым годзе забяспечыць рашучае павышэнне ўраджайнасці ўсіх культур (За Радзіму!, 08.01.54); Я **абавязаўся** пры выдатнай якасці работы выконваць норму не ніжэй чым на 250 працэнтаў (Зв, 13.05.53).

Еще одна частотная в белорусской прессе советского периода группа существительных обозначает программу по достижению запланированной цели. В нее входят лексемы **график**, **план**, **задание**, **норма**, **программа**: Этот завод майскую **программу** по выработке кирпича выполнил на 103,6 процента и с каждым днем повышает темпы выработки кирпича в июне (ГрП, 08.06.45); **План** озимого сева по области выполнен полностью (ГрП, 18.11.44); Даручыць Наркамзему ў адпаведнасці з гэтай пастановай удаस्कанаціць **заданьні** для раёнаў, а раёнам там, дзе **заданьні** ўжо даведзены, удаस्कанаціць для сельсаветаў, калгасаў, савгасаў, МТС (Віцебскі пралетары, 03.02.33); Так трактарыстка Даманавіцкай МТС Захарэнка Ольга, працуючы на трактары перавыканала сваю **норму** ў 2 разы (За большэвіцкія калгасы, 26.12.44); С опережением **графика** выполняют трехмесячник механизаторы колхоза «Заветы Ленина» (СБ, 06.02.74).

Газеты обычно приводили примеры того, как работники успешно справляются с заданиями и перевыполняют запланированные нормы, поэтому в материале исследования существительное **план** часто сочетается с предлогом **сверх** (сочетание **сверх плана**), распространено также образованное от этого сочетания прилагательное **сверхплановый**: Насеньня зерновых культур ссыпана на 30 цнт. **звыш плану** (Сьцяг калектывізацыі, 24.03.32); Более чем на два миллиона рублей **сверхплановой** продукции выпустил с начала года коллектив Светлогорского целлюлозно-бумажного завода им. 60-летия Компартии Белоруссии (СБ, 07.10.83); Дзвесце пяцьдзсят тон **звышпанавай** пражы запісала на свой рахунак з пачатку пяцігодкі брыгада камуніста Г.А. Казубавай (Зв, 18.10.72).

Аналогичное значение выражает в газетном дискурсе и наречие *дополнительно*: *З такой колькасці сыравіны дадаткова выраблена каля 500 тысяч метраў тэхнічных тканін* (Зв, 18.10.72); *Сельмашаўцы поўныя рашучасці за кошт сэканомленага металу выпусціць у 1966 годзе дадаткава да плана некалькі дзесяткаў трактарных прычэпаў і камбайнаў* (Зв, 08.01.66).

Перевыполнение планов также нередко предполагает завершение работы раньше запланированных сроков. Данная идея выражается в проанализированных статьях с помощью прилагательного *досрочный* и наречия *досрочно*: *Наш калгас хутка і добраякасна правёў уборку ўраджаю, датэрмінова выканаў дзяржаўны план хлебапаставак і здаў у фонд Чырвонай Арміі звыш 150 пудоў лепшага зярна* (За соцыялістычную Радзіму, 06.10.44); *Калектыў датэрмінова завяршае вытворчыя заданні другога года пяцілеткі* (Зв, 21.12.72).

В советской прессе плановость всегда маркируется положительной оценочностью, связанной с выполнимостью указанных в нормативах и графиках объемов работы, поэтому в проанализированных статьях указанные существительные обычно сочетаются с глаголами *завершить* и *выполнить*, имеющими семантику завершения, а также с глаголом *перевыполнить*, который в течение нескольких десятилетий был одним из самых популярных лозунговых слов как политического, так и медиадискурса страны: *Вытворчы план на выпуску прадукцыі цэх у студзені месяцы гэтага года выканаў на 102,1 працэнта, а ў лютым – на 132 працэнт;* *Значна перавыконваюць нормы выпрацоўкі сартыроўшчыцы Еўдакія Крупская і Рахіля Макарава* (Чырвоны барацьбіт, 07.03.54); *Азнаёміўшыся з гістарычным дакументам, калгаснікі адзінадушна заявілі аб сваёй гатоўнасці з чэсцю выканаць задачы, пастаўленыя партыяй перад калгасным сялянствам* (Ленінскі прызыў, 30.06.54); *Учора калектыў кампрэсарна-зборачнага цэха завода «Механаліт» першым на прадпрыемстве завяршыў пяцімесячнае заданне* (Зв, 23.05.53).

В материале исследования часто встречаются и образованные от этих слов отглагольные существительные *выполнение* и *перевыполнение*, а также существительное *превышение*: *За выкананне пастановы Пленума мы павінны змагацца рашуча і настойліва* (Зв, 14.06.66); *Рыхтуючыся дастойна сустрэць дзень выбараў у мясцовыя Саветы, калектыў гомельскага шклозавода імя Сталіна паспяхова змагаецца за выкананне і перавыкананне плана* (Зв, 27.01.53); *Поставка удобрений и химических средств защиты растений селу идет в соответствии с планом, даже с некоторым превышением его* (СБ, 24.06.64).

В белорусских газетах также подчеркивается *стремление к увеличению эффективности труда*, для чего необходимо искать дополнительные ресурсы. Данная идея акцентируется с помощью имен существительных *резервы*, *ресурсы*, *возможности*: *Нашы магчымасці невычарпальны* (Зв, 01.09.35); *Используем внутренние резервы* (СБ, 29.07.58); *Где нашли передовики глубинные резервы, позволившие им обогнать время?* (СБ, 14.12.83).

Советский медиадискурс подчеркивает добровольный характер повышенных обязательств и перевыполнения плановых показателей, а также **энтузиазм** и творческое вдохновение исполнителей. Данные идеи выражают имена существительные *воодушевление, почин, поход, энтузиазм, инициатива, начинание, подъем, азарт, порыв, обязательство, стремление, вдохновение*: *Радасныя весткі аб усе растучым творчым энтузіазме на савецкіх фабрыках і заводах...* (СБ, 07.10.41); *Расце ініцыятыва рабочых* (Зв, 05.03.53); *Патрыятычны ўздым* (Зв, 29.04.53); *Падтрымліваць пачынанні* наватараў вытворчасці (Зв, 18.01.53); *Зберагчы 500 тон чорных і каляровых металаў у гэтым годзе – такое абавязацельства прыняў калектыў магілёўскага завода «Строммашына» ў адказ на пачын маскврычоў і ленінградцаў* (Зв, 09.01.66); *У паходзе трактарабудаўнікі* (Зв, 08.01.66); *Встречающимся трудностям противопоставляется единый порыв творческого поиска и неутомимой энергии* (СБ, 24.05.64); *З такім жа патрыятычным імкненнем выконвае першую запаведзь калектыў саўгаса «Стрэлічава»* (Зв, 15.08.72); *Нарастае працоўны напал* (Зв, 07.12.72); *Их трудовой азарт невольно захватывал, хотелось стать такой же быстрой, умелой* (СБ, 02.11.83).

Примечательна семантика лексемы *поход*, которая используется в текстах трудовой тематики начиная с 1960-х гг. В словаре отмечены следующие ее значения: 1. Передвижение войск или флота с какой-н. целью; 2. Массовая организованная прогулка с определенной целью; 3. Военные действия против кого-н.; 4. *перен.* Организованное выступление, действия против кого-чего-н. или для борьбы за что-н. [Ожегов 2009, с. 854]. На наш взгляд, в советском трудовом дискурсе существительное *поход* приобретает новое значение, вытекающее из четвертого указанного выше словарного значения, 'организованная трудовая деятельность коллектива по достижению заранее запланированной цели': *У спаборніцтва калгасных брыгад, трактарных атрадаў, у паход імя таварыша Гікало за лён, за соцыялістычную жывёлагадоўлю павінны быць уцягнуты новыя тысячы людзей соцыялістычнай вёскі* (Зв, 08.07.35).

Энтузиазм работников выражается и в проявлении инициативы участия в социалистическом соревновании. Данное понятие можно во многом считать ключевой идеей, определяющей смысл трудовой деятельности советских граждан. Поэтому существительное *соревнование* и сочетание *социалистическое соревнование* относятся к самым частотным лексическим единицам в материале исследования: *Условия социалистического соревнования у нас четкие* (СБ, 27.04.74). Часто лексема *соревнование* сочетается с предлогом *за*: *Поспехі калектыву ў рэспубліканскім спаборніцтвы за забеспячэнне своєчасовай перапрацоўкі малака і перавыкананне планаў вытворчасці прадукцыі ў зімовы перыяд...* (Зв, 12.09.86).

В разные годы пресса призывает советских людей включиться в социалистическое соревнование за: успешное выполнение принятых обязательств; увеличение производства сельскохозяйственных продуктов; увеличение выпуска высококачественных товаров народного потребления; досрочное выполнение плановых заданий; достойную встречу 50-летия образования БССР (66-й годовщины Великого Октября, 40-летия освобождения Белоруссии от немецко-фашистских захватчиков) и т.д. Таким образом, поводом для объявления участия в соцсоревновании в БССР могли послужить любые государственные праздники, а также обозначенные партией и правительством приоритетные экономические задачи.

Кроме того, весьма популярно в прессе 1970-80-х гг. сочетание *победитель социалистического соревнования* как обозначение лучших работников: *Напрыклад, Валянціна Кісель выходзіла пераможцай сацыялістычнага спаборніцтва ...* (Зв, 11.07.86).

С 1950-х гг. в материалах печатных изданий начинает акцентироваться идея **непрерывности**, которую эксплицируют субстантивные лексемы *ритм, ритмичность, пульс, темп, вахта*: *На вахце – жывелаводы* (Зв, 19.02.66); *Вагонники дали слово при любой погоде держать высокий темп в труде* (СБ, 03.03.64); *На предмайской трудовой вахте* (СБ, 17.04.64); *Рытм жніва* (Зв, 09.08.72); *Это помогло сохранить высокую ритмичность «первичек», дающих полуфабрикаты для установок дальнейшей очистки* (СБ, 04.12.83).

В советском трудовом дискурсе наблюдается модификация семантики существительного *вахта*, имеющего следующие словарные значения: 1. Во флоте: дежурство, а также смена, несущая такое дежурство; 2. Место, помещение для вахтеров; 3. Человек или группа лиц, работающих посменно [Ожегов 2009, с. 114]. В материале исследования данная лексема используется в значении ‘непрерывная самоотверженная работа, которую обеспечивает трудовой коллектив’.

В прессе также акцентируется значимость движения вперед, изменения, прогресса. Для этого публикуется множество статей, в которых повествуется о результатах труда и успешности деятельности в терминах увеличения, ускорения, расширения, улучшения и т.д. В них встречается большое количество существительных, обладающих семантикой **изменения качества** (*увеличение, уменьшение, сокращение, расширение, снижение, улучшение, ускорение, рост, прирост, усовершенствование, прибавление, интенсификация, укрепление*): *Рост самалетабудаўніцтва* (СБ, 09.07.42); *Мы ведаем, што ад нашай працы, ад павелічэння выпуску зброі залежыць поспех разгрому Гітлера* (СБ, 01.05.42); *Рабочыя цэха ўносяць значны ўклад у справу ўдасканалення тэхналогіі* (Зв, 05.03.53); *Работа на расшырэнню пасеўных плошчаў за кошт тарфянікаў прадаўжаецца* (Зв, 14.06.53); *Собрание наметило меры, направленные на улучшение руководства социалистическим*

соревнованием... (СБ, 27.07.58); *Сярэднясутачнае прыбаўленне ў вазе цяляці складае 600 – 700 грамаў* (Зв, 18.02.66); *За поспехі, дасягнутыя ў павышэнні ўраджайнасці, павелічэнні вытворчасці і нарыхтовак цукровых буракоў, Прэзідыум Вярхоўнага Савета СССР Указам ад 31 снежня 1965 года ўзнагародзіў ордэнамі і медалямі СССР вялікую групу перадавікоў буракаводства раду саюзных рэспублік* (Зв, 04.01.66); *Выступившие на совещании ... рассказали о конкретных мероприятиях по дальнейшей интенсификации сельскохозяйственного производства* (СБ, 03.03.64); *І сёлета тут імкнуцца да паскарэння вытворчасці прадукцыі* (Зв, 12.09.86); *Укрепление кормовой базы позволило хозяйству досрочно выполнить план трех лет пятилетки по продаже молока и мяса* (СБ, 02.12.83).

Как видно из приведенных примеров, абстрактные существительные с семантикой увеличения (*повышение, расширение* и т.п.) обычно обладают положительной оценочностью в контексте газетных материалов. Кроме того, позитивное значение имеют и слова «уменьшения» (*сокращение, понижение* и т.п.), если они сочетаются с лексемами, называющими явления, для которых желательны низкие показатели (*себестоимость, сроки* и др.): *Барацьба за якасць прадукцыі, зніжэнне сабекошту, барацьба за няўхільны рост унутрыпрамысловых назапленняў, – усё гэта стаіць, як усеабдымная рашаючая праблема для кожнага прадпрыемства, для ўсіх галін прамысловасці* (Зв, 04.07.35); *Одно из них – сокращение сроков ремонта оборудования* (СБ, 04.12.83). В негативных контекстах существительные данной группы в проанализированных статьях практически не используются.

Все существительные изменения качества – абстрактные отглагольные единицы, представляющие собой трансформированные глагольные высказывания, в которых нейтрализуется большинство признаков глагола. Ю. Д. Апресян называет такой способ образования новых слов синтаксической деривацией, при которой производное слово отличается от производящего не лексическим значением, а только своими синтаксическими свойствами [Апресян 1995, с. 164]. В результате такой транспозиции глаголов в разряд существительных наблюдается семантическая компрессия и элиминирование части глагольного значения, например, устраняются грамматические свойства времени, наклонения, залога, вида и т.п. [Кубрякова 2008, с. 67], то есть выражаемый глагольным словом признак осмысливается как нечто отдельное, отвлеченное, не связанное со своим носителем. Представитель французской школы анализа дискурса П. Серио выделил «номинализацию», т. е. обилие в тексте отглагольных существительных, в качестве яркой особенности советского политического дискурса. Из-за регулярного использования номинализированных слов и сочетаний вместо глаголов все процессы, о которых сообщается в тексте, обезличиваются, что ведет к значительной двусмысленности и неопределенности дискурса и позволяет субъекту снять с себя ответственность за происходящее [Серио 1999(6)].

Отглагольные существительные обычно относят к классу абстрактных имен существительных, но Л. О. Чернейко считает, что субстантивы, образованные в результате синтаксической деривации от признаков слов (прилагательных и глаголов), составляют отдельную группу, которую следует выделять наряду с конкретными и абстрактными именами, – отвлеченные имена существительные [Чернейко 2010]. В результате транспозиции «свойство в отвлеченном имени освобождается от его конкретного носителя, а действие от его исполнителя, однако субъектную валентность имя сохраняет» [Там же, с. 50]. Храня в своей смысловой структуре характеристики процессуальности глагола, от которого оно было образовано, производное существительное «обладает способностью номинализировать предыдущее высказывание» [Кубрякова 2008, с.108], в сжатом виде содержит его семантику.

Отметим, что материал исследования изобилует и глагольной лексикой, выражающей идею изменения качества. Ведущая функция глагольной лексики заключается в отражении связей и отношений объективной действительности [Бондарко 2005]. Как пишет А. А. Уфимцева, семантика глагольного слова является комплексной, поскольку «она отображает не законченное, полное понятие о классе предметов, как это имеет место в предметных именах, а минимальные дискретные “кусочки действительности”, приближающиеся к элементарным ситуациям и событиям [Уфимцева 2002, с. 137–138].

В проанализированных публикациях часто встречаются такие глаголы изменения качества, как *расти/вырасти/возрасти, увеличить(ся), умножить/множиться, прибавить(ся), расширить(ся), повысить(ся), углубить(ся), улучшить(ся), усовершенствовать(ся), снизить(ся), сократить(ся)*. Данная группа делится на две неравные части – большинство глагольных лексем имеют семантику «улучшения», «увеличения», меньшая часть обозначает «снижение», «уменьшение»: *В течение минувшей зимы мы резко **увеличили** производство навоза* (СБ, 07.04.74); *Сёлета якась малака значна **палепшылася*** (Зв, 06.01.66); *Калектыў заводу «Гомсельмаш» імя Л. М. Кагановіча ўкараняе новую тэхніку, **удасканальвае** тэхналагічныя працэсы* (Зв, 21.03.53); ***Множатся** трудовые успехи* (СБ, 21.11.58); *Больш чым у тры разы **прыбавілася** сена* (Зв, 02.08.86); *Внедрив новую технологию окраски, маляры предложили на 20 процентов **сократить** расход зеленой эмали на каждый пассажирский вагон, **снизить** нормы расхода других красок* (СБ, 29.01.64); *Вызначаны праўленнем план уборкі каласавых за 11 дзён, брыгадзір Карась мяркуе значна **скараціць*** (Зв, 03.08.35); ***Скарачаецца** працаёмкасць вырабу машын* (Зв, 21.03.53).

Среди глаголов изменения качества в проанализированных газетных материалах можно выделить слова, обладающие пространственной семантикой, то есть отражающие ориентационные метафоры «верх – низ»,

«широкий – узкий», «глубокий – мелкий» и т. д. [Лакофф 2004, с. 35]: У новым годзе калектыву нашай фабрыкі трэба **расшырыць** і абнавіць асартымент вырабаў (Зв, 04.01.66); С каждым годом **ширится** фронт подготовительных работ на строительстве первенца нефтяной промышленности Белорусской ССР (СБ, 02.10.58); Прадукцыйнасць працы расце, **павышаецца** ўраджайнасць палёў, **зніжаецца** сабекошт прадукцыі (Зв, 03.07.35).

Преобладающие в группе глагольных лексем изменения качества слова «увеличения» часто сочетаются с именами существительными, называющими результаты трудовой деятельности в конкретной отрасли (посевы, ассортимент, урожайность, сено, надои): Более чем на 6 тысяч гектаров **решили расширить посевы** картофеля хозяйства области (СБ, 04.03.64); На 83 кг **возросли надои** от каждой коровы и составили 291 кг (СБ, 21.02.74).

Они также используются вместе с абстрактными существительными (производительность труда, качество продукции, выпуск, механизация, процессы): Из года в год **увеличивает выпуск** продукции коллектив Сморгонского лесозавода (СБ, 01.10.58); На примере родного завода они показали, как с каждым годом **растет производство, расширяется механизация** трудоемких процессов, **повышается производительность труда** (СБ, 21.11.58). Такие словосочетания, как *повышение производительности труда* и *улучшение качества продукции*, на протяжении нескольких десятилетий использовались в советской прессе как устойчивые клишированные идеологически маркированные единицы.

Очевидно, что глагольная лексика «увеличения» являлась в медиадискурсе советского времени средством не только обозначения количественных изменений, но и индуцирования положительной оценки. В большинстве контекстов слова *увеличиться, расшириться, вырасти* и т.д. используются в значении ‘улучшиться’.

Глаголы, обозначающие «снижение», «уменьшение», в материале исследования в подавляющем большинстве контекстов употребляются вместе с именами существительными, называющими различные ресурсы, необходимые для выполнения той или иной работы, – себестоимость, расход материалов, сроки выполнения, трудоемкость: З пачатку пятай сталінскай пяцігодкі калектыву завода амаль напалавіну **скараціў працаёмкасць** вырабу сельскагаспадарчых машын (Зв, 21.03.53); Яны вырашылі **знізіць** зацверджаную на 1966 год **норму расходу** пракату чорных металаў на трактар (Зв, 08.01.66); Мы считаем своим долгом не только выполнить обязательство – **вырастить в среднем на гектаре 180 центнеров картофеля, но и снизить его себестоимость** (СБ, 27.04.74). Таким образом, глаголы «уменьшения» также служат средством создания позитивной оценочности,

поскольку с их помощью журналисты рассказывают об успешных примерах экономии и бережливости, которые, в свою очередь, призваны улучшить результаты трудовой деятельности.

Отглагольные существительные, обозначающие изменение качества, демонстрируют такую же сочетаемость в материале исследования, как и глаголы, от которых они были образованы: *Успех достигнут благодаря **усовершенствованию** технологии содержания, **улучшению** породности птицы, внедрению опыта передовых предприятий республики* (СБ, 18.06.74); *Дальнейшее **углубление** специализации предусматривается по предприятиям станкостроительной промышленности* (СБ, 20.11.58); *У прамысловасці рэспублікі усё большая колькасць прадпрыемстваў забяспечвае **прырост** прадукцыі выключна за кошт **росту** прадукцыйнасці працы* (Зв, 23.08.86); ***Павышэнне** прадукцыйнасці працы і **паляпшэнне** якасці выпускаемай прадукцыі, механізацыя ручных аперацый і **паляпшэнне** ўмоў работы – у полі зроку наватараў* (Зв, 23.08.86); *Пад яго непасрэдным кіраўніцтвам ідзе ажыццяўленне планаў **паскарэння*** (Зв, 12.07.86).

Как показывают результаты исследования, несмотря на то, что классы глаголов и отглагольных существительных, обозначающих изменение качества, представлены в статьях на трудовую тематику разнообразными единицами, в большинстве случаев в контексте они фактически используются для выражения общей положительной оценки. Из их семантики «выветриваются» многие дескриптивные компоненты, не связанные с эксплицированием аксиологического модуса. Таким образом, лексика изменения качества употребляется в печатном медиадискурсе советского периода преимущественно как средство индуцирования и активизации оценочных смыслов для создания позитивного образа труда в советской прессе.

Частотной в материале исследования является и группа отглагольных существительных, указывающих на **содержание трудовой деятельности** людей конкретных профессий (*уборка, выпуск, реализация, отгрузка, заготовка, производство, изготовление, обработка, внедрение, проведение и т. д.*). В белорусских советских газетах эти лексемы обычно сочетаются с существительными в форме родительного падежа, которые П. Серио также считает одной из констант советского политического дискурса [Серио 1999(б), с. 339]: *І тут Анісім Іванавіч раскажаў, як іх ферма ў гэтым годзе, як ніколі змаглася за **вырошчванне маладняка*** (Зв, 21.08.35); *Начат **выпуск** мягкой мебели на пружинах непрерывного плетения* (СБ, 01.10.58); *На ўборцы «другога хлеба» самаддана працавалі не толькі механізатары* (Зв, 01.10.72); *З планам па **нарыхтоўцы сена** справіліся пасяхова* (Зв, 12.09.86); *Экономический эффект от **внедрения новинки** составил 430 рублей* (СБ, 04.12.83).

Отдельно среди отглагольных существительных можно выделить лексемы, имеющие семантику **завершения** (*выполнение, завершение, окончание*): *Хлебаробы робяць усё для таго, каб побач з пасяховым **завяршэннем** сяўбы*

азімых, нарыхтоўкай кармоў для грамадскага статку хутчэй убраць бульбу, выканаць два плана продажу клубняў дзяржаве (Зв, 15.09.72); *На предприятии много внимания уделяют **выполнению** планов производства по ассортименту и качеству продукции* (СБ, 07.10.83). Данные единицы преимущественно используются для того, чтобы указать на достижение запланированных показателей.

Важная группа субстантивных слов трудового медиадискурса – это абстрактные существительные, номинирующие идеологически маркированные **характеристики и результаты трудовой деятельности**, представляющие собой, в терминологии Т.В. Шмелевой, ключевые слова текущего момента (КСТМ). Как пишет исследователь, «каждый текущий момент выдвигает в центр общественного сознания фрагмент словаря, заключающий в себе понятия наиболее значимые, обсуждаемые повсеместно» [Шмелева 1993, с. 33]. В советском государстве «язык каждого нового текущего момента задавался “сверху”, что делало его в известной степени сакрализированным и практически исключало обсуждение, анализ, критику» [Там же].

В разные десятилетия в фокусе внимания прессы находятся такие обсуждаемые на партийных съездах и пленумах понятия, как эффективность, экономия, бережливость, производительность, продуктивность, качество продукции, перевыполнение планов и т.д., а соответствующие им абстрактные существительные регулярно используются в заголовках и текстах советских газет. В материале исследования в качестве КСТМ 1950-х гг. можно выделить слова и сочетания *производительность труда, перевыполнение планов и экономия*; 60-х гг. – *высокая выработка, химическая промышленность, скоростной (поточный) метод, производительность труда, мелиорация*; 1970-х гг. – *эффективность производства, высокие показатели, перевыполнение планов*; 1980-х гг. – *бригадный/коллективный подряд, ускорение производства, техническое переоснащение производства, экономия и бережливость, производительность, продуктивность труда, качество*: *Включившись в социалистическое соревнование за достойную встречу 40-летия БССР, овощеводы активно борются за **перевыполнение плана*** (СБ, 02.10.53); *За **перавыкананне дзяржаўных заданняў** па вырошчванню ільну многія ільнаводы атрымалі дадатковую аплату* (Зв, 06.03.53); *Высокай **прадукцыйнасці** працы дасягнулі ў гэтыя дні многія механізатары Ружанскага і Брэсцкага раёнаў* (Зв, 07.04.53); *Стаханаўскія метады **эканоміі** металу* (Зв, 13.05.53); *Высокай **выпрацоўкі** дабіваюцца ў гэтыя дні трактарысты Уладзімір Дубовік і Мікалай Баршчэўскі* (Зв, 22.02.66); *Главная задача, поставленная перед нами партией, всемерно **повышают эффективность производства*** (СБ, 06.02.74); *Свеклу в хозяйстве по праву считают надежным подспорьем в борьбе за **продуктив-***

ность ферм (СБ, 02.12.83); Днем наивысшей **производительности труда**, отличного **качества продукции** стал субботник для многотысячного коллектива Пинского производственного прядильно-трикотажного объединения (СБ, 16.10.83)

Часто встречаются в материалах прессы в течение всего анализируемого периода и другие абстрактные существительные, которые относятся к характеристикам и результатам трудовой деятельности (**срок, цена, результат, качество, эффект**): *Будаўніцтва цеплаходаў будзе арганізавана паточным метадам, што значна скароціць **тэрміны** іх зборкі, падзешавіць **кошт*** (Зв, 09.01.66); *Лучших **результатов** в соревновании добились работники смены старшего осмотрика т. Сапача* (СБ, 03.03.64).

Еще одна группа субстантивной лексики, регулярно встречающейся в белорусских газетных статьях на тему труда, – это слова, выражающие **положительную оценку** (**удовлетворение, радость, успех, победа, внимание, забота**): *Об **успехах** своего звена в выращивании льна и кукурузы рассказала комсомолка сельхозартели «Перемога» т. Зайцева* (СБ, 29.07.58); *Центральный Комитет КПСС и Совет Министров СССР горячо поздравили строителей, монтажников, эксплуатационников с большой трудовой **победой** – вводом в действие последних агрегатов на Братской электростанции* (СБ, 16.01.64); *С огромным **удовлетворением** встречено здесь решение сентябрьского Пленума ЦК КПСС о созыве XXI съезда партии* (СБ, 01.10.58); *Рабочья карыстаюцца **ўвагай і клопатамі** дырэктара соўгаса* (Зв, 03.07.35).

Отдельно в группе позитивнооценочных существительных выделяются лексемы, относящиеся к **качествам личности и характеристикам деятельности** (**добросовестность, ответственность, взаимовыручка, мастерство**). Данные единицы подчеркивают качества, которые желательно проявлять при выполнении трудовой деятельности: *Эти путевки повысили **ответственность** людей за качество ремонта и осмотра подвижного состава* (СБ, 03.03.64); *Высокая **сознательность и дисциплина**, постоянный творческий поиск, товарищеская **взаимопомощь** – вот микроклимат каждой рабочей смены* (СБ, 03.01.74); *Атмасфера сяброўскай **узаемадапамогі**, высокае прафесійнае **майстэрства** працуючых на ўчастку дазволілі калектыву неаднаразова выходзіць у лік лепшых у сацыялістычным спаборніцтве* (Зв, 23.08.86).

Присутствуют в материале исследования и статьи, описывающие неудовлетворительную работу. Их максимальная концентрация наблюдается в белорусских газетах в 1930-гг., в один из периодов наиболее высокого уровня агрессивности прессы в стране, в последующие десятилетия количество негативных статей о трудовой деятельности в проанализированных изданиях незначительно. В данных материалах описываются такие отрица-

тельные явления, как невыполнение плановых показателей, нарушения трудовой дисциплины, проблемы в организации работы конкретных предприятий и т.п. Самыми распространенными именами существительными в этих текстах являются абстрактные слова *недостаток, упущение, отставание, опоздание, нарушение, непорядок, проблема, срыв, брак, невыполнение, невыполнение*: *Невыкананьне прамфінпляну ў прамысловасці БССР выклікае сур'езную трывогу ў радох рабочае клясы Заходняй Беларусі* (Зв, 06.04.30); *Да выпуску запасных частак да трактароў і трактарных плугоў Віцебскі завод «Чырвоны металіст» з-за адсутнасці сырцу прыступіў з вялікім спазненнем* (Зв, 09.02 34); *Недахопы ў рабоце прамысловасці – ёсць перш за ўсё рэзультат прабелаў у выхаванні кадраў* (Зв, 04.07.35); *Непарадкі ў сталовай* (Зв, 06.06.53); *Толькі за май пушчана ў брак 7,316 кілаграмаў металу* (Зв, 16.06.53); *А вот в сельскохозяйственном производстве больше упущений, чем успехов; Анализировались факты нарушения дисциплины труда* (СБ, 04.12.83); *За ўвесь час яе існавання не было ніводнага выпадку парушэння працоўнай дысцыпліны* (Зв, 11.07.86); *Зрывы ў выкананні планавых заданняў дапусцілі: Пінскі завод кавальска-прэсавых аўтаматычных ліній...* (Зв, 23.08.86).

Для обозначения работников, плохо выполняющих порученные задания, обычно используются существительные *прогульщик* и *бездельник*, а также субстантивированное прилагательное *отстающий*: *На откормочном пункте кормятся бездельники-заготовители, а свиньи голодают; Прогульщик позорит почетное пролетарское звание* (Рабочий (СБ), 19.11.32); *Здесь воплощены принципы и «Рабочей эстафеты», и движений «Работать без отстающих», «Качеству – рабочую гарантию»* (СБ, 02.10.83).

Таким образом, статьи с тематикой труда представляют собой яркий пример реализации категории солидарности в медиадискурсе, поскольку его важнейшими функциями выступает объединение аудитории и ее мобилизация на ударную работу и трудовые подвиги.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о высокой степени интердискурсивности белорусской советской прессы, ее тесной связи с политическим дискурсом: как смысловая структура текстов, так и их конкретное языковое наполнение оказываются во многом детерминированными решениями и постановлениями партийных съездов и пленумов. В семантике частотных субстантивных лексем печатного трудового дискурса объективируются базовые ценности и идеологические смыслы советской эпохи: трудовой энтузиазм и самопожертвование, коллективизм, участие властных органов во всех сферах жизни людей, признание рабочих профессий наиболее почетными в стране, плановость экономики.

3.4. Конструирование социальной идентичности в белорусской прессе советского периода

3.4.1. Идентичность: подходы к определению, типы, функции, структура

Коммуникативное пространство газет как особая ареально ограниченная среда, в которой осуществляется информационное взаимодействие и где отражаются разнообразные институциональные отношения, складывающиеся между жителями определенной местности, региона или страны [Лавицкий 2015, с. 3], является важнейшим способом конструирования социальных идентичностей посредством формирования образа адресата медиатекста.

В основе идентичности лежит понятие принадлежности, лояльности группе, признания субъектом той или иной группы как «своей» и отграничение от группы «чужих», а ее важнейшей характеристикой является социальная обусловленность. Поэтому не удивительно, что идентичность часто подвергается манипулированию и конструированию в дискурсе СМИ.

Феномен идентичности рассматривается различными гуманитарными науками и имеет множество трактовок. Э. Эриксон, который ввел указанное понятие в научный обиход, определяет идентичность как интеграцию переживаний человеком своей неразрывной связи и отождествления себя с теми или иными социальными группами [Эриксон 1996]. Во многих дефинициях идентичности подчеркивается, что, с одной стороны, она нацелена на формирование социально обусловленных представлений индивидов о своем «я» [Малинова 2005, с. 9], с другой стороны, предполагает «чувство принадлежности к какой-либо структуре, социальной группе, осознание человеком того, что он является частью этой структуры и занимает в ней определенное положение» [Денисюк 2013, с. 86], непрерывное отождествление себя с определенными группами, общностями, ценностями [Кривошеев 2005, с. 62].

Идентичность представляет собой «результат социопсихологического эмоционально-рационального когнитивного процесса, протекающего в конкретном социокультурном контексте и коммуникативных условиях при (сознательной) рефлексии, осуществляемой субъектом идентичности в любом акте познания и коммуникации» [Гришаева 2007, 180]. Критический дискурс-анализ рассматривает идентичность как социальный, культурный, политический и лингвистический феномен, возникающий в процессе взаимоотношений человека с другими людьми и социальными структурами, который поддается конструированию и корректировке [Матисон 2013, с. 93].

В работах ученых идентичность предстает как сложное многоаспектное образование. Так, Р. Брубейкер рассматривает данное явление как сочетание идентификации, категоризации, самопонимания, социальной локализации, общности и связанности [Брубейкер 2012, с. 127]. Э. Эриксон пишет о трех уровнях идентичности: индивидуальном, личностном и социальном [Эриксон 1996, с. 58–59].

Типологизация идентичности носит разветвленный характер – исследователи выделяют этническую, конфессиональную, профессиональную, гендерную, политическую, гражданскую, сексуальную, партийную и другие виды идентичности. Поскольку каждый человек одновременно участвует в разнообразных типах социальных отношений и является членом нескольких социальных групп, «идентичность в современных обществах носит множественный характер» [Гофман 2010, с. 250], т.е. можно говорить о взаимодействии и сочетании различных идентичностей относительно любого индивида. Выдвижение на первый план того или иного типа идентичности в средствах массовой коммуникации оказывается обусловленным общественно-политической и социокультурной ситуацией, а также идеологическими установками в социуме в конкретный исторический период.

Исследователи включают в структуру идентичности следующие основные компоненты:

1) когнитивный компонент – знания и представления о принадлежности к определенному типу группы, иными словами, сознательная самоидентификация;

2) эмоциональный (аффективный) компонент как эмоциональное переживание принадлежности человека к определенному сообществу;

3) ценностный компонент – положительное или отрицательное отношение к факту принадлежности, осознание значимости определенной группы в социуме и ее связи с ценностями общества;

4) поведенческий (регуляторный) компонент, включающий формы социальной репрезентации идентичности, то есть способы поведения и конкретные практики как средства проявления себя как члена определенного общества [Головнева 2013; Копытин 2014, с. 321; Tajfel 1981].

Неотъемлемой характеристикой идентичности является ее социальная обусловленность. Современные исследователи трактуют идентичность как продукт социальной деятельности, результат взаимодействия людей [Малинова 2005, с. 9; Мид 1994; Тория 2019, с. 16; Филиппова 2010, с. 9; Demker 2008; Utzinger 2009, p. 51]. Еще одна ведущая черта идентичности – ее процессуальный характер. Она описывается не как статичное образование с заранее заданными свойствами, а как сознательный выбор людей в результате их активного понимания себя. При такой интерпретации идентичности на первый план выходит идея ведущей роли дискурса в процессе ее построения и целенаправленного конструирования [Curticapean 2016, p. 11–12]: «идентичность – это нечто такое, что может выбираться, что может быть сконструировано и чем можно манипулировать» [Головнева 2013, с. 43].

Ведущими функциями идентичности выступают функция защиты (обеспечения чувства стабильности и безопасности); функции самореализации и самоактуализации личности в социально значимых видах деятельности; реализация потребности в общении и обеспечение аффилиативной

потребности в принадлежности к группе; создание основных смыслов человеческого существования и формирование системы социально значимых личных качеств; функции интеграции внутри группы и дифференциации от субъектов, не входящих в социальную группу; мобилизация социальных групп на защиту своих интересов [Гофман 2010, с. 250; Головнева 2013, с. 42; Денисюк 2013, с. 86; Ефименко 2013, с. 251–252; Козин 2012, с. 4; Utzinger 2009, p. 107]. Политика идентичности используется государством для создания поля социальных коммуникаций, консолидации нации и государства, культивирования всех форм социальной лояльности в обществе и мобилизации граждан на определенные коллективные действия [Малинова 2005, с. 18; Семененко 2011; Филиппова 2010, с. 47].

Коллективная идентичность членов любого социума как «комплекс представлений, на которых выстраивается согласованная мотивация индивидуального и группового поведения» [Семененко 2011, с. 6], является одним из важнейших факторов его развития, его скрепой. Коллективная социальная идентичность, связанная с осознанием гражданами своего места в различных сферах общества, с социальными отношениями и институтами, подвергается непрерывному процессу конструирования со стороны государства и различных групп интересов. Она нередко становится средством государственной консолидации и мощным механизмом мобилизации населения: «чтобы побудить людей к коллективным действиям, важно заставить их воспринимать себя как группу, сплоченную общими интересами и противостоящую другим группам» [Малинова 2005, с. 18–19].

3.4.2. Профессиональная идентичность в прессе советского периода

Концептуализация и категоризация мира – два наиболее важных когнитивных процесса, влияющих на представление о формировании мира. Ядром языковой картины мира, преломляющей и интерпретирующей реальность, является человек, поэтому обозначение человека занимает важное место в системе любого языка: «язык, будучи продуктом человеческого мышления и познания, в свою очередь, направлен на отражение объективной реальности, а потому содержит опосредованные результаты познания человеком окружающего мира, в частности, знания о самом человеке» [Катермина 2005, с. 1].

Средства представления образа человека в языке формируют разветвленную систему наименований лиц, имеющую социально ориентированную основу и включающую номинации людей, принадлежащих к различным социальным группам. Доминирующими подгруппами являются номинации лиц, в основе которых лежат родственные связи, профессии и занятия, личные и социальные отношения, половозрастные, физические, физиологические и психические состояния, раса, национальность и территория проживания, место в групповой иерархии, политические и религиозные взгляды и убеждения и т. д. [Демина 2004; Зарипова 2016].

Номинативные единицы содержат множество коннотаций и воплощают культурно значимые значения. Национально-культурная специфика репрезентации человеческого образа наиболее ярко представлена в номинациях, используемых в дискурсе средств массовой информации. Конкретные номинации людей часто использовались журналистами как средство формирования социальной идентичности населения страны.

Одним из средств конструирования социальной идентичности в газетных материалах выступали наименования профессий. С. И. Гарагуля считает, что любое имя представляет собой свернутый лингвокультурный текст и выполняет прагматические функции идентификации и социализации, обеспечивая связь индивида с той или иной социальной группой [Гарагуля 2009, с. 5]. Как отмечает М. А. Лаппо, «не только антропоним (личное имя или имя нации, этноним), но и любую номинацию человека/группы/ категории (профессионализм, гендероним, религионим, другие соционимы) можно считать свернутым лингвокультурным текстом, а реальный дискурс может актуализировать те или иные прагматические коннотации номинативов» [Лаппо 2014, с. 38].

Советская пресса регулярно конструировала и навязывала стереотипизированный образ «человека труда», актуализировавший профессиональную идентичность. По мнению К. А. Богданова, современное общество не требует от гражданина усвоения всего спектра общественной культуры и, следовательно, реализации максимально широкого круга социальных ролей, поскольку «общество создает социальный заказ для “частичной личности”, которая может выполнять лишь ограниченный круг социальных функций» [Богданов 2001, с. 69]. В советское время в основе выбора основы построения национальной идентичности лежала преимущественно профессиональная (трудовая) идентичность. Будучи базовым компонентом социальной идентичности [Заковоротная 2014], она включает в себя понимание человеком своей профессии и чувство единения с профессиональной группой, соответствие своей профессии и умение выполнять профессиональные обязанности [Пряжникова 2012, с. 113; Шнейдер 2001]. Труд во все времена являлся одной из важнейших сфер социальной действительности, однако в советском государстве профессиональная идентичность занимала наиболее значимое место в структуре социальной идентичности. Тема труда находилась в фокусе внимания журналистов на протяжении всего указанного периода — нередко ей посвящалось около половины объема материала в выпусках общественно-политических изданий.

Идеологическое клише «человек труда» предполагало превознесение тяжелого физического труда, престижность рабочих специальностей и низкоквалифицированного крестьянского труда [Юсупова 2014]. Целенаправленно формируемый средствами массовой коммуникации идеологический конструкт «советский человек» в качестве ведущего компонента содержал представления об обязательной включенности индивида в трудовую деятель-

ность на благо общества. Соответственно, основным объектом пропаганды в медиатекстах были люди, занимающиеся тяжелым физическим трудом, – рабочие и колхозники. Журналистские тексты конструировали их ценность в сознании массового адресата, помещая наименования рабочих и сельскохозяйственных специальностей в специфические аксиологические контексты. Это понятие В. А. Марьянчик трактует как «совокупность ценностных концептов и оценок, которые эксплицированы или имплицированы в тексте, а также воссоздаются в сознании интерпретатора в результате актуализации личного опыта» [Марьянчик 2013, с. 169]. При этом центром аксиологического контекста оказывается лексическая, синтаксическая или текстовая единица, не обязательно являющаяся оценочной в системе языка, но под влиянием аксиологического подтекста получающая «оценочный вектор и ореол ценностных ассоциаций» [Там же].

Таковыми центрами аксиологической аттракции в прессе советского периода, по нашему мнению, были лексемы *рабочий* и *колхозник/колхозница*. В коммуникативном пространстве советских газет эти слова обычно встречались в материалах, имеющих ярко выраженную позитивную оценочность: в статьях о трудовых подвигах, энтузиазме работников и добровольных обязательствах по перевыполнению планов, норм и заданий, в публикациях о победителях социалистического соревнования и творческих предложениях рационализаторов по повышению производительности труда, о гордости работников своими трудовыми победами: *Вялікія перамогі Чырвонай Арміі на франтах Айчыннай вайны натхняюць калгаснікаў і калгасніц на гераічную працу* (Зв, 02.08.44); *Змена рабочых машынна-вагоннага цэха, якой кіруе майстар тав. Лазарэнка, выконвае свае вытворчыя заданні на 110 процэнтаў* (Зв, 27.01.53); *В основе успеха – движение многостаночников, овладение передовыми приемами труда, техническое переоснащение производства, творческий энтузиазм работников* (СБ, 14.12.83).

Специфическим средством актуализации в средствах массовой коммуникации положительной оценочности у наименований людей по вовлеченности в трудовую деятельность было прилагательное *знатный*: *Праўленне калгаса імя Жданава Брэсцкага раёна, сяброўкі на рабоце цёпла павіншавалі Героя Сацыялістычнай Працы, дэпутата Вярхоўнага Савета СССР Л. І. Асіюк з новым дасягненнем. Надаіўшы на 7.300 кілаграмаў малака ад каровы – амаль на 300 кілаграмаў больш, чым на гэты перыяд у мінулым годзе, – яна выканала ўзятае на юбілейны год абавязацельства. Знатная даярка ўзяла павышанае абавязацельства – атрымаць да канца года ад кожнай каровы яшчэ не менш 500 кілаграмаў малака* (Зв, 07.12.72).

Анализ дефиниций данного прилагательного в толковых словарях русского языка, выпущенных в разные годы, позволяет сделать вывод о его идеологической ангажированности в лексикографических источниках советского времени. Так, в «Толковом словаре русского языка» под редакцией

Д. Н. Ушакова [Толковый... 1935–1940], который Н. А. Купина называет лексикографическим памятником тоталитарной эпохи [Купина 1995, с. 4], наряду со значениями ‘принадлежащий к знати’ и ‘хороший, отменного качества’ приводится словосочетание *знатные люди* с пометой (нов.), имеющее толкование ‘лица, выдавшиеся своими заслугами в какой-н. области социалистического строительства’. На наш взгляд, лексикографическая помета указывает на новое значение слова в новой структуре нового социалистического общества, сужая таким образом его использование только для характеристики «своих», советских людей.

Похожее толкование лексемы *знатный* приводит и «Словарь русского языка» под редакцией С. Г. Бархударова и А. П. Евгеньевой, изданный в 1957–1961 гг. [Словарь... 1957–1961]. Наряду с помеченным как устаревшее толкованием ‘принадлежащий к знати’ прилагательное *знатный* имеет дефиницию ‘известный, знаменитый, прославленный’, которую иллюстрируют примеры *знатные люди колхозных полей* и *знатный токарь*, соотнося ее с рабочими и сельскохозяйственными профессиями и указывая на их высокий общественный статус и престижность. Аналогичное объяснение данного слова можно найти и в «Толковом словаре русского языка» под редакцией С. И. Ожегова, изданном в 2009 г. [Ожегов 2009] (‘выдающийся по своей деятельности в какой-н. области, такой, о к-ром знает страна’. *Знатные люди страны. Знатный тракторист*), а также в «Современном толковом словаре русского языка» под редакцией Т. Ф. Ефремовой [Ефремова 2006] (‘прославившийся своими успехами в какой-либо области деятельности’). Интересно, что в современном издании словаря под редакцией Д. Н. Ушакова [Ушаков 2007] указанное значение этой лексемы отсутствует.

В газетных публикациях наименования профессий также часто сочетаются с позитивнооценочными лексемами *успехи, рекорды, победы, радость, подарок, передовик, ударник, стахановец, стараться, выполнить, перевыполнить: Поспехі тарфянікаў* (СБ, 26.09.44); *Радасць гарбароў* (Зв, 22.02.66); *Успехи стахановцев-прессовщиков* (СБ, 26.12.37); *Рекорд машиниста* (СБ, 30.07.58). Таким образом, в медиатекстах реализуется положительная оценочность указанных лексических единиц.

Как известно, единицы номинации воплощают различные коннотации и реализуют культурно значимые смыслы. В коммуникативном пространстве советской прессы как в особой закрытой среде, в которой происходило информационное взаимодействие и которая одновременно отражала и формировала разнообразные институциональные отношения, характерные для советского общества, лексемы *рабочий* и *колхозник* наполнялись ярко выраженной положительной оценочностью. Для этого они помещались в специально конструируемый аксиологический контекст, механизм действия которого В. А. Марьянчик описывает следующим образом: сначала единица «вбирает в свое семантическое поле все аксиологические проекции компо-

нентов контекста. В то же время она “заражает” их своим потенциалом. Если анализируемая единица не относится к узуальным оценочным или аксиологическим знакам, она сначала вбирает ценностные смыслы своего окружения, а затем проецирует вновь приобретенные коннотации на компоненты контекста» [Марьянчик 2013, с. 170].

Данные лексические единицы использовались в газетных публикациях особой тематической направленности, соединялись в медиатекстах со словами, несущими положительный аксиологический заряд и имеющими специфическую идеологическую маркированность. Таким образом, зачастую они функционировали в пространстве публичной коммуникации в роли идеологом, реализующих позитивный оценочный знак и маркирующих «настоящего советского человека».

По справедливому замечанию Е. С. Кубряковой, номинация «связывает мир действительности с миром языка, устанавливает корреляцию между предметом и выбранным для его названия языковым отрезком, соединяет точку пространства экстралингвистического с точкой пространства языкового» [Кубрякова 2008, с. 8]. Имена существительные, номинирующие различные профессии, весьма часто использовались в советской прессе, в том числе в таком ведущем компоненте журналистского текста как заголовок. Как известно, основное предназначение заголовка заключается не только в передаче главной идеи статьи, но и привлечении внимания читателей, возбуждении интереса к публикации и желания ее прочитать.

Мы проанализировали заголовки статей, напечатанных в центральных белорусских газетах «Советская Белоруссия» и «Звезда» в различные десятилетия советского периода. В них часто использовались лексемы, являющиеся генерализованными наименованиями идеологически «престижных» в СССР сфер деятельности *рабочий* и *колхозник*: *120 калгаснікаў гатовы сесці за руль машыны* (Зв, 05.07.35); *Поддержать инициативу рабочих 2-го минского клинического городка* (СБ, 21.10.37); *Калгасы і калгаснікі бабруйскай обласці выканалі сваі абавязальства* (Зв, 25.11.44); *Расце ініцыятыва рабочих* (Зв, 05.03.53).

Весьма распространенными в заголовках советской прессы были и названия конкретных рабочих и сельскохозяйственных специальностей: *Поспехі шклавараў* (Зв, 27.01.53); *Гранітчыкі браты Глебавы* (Зв, 23.05.53); *Рост производительности труда стахановцев-кожевенников* (СБ, 18.12.37); *На трудовой вахте – металлурги* (СБ, 01.10.58); *Тэхніка для ліцейшчыкаў* (Зв, 27.05.66); *Изучается опыт передового токаря* (СБ, 02.11.83); *Поспехі механізатараў* (Зв, 07.04.53); *Сябры-буракаводы, на спаборніцтва!* (Зв, 09.01.66); *Вышэй сцяг спаборніцтва жывелаводаў і палявадаў!* (Зв, 07.12.72); *Поспех знатнай даяркі* (Зв, 07.12.72).

Популярные в газетных публикациях наименования профессий отражали приоритеты государственного развития в различные периоды. Так, в годы Великой Отечественной войны в медиатекстах чаще всего упоминались

профессии, связанные с производством оружия и сельскохозяйственные специальности: *Абавязачельствы тульскіх аружэйнікаў* (СБ, 28.02.42); *Абавязачельствы танкабудаўнікоў* (СБ, 12.05.42); *Поспехі будаўнікоў самалетаў* (СБ, 12.05.42); *Поспехі будаўнікоў авіяматораў* (СБ, 17.10.42); *Снаборніцтва 200 тысяч трактарыстак* (СБ, 28.10.42). В 1960 – 1980-гг. с внедрением политики мелиорации и развитием химической промышленности в газетных заголовках нередко использовались названия профессий мелиораторов и химиков: *Ордэн на сцягу меліяратараў* (Зв, 28.09.86); *Позывныя химиков* (СБ, 03.01.74).

Рассмотрим компоненты трудовой идентичности, актуализировавшиеся в белорусской прессе советского периода.

Когнитивный компонент идентичности, эксплицировавшийся в советских СМИ, включал знания о профессиональной дифференциации в СССР, характеристиках различных видов профессиональной деятельности и навыках, необходимых для выполнения определенных видов работы. Имена профессий и другие существительные, обозначающие людей по участию в трудовой деятельности, использовались журналистами в качестве важных языковых инструментов для построения идентичности. В газетах подробно освещалась работа плотников и строгальщиков, токарей и слесарей, гранитчиков и стилищников, свекловодов и льноводов, овощеводов, конюхов и свиноводов: *Конюх колхоза «Победа коммунаров» Мстиславльского района т. Воронцов поделился опытом своей работы по выращиванию жеребят* (СБ, 22.06.39); *Ураджэнцы сяла Міхеева на Смаленчыне, якое славіцца ўмелымі каменацёсамі, браты Глебавы перанялі ад дзядоў і бацькоў патомственную прафесію гранітчыкаў* (Зв, 23.05.53).

Аффективный компонент трудовой идентичности в газетном дискурсе состоял из оценок, переживаний, эмоций, связанных с определенными видами трудовой деятельности. Чаще всего пресса писала о таких эмоциях, как радость от работы и гордость за трудовые достижения: *Стомленыя, але радасныя вяртаюцца калгаснікі дадому* (Зв, 27.08.44); *Мы горды тем, што 66-ю годовішніну Велікаго Окцябры сустрачаем хоршымі трудовымі падаркамі* (СБ, 02.11.83).

Что касается **оценочного компонента** трудовой идентичности, то труд в публикациях СМИ представлен преимущественно в положительном свете. Газетные нарративы неизменно рассказывали читателям о плодотворном труде, трудовых победах, энтузиазме и т. д.: *Много теплых слов было сказано о Герое Социалистического труда, доярке колхоза имени Жданова Брестского управления Л. И. Осюк, которая в прошлом году надоила от каждой коровы 6.495 килограммов молока, свинарке колхоза «Победа» Барановичского управления Л. К. Курило, откормившей за год свыше тысячи свиней* (СБ, 03.03.64).

Ценностный компонент трудовой идентичности акцентировал такие ценности труда, как патриотизм, альтруизм, творческая самореализация: *У выніку праведзенай масава-растлумачальнай работы сяляне усюды разгарнулі малацьбу, і на склады Заготзярно вераніцамі пацягнуліся чырвоныя абозы са збожжам. Днямі чырвоныя абозы ператварыліся ў вялікія дэманстрацыі **патрыятычнага ўздыху** сялян (Зв, 09.09.44); Морозы, метели создали значительные трудности в работе вагонников. Но они не замедлили темпов осмотра и ремонта подвижного состава. Вагонники **дали слово при любой погоде держать высокий темп в труде**, готовить для машинистов-тяжеловесников поезда только высокого качества (СБ, 03.03.64); Асабліва вялікую **творчую актыўнасць** праяўляюць рацыяналізатары кавальскага, інструментальнага, механічнага цэха (Зв, 14.07.72); На помощь пришли ставильщицы. Их **самоотверженность** в работе окрылила меня, в результате справилась с трудностями (СБ, 02.11.83).*

Поведенческий (регуляторный) компонент идентичности означает репрезентацию моделей поведения в рамках определенной профессии. Социально желательные модели включали перевыполнение планов и задач, добровольные трудовые обязательства, энтузиазм сотрудников, слаженную коллективную работу: *Включившись в социалистическое соревнование за достойную встречу 40-летия БССР, овощеводы **активно борются за перевыполнение плана** (СБ, 02.10.58); Цяпер спецыялізаваная брыгада асфальтаўкладчыкаў Станіслава Сагуна з Гродненскага домабудаўнічага камбіната ўяўляе сабой **дружны, згуртаваны калектыў**, які ўжо неаднойчы ў сёлетнім годзе выходзіў на першыя месцы ў спаборніцтве (Зв, 23.08.86).*

Поскольку СМИ в СССР заявляли, что труд на благо Родины – важнейшая функция каждого советского гражданина, можно сделать вывод, что добросовестное выполнение трудовых обязанностей было основой «советскости», т.е. лежало в основе как профессиональной, так и гражданской идентичности. Поэтому рабочий дискурс в советских СМИ часто превращался в гражданско-патриотический.

В советский период средства массовой информации функционировали как главный канал формирования социальной идентичности и трансляции идентификационных установок. Они создавали имидж различных профессий, формировали статус и социокультурную значимость определенных видов деятельности, конкретно констатируя ценность профессий, связанных с тяжелым трудом, – рабочих и колхозников.

Важная черта советской прессы – тотальная последовательность социальных оценок и единообразие языковых средств конструирования трудовой идентичности. К. А. Богданов характеризует такую ситуацию как «мир вечно повторяющегося текста» и называет ведущей чертой советской культуры «идеологическую настоятельность и типологическую повторяемость создаваемого ею на протяжении десятилетий вымышленного мира – пространства Воображения» [Богданов 2009, с. 34].

3.4.3. Лексические доминанты как средство конструирования идентичности в прессе

После революции 1917 г. в стране провозглашается дестратификация общества, т.е. лишение всех слоев классовообразующих черт и признаков [Савельев 2005, с. 22], и постулируется диктатура пролетариата. В советской прессе формируется специфический идеологический конструкт с мифологизированным содержанием – рабочий класс, который трактовался как символ социалистического строя, «класс-мессия, ведущий социальный субъект мирового прогресса, основной субъект коммунистической партии, призванный быть социальным доказательством неуклонного движения к коммунизму» [Барулин 2000, с. 49]. Крестьяне рассматривались в советской мифологии как союзники рабочих в построении нового коммунистического общества. В советской идеологии общеупотребительным было клише «советский человек», в качестве одной из важнейших почетных обязанностей которого постулировался труд на благо Родины: «в новой социалистической догматике труд – естественное состояние свободной творческой натуры, которым и является советский человек» [Киселева 2008, с. 20].

В структуре социальной идентичности советских людей, формируемой средствами массовой коммуникации, на первый план выдвигалась профессиональная идентичность как чувство принадлежности к определенному классу или профессиональному сообществу, понимание своей профессии и умение выполнять профессиональные обязанности [Шнейдер 2001].

Средством актуализации профессиональной идентичности в советской прессе выступали многочисленные статьи на трудовую тематику, в которых часто употреблялись имена существительные – наименования лиц по роду деятельности и профессии. Эти лексемы носят синкретичный характер, поскольку эксплицируют личностный и профессиональный компонент идентичности, называя одновременно личность и представителя определенной профессии [Соловьева 2018, с. 18].

Центральным понятием языковой картины мира является человек, поэтому наименования лиц как «ценностно значимая совокупность представлений о языковой личности, исторически сложившаяся в рамках национальной культуры как результат обобщения различных аспектов ценностных ориентаций – морально-этических, эстетических, прагматических установок и норм» [Катермина 2005, с. 5], занимают весьма значимое место в системе языка, а наиболее ярко национально-культурную специфику представления образа человека в том или ином социуме в конкретный исторический период можно обнаружить в номинациях, функционирующих в средствах массовой коммуникации. По мнению многих исследователей, решающая роль как в обновлении наименований лиц по профессии и роду деятельности, так и в выдвижении тех или иных номинаций на позицию центральных и наиболее частотных отводится экстралингвистическим факторам – развитию технического прогресса и росту определенных от-

раслей производства, общественному разделению труда и социальным изменениям [Соловьева 2018, с. 5; Зарипова 2016, с. 13; Новикова 2006 (а), с. 7; Фатеева 2018, с. 392].

Поскольку образ человека представляет собой важнейший фрагмент языковой картины мира, актуальные в тот или иной исторический период названия профессий наряду с иными наименованиями человека несут в себе культурно значимые смыслы и создают знаковый образ своей эпохи.

Цель данного раздела заключается в определении популярных в прессе советского времени наименований лиц, относящихся к их трудовой деятельности, и выявлении прагматических коннотаций данных единиц в медиадискурсе. Материал исследования составили 220 номинаций, представленных 1600 словоупотреблениями в статьях на трудовую тематику, опубликованных в центральных белорусских газетах «Советская Белоруссия» и «Звезда» в 1930–1980-е гг.

В ходе проведенного анализа были выделены группы наименований лиц по вовлеченности в трудовую деятельность, характерные для прессы советского периода. Результаты проведенного исследования представлены в табл. 3.2.

Т а б л и ц а 3.2

Наименования лиц по вовлеченности в трудовую деятельность
в советской прессе

№ п/п	Семантика	Кол-во лексем	Кол-во упот- реблений, %	Лексемы
1	Участие в трудовой деятельности, сфера занятости	10	26,5	Рабочий, колхозник, колхозница, работница, трудящийся, труженик, специалист, служащий
2	Рабочие профессии	94	21	Плотник, токарь, строгаль, вязальщица, асфальтоукладчик
3	Работники отрасли	28	7	Пищевик, станкостроитель, металлург, шинник, нефтяник
4	Сельскохозяйственные специальности	31	15,5	Тракторист, картофелевод, хлебороб, телятница, пастух, доярка, животновод
5	Лучшие работники	9	15	Передовик, ударник, стахановец, рационализатор, новатор
6	Должности	17	9	Бригадир, директор, председатель, начальник, министр, командир
7	Высококвалифицированные работники	25	5	Инженер, учитель, ученый, экономист, технолог, композитор
8	Корпоративные номинации	8	1	Кировец, сельмашевец, рас-световец, мотовелозаводец

Участие в трудовой деятельности, сфера занятости. Как видно из табл. 3.2, более четверти употреблений лексем-наименований лиц по вовлеченности в трудовую деятельность (26,5 %) приходится на представленную всего десятью единицами группу номинаций, в которую мы включили слова, обозначающие человека, занимающегося трудовой деятельностью, либо в наиболее общем виде указывающие на сферу занятости субъекта: *рабочий, колхозник, колхозница, работник, работница, трудящийся, труженик, специалист, служащий, инженерно-технический работник*. Эти единицы представляют собой гиперонимы по отношению к наименованиям конкретных профессий и специальностей.

Самые частотные лексемы не только в данной группе, но и во всем материале исследования – слово *рабочий*, которое встречается в проанализированных публикациях 133 раза (8,3 % от всех анализируемых словоупотреблений), и *колхозник/колхозница* (суммарно 149 употреблений, или 9,3 %): *Среди колхозников развернулось социалистическое соревнование за лучшее проведение весеннего сева, за высокий, сталинский урожай* (СБ, 14.04.39); *Вдохновенно трудился в этот день старейший рабочий завода В. Н. Шентарович* (СБ, 16.10.83). Если в 1930–1940-е гг. в прессе несколько чаще встречается лексема *колхозник*, то в 1970 – 1980-е гг. в газетах превалирует слово *рабочий*, что, вероятно, можно объяснить развитием промышленности и строительством новых предприятий в стране, а также постепенным снижением количества лиц, занятых в сельском хозяйстве.

Частотны в проанализированных публикациях также существительные *работник/работница*, отмеченные в сумме 78 употреблением (4,9 %). Эти единицы используются журналистами как самостоятельно, так и в составных наименованиях в сочетании с существительным в форме родительного падежа (*работница фабрики, работники станкостроительной отрасли* и т. п.): *Працаўнікі сельскай гаспадаркі Гомельскай вобласці, спаборнічаючы за дастойную сустрэчу 50-годдзя ўтварэння СССР, выканалі план адгрузкі харчовай бульбы ў саюзны фонд* (Зв, 18.10.72); *Работники комбината постоянно интересуются спросом покупателей на те или иные изделия* (СБ, 24.05.64).

В пятидесятые годы данная группа пополняется наименованием *трудящиеся*, а в семидесятые – существительным *труженики*: *В начале текущего года трудящиеся Гродно и Лиды начали соревноваться между собой за достойную встречу 40-летия БССР* (СБ, 27.07.58). Последняя единица нередко встречается в прессе в составе клишированных сочетаний *сельские труженики* и *труженики села*: *Верность идеалам зачинателей этого почина продемонстрировали 15 октября на своих рабочих местах тысячи производственников, тружеников села, представителей интеллигенции* (СБ, 16.10.83).

Невысокой частотностью в проанализированных текстах характеризуются лексемы *специалист, служащий* и сочетание *инженерно-технический работник* (суммарное количество употреблений – 2,2 %), которые в кон-

тексте газетных статей в подавляющем большинстве случаев используются как члены перечислений, где обычно присутствует слово *рабочий*: *Рыхтуючы дастойную сустрэчу 50-годдзю ўтварэння СССР, рабочыя і служачыя Брэскага дыванава-суконнага аб'яднання абавязаліся выпусціць на сотні тысяч рублёў звышпланавай прадукцыі* (Зв, 13.07.72).

Рабочие профессии. Группа названий рабочих профессий и специализаций наиболее разнообразна и многочисленна в проанализированных статьях – она включает в себя 94 единицы. При этом она является второй по частотности, составляя 21 % от всех исследуемых словоупотреблений. Входящие в данную группу лексемы позволяют получить представление об уровне развития индустрии и приоритетных направлениях экономики СССР в разные десятилетия.

В 1930-е гг. большинство встречающихся в белорусской прессе названий рабочих специальностей относятся к ремеслам, которые состоят «в обрабатывающих действиях над каким-либо уже добытым природным материалом (“веществом”, “массой”) с целью получения из него конечного продукта в виде, главным образом, “вещи” непосредственно бытового назначения» [Степанов 2001, с. 339] (*кожевник, резчик, столяр, токар, строгальщик, шлифовщик, каменщик*): *Не отстают от каменщиков и плотники* (СБ, 21.06.39); *Слесарь механосборочного цеха тов. Харламов выполняет норму на 400 процентов* (СБ, 09.12.37).

В военные и послевоенные 1940-е гг. большое внимание в средствах массовой коммуникации уделяется металлургической промышленности, производству оружия и транспортной отрасли, поэтому на первый план выходят такие номинации профессий, как *мартеновец, сталеплавильщик, сталевар, доменщик, машинист, кочегар*: *Калектыў дэпо абавязаўся ... абучыць 20 машыністаў, 25 памочнікаў машыністаў, 50 качагараў* (Зв, 24.09.44); *Мартэнаўцы і пракатчыкі металургічнага завода імені Сталіна па-франтавому змагаюцца за выкананне і перавыкананне заказаў на спецыяльную высокуюкасную сталь для абароннай прамысловасці* (СБ, 28.10.42).

В пятидесятые годы, в ходе восстановления разрушенной войной страны, популярными в прессе становятся названия различных строительных профессий и специализаций (*слесарь, наладчик, экскаваторщик, карьерщик, гранитчик*): *Высокопроизводительно трудятся в эти дни экскаваторщик Петр Мицкевич, мотовозчик Григорий Пинчук, съёмщица Анастасия Туровец, заливщица Вера Журавская и многие другие* (СБ, 30.07.58).

В 1960–1980-е наблюдается бурное развитие легкой и нефтехимической промышленности, поэтому газеты часто публикуют статьи о вязальщицах, ленточницах, вышивальщицах, прядильщицах, мотальщицах, швеях-мотористках, а также о бурильщиках и взрывниках: *Так работают прядильщица Е. Прокопенко, ткачиха Т. Лучина, ленточница В. Касперович и тысячи других работниц* (СБ, 24.05.64); *Тут умела арганізавана праца, высокая дысцыпліна, кожны член брыгады валодае сумежнымі спецыяльнасцямі – бурыльчыка, узрыўніка і машыніста самаходнага вагона* (Зв, 18.10.72).

Работники отрасли. Тесную связь с экстралингвистическими факторами обнаруживают также наименования работников тех или иных отраслей, составляющие 7 % словоупотреблений в материале исследования. Так, в тридцатые годы наиболее частотными среди них были *железнодорожник* и *торфяник*, в сороковые – *оружейник*, *транспортник*, *железнодорожник*, *металлург*, в послевоенные годы – *химик*, *мелиоратор*, *машиностроитель*, *железнодорожник*, *нефтяник*, *нефтепереработчик*, *строитель*: Бригада знатного *торфяника* Федоса Ефремовича Зубова на 44 дня раньше срока выполнила сезонное задание по добыче торфа (СБ, 21.06.39); У адказ на заклік *металургаў* рабочыя значна ўзнялі прадукцыйнасць працы (Зв, 25.11.44); Перад будаўнікамі 200-кватэрнага дома пастаўлена сёлета задача асвоіць 2.900 тысяч рублёў (Зв, 29.04.53); Цяпер *меліяратары* рыхтуюць для гэтых гаспадарак новыя тарфяныя масівы плошчай больш як 700 гектараў (Зв, 29.06.66); Замечательную трудовую победу одержали на предмайской вахте *химики* Бобруйского гидролизного завода (СБ, 31.03.64); *Шахтеры и железнодорожники, сталевары и строители, нефтяники* и лесники сообщают о своих трудовых победах в честь праздника 1 Мая (СБ, 17.04.64); *Нефтепереработчики и химики* Новополоцка широко развернули социалистическое соревнование за увеличение выпуска, улучшение качества товаров народного потребления (СБ, 07.10.83).

Сельскохозяйственные специальности. Группа наименований работников сельского хозяйства представлена в материале исследования 31 единицей, доля употреблений которых составляет 15,5 %. Данная группа включает в себя гиперонимы *земледелец*, *хлебороб*, *животновод*, а также единицы-гипонимы, называющие конкретные специализации сельских работников (*механизатор*, *тракторист*, *овощевод*, *льновод*, *картофелевод*, *кукурузовод*, *жнея*, *дойрка*, *свинарка*, *телятница*, *пастух*, *скотник*): Это убедительно доказывают *животноводы* Шарковщинского района, где в нынешний стойловый период производство молока уже поднялось на 20 процентов к прошлогоднему уровню (СБ, 23.11.83); *Телятница* Пелагея Рачкевич обеспечила хороший уход за молодняком (СБ, 22.06.39); *Трактарыст* Канстанцін Стойлік разам са сваім напарнікам Міхаілам Палуйчыкам закончыў баранаванне пасеваў бульбы (Зв, 14.06.66); Па-гаспадарску клапацяцца пра «беларускі шоўк» *ільнаводы* калгаса «Сцяг камуны» (Зв, 15.08.72).

Лучшие работники. Представляется целесообразным включить в корпус наименований лиц по вовлеченности в трудовую деятельность группу слов, обозначающих лучших работников, поскольку в советском государстве трудовые успехи считались важнейшим показателем социальной идентичности личности, а также ввиду распространенности данных номинаций в средствах массовой коммуникации. Указанная группа, включающая в себя лишь 9 единиц, составляет 15 % всех словоупотреблений в материале исследования.

Можно говорить об определенной «моде» на ту или иную номинацию в разные годы. Например, самая частотная лексическая единица этой группы *стахановец* (134 употребления) встречается в газетных публикациях 98 раз в 1930-е гг., 29 раз в 1940-е гг. и 7 раз в 1950-е гг., а в последующие десятилетия выходит из употребления: *За это время выросло количество стахановцев, которых в артели сейчас насчитывается 127 человек* (СБ, 27.05.39).

Четыре лексемы (*передовик, ударник, новатор, рационализатор*) представлены в прессе во все анализируемые периоды: *Немало талантливых изобретателей, рационализаторов, смелых новаторов производства работают в любой отрасли промышленности и сельского хозяйства нашей республики* (СБ, 11.05.39); *Лучшим наладчиком автоматов является комсомолец рационализатор Алексей Туманов* (СБ, 30.07.58); *Ужо визначалися перадавікі – вадзіцелі Кавалёў і Емельянаў* (Зв, 18.02.66); *Каждый третий работающий на предприятии – ударник коммунистического труда* (СБ, 16.10.83).

Характерным для 1930–1950-х гг. является использование существительного *изобретатель*, а в 1980-е в фокус внимания прессы выдвигается слово *многостаночник*: *В основе успеха – движение многостаночников, овладение передовыми приемами труда, техническое переоснащение производства, творческий энтузиазм работников* (СБ, 14.12.83).

Должности. Наименования лиц по занимаемой должности составляют 9 % словоупотреблений в материале исследования. Они включают в себя как обозначающие руководящих работников существительные широкой семантики, которые требуют уточнения в виде существительного в форме родительного падежа (*директор, председатель, руководитель, начальник, министр, командир*), так и более конкретные номинации, относящиеся к руководителям небольших рабочих коллективов (*звеньевая, бригадир, прораб*): *С большой речью на пленуме выступил секретарь ЦК КПСС П. Н. Демичев ...* (СБ, 16.01.64); *Многие выступающие, в частности, председатель сельхозартели «XVIII партсъезд» т. Федорович, говорили о том, что лен и кукуруза являются важнейшими источниками развития и других отраслей общественного хозяйства* (СБ, 29.07.58); *Три года работает бригадиром огородной бригады коммунист тов. Пилипенко* (СБ, 11.05.39); *Гэтымі днямі раённы сельскагаспадарчы аддзел правёў аднадзённы семінар звеннявых па вырошчванню ільну* (Зв, 21.03.53).

Высококвалифицированные работники. Названия представителей профессий, требующих специального образования и высокой квалификации, составляют лишь 5 % всех словоупотреблений в проанализированных текстах. Среди них встречаются имена творческих (*художник, композитор*), научно-педагогических (*учитель, преподаватель, ученый*), инженерно-технических (*инженер, конструктор, технолог*) и других профессий: *Многія*

маладыя **вучоныя** Беларускага політэхнічнага інстытута, якія маюць званне кандыдата навук, рыхтуюцца да паступлення ў дактарантуру (Зв, 14.06.53); По предложению группы **инженеров** С. С. Шпилевского, З. Н. Дайнеко, А. М. Ярошенко внедрен умягченный режим гидролиза (СБ, 31.03.64).

Корпоративные номинации. Организационная идентичность, т.е. осознание себя как члена трудового коллектива и формирование чувства принадлежности к организации, является важным компонентом социальной самоидентификации индивидуума и понимания им своего места в мире [Тренева 2012, с. 400]. В проанализированных материалах советской прессы зафиксировано 8 лексических единиц, называющих человека как члена определенной организации (*кировец, димитровец, сельмашевец, рассветовец, автозаводец, радиозаводец, мотовелозаводец, тракторозаводец*): С большим вниманием прослушали **кировцы** обращение московских рабочих (СБ, 01.04.39); **Сельмашаўцы** поўныя рашучасці за кошт сэканомленага металу выпусціць у 1966 годзе дадаткова да плана некалькі дзесяткаў трактарных прычэпаў і камбайнаў (Зв, 08.01.66); Уверенный старт **тракторозаводцев** (СБ, 03.01.74); **Мотовелозаводцы**, как и все советские люди, вносят свой посильный вклад в выполнение Продовольственной программы СССР (СБ, 04.12.83).

В контексте советской прессы наименования лиц по профессии и вовлеченности в трудовую деятельность реализовывали разнообразные прагматические коннотации, в первую очередь, *оценочные, статусные и идеологические*.

Как видно из большинства приведенных выше контекстов, анализируемые номинации актуализируют в газетных статьях преимущественно *положительную оценочность*, поскольку они обычно используются в материалах, повествующих о трудовых подвигах, обязательствах и починах, перевыполнении норм и планов, трудовом энтузиазме и победах в социалистическом соревновании. Об этом свидетельствует и наличие в материале исследования отдельной группы наименований, указывающих на людей, отлично выполняющих свою работу (*передовики, ударники, стахановцы*), удельный вес которых составил 15 % всех анализируемых употреблений.

Номинация часто рассматривается как оценка, которая соотносится с системой заложенных в обществе ценностей [Катермина 2005, с. 11], соответственно, реализуемая в прессе социальная оценочность указывает также на *высокий статус* рабочих и сельскохозяйственных специальностей в советском обществе. В корпусе проанализированных текстов суммарное употребление лексем, обозначающих рабочих и колхозников (гипонимы и гиперонимы), составляет более шестидесяти процентов, в то время как наименования профессий, требующих специального образования и высокой квалификации, составляют лишь 5 % всех словоупотреблений в материале

исследования. Кроме того, обращает на себя внимание дробность членения семантических полей «Рабочие» (94 единицы) и «Колхозники» (31 единица), что также указывает на высокую значимость данных профессий в пространстве советской идеологии.

Идеологические коннотации анализируемых номинаций заключаются, в первую очередь, в восхвалении людей, занимающихся тяжелым физическим трудом, акцентировании их ведущей роли в создании и развитии советского общества и государства. По мнению исследователей, стереотип «человек труда» является идеологическим маркером советской эпохи [Юсупова 2014, с. 149].

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что наименования людей по профессии и вовлеченности в трудовую деятельность (особенно гиперонимы *рабочий* и *колхозник*) выступали в советской прессе в роли идеологических клише, своеобразных лексических маркеров и ценностных доминант эпохи, обладающих высоким прагматическим потенциалом. Данные лексемы использовались в медиадискурсе в роли ключевых слов эпохи, характерными признаками которых являются: соотнесенность с определенным историческим периодом; номинация актуальных понятий и явлений эпохи, находящихся в центре общественной дискуссии; высокая частотность употребления как в заголовочной позиции, так и в текстовом пространстве статьи [Шачкова 2008, с.7]. Ключевые слова эпохи, с одной стороны, определенным образом запечатлевают исторический период, с другой стороны, используются как средство конструирования особой картины эпохи и манипулирования массовым сознанием.

Поскольку образ человека является важнейшим фрагментом языковой картины мира, использование в пространстве медиадискурса тех или иных номинаций лиц способствует формированию культурного самосознания народа [Катермина 2005, с.11] и конструированию его социальной идентичности. Именно профессиональная идентичность была превалирующим типом как социальной, так и личностной идентичности в советских медиа.

В проанализированных материалах присутствуют также маркеры гражданской (*советский человек*) и политической идентичности (*коммунист*, *комсомолец*), в то время как семейно-ролевые, этнические, культурные, религиозные обозначения человека встречаются крайне редко или отсутствуют.

Подобное использование номинаций людей по профессии и вовлеченности в трудовую деятельность было нацелено на то, чтобы стимулировать групповую сплоченность советских людей, повышать в общественном сознании ценность принадлежности к категории «людей труда» и мобилизовать граждан на выполнение желательных для общества действий, то есть на самоотверженный труд и перевыполнение норм и заданий.

3.5. Дискурс исторической памяти как фактор солидаризации общества

В современном мире, характеризующемся плюрализмом мнений, множественностью каналов передачи сообщений и перегруженностью информационного пространства, сохранение исторической памяти представляет собой одну из важнейших задач, стоящих перед любым государством.

Феномен исторической памяти широко изучается представителями различных гуманитарных наук – историками, философами, социологами, политологами, психологами. Ее рассматривают как «совокупность донаучных, научных, квазинаучных и вненаучных знаний и массовых представлений социума об общем прошлом» [Репина 2005, с. 133]. Историческая память как социокультурно обусловленное явление, детерминированное историческим путем конкретного народа, представляет собой важную культурную и нравственную категорию [К вопросу... 2019; Винокурова 2019].

Традиционно выделяют индивидуальную и коллективную (семейную, родовую, городскую, национальную и т. д.) историческую память [Ростовская 2019]. Коллективная историческая память, включающая в свой состав опыт множества индивидов, отражает социальную реальность, демонстрирует тесную связь с теми или иными социальными группами, имеет ярко выраженный символический характер, что позволяет ей служить основой национальной и гражданской идентичности [Ростовская 2019].

Образы и события, являющиеся содержанием исторической памяти, всегда избирательны и эмоционально окрашены. В ней фиксируются не все факты прошлого, а, прежде всего, «наиболее значимые, эпохальные события, которые имеют мощный общественный резонанс и вследствие этого вызывают у людей сильный эмоциональный отклик» [Мысливец 2018, с. 79].

Не вызывает сомнения, что одним из таких событий, предопределивших развитие белорусского народа и государства, является победа в Великой Отечественной войне. Значимость этого события для Беларуси подтверждается и результатами социологических опросов. Так, согласно результатам масштабного республиканского социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2014 г., 68,2 % опрошенных жителей Беларуси назвали его наиболее важным событием в исторической эволюции белорусского общества [Малмыгин 2019, с. 55].

По мнению Т. В. Подоляк, Великая Отечественная война имеет для Беларуси экзистенциальное значение: это стратегический вызов, поставивший под сомнение само существование белорусского этноса [Падаляк 2016, с. 77]. Как подчеркивает И. А. Валаханович, события Второй мировой войны «дали толчок государственно-национальному переустройству Беларуси, способствовали сплочению белорусской нации в рамках одного государственного объединения. В годы войны была доказана способность белорусской нации к выбору приоритетов в рамках общемировых ценностей (реальное сопротивление агрессии, осуждение коллаборационизма и военных преступлений)»

[Валаханович 2021, с. 72]. Поэтому невозможно переоценить ее роль как аксиологического индикатора и своеобразной «исторической подсветки» современности [Падаляк 2016, с. 112].

Функции сохранения и передачи исторической памяти осуществляют семейный межпоколенческий дискурс, различные социальные институты, среди которых выделяются система образования и, конечно, средства массовой коммуникации. Результаты контент-анализа современной белорусской прессы подтверждают изложенные выше положения о важном месте Великой Отечественной войны в пространстве коллективной исторической памяти Беларуси, поскольку подавляющее большинство публикаций на историческую тематику посвящены именно этому событию.

Цель исследования заключается в определении тематических доминант в дискурсе исторической памяти белорусских печатных изданий, посвященном сохранению памяти о Великой Отечественной войне. Мы считаем целесообразным выделить понятие «дискурс исторической памяти» на основании тематического критерия как одного из возможных параметров типологизации дискурсивных практик (ср., например, дискурс Петербурга, дискурс о любви) [Киров 2018]. Материал исследования составили статьи, опубликованные на официальных порталах республиканских и региональных газет в 2018–2022 г. («СБ-Беларусь сегодня», «Народная газета», «Сельская газета», «Знамя юности», «Рэспубліка», «Союз. Беларусь – Россия», «Светлае жыццё» (Лельчицы), «Зара над Нёманам» (Мосты), «Пінскі веснік», «Кричевская жизнь», «Міёрскія навіны», «Веснік Глыбоччыны», «Асіповіцкі край» и др.)

В результате анализа были выделены следующие темы, к которым регулярно обращаются журналисты, освещающие данную тематику:

1. Важность личных историй для осознания влияния Великой Отечественной войны на развитие Беларуси. Газеты часто публикуют воспоминания людей о различных военных событиях. При этом источниками такого материала могут быть как сами ветераны, так и их потомки, работники музеев и т. д. Все подобные нарративы в материале исследования характеризуются повышенной эмоциональностью, что отражается в большом количестве эмоционально окрашенной лексики и слов, именующих преимущественно негативные эмоции (*тревога, отчаяние, страх, страшный, болезненный, ужас, жуткий*): *Жуткие преступления захватчиков были зафиксированы* (Рэспубліка, 25.01.2022); *Общие боль и память* (Асіповіцкі край, 25.01.2022); *Война окунула ее в пыль долгих дорог, поселила в совсем еще детской душе боль и отчаяние, отпечатала ужас голода и ранений* (НГ, 08.01.2022); *Тревога поселилась в наших сердцах* (Зара над Нёманам, 27.01.2022).

Повторение подобных лексем на протяжении публикации создает специфический прагматический эффект «погружения» в страшные события, переживания их вместе с героем материала. Например, в статье, содержащей рассказ жителя одной из белорусских деревень Николая Чижика об уничто-

жении фашистами всей его семьи, три раза используется существительное *жах* и один – однокоренное ему прилагательное *жахлівы*, что передает атмосферу пережитого ребенком бесконечного ужаса: *І самыя жахлівыя – Мікалая Чыжыка; Я рвануў дамоў, а тут такое... Проста жах!; Жах, які працягваўся некалькі хвілін, нават уявіць сабе цяжка; Тады я анямеў і аслупянеў ад жаху* (СГ, 11.01.2022).

Также рассказы жителей Беларуси о карательных операциях фашистов изобилуют лексикой с семантикой смерти и уничтожения (*зверстываць, убіць, сжечь, палить, гореть, расстрелять, подстрелить, истреблять, смерть, мертвый, уничтожить*): *Мужчина пытался скрыться, но его подстрелили на бегу* (Пінскі веснік, 27.01.2022); *А мой тата нехадзячы быў і вынесці яго не далі – згарэў ён у агні жывым на нашых з мамай вачах* (Веснік Глыбоччыны, 03.07. 2020).

Таким образом, интересубъектная многоголосица, полифоническое звучание разных голосов, рассказывающих личные истории о войне, создают атмосферу доверительности, подтверждают достоверность описываемых событий, заставляют читателя сопереживать героям публикаций.

Отметим маркированную аксиологичность историй о войне, которые рассказывают потомки ее участников. Они подчеркивают высокий ценностный потенциал этих рассказов для истории семьи, т. е. для семейной исторической памяти: *Горжусь тем, что мои родные, как и миллионы людей, внесли свой вклад в Великую Победу ... Бережно храню эту героическую, в чем-то даже мистическую историю. Дедушка научил меня любить и ценить каждый прожитый день, дорожить родными* (НГ, 16.01.2022).

Кроме того, в прессе встречаются написанные журналистами биографические очерки о героях войны. С одной стороны, в них идет речь о подвигах и мужественных поступках героев, что подчеркивается лексикой с соответствующей семантикой (*герой, героический, отважный, подвиг, мужество, храбрость*): *Подвиг 20-летнего пулеметчика Сильницкого из партизанского отряда под командованием Данила Райцева был совершен весной 1942-го, когда сопротивление гитлеровцам на белорусских землях только разворачивалось. Листовки и другие информационные материалы о погибшем герое активно распространялись в оккупированных нацистами районах Беларуси, его пример вдохновлял молодежь, только собиравшуюся уйти в лес; В изданной в 1964 году книге второго секретаря ЦК КП(б)Б, известного организатора партизанского движения Петра Калинина читаем: «Отважный, скромный, молчаливый, но всегда готовый выручить товарища – таким знали партизаны Мишу Сильницкого»* (Союз. Беларусь – Россия, 09.12.2021).

С другой стороны, персонажи статей показаны как обычные люди, что подчеркивает их близость читательской аудитории: *При этом биографических фактов о самом Михаиле до сих пор известно немного – впрочем, их и не могло быть в избытке у росшего на самом берегу Западной Двины*

простого сельского парня, сына деревенского кузнеца Федора Ивановича Сильницкого; По словам матери, с первенцем семье Сильнических пришлось совсем непросто – то на крышу залезет, то на березу, то на плоты на Двине убежит, а то и в реку сиганет, рано научившись плавать. Изрядно проказничал будущий герой и в школе, где его особо привлекал кружок Осоавиахима, в котором были стрельба из малокалиберной винтовки и лыжи (Союз. Беларусь – Россия, 09.12.2021).

2. Важность связи поколений для сохранения исторической памяти. Одной из ведущих функций исторической памяти является трансляция универсальных и национальных ценностей посредством передачи социально-исторического опыта новым поколениям. Историческая память всегда соотносится с осью «прошлое – настоящее – будущее»: она «формируется в непосредственной связи с существующей социальной ситуацией, определяет отношение нынешних поколений к историческому прошлому народа, страны и государства, выражает их оценки прошлого и является основой для формирования отношения к будущему» [Мысливец 2018, с. 80].

Поэтому в публикациях прессы подчеркивается интерес детей и молодежи к теме Великой Отечественной войны, ее значимость при передаче исторического наследия и высокий аксиологический потенциал в воспитательном и образовательном процессе. Данные идеи акцентируются при помощи метафор, позитивнооценочной лексики, слов, именующих положительные эмоции (гордость, интерес): *Меня очень **интересует и привлекает** тема войны, особенно то, что напоминает нам о Великой Победе. Я считаю, что именно такие акции являются тем самым **мостом** между прошлым и будущим, а принимать в них участие интересно молодому поколению (Веснік Глыбоччыны, 27.05.2020); Брать детей в экспедиции, на живых примерах воспитывать в них чувство **гордости** за предков-героев, растить себе достойную смену – одна из задач «Виккру» (Рэспубліка, 13.01.2022).*

3. Значимость определенных мест и объектов для сохранения исторической памяти. В роли топосов коллективной исторической памяти могут выступать разнообразные культурные формы городского ландшафта – музеи, памятники, мемориальные комплексы, мемориальные знаки и таблички и др.: *По рекомендации Николая Борисенко на Буйничском поле, увековеченном Симоновым, появился **памятный валун**, впоследствии – **каплица**. А в могиловском микрорайоне Казимировка за счет «Виккру» установили **таблички** с надписью: «На этом месте в годы войны фашисты уничтожали мирных жителей – стариков, женщин, детей» (Рэспубліка, 13.01.2022); В каждом городе и местечке остались братские захоронения. На местах массовых расстрелов теперь стоят **памятники**. К ним возлагают цветы. Здесь зажигают поминальные свечи (Пінскі веснік, 27.01.2022); У **мемориального знака** узникам Брестского гетто прошел митинг-реквием, посвященный памяти жертв Холокоста (СБ, 27.01.2022).*

Особое место в коллективной исторической памяти белорусского народа занимает Брестская крепость, защитники которой первыми среди советских людей приняли на себя удар фашистов. Сейчас она имеет статус мемориального комплекса и одного из важнейших туристических объектов Беларуси, что отражается в многочисленных публикациях прессы: ***Брестская крепость не только сохраняет историческую память, но и дает возможность воспитывать чувство патриотизма у подрастающего поколения*** (Союз. Беларусь – Россия, 23.12.2021); ***Зимой и летом, в стужу и зной у Вечного огня мемориального комплекса «Брестская крепость-герой» стоят часовые*** (ЗЮ, 20.01.2022).

4. Сохранение исторической памяти **как деятельность**. Историческая память – это особая совокупность знаний и представлений о прошлом, которая непременно должна быть воплощена в практиках [Линченко 2019, с. 47]. Для сохранения исторической памяти о Великой Отечественной в Беларуси проводят разнообразные мероприятия, рассчитанные на самые разные социальные группы (митинги, шествия, возложение венков и цветов, семинары, экскурсии, презентации, выставки, авто- и велопробеги и т. п.): ***В школах будут проходить уроки мужества, дни воинской славы, встречи с ветеранами. Для детей организуют тематические экскурсии в музеи и воинские части, просмотр тематических фильмов, квест-игры, спартакиады*** (НГ, 16.01.2022); ***Кстати, к этой дате в читальном зале подготовлена и тематическая выставка «Холокост: в сердце и памяти навечно», где представлены материалы о Холокосте в Беларуси, Кричевском лагере военнопленных*** (КЖ, 28.01.2022); ***В актовом зале городской центральной библиотеки активисты городской организации ОО «Белорусский союз офицеров» организовали семинар-практикум, посвященный увековечению памяти жителей Пинщины, защитивших наше Отечество в годы Великой Отечественной войны*** (Пінскі веснік, 19.01.2022).

Чтобы заинтересовать исторической тематикой детскую и молодежную аудиторию, выбираются новые форматы деятельности: ***Злата Кулаковская – самая юная среди глубочан участница челленджа #75песеновойне*** (Веснік Глыбоччыны, 27.05.2020); ***22 января в 3 классе Тонежского детского сада-базовой школы прошла литературно-музыкальная композиция «Верните память», посвященная 78-й годовщине освобождения Лельчицкого района от немецко-фашистских захватчиков*** (Светлае жыццё, 24.01.2022).

Таким образом, в роли тематических доминант публикаций белорусской прессы, направленных на сохранение исторической памяти о событиях Великой Отечественной войны, выступают личные истории и переживания ее участников, связь между поколениями, связь коллективной памяти с определенными местами и объектами, разнообразные виды деятельности по ее сохранению. Историческая память играет важнейшую роль в воспитании патриотизма, формировании этнической и культурной идентичности, выработке ценностных ориентиров личности. Дискурс исторической памяти в прессе направлен на солидаризацию общества, объединение людей на основе осознания причастности к совместному героическому прошлому и гордости за свою страну.

3.6. Направления солидаризации в кризисном дискурсе прессы в период пандемии коронавируса

Феномен кризиса изучается такими науками, как экономика, история, теория коммуникации, менеджмент и др. В последние годы все более очевидной становится необходимость рассмотрения лингвистических аспектов кризис-менеджмента и выявления роли дискурса кризисных ситуаций в их урегулировании. В современных исследованиях кризис понимают достаточно широко, как ситуацию, осложняющую жизнь общества в определенный период времени [Пильгун 2019, л. 4]. По уровню влияния на мировые события выделяют три типа кризисов: локальные, не оказывающие существенного влияния на события в большинстве стран; глобальные, влияющие на большую часть регионов мира; сетевые, начинающиеся в одной стране или социуме и распространяющиеся на остальные [Багрова 2019, с. 9]. Вторым критерием типологизации кризисов является сфера, в которой происходят значимые события. Исходя из тематического разнообразия текстов, различают экономические, социальные, культурные, гуманитарные, естественные, техногенные, психологические кризисные ситуации [Пильгун 2019; Багрова 2019; Lerbinger 1997]. Принимая во внимание происхождение кризисов и их последствия, выделяют разрушительные и неразрушительные, преднамеренные и непреднамеренные кризисы [Newsom 1992, p. 225].

Поскольку любой кризис воспринимается людьми как ситуация неопределенности, утраты контроля над социальными процессами и возможности планировать свое будущее, а эмоциональное состояние общества в период кризиса характеризует широкий спектр отрицательных эмоций от растерянности до гнева [Kořtan 2016, p. 138], именно кризисный дискурс как «совокупность дискурсивных практик, описывающих и сопровождающих кризисы на разных этапах преодоления» [Пильгун 2019, л. 5], играет важнейшую роль в обеспечении стабильности в обществе.

Как считает Чж. Хуэйцин, дискурс в кризисных ситуациях выполняет три основные функции. Во-первых, он описывает события, информирует аудиторию о процессах урегулирования кризиса. Во-вторых, дискурс помогает отрегулировать развитие кризиса, оптимизировать критическую ситуацию, т.е. фактически выполняет функцию антикризисного менеджмента. В-третьих, дискурс кризиса защищает интересы и позиции определенных групп людей [Хуэйцин 2019, с. 229–230].

Опираясь на предложенные Е. И. Шейгал для политического дискурса интенциональные типы текстовых жанров (интеграция – ориентация – агональность) [Шейгал 2004, с. 112], Е. В. Пильгун предлагает разделить сообщения, реализуемые в рамках кризисного дискурса, на тексты, направленные на интеграцию (сплочение населения), ориентацию (формулировка и разъяснение кризисной ситуации) и агональность (борьба с соперником).

В дополнение к указанным интенциям исследователь выделяет стратегию нейтрализации, нацеленную на то, чтобы успокоить волнения, погасить панику, снять напряжение [Пильгун 2017, с. 94].

Ситуация, связанная с распространением коронавирусной инфекции, представляет собой глобальный кризис, оказывающий беспрецедентное влияние практически на все регионы мира и на подавляющее большинство отраслей экономики. Официальное обозначение данной эпидемиологической ситуации, введенное Всемирной организацией здравоохранения, – пандемия – свидетельствует о глубине и масштабности кризиса (ср. определение данного существительного в словаре: *пандемия* ‘распространение какой-л. инфекционной болезни на целые страны и материки (более широкое, чем эпидемия)’ [Ефремова 2006, т.2, с. 584]). Миллионы людей в разных странах следят за регулярно обновляющейся информацией о кризисной ситуации, поэтому чрезвычайно важным становится выбор средствами массовой коммуникации наиболее соответствующих текущему моменту стратегий передачи информации и языковых средств.

Районные газеты, выпускающиеся в каждом районе Республики Беларусь, – это издания, максимально близкие читательской аудитории, поскольку они стараются освещать вопросы, волнующие местное сообщество. Анализ содержания публикаций, размещенных на интернет-порталах белорусских региональных изданий в марте – июне 2020 г., позволяет сделать вывод о том, что в материалах, посвященных эпидемиологической ситуации, представлены стратегии *интеграции, ориентации и нейтрализации*.

Ориентирующие сообщения информируют население о текущей ситуации, инструктируют людей о том, какие конкретные меры им следует предпринять, чтобы избежать заражения и передачи вируса, а также не стать жертвой преступников, стремящихся воспользоваться кризисной ситуацией. В данных текстах часто представлена позиция профессионалов, компетентных в предметной области и играющих роль авторитетного источника информации (представители ВОЗ, Министерства здравоохранения и правоохранительных органов Республики Беларусь, руководители медицинских учреждений, врачи-инфекционисты и др.): *Мошенники разных мастей специально подогревают градус паники вокруг коронавируса, чтобы воспользоваться ситуацией. Жертвами мошенников, как правило, становятся пенсионеры, которые часто верят на слово и не требуют документов* (Навіны Старадарожчыны, 01.04.2020).

Статьи, реализующие стратегию нейтрализации, чаще всего подробно описывают противоэпидемиологические меры, введенные в стране/регионе/населенном пункте/организации: *Весь имеющийся в автопарке транспорт – пригородные и междугородные автобусы – обрабатываем 2 раза в день. Сначала проводим влажную уборку с использованием 3 % раствора*

хлорицида и антисептика, которыми обрабатываем салоны автобуса: поручни, ручки, спинки сидений и сами сиденья, подоконники. Завершается наша работа сухой обработкой – Только после такой комплексной обработки автобусы отправляются в рейсы (Светлагорскія навіны, 04.04.2020). Цель таких материалов заключается в том, чтобы снизить градус напряжения в обществе, минимизировать влияние негативной информации на людей, помочь им преодолеть страх.

Важную роль в материалах районной прессы занимают интегрирующие тексты, то есть статьи, акцентирующие солидаризацию и сотрудничество людей, объединение их для выполнения социально значимых действий. Целью исследования является выявление векторов солидаризации в белорусской прессе на материале статей, опубликованных на интернет-порталах различных белорусских районных изданий.

На первом этапе был проведен анализ отобранных методом сплошной выборки материалов местной прессы на тему коронавируса с целью выделения доминирующих коммуникативных стратегий, затем отобраны 100 публикаций, реализующих стратегию интеграции (солидаризации). На основе указанного материала были выделены векторы солидаризации в районных газетах Беларуси, а также лексемы, используемые для выражения различных аспектов солидарности.

К солидаризирующим статьям мы отнесли тексты, в которых актуализируются идеи, эксплицирующие понятие «солидарность». По мнению исследователей, с солидарностью обычно соотносятся положительные с точки зрения морали аспекты отношений между людьми – кооперация, сплоченность, взаимные обязательства, забота, доверие, взаимовыручка и взаимопомощь [Бойцова 2018, с. 60; Themistoklis 2018, p. 334], иногда в объем интерпретации данного понятия включают также объединение группы «своих» для борьбы с «чужими» [Taylor]. Трактую солидарность как особое состояние общества, Ю. В. Шкудунова перечисляет следующие основные трактовки этого понятия: интеграция на основе общности интересов, взаимозависимости, ответственности; единение на основе моральных принципов сопереживания, сочувствия, взаимной симпатии при условии разделения единых норм и ценностей; совместная деятельность для достижения определенной цели, например, социальная или экономическая поддержка, взаимопомощь или проявление альтруизма [Шкудунова 2015, с. 4121].

В проанализированных статьях были выявлены следующие векторы формирования солидарности: помощь уязвимым категориям людей, личная и коллективная ответственность, институциональная помощь (медицинским работникам, другим государствам и т. д.), единство и сплоченность. Распределение данных апелляций в материале исследования и маркирующие их лексемы представлены в табл. 3.3.

Направления солидаризации в белорусской прессе
в период пандемии коронавируса

Вектор солидаризации	Количество контекстов, %	Лексемы
Помощь уязвимым категориям людей	49	Помощь, доставка, поддержка, обслуживание, забота, волонтер, благотворительный, бескорыстный, уязвимый, пожилой, инвалид, одинокий, пенсионер
Личная и коллективная ответственность	24	Ответственность, бдительность, внимательный, серьезный, безопасность, обезопасить, позаботиться, самоизоляция
Институциональная помощь	17	Помощь, поддержка, братский, дружеский, дружба, гуманитарный
Объединение усилий, сплоченность	10	Общий, вклад, солидарность, сотрудничество, объединить(ся), скоординировать, вместе

Как видно из табл. 3.3, около половины проанализированных статей освещают вопросы **социальной помощи уязвимым категориям людей**, которые маркируются с помощью слов *уязвимый, пожилой, инвалид, одинокий, пенсионер*. В данных материалах речь идет о том, что социальные службы и различные организации (Федерация профсоюзов Беларуси, Красный Крест, РУП «Белпочта» и другие) помогают людям, доставляя им домой пенсию, покупки из магазина или аптеки или выполняя работу по дому: *В связи с коронавирусом и с целью создания дополнительной защиты от распространения вирусных инфекций РУП «Белпочта» предложило воспользоваться услугой получения пенсий и пособий на дому* (Слава працы, 02.04.2020); *Профсоюзы по всей республике создали рабочие группы, чтобы оградить своих пенсионеров от необходимости выходить в магазины, аптеки и т. д.* (Трыбуна працы, 03.04.2020).

В роли ключевых слов в таких статьях выступают лексемы *помощь, доставка, поддержка, обслуживание, забота*: *Территориальный центр социального обслуживания населения Новогрудского района совместно с волонтерами Белорусского Общества Красного Креста и районной организацией ОО «БРСМ» организуют проведение акции по оказанию **помощи** в **доставке** продуктов питания и медикаментов пожилым гражданам, нуждающимся в этом* (Новае жыццё, 02.06.2020.).

Добровольный и альтруистический характер оказываемой помощи маркируют слова *волонтер, благотворительный, бескорыстный*: *В случае необходимости **волонтеры** окажут помощь в доставке на дом приобретенных пожилыми людьми продуктов и медикаментов* (КВ, 02.04.2020); *Вот мы и подключились к **бескорыстному** марафону по оказанию помощи тем, кто в ней особо нуждается* (Веснік Чэрыкаўшчыны, 31.03.2020); *Вопросы выгоды не просто вторичны, о них даже речи не идёт. Главное – защитить своё население* (Сцяг перамогі, 03.04.2020).

Около четверти солидаризирующих контекстов в проанализированном материале делают акцент на понимании людьми своей **ответственности** за собственное здоровье и безопасность других в кризисный период и, соответственно, демонстрации ответственного поведения. Эта идея подчеркивается журналистами с помощью существительных *ответственность, бдительность, безопасность*, прилагательных и наречий *ответственный/ответственно, внимательный/внимательно, серьезный/серьезно*, глаголов *обезопасить, позаботиться*: *Позаботьтесь о своей безопасности, будьте бдительны и внимательны к своим родным и близким!* (Лепельскі край, 03.04.2020); *Дарэчы, людзі сталага веку сур'ёзна адносяцца да парад медыкаў* (Асіповіцкі край, 31.03.2020); *Сегодня в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией важно, чтобы каждый человек осознавал ответственность как перед собой, так и перед своими близкими, коллегами и максимально соблюдал необходимые правила гигиены* (Сцяг перамогі, 21.03.2020).

В отличие от других тематических категорий, представленных исключительно материалами, характеризующимися положительной тональностью, в данной группе встречаются негативные тексты, описывающие случаи проявления безответственного поведения: *Хочется подчеркнуть немаловажный факт: пациенты проявили большую безответственность (легкомыслие?) – наотрез отказывались ехать в областную больницу по доброй воле. Пришлось поступить в соответствии с законом – с применением прокурорских санкций. Поэтому их госпитализировали с помощью сотрудников милиции* (ЛН, 02.04.2020).

В роли ключевого слова текущего момента, в терминологии Т. В. Шмелевой [Шмелева 1993], акцентирующего в медиадискурсе ответственное поведение населения, выступает также существительное *самоизоляция*: *Белорусские медики выступают с призывом к самоизоляции пожилых граждан, хронически болеющих пациентов, тех пациентов, у которых есть, хотя бы, малейшие признаки ОРВИ, а также тех, кто прибыл из-за границы и, соответственно, получил рекомендацию к самоизоляции* (Веснік Чэрыкаўшчыны, 30.03.2020).

Третье направление солидаризации, выделенное в кризисном дискурсе районной прессы, – **помощь** в борьбе с эпидемией, которая оказывается преимущественно **институционально** – государствами, предприятиями и различными организациями. В качестве ключевых слов в данных текстах выступают лексемы *поддержка/поддержать, помощь/помогать*: *Поддержка медиков, оказавшихся на передовой в борьбе с COVID-19, со стороны государства, всех служб, госорганов, общественных организаций и населения – важная составляющая общего успеха в противодействии пандемии, захлестнувшей мир* (Лепельскі край, 02.04.2020). Речь в таких статьях чаще всего идет о материальной поддержке – перечислении средств, покупке медицинского оборудования, средств защиты и т. д.: *И предприятия, и простые люди готовы перечислить деньги в фонд помощи медицины. Есть такие желающие и в нашем городе. Сейчас, к примеру, на одном из*

предприятий рассматривается возможность покупки трех аппаратов ИВЛ с последующей передачей городскому здравоохранению (Наш край, 04.04.2020); ФПБ приняла решение о страховании и материальной поддержке медиков (Родныя вытокі, 05.04.2020).

К данной группе относятся и материалы о помощи Беларуси другим государствам и получении страной гуманитарных грузов из-за рубежа. Частотны в таких статьях лексические единицы *помощь, гуманитарный, дружба, дружеский, братский*: *Не так давно Министерством здравоохранения Республики Беларусь продукция предприятия была включена в гуманитарный груз и направлена в Китай для использования в преодолении беспрецедентной вспышки опасного инфекционного заболевания (Раённы веснік, 02.04.2020); Медицинская гуманитарная помощь из Китая прибыла в Беларусь ...; Китай выступил с инициативой в знак благодарности, в знак дружбы наших стран и народов, – сказал замминистра (Асіповіцкі край, 02.04.2020); «Это еще один добрый знак особого расположения и сложившейся практики отношений между братскими странами», – отметил посол (Бярэзінская панарама, 04.04.2020).*

Около десяти процентов контекстов в материале исследования подчеркивают **объединение усилий**, общность интересов и ценностей в кризисный для общества период, совместную работу, направленную на достижение социально значимых целей. Данные идеи акцентируются с помощью ключевых лексем *общий, вклад, солидарность, сотрудничество, объединить(ся), скоординировать, вместе*: *История будет судить о нас не по тому, как отдельные правительства справились с кризисом, а по тому, насколько мы сумели объединиться и скоординировать усилия на глобальном уровне на благо всего человечества; «Нам нужно проявить солидарность, – подчеркнул генеральный секретарь. – Вместе мы сможем победить вирус и построить более справедливый мир» (Асіповіцкі край, 01.04.2020); Это общее дело, которое требует вклада каждого из нас, – сказала председатель областного отделения БФМ Татьяна Туманова (Лепельскі край, 02.04.2020).*

Таким образом, солидаризирующим материалам отводится важная роль в кризисном дискурсе районных газет Беларуси. Наибольший удельный вес среди них имеют публикации, рассказывающие о помощи и поддержке, в первую очередь, уязвимым категориям людей, что объясняется социальной ориентированностью белорусского государства, стремлением поддержать и защитить тех, кому необходима помощь. Районные издания также призывают население демонстрировать ответственное поведение по отношению к себе и другим людям, а также рассказывают об объединении усилий граждан в выполнении полезной для общества деятельности. В кризисный период средства массовой коммуникации должны не только предоставлять читателям достоверную информацию о развитии ситуации и давать рекомендации, помогающие сохранить здоровье, но и сглаживать острые углы, вдохновлять и мобилизовывать на совместное решение важных для общества задач.

ГЛАВА 4. ЭКСПЛИКАЦИЯ АГРЕССИВНОСТИ В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ

4.1. Агрессивность и солидарность: точки пересечения

Социальная солидарность представляет собой необходимое состояние общества, основанное на том, что большинство членов социума разделяют систему ценностей, убеждений, взглядов. Солидарность обычно охватывает такие явления, как совместная деятельность по достижению общественно значимых целей, взаимопонимание, взаимопомощь и взаимовыручка, личная и коллективная ответственность, согласие и сплоченность. Феномен солидарности общества рассматривается в парадигме общественно-политического знания как моральный фундамент общества, универсальная ценность, которую признают все члены социума [Шумкова 2016, с. 56].

Однако нередко основой объединения всего социума или отдельных его групп становится неприятие членами группы кого-либо или чего-либо, их ненависть к данным субъектам и объектам и совместная борьба против них. Данный тип солидарности можно назвать солидарностью конфронтации, или «негативной» солидарностью, в противовес солидарности «позитивной», включающей в себя разнообразные типы «положительной» деятельности.

Поскольку средства массовой коммуникации являются основным источником знания о событиях общественно-политической жизни для массовой аудитории, они представляют собой главную платформу, носитель знаковой среды формирования и укрепления солидарности в обществе.

Солидарность в обществе обеспечивает единство, сплоченность и взаимопонимание между людьми, основанное на принятии ими общих ценностей, в то время как агрессия нередко направлена на дистанцирование и создание образа врага. Однако очень часто в контексте медиадискурса агрессивность и солидарность оказываются не взаимоисключающими, противопоставленными друг другу явлениями, а, наоборот, выступают как взаимодополняющие сущности, служащие предпосылкой реализации друг друга. Речь идет о так называемой солидарности конфронтации, или негативной солидарности, т.е. объединении людей на основе неприятия кого-либо или чего-либо, а также для совместной борьбы. Как пишет А. Б. Гофман, «солидарность с кем-то и за что-то слишком часто означает одновременно солидарность против кого-то и чего-то. Соединяя с одними, она разъединяет с другими, вызывая или усиливая враждебность к тем, кто по каким-то причинам не оказывается объектом или участником процесса данной конкретной солидаризации [Гофман 2015, с. 179–180].

Одним из главных направлений дискурса конфронтации в печати советского времени выступает идея **совместной борьбы** против «вражеских» идеологий, режимов, войн, дискриминации и других негативных явлений. Например, в газете «Советская Белоруссия» было опубликовано множество

статей, посвященных этой теме: *Созыв конференции, которая должна содействовать объединению усилий рабочего класса в борьбе против поджигателей войны, встретила широкий отклик среди трудящихся многих стран* (СБ, 08.05.59); *Народная партия теснее сплотит свои ряды и будет ... еще решительнее бороться против происков империалистов* (СБ, 15.10.59); *В Чикаго ... состоялась многотысячная демонстрация в поддержку требований прекращения расовой дискриминации* (СБ, 06.07.63); *Активная борьба против этой политики является делом всех свободлюбивых народов* (СБ, 06.07.63); *Последовательную позицию в борьбе против агрессивного курса сионистского руководства занимает КСМИ – Коммунистический союз молодежи Израиля, который под руководством Компартии Израиля решительно борется против экспансионистской политики Тель-Авива, за справедливое урегулирование ближневосточного кризиса* (СБ, 12.09.85); *Наша цель – превратить вооруженную борьбу и другие формы народной войны в единое мощное движение, способное покончить с марионеточным режимом Дуарте и противостоять американским агрессорам в случае их вторжения в Сальвадор* (СБ, 26.09.85).

Основной функцией «негативного» дискурса солидарности, на наш взгляд, является объединение общества на основе неприятия определенных субъектов, т.е. формирование группы «своих» и дистанцирование от «чужих». Кроме того, дискурс конфронтации позволяет легитимировать сложившийся политический порядок, объединяя людей вокруг определенной системы взглядов, а также оправдать те или иные политические решения. Например, введение советских войск в Афганистан в 1979 г. называлось *оказанием интернациональной помощи* дружественному народу соседней страны, а предлогом начала войны в Ираке в 2003 г. была борьба с режимом С. Хусейна, который, по заявлениям руководства США, разрабатывал оружие массового поражения и сотрудничал с международными террористическими организациями.

Использование «негативной» солидарности в медиатексте является эффективным инструментом управления общественным мнением, манипулирования общественным сознанием и мобилизации людей на совершение тех или иных действий, ведь, как писал А. П. Чехов, «Не так связывают любовь, дружба, уважение, как общая ненависть к чему-либо».

4.2. Речевая агрессия в медиатексте

Средства массовой коммуникации представляют собой мощный инструмент формирования и корректировки картины мира массовой аудитории, важнейший канал воздействия на «семантическое окружение» человека [Науакава 1992, р. 11], ведь сейчас почти все знания о социальной реальности мы получаем из СМИ. Медиа в современном обществе служат осуществлению власти, в первую очередь, посредством использования особого языка [Клемперер 1998; Lakoff 1990; Lutz 1996] и получения

контроля над значениями и смыслом слов. Среди наиболее востребованных инструментов воздействия медиа следует выделить категоризацию и номинацию, что обусловлено их способностью обозначать вещи особым образом [Fairclough 1995]. Как пишет М. А. Кормилицына, «мы живем в информационном мире, в котором власть находится в руках тех, кто владеет информацией, интерпретирует ее и тиражирует» [Кормилицына 2012, с. 14]. Демонстрируя тесную связь с идеологией, используя особые способы репрезентации реальности, конструируя социальные идентичности и взаимоотношения, средства массовой коммуникации влияют на властные отношения и в то же время детерминируются ими [Thompson 1990].

Реальность массмедиа Н. Луман называет реальностью «второго порядка», которая заместила распространенные в предыдущие исторические периоды ориентиры знания через выделенные позиции наблюдения (через мудрецов, видных общественных деятелей, этику и религию и т.п.) [Луман 2005, с. 133–134]. Контент средств массовой коммуникации всегда обусловлен идеологией конкретного общества в конкретный исторический период. Исследователи указывают на сложный процесс порождения газетного дискурса и выделяют два этапа его языковой формации – дотекстовый этап (наличие идеологического преконструкта и установочной посылки, а также ментально-когнитивный модус «приятие»/«неприятие» как когнитивное условие реализации дискурса) и непосредственно текстовый, формообразующий этап существования медиадискурса [Барсукова 2011; Краснова 2014]. Модальность приятия или неприятия отражает базовую для публицистического текста оппозицию «свой» – «чужие» и выражается в виде такого компонента медиатекста, как положительная, отрицательная или нейтральная тональность [Клушина 2008], эмоциональная/оценочная тональность [Кормилицына 2008], или идеологическая тональность [Могилевская 2010]. При этом Т. И. Краснова подчеркивает, что состояние приятия или неприятия в большинстве случаев вызывают не экстралингвистические объекты, т. е. оппозиции в объективной действительности, а ментально-модальные объекты интенциональности говорящего – указание на положение вещей, оценки существующего положения, переживание несоответствия желаемого или ожидаемого действительности [Краснова 2014].

Публицистическая картина мира обычно строится по двухполюсной схеме [Клушина 2007, с. 144], что позволяет упростить окружающую действительность, сведя ее к простому противопоставлению «наших» и «не-наших». Одним из частотных в медиадискурсе способов презентации области «чужого» является использование агрессивных речевых тактик, поэтому массмедийный дискурс можно рассматривать как особую сферу проявления языковой агрессии [Фирсова 2018, с. 4].

Изучение агрессивности в различных типах коммуникации представляется весьма актуальным, о чем свидетельствует ряд работ, выполненных в последние годы [Власова 2005; Завражина 2008; Закоян 2010; Карякин 2010; Комалова 2016; Костяев 2011; Маслова 2017; Чайка 2019 и др.].

В них речевая агрессия чаще всего рассматривается как «особая форма коммуникативного воздействия, ориентированная на то, чтобы вызвать негативное эмоциональное состояние у адресата с целью понижения его личной самооценки или изменения его представления о предмете речи в отрицательную сторону» [Маслова 2017, с. 9–10]. Среди других целей использования агрессии в речевой коммуникации отмечают [Костяев 2011; Маслова 2017]: причинение физического или морального ущерба объекту; утверждение доминирующей позиции по отношению к объекту; выражение и подтверждение прагматической значимости интерактивных шагов адресанта сообщения; преодоление сопротивления собеседника в процессе реализации говорящим коммуникативной установки.

Речевая агрессия представляет собой многоаспектное явление, «включающее помимо языковой манифестации психологическую, прагматическую, поведенческую, социальную, политическую составляющие» [Петрова 2011, с. 23]. Неотъемлемыми компонентами агрессивного речевого акта выступают эмоциональное отношение говорящего к предмету разговора, экспрессивность и эмоциональная окрашенность, а также осознанность и целенаправленность воздействия, то есть намерение говорящего оказать эмоциональное негативизирующее воздействие на адресата [Закоян 2010; Седов 2005, с. 90; Чайка 2019; Щербинина 2012]. Агрессивная коммуникация – это дискурс с акцентированной оценочностью, причем «особенностью речевой агрессии с точки зрения речевого воздействия является установка на безоговорочность собственной позиции и обусловленная этим ее безаргументативность» [Карякин 2010, с. 8].

Являясь одной из форм социального поведения, речевая агрессия пронизывает все сферы жизни человека и находит непереносимое отражение в медиатекстах, однако объект агрессии, тактики и способы ее выражения варьируются в зависимости от конкретной исторической ситуации.

В любой период времени в любом государстве пресса служит своеобразным «зеркалом», в котором отражается конкретная историческая ситуация – экономические и политические условия жизни общества, вкусы и настроения людей и многое другое. Как формальные, так и содержательные аспекты газетных материалов зависят от целого ряда факторов, среди которых И. П. Лысакова выделяет типологические признаки издания, социально-психологические особенности читательской аудитории, а также социально-исторические условия функционирования государства (политическая, экономическая, социально-классовая характеристика общества) [Лысакова 2005, с. 27]. По нашим наблюдениям, наивысшая концентрация агрессивных материалов в прессе наблюдается в кризисные для общества периоды.

Так, например, в прошлом веке газеты, издававшиеся в Беларуси, содержали максимальное количество подобных текстов в 30-е гг. (время политических репрессий), в 1941–1944 гг. (Великая Отечественная война,

оккупация территории республики), в 1991–1995 гг. (экономический кризис). В послевоенный период в фокус внимания статей, освещающих жизнь в стране, выдвигается трудовая тематика (восстановление экономики, работа на пределе возможностей, трудовые успехи, передовики и победители социалистического соревнования и т. п.), а их содержание маркируется положительной оценочностью. Со второй половины 1940-х до конца 1980-х гг. агрессия в прессе локализуется преимущественно в материалах, посвященных международной тематике, и в основном она направлена в адрес западных государств, поскольку статьи о странах социалистического лагеря характеризуются положительной модальностью и фокусируются на таких темах, как одобрение их лидерами и народом политики Советского Союза, трудовые подвиги и обязательства, новые стройки и культурные мероприятия и т. п. Для языковой экспликации агрессии в текстах СМИ использовалась лексика с ярко выраженной негативной оценочностью (словесные ярлыки, инвективы, агрессивные метафоры и фразеологические единицы, негативные идеологемы и квазиидеологемы), негативные обобщения и нарушения логики повествования.

4.3. Агрессивные материалы в газетах различных периодов

4.3.1. Период 1930-х гг.

Тридцатые годы XX в. вошли в историю как один из самых сложных периодов в развитии Советского Союза, в состав которого входила Беларусь. В это время проводятся коллективизация и индустриализация, приобретают свою идеологию и отрабатываются механизмы политических репрессий, целью которых было не только насаждение коммунистической мифологии в массовое сознание и выявление «врагов народа», занимающихся «вредительством», но и решение экономических задач, например, обеспечение дешевой рабочей силой некоторых отраслей народного хозяйства [История ... 2010, с. 265]. В это время также продолжается начатая в первые послереволюционные годы пропаганда коммунистической идеологии и формирование в печати образа советской власти как «власти народа, от имени которой выступает партия коммунистов» [Сарычева 2019, с. 8].

Результаты анализа материалов центральной белорусской газеты «Советская Белоруссия» показывают, что номера газеты, изданные в 30-е годы минувшего столетия, насыщены негативными и агрессивными материалами. Содержание газет в данный период отличается высокой степенью политизации, выделяемой исследователями в качестве специфики советского строя, который «наряду с командно-административной системой управления должен был создать систему своей идеологической защиты» [Лысакова 2005, с. 166]. Так, например, из сорока статей, размещенных в газете «Советская Белоруссия» 20 ноября 1937 г., треть материалов освещает тему предстоящих

выборов депутатов Верховного Совета СССР. Половина из них носит официально-деловой характер, отличается положительной идеологической модальностью и написана казенным клишированным языком. Данные статьи имеют следующие заголовки: *«Советский город во главе избирательной кампании»*, *«Тов. Белов на предвыборном совещании в Смолевичах»*, *«Всебелорусское совещание председателей окружных избирательных комиссий»*, *«Кандидаты в депутаты Верховного Совета СССР»* и т.п. Другая часть материалов, посвященных теме выборов, – это статьи негативного характера, описывающие различные недостатки на местах при проведении избирательной кампании: *«Помещения избирательных участков на замке»*, *«Жалобы избирателей не рассматриваются»*, *«Подозрительная небрежность»*, *«Там, где отсутствует бдительность»*, *«В стороне от избирательных участков»*.

Большое внимание в газете уделяется письмам, поступившим в редакцию, преимущественно негативного характера. В них обычно критикуют руководителей и должностных лиц различных организаций: *«Варварское отношение к колхозному коню»*, *«Когда горсовет выполнит обещание?»*, *«Недопустимое издевательство»*, *«Головотяпское распоряжение»*, *«Вредная отсебятина»*, *«Удивительная беззаботность»*. Как в представленных заголовках, так и в основном тексте статей можно наблюдать обилие негативнооценочных слов, например, *издевательство*, *небрежность*, *ошибка*, *волокита*, *враг*, *плохой*, *нарушение*, *головотяпский*, *недопустимый*, *варварский*, *безответственный*, *бездушный*, *бездейственный*, *бюрократический*, *грубейший*, *мариновать*, *вредительский*, *преступный*, *заклятый*, *недооценивать*, *срывать*, *разбазаривать*, *не удосужиться*: **Маринование жалоб трудящихся** – это был один из методов **вредительской** работы **врагов** народа, **окопавшихся** было в Наркомземе; **Бюрократия**, **волокита**, **нечуткость** к людям, к их жалобам и нуждам по-прежнему процветают в наркомате; Во многих колхозах этого района отношение к конскому поголовью – **варварское**; В списках избирателей Гричанского сельсовета, Минского района, допущены **грубейшие нарушения и ошибки**; В М. Горке, Пуховичского района, наблюдается **безответственное** отношение к делу ознакомления граждан со списками избирателей; Спрашивается, долго ли еще на Главном почтамте в Минске будут мириться с такими **безобразиями**? **Бездейственные** руководители; **Не руководят** важнейшей работой; **Срывают** отгрузку крепежа Донбассу; **Разбазаривают** колхозное сено.

Отметим, что указанные лексические единицы, несущие сильный негативнооценочный заряд, зачастую используются при описании рядовых ситуаций, т.е. нередко в текстах статей наблюдается гиперболизация. Так, например, в статье, озаглавленной *«Недопустимое издевательство»*, речь идет о том, что жену автора письма отказались принять на работу по специальности, несмотря на недостаток в организации соответствующих специалистов, и она не получала зарплату в течение двух месяцев.

В проанализированных статьях данные единицы регулярно употребляются, в том числе в заголовках, для описания недочетов в работе людей любой профессии, преимущественно руководителей местного уровня. В 30-е, так же, как и в 20-е годы XX века, обсуждение в прессе негативных проявлений местной власти считалось «проявлением народовластия – партия и народ совместными усилиями формируют аппарат власти, привлекая к управлению тех, кто этого заслуживает, и порицая тех, кто злоупотребляет властью» [Сарычева 2019, с. 9]. Кроме того, негативный образ местной власти использовался в пропагандистских целях для контраста при создании мифического положительного образа центральной советской власти [Там же, с. 13].

Негативные материалы помещены и в рубрике «Суд» – статья *«Дело о крупных хищениях на Минском мясокомбинате»*. Во многих номерах газеты того времени присутствуют материалы о судебных процессах. Например, в «Советской Белоруссии» от 3 ноября 1937 г. почти целая страница посвящена процессу «антисоветской, вредительско-диверсионной и шпионской организации правых, орудовавшей в Гомельском районе». Данные материалы включают допросы каждого из восьми обвиняемых, выдержку из приговора военного трибунала (расстрел и конфискация имущества), а также письма колхозников, в которых выражается возмущение деятельностью «врагов», ненависть к ним и поддержка государственной политики. Например, в одном из писем, которое названо «Никому не затмить нашей радости жизни», четко прослеживается оппозиция «свои – чужие» с использованием двух групп слов, имеющих противоположную оценочность (*страдать, бандит, орудовать, зверь, уничтожать, отнять – радостно, зажиточно, хлеб, деньги, труд, горой стоять*): *Наши колхоз и я сам немало страдали от бандитов, орудовавших на территории нашего района. Мне 69 лет. И за всю свою долгую жизнь я таких зверей, как те, которые сидели перед судом, не видел. Я бы их сам уничтожил. Никому не удастся отнять у нас нашу радостную колхозную жизнь. Живем мы зажиточно. У нас есть и хлеб, и к хлебу, есть и деньги. Мы все имеем на наши трудодни. Все это нам дал колхозный труд, наша советская власть. За советскую власть мы все горой стоим.*

В каждом номере газеты «Советская Белоруссия» в анализируемый исторический период освещается международная тематика. Подавляющее большинство материалов из-за рубежа также освещают негативные события – военные действия, борьба, забастовки, кризисы: *«Правительственный кризис в Германии еще более обострился», «Военные действия в Китае», «Цветные войска у мятежников», «Международная конференция по борьбе с терроризмом», «На фронтах Испании», «Партизанская борьба в тылу японских войск», «Забастовка польских текстильщиков», «К раскрытию широкого фашистского заговора во Франции», «Забастовочное движение во Франции», «Список японских злодеяний», «Чехословакия готовится к отпору агрессору».*

В соответствии с классификацией, разработанной Е. В. Власовой, речевая агрессия может быть выражена при помощи ряда прямых (оскорбление, угроза, обвинение, проклятие, злопожелание, призыв, констатация некомпетентности) и косвенных (насмешка, колкость, упрек, возмущение) тактик [Власова 2005].

В проанализированном материале преимущественно встречаются тактики, относящиеся к прямой агрессии.

а) **Оскорбление:** *На откормочном пункте кормятся бездельники-заготовители, а свиньи голодают* (СБ, 09.11.1932); *Прогульщик позорит почетное пролетарское звание* (СБ, 19.11.1932). Данная тактика предполагает использование инвективных номинаций, обозначающих негативную с точки зрения общества деятельность.

б) **Обвинение:** *Правооппортунистическая практика председателя райколхсоюза не встречает отпора* (СБ, 23.11.1932); *Борисовский райком не выполнил постановление ЦК партии* (СБ, 19.11.1932). Использование этой тактики заключается в приписывании кому-либо вины.

в) **Призыв:** *Дать решительный отпор местническим тенденциям, саботажу отгрузки картофеля пролетариям города Ленина* (СБ, 23.11.1932); *Беспощадно уничтожать врагов!* (СБ, 03.11.1937) Тактика заключается в призыве к действиям агрессивного характера.

г) **Констатация некомпетентности** – указание на чьи-либо некомпетентные действия: *Головотяпское распоряжение* (СБ, 20.11.1937); *Проживающие в доме комендант дома комсомолец Васильев и коммунист Ромбейн не занимаются агитацией и пропагандой Избирательного закона* (СБ, 20.11.1937); *Произошло это из-за халатности председателя местсовета Львовича, выдвинувшего кандидатуру тов. Алешко, даже не поинтересовавшись, сколько ему лет* (СБ, 20.11.1937).

Среди тактик, относящихся к косвенной агрессии, были обнаружены следующие.

а) **Упрек**, т. е. выражение недовольства чьими-либо действиями: *Стародорожский район плетется в хвосте* (СБ, 19.11.1932); *Администрирование вместо большевистского, чуткого руководства* (СБ, 19.11.1932). Последний пример является иллюстрацией того, что данная тактика нередко выражается с помощью антитезы.

б) **Возмущение** – эмоциональная отрицательная реакция на какое-либо действие: *Недопустимая безответственность в важнейшем деле* (СБ, 03.11.1937); *Не потревожил руководство фабрики и такой вопиющий факт, когда ударом электротока одной работнице парализовало руку* (СБ, 20.11.1937); *Подозрительная небрежность* (СБ, 20.11.1937); *Недопустимое издевательство* (СБ, 20.11.1937); *Среди различных слоев населения растет возмущение против фашистского режима* (СБ, 20.11.1937).

Как видно из приведенных примеров, обязательным маркером данной тактики является использование лексических единиц, в семантике которых превалирует негативный эмоционально-оценочный компонент. При этом

в медиатексте указанные лексемы подвергаются десемантизации, семантическому «выветриванию», в результате которого в значениях этих слов остается лишь резкая негативная оценка, остальные семантические компоненты нейтрализуются. Результаты проведенного исследования показывают, что в проанализированных статьях данные единицы регулярно употребляются, в том числе в заголовках, для описания самых разных ситуаций. Так, например, статья, имеющая заголовок *«Недопустимая безответственность»*, *«Подозрительная небрежность»* или *«Поразительная невнимательность»*, может описывать любые недочеты в работе людей любой профессии, преимущественно руководителей, от ошибок при составлении списков избирателей до невыполнения плана по закваске капусты. Отметим, что тактика возмущения является самой эмоциональной среди косвенных тактик, что приближает ее к тактикам, реализующим прямую агрессию.

в) **Колкость**, или язвительное замечание, встречается в проанализированном материале лишь в единичных случаях. Обычно эта тактика маркируется при помощи кавычек: *«Оптимисты» из Мозырского райисполкома* (СБ, 03.11.1937).

Таким образом, содержание материалов газеты «Советская Белоруссия» в 30-е годы прошлого века отличается высокой степенью агрессивности, что является отражением социально-политической ситуации в стране, а также соответствует настроениям и ожиданиям читательской аудитории. В большинстве случаев агрессия не вуалируется, а реализуется с помощью прямых тактик и обильного использования лексики, несущий отрицательный оценочный заряд.

4.3.2. Период Великой Отечественной войны (1941 – 1944)

Второй период высокой агрессивности белорусской прессы отмечен в первой половине 1940 гг. – во время Великой Отечественной войны, когда средства массовой коммуникации были мощной силой, обеспечивающей идеологическую поддержку людей, воюющих на фронтах и работающих в тылу. Главными задачами прессы в это время становятся информирование населения о действиях врагов, а также солидаризация аудитории и ее мобилизация на борьбу с захватчиками.

Основной мотив материалов белорусских газет – мобилизация на борьбу с немецко-фашистскими захватчиками, соответственно, в каждом номере анализируемого издания присутствуют призывы к мести и уничтожению врагов. Приведем примеры частотных заголовков газет: *«Бязлітасна знішчаць фашыцкіх шпіёнаў і дыверсантаў»* (Зв, 20.07.1941); *«Моладзь – на барацьбу з фашызмам»* (Шлях соцызма, 19.06.1943); *«Хочаш жыць – забі немца!»* (СБ, 07.08.1942); *«Партызаны, біце немцаў іх-жа зброяй!»* (СБ, 17.03.1943); *«Ярчэй распальвайце партызанскую вайну!»* (СБ, 10.03.1943); *«Помсціць жорстка, бязлітасна!»* (СБ, 20.03.1943); *«Наперад, на разгром*

ворага!» (СБ, 07.11.1943); *«Не хлеб, а штык у фашыскае горла!»* (СБ, 9.10.1943); *«На вілы ірада, ў агонь!»* (СБ, 23.10.1943). Как видно из приведенных примеров, поскольку материалы изданий призваны выполнять мобилизующую функцию, в газетах распространены лозунги, представляющие собой восклицательные предложения.

Довольно часто встречаются и заголовки, представляющие собой угрозы и злопожелания: *«Не жыць акупантам!»* (СБ, 07.08.1942); *«Немцам няма жыцця»* (СБ, 20.03.1943); *«Катам не ўцячы ад расправы!»* (СБ, 04.11.1943); *«Пракляцце і смерць фашыскім душагубам!»* (СБ, 19.05.1943). Отметим, что до войны тактика злопожелания в материалах газеты «Советская Белоруссия» практически не встречается.

Большую группу негативных материалов составляют статьи, повествующие о зверствах оккупантов: *«Зверствы фашыстаў»* (СБ, 06.02.1942); *«Нечуваная расправа»*, *«Крывавы разгул фашыстаў»* (СБ, 07.08.1942); *«Гітлераўцы бамбяць беларускія вёскі»* (СБ, 08.03.1943); *«Стогны і слёзы»* (СБ, 10.03.1943); *«Зверствы гітлераўцаў у Рудзенскім раёне»* (СБ, 11.02.1944).

В то же время заметки, рассказывающие об агрессивных действиях Красной Армии и населения Беларуси по отношению к врагам, напротив, апеллируют к положительным эмоциям: *«Знішчылі чатырох афіцэраў»*, *«Паўлікава помста»* (СБ, 05.01.1942); *«Эшалоны ворага – пад адкос!»* (СБ, 08.03.1943); *«На рахунку – 30 забітых фрыцаў»* (СБ, 08.03.1943); *«Моладзь помсціць акупантам»* (СБ, 11.02.1944).

С целью выявления агрессивных речевых тактик, характерных для белорусской прессы периода Великой Отечественной войны, были проанализированы материалы республиканских («Советская Беларусь», издававшаяся в годы войны на белорусском языке, и «Звязда»), областных («Гомельская праўда» Гомельской области, «Бальшавік Палесся» Полесской области), районных газет («Шлях соцыялізма» Минского района, «Смерць акупантам» Чечерского района).

В проанализированном материале преимущественно представлены примеры выражения прямой агрессии, которая реализуется с помощью широкого спектра тактик.

а) **Призыв.** Во всех проанализированных изданиях присутствуют призывы к мести и уничтожению врагов: *«Адкажам трайным ударам»* (Бальшавік Палесся, 24.06.1941); *«Радзіма кліча да бязлітаснай помсты»* (СБ, 05.01.1942); *«Ярчэй распальвайце партызанскую вайну!»* (СБ, 10.03.1943).

б) **Обвинение.** Использование этой тактики заключается в приписывании кому-либо вины. В проанализированных белорусских газетах военного времени большую группу негативных материалов составляют статьи, повествующие о зверствах оккупантов: *«Гітлер хоча ператварыць савецкіх сялян у рабочую жывёлу»* (Зв, 18.07.41); *«Ва што гітлераўцы ператварылі Балгарыю»* (Зв, 04.08.1941); *«Насілле і разбой»* (ГП, 13.07.1941); *«Фашизм – вораг чалавечтва»* (Шлях соцыялізма, 23.05.1943); *«Смерць ходзіць па Беларусі»* (СБ, 19.05.1943).

в) **Оскорбление.** Для обозначения захватчиков и совершенных ими преступлений в прессе используется большое количество инвективных номинаций: *Зверсты сучасных канібалаў* (Зв, 03.08.1941); *Поўны правал планаў людзеда Гітлера* (СБ, 28.06.1942); *Сусветныя ілгуны* (Гомельская праўда, 03.08.1941); *Чырвоная Армія і народ знішчаць фашысцкіх людзедаў!* (ГП, 13.07.1941); *Жывадзеры* (СБ, 07.08.1942); *Кулю ў лоб, вілы ў чэрава – вось наш адказ нямецкім забойцам, гвалтаўнікам і грабежнікам!* (СБ, 07.08.1942); *Пракляцце і смерць фашысцкім душагубам!* (СБ, 19.05.1943). Данные номинации, как правило, указывают на людей, совершивших различные виды преступлений (*забойца, душагуб, жывадзер, гвалтаўнік, грабежнік, галаварэз* и т.п.).

Кроме того, для наименования врагов широко используются зооморфные метафоры, имеющие ярко выраженную отрицательную оценочность (*ваўкі, сабакарня, звер, шакал*): *Якіх толькі спосабаў не ўжывае крывасмок-Гітлер дзеля знішчэння беларускага народу* (Шлях соцыялізма, 23.05.1943); *Немцы не вернуцца ў сваю сабакарню!* (СБ, 20.03.1943); *У воўчым лагаве* (СБ, 19.05.1943); *У студзені месяцы гэтага году гітлераўцы, як шакалы, напалі на наш пасёлак і пачалі сваю гнусную расправу* (Шлях соцыялізма, 19.06.1943); *«Немец – нелюдзь, звер!»* (СБ, 20.03.1943); *Ваўкі ратуюць скурры* (СБ, 06.10.1943). Популярность зооморфных метафорических номинаций в медиатекстах можно проследить с первого дня войны, когда «Советская Белоруссия» опубликовала стихотворение Я. Коласа «На цепь – кроважадного пса!»

Как видно из приведенных примеров, тактика оскорбления обычно реализуется в сочетании с другими агрессивными речевыми тактиками, такими как призыв, угроза или обвинение.

г) **Угроза.** Большое количество статей в проанализированных изданиях содержат в себе угрозы уничтожения фашистов: *Беларускі народ ніколі не даруе гэтага!* (ГП, 12.08.1941); *Не жыць акупантам!* (СБ, 07.08.1942); *Немцам няма жыцця* (СБ, 20.03.1943); *Буду бязлітасна помсціць фашыстам* (Шлях соцыялізма, 19.06.1943); *Катам не ўцячы ад расправы!* (СБ, 04.11.1943).

д) **Проклятие:** *Пракляцце і смерць фашысцкім душагубам!* (СБ, 19.05.1943); *Помста і смерць нямецкім катам!* (Смерць акупантам, 01.06.1944).

е) **Злопожелание:** *Не хлеб, а штык у фашысцкае горла!* (СБ, 09.10.1943).

Отметим, что две последние тактики, несущие самый насыщенный негативный эмоциональный заряд, являются специфичными для газетных статей военного времени, в материалах белорусской прессы других лет они практически не встречаются.

В ряде случаев в проанализированных изданиях было отмечено обращение к следующим косвенным агрессивным речевым тактикам.

а) **Возмущение** – эмоциональная отрицательная реакция на какое-либо действие: *Гнеў калгаснага сялянства* (Бальшавік Палесся, 29.06.1941); *Страшна сіла гнева свабодалюбівага савецкага народа, які падняўся на вялікую айчынную вайну* (ГП, 13.07.1941). Данная тактика является наиболее эмоциональной среди косвенных речевых тактик, что приближает ее к тактикам, реализующим прямую агрессию.

б) **Колкость**, или язвительное замечание, встречается в проанализированном материале лишь в единичных случаях. Обычно эта агрессивная речевая тактика маркируется при помощи кавычек: *«Новы парадак» фашыстаў* (Шлях соцыялізма, 10.07.1943); *Патрабавалася не ведаючая прадзелаў пагарда да навукі, цывілізацыі і нават да патрабаванняў здравага сэнсу, каб высунуць кур'ёзную недарэчную істэрычную «тэорыю» аб міждзяржаўнай першай германскай расе і ператварэнні ўсіх іншых рас у пад'ярэмныя* (Большавік Палесся, 25.06.1941); *Тупыя, самадавольныя твары крэтынаў, забойцаў і садыстаў. Каб было «страшней» і «адчайней», у рот засунуты брудныя рукаяткі салдацкіх нажоў...* (ГП, 05.08.1941).

Особенностью использования колкости в белорусской прессе военного времени также является ее сочетание с другими агрессивными тактиками, что повышает негативный оценочный заряд газетных материалов. Так, в приведенных выше примерах она используется вместе с тактиками возмущения и оскорбления.

Таким образом, содержание материалов белорусских республиканских, областных и районных газет в годы Великой Отечественной войны характеризуется высокой степенью агрессивности, выполняя функции формирования образа врага и мобилизации населения на борьбу с ним. Агрессия в прессе реализуется преимущественно с помощью прямых речевых тактик (призыв, оскорбление, угроза, злопожелание, проклятие, обвинение), сочетания агрессивных тактик и использования большого количества отрицательнооценочных лексем.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что наивысший градус агональности наблюдается в газетных материалах в 1941 – 1943 гг., когда территория республики была полностью оккупирована вражескими войсками. С конца августа 1943 г., незадолго до начала освобождения Беларуси, в прессе постепенно начинает увеличиваться удельный вес позитивнооценочных статей, в фокусе внимания которых – восстановление экономики страны и устранение причиненного войной ущерба. Данная тенденция наблюдается сразу же после опубликования в газете постановления Совнаркома СССР и ЦК ВКП (б) от 21.08.1943 «О неотложных мерах по восстановлению хозяйства в районах, освобожденных от немецкой оккупации», напечатанного в газете «Советская Беларусь» 25 августа 1943 года.

4.3.3. Аксиологическая поляризация в оккупационной прессе Беларуси

В военное время, когда на смену информированию и убеждению приходят пропаганда и внушение, особую значимость приобретают такие средства аргументации общественно-политического текста, как черно-белое изображение действительности, нахождение «козла отпущения» и снятие с себя ответственности [Водак 1997, с. 112]. На первый план выступает агональность, членение действительности в соответствии с базовой семиотической оппозицией «свои – чужие», что влечет за собой обилие материалов агрессивного характера в пространстве медиадискурса.

Во время Великой Отечественной войны на оккупированных территориях Беларуси издавались оккупационные газеты, которые в зоне гражданской администрации формально являлись органами городских управ – коллаборационистских учреждений, выполнявших приказы и распоряжения немецкой гражданской администрации [Вершицкая]. Штат сотрудников оккупационных изданий обычно состоял из местной интеллигенции, недовольной советской властью. Основная задача оккупационной прессы в Беларуси состояла в том, чтобы убедить население поддерживать новую власть, указать на то, что политика советского государства чужда белорусскому народу.

Представленная в указанных изданиях картина мира отражала идеологию захватчиков и, соответственно, содержала оценочные модусы, противоположные аксиологическим ориентирам государственной белорусской прессы. Мы проанализировали лексические единицы, которые использовались в белорусской региональной коллаборационистской прессе для обозначения групп «своих» и «чужих», а также выполняемых ими действий. В качестве материала исследования выступили статьи из газеты «За праўду», которая издавалась в Новогрудке на белорусском языке с 22 февраля до 29 июня 1944 г. под редакцией известного общественно-политического деятеля Михася Рагули и имела ярко выраженную пропагандистскую направленность, подчиняясь основным требованиям немецкой пропаганды на оккупированной территории [Вершицкая].

Для исследуемых текстов характерна прямолинейная идеологическая поляризация лексики. Так, при наименовании лиц, входящих в группу «своих», в материалах газеты используются существительные *патрыёт*, *змагар* (за волю), при этом подчеркивается их преданность Родине: *Англа-амэрыканцы страляюць як дзічыну адданных бацькаўшчыне італьянцаў; Мілан: пасля таго, як колькі дзен таму назад англа-амэрыканамі былі расстраляны у паўдзеннай Італіі 6 маладых патрыётаў-змагараў за волю...*

Среди лексем, называющих врага, т. е. советские и англо-американские войска, а также партизан, высокой частотностью характеризуются слова *вораг* и *ворагавы* (в некоторых небольших по объему статьях они встречаются до 10 раз): *Вораг праводзіў мясцовыя атакі, якія былі адбіты; Заламаўся ворагавы наступ ля Віцебску; Усе ворагавыя контратакі засталіся бяз посьпеху, а вораг меў высокія страты у матэр'яле і людзях.*

Для наименования «чужих» также распространены существительные *банда*, *тэарыст*, *бальшавік*, а также их производные: *Справа ідзе у асноўным аб мясцовыя апэрацыі на вызваленне і звязваньне сілаў на карысьць бальшавіцкіх бандаў; Злучэньні брытанска-паўночнаамэрыканскіх самалётаў ува учараіні дзень ... праводзілі свае тэарыстычныя налеты на гарадзскі раён Букарэшту, чым выклікалі шкоды і страты сярод жыхарства.*

Для обозначения действий войск противника в издании используются существительные *атака*, *контратака*, *налет*, *напад*, т. е. военная лексика, в значении которой присутствуют семантические компоненты «нападение»,

‘захват’ (сравн. *атака* ‘імклівы напад войск на праціўніка’, *напад* ‘хуткае дзеянне, накіраванае на каго-, што-н. для захопу, грабязу, забойства і пад.’, *налёт* ‘раптоўны ваенны ўзброены напад на каго-, што-н.’ [Тлумачальны ... 2005]): У ваенных поведамленьях за апошнія дні гаварылася аб *бальшавіцкіх атаках* на абодвух баках Віцебску; Паўночна-амэрыканскія бамбавікі учарашнім днём накіравалі новыя тэрарыстычныя *налеты* на тэрыторыю Нямеччыны; Пры адбіцці моцных ворагавых паветраных *нападаў* былі састрэлены штурмавымі і паляўнічымі самалётамі 46, а зэнітнай артылерыяй авіяцыі яшчэ 10 савецкіх самалётаў.

Описывая действия немецкой армии, авторы статей стараются избегать употребления специализированной военной лексики и используют нейтральную лексему *удар*, а также эвфемистическое сочетание *ачышчальная акцыя*, состоящее из позитивнооценочного прилагательного *ачышчальная* и низкоинформативного существительного широкой семантики *акцыя*: *Ад далёкай поўначы да Міжземнага мора – зьнішчальныя удары на ворагу*; *Справа ідзе у асноўным аб мясцовыя апэрацыі на вызваленне і звязваньне сілаў на карысць бальшавіцкіх бандаў, якія у балотах і лясах у тылу фронту дарэмна імкнуліся змагацца з ачышчальнай акцыяй нямецкіх і саюзных злучэньняў*. Сочетание *ачышчальная акцыя* было введено в обращение немецкой пропагандой для обозначения уничтожения населения захваченных земель, преимущественно евреев и партизан. Подобные эвфемизмы для номинирования карательных действий фашистов были весьма распространены в нацистском дискурсе. Так, одним из известных примеров подобного словоупотребления является существительное *Sonderbehandlung* ‘особое обращение’, означавшее уничтожение евреев [Клемперер 1998].

На страницах оккупационной прессы наблюдается массивная дискредитация успехов Красной Армии и союзников и одновременная демонстрация значительных успехов немецкой армии и мощи немецкого оружия. Данная тактика реализуется посредством жесткой поляризации лексики, номинирующей свои и вражеские действия. Описание успехов советских войск часто осуществляется с использованием прилагательных *мясцовы*, *агранічаны*, указывающих на незначительность, ничтожность их побед: *Вораг праводзіў мясцовыя атакі, якія былі адбіты*; *Нягледзячы на агранічаныя мэты гэтых атакаў, яны былі часта вельмі жорсткія*. Кроме того, пропагандисты прибегают к употреблению лексем, подчеркивающих отсутствие результата: *Справа ідзе у асноўным аб мясцовыя апэрацыі на вызваленне і звязваньне сілаў на карысць бальшавіцкіх бандаў, якія у балотах і лясах у тылу фронту, дарэмна імкнуліся змагацца з ачышчальнай акцыяй нямецкіх і саюзных злучэньняў*; *Усе ворагавыя контратакі засталіся бяз посьпеху*.

При упоминании военных успехов фашистской Германии используются слова *моц*, *непахісны*, *знішчальны*, которые выдвигают в фокус внимания читателя силу, стойкость, непобедимость немецкой военной машины: *Моц нямецкай зброі непахісная*; *Ад далёкай поўначы да Міжземнага мора – зьнішчальныя удары на ворагу*.

В оккупационной прессе также активно обсуждается бесчеловечное отношение к солдатам на фронте и жителям освобожденных территорий. При этом наблюдается сдвиг семантического фокуса «нападение – оборона», т. е. освобождение Красной Армией захваченных фашистами территорий позиционируется как «террористические атаки», в свою очередь, действия нацистов представляются как «оборонительные»: *Абаронны бой ля Сэрэту закончаны; Англа-амэрыканцы **страляюць як дзічыну** адданных бацькаўшчыне італьянцаў; Нягледзячы на агранічаныя мэты гэтых атакаў, яны былі часта **вельмі жорсткія**; Злучэньні брытанска-паўночнаамэрыканскіх самалетаў ува учарашні дзень ... праводзілі свае **тэрарыстычныя налеты** на гарадзскі раён Букарэшту, чым выклікалі шкоды і страты сярод жыхарства.*

Таким образом, пропагандистские тексты белорусской региональной оккупационной прессы отличает семантический примитивизм, т. е. представление действительности в строгом соответствии с базовой семиотической оппозицией «свой – чужие». Употребление различных групп лексики при описании воюющих сторон способствует созданию простой, понятной любому читателю картины мира, направленной на то, чтобы убедить население сотрудничать с оккупационной властью.

4.3.4. Послевоенный период (1950 – 1980-е гг.)

В советской прессе послевоенного периода (1950–1980-е гг.) агрессия была направлена преимущественно на зарубежные страны, причем ее объекты менялись в зависимости от внешней политики государства. Во время идеологического противостояния между социалистическим блоком и странами Запада во второй половине XX в. в медиадискурсе наблюдалась жесткая демаркация между «своими» и «чужими». После фултонской речи У. Черчилля, в которой он в 1946 г. провозгласил бинарную структуру мира, основанную на оппозиции «Запад – Восток», в советской прессе на роль главного «врага» выдвигаются западные страны. В круг «своих» включаются все страны социалистического блока, а также угнетаемые группы населения на «вражеской» территории. Кроме того, в оппозицию Запада и Востока «клином вторгалась широкая, но изломанная, местами рваная полоса колониального, а затем постколониального слабо развитого пространства» [Сафронов 2010, с. 107], отдельные представители которого позиционируются журналистами как «свой» или «чужие» в зависимости от политической конъюнктуры.

Анализ международных материалов газеты «Советская Белоруссия» с послевоенных лет до распада Советского Союза свидетельствует о том, что медиаконтент обнаруживает четкую поляризацию по оси «свой – чужие», при этом серьезные отличия касаются как тематики статей о западных и социалистических странах, так и используемых журналистами языковых средств. Подавляющее большинство статей о странах Запада, а также определенных африканских и азиатских государствах носит негативный характер и обладает агрессивной прагматической направленностью. Основные семантические группы лексики, используемые в материале исследования для конструирования агрессии, представлены в табл. 4.1.

Т а б л и ц а 4.1

Агрессивная лексика в статьях на международную тематику

Семантика	Лексические единицы
«Враждебные» идеологии и их представители	Реакционизм / реакция / реакционеры, реваншизм / реваншисты, империализм / империалисты, монополизм / монополия / монополисты, колониализм / колониалисты, неоколониализм / неоколониалисты, ревизионизм / ревизионеры, расизм / расисты, шовинизм / шовинисты, неофашизм / неофашисты, антисемитизм / антисемиты, нацизм / нацисты, экстремизм / экстремисты, апартеид
Агрессивные действия	Агрессия, налет, атака, нападение, наступление, проникновение, насилие, эскалация, вторжение, захват, удар, террор, оккупация, посягательство, вмешательство, хозяйничание, нарушение (прав), притеснения, дискриминация, рабство, геноцид, варварство, зверства, подрыв, эксплуатация; интервенты, оккупанты, захватчики, агрессоры, военщина, каратели; угнетать, атаковать, брехать оружием, распоясаться, ущемлять, натравить; ожесточенный, кровавый, кровопролитный, кабальный, оголтелый, насильственный, агрессивный, воинственный, жестокий, подрывной
Оружие и военные действия	Бомбардировка, битва, бой, война, «холодная» война, гонка вооружений, «звездные войны», ядерное оружие; сбить (самолет), сбросить (бомбу), обстрелять, захватить в плен
Жертвы и последствия агрессивных действий	Убитый, раненый; голодать, убивать, калечить; разрушения, жертва, гибель, пушечное мясо, смерть, ущерб
Преступления, преступники и их пособники	Преступление, убийство, взрыв, поджог, диверсия, переворот, коррупция, вымогательство, шантаж, ограбление; преступник, гангстер, бандит, разбойник, головорез, молодчик, террорист, заговорщик, шпион, агент, хулиган, путчист, главарь, грабитель, сепаратист, контрабандист; заговор, сговор, происки; пиратский, преступный; банда, клика, группировка, хунта, синдикат; марионетка, пособник, наймит, приспешник, наемник, сателлит, подручный, сообщник
Неправомерные действия властей	Казнь, арест, расстрел, смертный приговор, преследования, произвол, репрессии, облава, бесчинства, арест, разгон (демонстрации), обыск, допрос, расправа, пытки; подавить
Несоблюдение закона	Незаконный, неправомочный, нарушение
Ложь	Ложь, измышления, фальшивка, клевета, махинации, слухи, маневр, фарс, трюк, фальсификация; выдавать себя за, ввести в заблуждение, сфабриковать; лицемерный, пропагандистский, фальшивый; якобы, будто бы, заведомо (ложный)
Нарушение правил коммуникативного поведения	Провокация, грубый отказ, твердолобая позиция, нападки, выпад, разглагольствования; саботировать, оскорблять, (рьяно) возражать, запугивать, замалчивать
Негативные речевые реакции	Протест, критика, осуждение, возмущение; осуждать
Отсутствие единства	Раскол, разногласия, конфликт, брань; зайти в тупик

Социальные и экономические проблемы	Напряженность, обострение, волнения, неграмотность, отсталость, забастовка, стачка, кризис, безработица, срыв (производства), увольнение, застой, дефицит, трущобы, гетто, резервации, наркотики, алкоголизм, порнография; бездействовать, простаивать, прекратить (работу), обанкротиться
Стремление к обогащению	Богачи, помещики, землевладельцы, дельцы, спекулянты; Расточительность, чистоган, раздутый (гонорар)
Отрицательные эмоции и эмоциональные состояния	Беспокойство, тревога, озабоченность, раздражение, гнев, злость, злоба, ненависть, ярость, недоумение, страх, отчаяние, депрессия
Общая негативная оценка	Антисоветский, антидемократический, антинародный, антисоциалистический, бредовый, неправильный, враждебный, зловещий, неслышанный, безрезультативный, бесчеловечный, жалкий, неудовлетворительный, необоснованный, компрометирующий, трагический, мрачный, мерзкий, гнилой, грязный, ужасный; вина, ошибка, кризис, катастрофа, неприятности, угроза, опасность, позор, ужас
Нравственная оценка	Злонамеренный, порочный, аморальный, несправедливый, вероломный, коварный, подлый

В прессе указанного периода популярна тактика навешивания ярлыков, при этом одним из важнейших оснований негативной характеристики человека, группы или государства становится **обозначение их идеологической позиции**. В послевоенное время в медиатекстах в качестве враждебных идеологий маркируются *реакционизм, реванизм, ревизионизм, империализм, монополизм, милитаризм, колониализм и неоколониализм, расизм, шовинизм, фашизм и неофашизм, антисемитизм, нацизм, апартеид*: *В этом виноваты **реакционные** помещики и богатое крестьянство, которые саботируют поставки* (СБ, 20.01.48); *Они выразили решительный протест против проводимой под покровительством Бонна пропаганды **реванизма** и шовинизма* (СБ, 08.05.59); *Перед **империалистами** Запада, указывает газета, есть два пути: путь войны, и следовательно, путь самоубийства, и путь признания принципов мирного сосуществования* (СБ, 11.02.59); *Рурские **монополисты**, разумеется, не прочь сбыть свой уголь и тем самым подорвать позиции бастующих французских шахтеров* (СБ, 16.03.63); *Военными средствами США не удастся добиться своих **колониальных** целей во Вьетнаме* (СБ, 24.08.67); *Мировая общественность, в том числе и американская, а также родственники и соратники О. Летельера по борьбе против **фашистского** режима Пиночета...* (СБ, 16.04.77); *Убивают и устраивают поджоги, грабят банки и бронированные инкассаторские автомобили, распространяют литературу, пропагандирующую **расизм и антисемитизм**, воспевающую Гитлера* (СБ, 02.07.85); ***Реакционные** силы Греции и **империалисты** задумали навязать стране убийства в качества правила политической жизни*

(СБ, 01.11.63); *Руководствуясь ленинскими принципами дружественного сотрудничества во всех областях с народами, борющимися против империализма и колониализма за свою свободу и независимость, советский народ протянул руку дружбы египетскому народу* (СБ, 06.01.71).

При этом газеты никогда не приводят толкование указанных единиц, не расшифровывают их контекстуальные значения. Дефиниции данных терминов, представленные в «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова [Толковый ..., 1935–1940], также не всегда дают точного ответа на вопрос, чем отличаются между собой значения этих лексем. Например, *реакция* трактуется как ‘политика, государственный политический режим, осуществляющий возврат и защиту старых порядков путем борьбы с революционным движением и проявлениями всякого прогресса (полит.)’, а *ревизионизм* как ‘буржуазное извращение, фальсификация марксизма, заключающаяся в ревизии революционных экономических, политических и философских основ учения Маркса и в отказе от них в интересах буржуазии и сохранения капиталистического строя (полит.)’. Интересно, что в качестве примера использования слова *реванилист* в данном словаре приводится словосочетание *фашистские реванилисты*, пример употребления существительного *реакционер* – ‘сторонник реакционной политики, реакции (в 1 знач.), мракобес’ – подразумевает сочетаемость с тем же прилагательным *фашистские реакционеры*.

Значения имен существительных *империализм*, *милитаризм*, *монополизм* и *колониализм* в указанном словаре также связаны друг с другом: *империализм* трактуется как ‘капитализм на той стадии развития, когда сложилось господство монополий и финансового капитала ...’, а *милитаризм* как ‘в империалистических государствах – политика, стремящаяся к усилению военной мощи для завоевания новых земель, колоний и новых рынков’. Как видно из приведенных дефиниций, даже в словаре эти политические термины трактуются как идеологемы, главным содержанием которых является негативная оценочность и идеологическая модальность, а основной целью выступает маркировка «чуждых», «вражеских» взглядов. Соответственно, идеологические ярлыки *реакционер*, *реванилист*, *империалист*, *монополист*, *колониалист*, *неоколониалист*, *ревизионер*, *шовинист*, *неофашист*, *антисемит*, *нацист* использовались журналистами как своеобразные «сигнальные» слова, направленные на то, чтобы вызвать у реципиента однозначную запрограммированную негативную реакцию..

Что касается стран, которые наделяются подобными наименованиями, то *расистами* чаще называют представителей Африки, *апартеид* относится к ЮАР, в *антисемитизме* обычно обвиняют фашистскую Германию, референт остальных слов-ярлыков, используемых прессой, характеризуется произвольностью, то есть они могут обозначать любую западную страну.

В медиадискурсе эти лексические единицы обнаруживают произвольную сочетаемость друг с другом и активно включаются в формирование квазисинонимических рядов. В материале исследования встречаются

следующие комбинации данных идеологем: *самые **реакционные, агрессивные и шовинистические** круги монополистического капитала; пропагандировать идеи национализма, **шовинизма и реванизизма**; бороться против сил **реакции**, за окончательную ликвидацию **колониализма и неоколониализма, расизма и апартеида**; борьба с **империализмом и ревизионизмом**; борьба против **империализма и колониализма**; срыв планов **реакционеров и империалистов**; против западногерманского **милитаризма и реванизизма**; агрессивные планы **боннских реванистов и империалистических американских кругов**.*

В результате многократного использования в медиатекстах и диффузного контекстуального соединения в семантике этих идеологически заряженных терминов «выветриваются» сигнификативные семы, указывающие на различия между указанными словами. Во многих случаях в значении данных лексем остается лишь гипертрофированный негативный оценочный компонент, маркирующий «чужие», «вредные» идеологии, который усиливается в псевдосинонимических рядах. Это позволяет автору текста по своему усмотрению семантизировать лексемы, наполнять их разнообразным содержанием в зависимости от семантики сопряженных с ними единиц. Приобретение словами оценочности приводит к выхолащиванию их когнитивного содержания, поскольку в многокомпонентном и многоаспектном образовании, которое представляет собой семантика слова, «отсутствие одного компонента может компенсироваться наличием другого, ослабление одного аспекта – усилением другого» [Норман 1994, с. 54]. Основное значение всех указанных слов в подобных употреблениях – ‘враждебная идеология’.

Весьма распространенным средством создания агрессии в материале исследования является указание на **агрессивные действия** «чужих». Большим разнообразием отличается группа имен существительных с семантикой «нападения» и «вторжения на чужую территорию» (*налет, атака, нападение, захват*): *Наряду с другими **нападениями** на демократов и антифашистов, неонацистские «охранники» в июле 1969 года совершили во Франкфурте-на-Майне **налет** на участников антифашистской демонстрации протеста (СБ, 16.01.71); Между тем не прекращаются провокации в районе, где был совершен пиратский **захват** (СБ, 02.06.71).* Люди и государство, нападающие на других и вторгающиеся на чужие территории, обозначаются в прессе при помощи существительных *интервенты, оккупанты, захватчики, агрессоры, военизна, каратели*: *Соединения корейской Народной армии ... на всех фронтах продолжают вести ожесточенные бои, отражая атаки американо-английских **интервентов** (СБ, 22.09.51); Бесчинства американской **военицины** в Англии (СБ, 11.02.59); Южнокорейский «премьер» не пожалел усилий, чтобы попытаться защитить действия американских **агрессоров** (СБ, 01.04.67).*

Отдельная группа имен существительных описывает различные виды притеснения, которое агрессоры демонстрируют на захваченных территориях (оккупация, хозяйничание, дискриминация, рабство, геноцид, эксплуатация): *Одновременно израильтяне предприняли попытку расширить зону **оккупации** в окрестностях населенного пункта Шебаа (СБ, 28.12.81); Греческий народ все активнее выступает против ... **хозяйничанья** в стране иностранного капитала и жестокой **эксплуатации** трудящихся (СБ, 01.11.63).*

Частотны в анализируемых материалах также глаголы и прилагательные, описывающие агрессивные действия: *Рекомендации ОАГ **ущемляют** национальный суверенитет страны (СБ, 06.07.63); Золото вывозится по требованию МВФ, находящегося под контролем США, который в свое время предоставил Уругваю заем на **кабальных** условиях (СБ, 01.11.63); Пекин **бряцает оружием** (СБ, 21.09.77); ... **положить конец** подобным **террористическим** действиям, ставящим под угрозу жизнь советских людей (СБ, 10.06.81); ... американские советники обучают контрреволюционеров методам обращения с этим **варварским** оружием (СБ, 16.07.85).*

Многие статьи, посвященные военным операциям, содержат большое количество лексических единиц, номинирующих **оружие и военные действия**: *Бомбардировщики «Б-52» американских ВВС нанесли серию **бомбовых ударов** по районам, расположенным недалеко от Пномпеня (СБ, 16.01.71); Именно нынешняя администрация препятствует усилиям по ограничению и устранению опасности **ядерной войны** (СБ, 28.12.81); ... **бои** на Яве, Суматре и Мадуре приобретают все более ожесточенный характер (СБ, 29.08.47).*

В качестве отдельной группы агрессивной лексики можно выделить лексемы, обозначающие **жертв и последствия агрессивных действий** (убитый, раненый; голодать, калечить; разрушения, ущерб, повреждение, жертва, гибель, пушечное мясо, смерть): *Американское оружие **убивает и калечит** множество вьетнамских детей (СБ, 04.01.67); Лишь по чистой случайности удалось избежать человеческих **жертв** и материального **ущерба** представительству (СБ, 10.06.81); ... в ходе военных действий в Алжире с 15 по 19 июня французские войска потеряли **убитыми** 160 и **ранеными** 63 человека (СБ, 23.06.59).*

Эффект враждебности достигался в том числе с помощью избыточного использования в газетных публикациях негативнооценочной лексики, способствующей искусственному нагнетанию отрицательных эмоций (страха, гнева, презрения, ненависти). Во время войны во Вьетнаме в газете «Советская Белоруссия» (4 января 1967 г.) была опубликована статья «Дети – жертвы американской агрессии», в которой рассказывалось о том, как американское оружие убивает и калечит множество вьетнамских детей, о грудных младенцах, которые погибают или навсегда остаются калеками, как дети погибают от ран и страшных ожогов, также речь идет о мертвых и раненых детях и об исхудалых младенцах, сморщенных от хронического недоедания, в то время как американские ВВС бомбят деревни и обстре-

ливают гражданское население. Перенасыщенность газетного текста лексикой с семантикой смерти, особенно относящейся к детям, была нацелена на то, чтобы вызвать сильные негативные эмоции адресата по отношению к агрессору, что способствовало дискредитации и демонизации образа США, эффективно создавая образ врага и солидаризируя читателей в общей ненависти к нему.

Разнообразием отличается группа негативнооценочной лексики, номинирующей **преступления, преступников и их пособников** (*бандит, убийца, преступник, головорез, гангстер, разбойник, молодчик, каратель, главарь, грабитель, террорист, экстремист, заговорщик, шпион, путчист, сепаратист, контрабандист*): Они должны были заниматься организацией **взрывов, поджогов и других диверсий** (СБ, 15.10.59); **Вашингтон – город коррупции** (СБ, 01.11.63); *Уж слишком настойчиво рекламируются талисманы для убийц* (СБ, 27.08.71); ... **преступники** действовали по заданию расистских спецслужб (СБ, 21.11.88); Организация Германской коммунистической партии ... выступила с решительным требованием наказания **террористов** из охраны порядка, созданной **главарями** неонацистской национал-демократической партии (СБ, 16.01.71); ... до сих пор судебные власти выдали ордер на арест всего лишь шести **путчистов**... (СБ, 17.03.71); Прибывший на подмогу отряд **карателей** учинил в деревне расправу (СБ, 26.09.85); Оружия у **экстремистов** стало не только больше, оно стало более совершенным (СБ, 18.10.88); Как сообщает газета «Фуцзянь жибао», у чанкайшистских **шпионов** при аресте изъято оружие (СБ, 15.10.59).

Различные союзы и объединения представителей «чужой» группы обозначались при помощи имен существительных *банда, клика, группировка, хунта, синдикат*: *Четыре месяца со дня военного переворота в Греции хунта полковника решила отметить по-своему* (СБ, 24.08.67); *Специальные подразделения тайландской полиции, ведущие борьбу с международными преступными синдикатами, провели успешную операцию по захвату очередной контрабандной партии оружия* (СБ, 01.12.88); *Народные вооруженные силы освобождения Анголы провели серию операций по ликвидации банд террористической группировки УНИТА, находящейся на содержании спецслужб США и расистской ЮАР* (СБ, 16.07.85).

В значениях данных номинаций в фокус внимания выдвигаются семантические компоненты, указывающие на преступный, порочный характер деятельности и корыстную мотивацию [Словарь ... 1957 – 1961]: *клика – ‘группа, сообщество людей, стремящихся к достижению каких-либо корыстных, неблагоприятных целей’; банда – ‘разбойная, преступная группа; шайка’.*

Еще одна группа пейоративных номинаций относится к тем личностям, организациям или странам, которые помогают субъектам, обозначаемым как «преступники». Данная группа состоит из таких единиц как *пособник, наймит, приспешник, наемник, сателлит, марионетка, подручный, сообщ-*

ник: В заявлении указывается, что это преступление совершено **приспешниками** империалистов и является частью их заговора, направленного на подрыв мира, независимости и нейтралитета Камбоджи (СБ, 15.10.59); Сегодня на утреннем заседании суда по делу Антонеску и его **сообщников** выступил с речью общественный обвинитель Сараку (СБ, 14.05.46); Вчера в Элизабетвиле в здании штаб-квартиры ООН начались переговоры между **марионеткой** колонизаторов Чомбе и представителями ООН (СБ, 27.01.63); Не может быть сомнения в том, что и этот новый сговор империалистов США с их сеульскими **марионетками**, направленный против народов Кореи, Вьетнама, народов всей Азии, потерпит провал (СБ, 24.08.67); В резолюции ... содержится призыв ко всем государствам – членам ООН не допускать, чтобы их территорию и граждан использовали для вербовки, обучения и переброски **наемников** в целях свержения правительств стран – членов ООН (СБ, 16.04.77); Соединенные Штаты, объявившие Сальвадор «последним рубежом борьбы с международным коммунизмом», снабжают своих **подручных** новейшими средствами уничтожения (СБ, 30.08.81); Агрессор и его **наймиты** понесли серьезные потери в живой силе и технике (СБ, 12.09.85).

В словарных дефинициях большинства этих лексических единиц также акцентируется неблагоприятный характер выполняемой деятельности и корыстная мотивация ее исполнителей, например, слово *пособник* объясняется в лексикографическом источнике как ‘ближайший помощник (обычно в дурных, преступных действиях); сообщник, соучастник’ [Словарь ... 1957–1961].

В прессе подчеркивается разрозненность и немногочисленность состава преступных групп, отсутствие согласия в них, а со стороны «своих» им обычно противопоставляется неопределенная фантомная группа в виде номинаций *все миролюбивые люди, весь советский народ, вся прогрессивная общественность* и т. п., при этом используется манипулятивная тактика «общая платформа» [McGraw 2019]: *Активная борьба против этой политики является делом **всех свободлюбивых народов*** (СБ, 06.07.63); *И напротив – Советский Союз, а вместе с ним **все миролюбивые люди** на протяжении 14 лет борются за предотвращение угрозы войны и обеспечение прочного мира* (СБ, 23.06.59).

Значительная часть указанных выше номинаций являются инвективными. Инвектива представляет собой одну из форм речевой агрессии и обычно используется как особый словесный инструмент нанесения вреда адресату – с ее помощью можно унижить, подавить, обидеть, запугать [Щербинина 2012, с. 133]. Некоторые авторы подчеркивают, что для инвективной коммуникации обязательно использование табуированной, обценной лексики. Например, С. Н. Засыпкин определяет инвективу как «коммуникативный феномен, проявляющийся в агрессии по отношению к участникам и нормам общения через употребление табуированных лексических единиц и узуально-неприемлемых грамматических форм»

[Засыпкин 2010, с. 352]. Однако Б. Я. Шарифуллин считает, что инвектива как речевое явление — это «словесная атака, нападки, далеко не всегда выраженные в форме собственно брани» [Шарифуллин 2005, с. 116]. В. И. Жельвис разграничивает узкую и широкую трактовку обсуждаемого феномена. Инвектива в широком смысле, по мнению ученого, объединяет все виды словесной агрессии. В узком смысле инвективой он называет «способ существования словесной агрессии, воспринимаемый в данной социальной (под)группе как резкий или табуированный» [Жельвис 2000], т. е. ненормативную, некодифицированную, нецензурную лексику.

Как пишет А. В. Завражина, инвективные единицы должны соответствовать следующим параметрам: особая семантика составляющих единиц (интеллектуальная негативная оценочность, экспрессивность и эмоциональная оценочность, стилистическая маркированность); особая ситуация реализации (обязательное наличие инвектума, инвективной интенции и результата воздействия); особые функции (нацеленность инвективы на понижение социального статуса инвектума и нанесение ему психологического вреда, утверждение доминирующего положения говорящего, демонстрация силы) [Завражина 2008, с. 7]. Важным в понимании инвективы является и то, что основу ее эмоционального контекста составляют так называемые эмоции враждебности, в которые входит широкий спектр эмоций от презрения, отвращения до гнева, злости, ненависти, раздражения, обиды [Саржина 2007, с. 259].

Инвективная лексика — это распространенный в медиадискурсе языковой ресурс, поскольку она позволяет журналистам однозначно эксплицировать свою оценку события и формировать таким образом «правильное» понимание ситуации адресатом.

Несоблюдение законов правительствами других государств выступает в роли еще одного маркера «чуждости» в послевоенной прессе, что подчеркивается с помощью лексем *незаконный, неправомерный, нарушение*: *Незаконные* действия властей вызвали массовое движение протеста (СБ, 22.09.51); *Эти действия представляют собой явное нарушение* Исламабадом Женевских соглашений (СБ, 08.04.89); ... реквизиция судов на основании фашистского закона, применявшегося в условиях войны, носит антидемократический и **незаконный** характер и является серьезным покушением на право забастовки (СБ, 23.06.59); Подобные «рекомендации», подчеркивает газета, **нарушают** права и гарантии, которые предоставляются конституцией гражданам Уругвая (06.07.63); Этот акт стал новым свидетельством подрывной политики американской администрации, направленной против КНДР, грубым **нарушением** суверенитета республики (СБ, 30.08.81).

Для характеристики «врагов» советская пропаганда активно использовала отбор и выдвижение негативных фактов, свидетельствующих также о **неправомерных репрессивных действиях властей**, которые обозначались

такими словами, как *казнь, арест, расстрел, смертный приговор, преследования, произвол, репрессии, облава, арест, обыск, допрос, бесчинства, расправа*: Полковник Хаули не мог ничего сказать в оправдание **произвола** американских властей (СБ, 17.03.48); **Бесчинства** американской военицины в Англии (СБ, 11.02.59); ... взрыв был делом рук официально запрещенной в Ольстере профашистской организации «Объединение ольстерских добровольцев» с целью дать властям новый повод для усиления **репрессий** против движения за гражданские права, проводимых на основании «закона о чрезвычайных полномочиях» (СБ, 27.08.71); Улицы патрулируются оккупантами, проводятся повальные **обыски** и массовые **аресты** (СБ, 13.09.85); В письме приводятся подробности **полицейского преследования** 73-летней женщины, **грубого обыска и допроса** (СБ, 27.07.51); ... правительство Ирака ... осуществляет **кровавую расправу** над курдским народом (СБ, 06.07.63); Очевидцы ... все чаще рассказывают о **казнях** или **смертных приговорах** в рамках кампаний, начатых китайскими властями в связи с волнениями... (СБ, 16.04.77).

Еще одним из аргументов, использовавшимся советскими журналистами для маркировки представителей тех или иных стран как «чужих», «враждебных», было указание на **нарушение** представителями этих государств **правил речевого поведения**.

Принцип успешного речевого общения, известный как принцип кооперации, впервые был описан британским философом Г. П. Грайсом. Он сформулировал основополагающий постулат, соблюдение которого ожидается от каждого участника диалога: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» [Грайс 1985, с. 222]. Среди более конкретных постулатов, которых следует придерживаться для соблюдения принципа кооперации, автор выделяет категории *количества, качества, отношения и способа*.

Категория количества подразумевает, что высказывание говорящего должно содержать не меньше и не больше информации, чем требуется для выполнения текущих целей диалога. Категория качества призывает продуцировать истинные высказывания, не говорить того, что говорящий считает ложным, или того, для чего у него нет достаточных оснований. Категория отношения связана с постулатом релевантности и требованием не отклоняться от темы. Категория способа рекомендует выражаться ясно, то есть избегать непонятных выражений и неоднозначности, быть кратким и организованным [Грайс 1985, с. 222].

Чаще всего в проанализированных статьях есть указание на нарушение постулата качества, а именно обвинение представителей различных государств во **лжи**. Лексические средства языковой экспликации этой идеи представлены разнообразными существительными (*ложь, измышления, фальшивка, клевета, махинации, слухи, маневр, фарс, трюк, фальсификация,*

демагогичность): Посредством **фальсификации** и других недостойных приемов Гвязда и подобные ему авантюристы хотели бы поддержать и разогреть антисоветский настрой (СБ, 02.10.81); В Южной Корее, где в ближайшие дни будет разыгран очередной **фарс** с президентскими выборами, военные власти арестовали еще пять кандидатов на пост «президента» (СБ, 08.02.81); Большинство местных обозревателей расценили «санкции» как **маневр**, призванный сбить мощную волну протестов американской общественности против пособничества Вашингтона расистам (СБ, 12.09.85); Главари государства апартеида, указывается в документе, активно распространяют **измышления** о том, что АНК якобы располагает «базами» на территории Ботсваны и Лесото и оттуда направляет вооруженную борьбу народов Южной Африки (СБ, 02.07.85); Власти ЮАР распространяют **слухи** о намерении партизан Народной организации Юго-Западной Африки (СВАПО) вторгнуться из Анголы в Намибию (СБ, 05.05.89); Компартия заявляет, что она решительно выступает и будет выступать с разоблачениями **лжи** и бороться против репрессий (СБ, 29.08.59); Речи ораторов разнятся по степени **демагогичности** и экстремизма (СБ, 02.10.81).

Указанные субстантивные лексемы нередко усиливаются за счет определяющих их прилагательных *грубая* (фальшивка), *сознательная* (ложь) и т.п.: ... президент «подкреплял» свои высказывания ссылками на ленинские «источники», которые на самом деле являются **грубой фальшивкой** и никакого отношения к работам Ленина даже в малейшем приближении не имеют (СБ, 13.09.85); В них прямо указывается, что японские власти пошли на **сознательную ложь**, объявив в парламенте в 1955 году о несуществующей договоренности с Белым Домом... (СБ, 06.09.85).

Среди других определений, использующихся в подобных контекстах, отметим прилагательные и причастия *лицемерный*, *пропагандистский*, *демагогический*, *искаженный*, *фальшивый*: В нем содержится преднамеренно **искаженное изображение** внешнеполитических акций, как и всей политики Советского Союза; (СБ, 13.09.85); Экстремисты из «Солидарности» широко прибегают к **демагогическим** лозунгам, чтобы одурманить общественное мнение (СБ, 02.10.81).

В материале исследования регулярно встречаются и такие глагольные единицы, акцентирующие нарушение принципа качества, как *выдавать* (себя за), *одурманить*, *ввести* (в заблуждение), *обманывать*, *сфабриковать*, *утверждать*, *обелять*: Стало ясно, что «дело» **сфабриковано** французской службой ДСТ (СБ, 01.12.88); Правящие круги Японии на протяжении многих лет **обманывали** народ своей страны, **утверждая**, что США якобы еще в 50-х годах официально отказались от ввоза ядерного оружия в Японию; Прежде всего стараются **обелить** злодеяния гитлеровцев во время второй мировой войны (СБ, 02.07.85).

По нашему мнению, схожие идеи выражаются также в статьях, повествующих о нарушении руководством той или иной страны своих обязательств: *И помогают им в этой подготовке западные державы, в первую очередь США, которые **нарушают взятые на себя обязательства** содействовать политическому урегулированию афганского конфликта* (СБ, 18.10.88).

Кроме того, идею о несоблюдении говорящими правила истинности высказываемой информации передают частицы *якобы, будто бы, наречие заведомо (ложный)*: *По **заведомо ложному** обвинению приговорена к пожизненному тюремному заключению видный деятель негритянского движения США Ассата Шакур* (СБ, 17.11.77); *Журнал «Хунци» обвиняет Лю Шао-ци, в частности, в том, что он **якобы** «злобно напал» на «великого вождя председателя Мао Цзэ-дуна, на большой скачок и народную коммуны»* (СБ, 24.08.67).

Популярным графическим средством выражения указанной идеи являются кавычки: *«Дер курир» сообщает о неизвестно где и кем обнаруженном «документе», ... который **якобы** исходит от коммунистов* (СБ, 20.01.48). По словам А. В. Завражиной, которая выделяет кавычки как одно из средств выражения вербальной агрессии, употребление данного знака препинания свидетельствует «о контекстуальном переосмыслении понятия, приобретении им отрицательной оценочности, об ироническом отношении автора к сообщаемому» [Завражина 2008, с. 15]. Применение кавычек в материалах о жизни в зарубежных странах «позволяло создать образ иллюзорного мира, “мира в кавычках”. В мире, где всё можно “взять в кавычки”, – всё ненастоящее, всё лишь кажется настоящим. В таком мире нет друзей, союзников, выразителей народных интересов, зато есть “друзья”, “союзники”, “народные избранники”» [Каменская 2012, с. 120].

Следует отметить, что в большинстве проанализированных контекстов акцентируется осознанное, намеренное отклонение говорящих от сообщения истинной информации, что подчеркивается лексически с помощью слов *заведомо, намеренно, сознательный* и др. Ср. также словарную дефиницию существительного *демагогия* ‘1. Лживые обещания, преднамеренное искажение фактов, используемые для достижения каких-л. – обычно политических – целей. 2. Высокопарные рассуждения, пустая болтовня, прикрывающие какие-л. корыстные цели’ [Ефремова 2006, т. 1, с. 557].

В проанализированных статьях было выявлено несколько случаев указания на нарушение постулата количества, а именно на то, что представители зарубежных государств не предоставляют достаточное количество информации. Данные идеи передаются с помощью глаголов *замалчивать, уклониться (от ответа)*: *Премьер-министр Макмиллан **уклонился от ответа** на предупреждение, с которым выступил лидер оппозиции Вильсон; ... большинство английских газет **замалчивает** планы министерства обороны федеративной Германии строить подводные лодки водоизмещением до 1.000 тонн* (СБ, 06.07.63).

В материале исследования также часто встречаются случаи указания на нарушение постулата способа, а именно максимы ясности («Выражайся ясно»). При этом внимание аудитории обычно фокусируется на неоднозначности и непонятности формулировок: *Прибегая к такого рода туманной формулировке, израильская военщина пытается скрыть истинное назначение этой организации* (СБ, 12.09.85).

Еще одно правило в рамках постулата способа, о нарушении которого писали в газетах анализируемого периода, – правило краткости («Избегай излишнего многословия»). Чаще всего для этого используется лексема *разглагольствовать*: *Президент, например, разглагольствовал о том, что ... «Соединенные Штаты – главный враг Советского Союза»* (СБ, 13.09.85); *Правители Тель-Авива и их заокеанские покровители много и охотно разглагольствуют о терроризме, обильно рассыпая обвинения в нем по всем адресам* (СБ, 02.10.81).

Последний из выделенных глаголов можно также отнести к нарушениям категории количества (*разглагольствовать* – слишком много говорить). Однако мы считаем, что данное действие нарушает именно максиму ясности, поскольку долгие не относящиеся к делу рассуждения не способствуют ясной и точной передаче мыслей (ср. словарную дефиницию данной лексемы *разглагольствовать* ‘многословно, бессодержательно рассуждать о чем-л.’ [Ефремова 2006, т. 3, с.23]).

И если, по словам Г. П. Грайса, категория способа «касается не того, что говорится (как остальные категории), а скорее того, как это говорится» [Грайс 1985, с. 223], то указателями на ее нарушение можно считать и многочисленные контексты, описывающие агрессивное речевое поведение представителей, преимущественно руководителей, «чужих» государств – давление, запугивание, грубость (частотные лексемы *грубый (отказ), твердолобая (позиция), давление, угроза, нападки, выпад, оскорблять, обрушиться, рьяно (возражать), запугивать*): *На встречах с президентом Рейганом ... датский премьер подвергся мощному давлению. Его пытались вынудить пересмотреть эту позицию, подключиться к «звездным войнам»* (СБ, 13.09.85); *Эти действия предпринимаются в обстановке непрекращающейся кампании угроз и запугивания* (СБ, 10.06.81); *Ноулэнд обрушился на нейтральные страны которые, получая американскую поддержку, пытаются «отвлечь другие страны от коллективной безопасности и привлечь их нейтрализмом»*; *Выпад американского сенатора против нейтральных стран* (СБ, 19.01.56); *Однако на сегодняшнем заседании представитель США Джессен продолжал упорно отстаивать этот проект трех западных делегаций от 17 апреля; Особенно рьяно Джессен возражал против предложения советской делегации рассмотреть вопрос о сокращении вооружений и вооруженных сил четырех держав* (СБ, 24.04.51).

Таким образом, при маркировании «чужих» государств в материалах на международную тематику в советской послевоенной прессе журналисты часто указывали на несоблюдение их представителями принципов речевого

общения. При этом чаще всего в этих статьях речь шла о том, что лидеры государств лгут и намеренно вводят в заблуждение свой народ и людей в других странах. Кроме того, внимание аудитории акцентировалось на агрессивном речевом поведении политических лидеров, а также подчеркивалось, что политики «чужих» стран, с одной стороны, не предоставляют необходимую информацию в достаточном количестве, с другой – выражаются неясно и неоднозначно.

В то же время в газетных статьях часто описывают **негативные речевые реакции** советских и других социалистических лидеров, а также «народа», осуждающие действия «чужой» группы. Чаще всего при этом речь идет о протестах, критике, осуждении, возмущении: *Совет Безопасности ООН решительно осудил вооруженную империалистическую агрессию сил неокolonизма и их наемников против Народной Республики Бенин 16 января 1977 года* (СБ, 16.04.77); *В эти дни по всей стране проходят митинги протеста, участники которых клеймят позором бандитские действия США; Это решение вызвало глубокое возмущение моряков и всей демократической общественности страны* (СБ, 23.06.59).

Еще одно обвинение, выдвигаемое в прессе группе «чужих», – **отсутствие единства** среди них (лексемы *раскол, разногласия, конфликт, брань*): *Из-за этих разногласий работа сессии зашла в тупик* (СБ, 23.06.59); *Острый дипломатический конфликт разгорается между Великобританией и Ирландией* (СБ, 15.12.88). В то же время при описании событий в СССР или в странах социалистического лагеря акцентируются идеи солидарности / единства / дружбы (ср. лозунг «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»).

Ряд статей в материале исследования направлен на то, чтобы вызвать негативную реакцию аудитории по отношению к описываемому объекту путем указания на **социальные и экономические проблемы**, существующие в странах, маркируемых как «чужие». Советская пресса указывает на такие негативные явления капиталистической системы, как социальная напряженность и волнения, неграмотность и отсталость, кризисы и застой, высокие налоги, инфляция и рост цен, наркотики, алкоголизм и порнография, наличие трущоб, гетто и резерваций.

Соответствующие данным понятиям субстантивные, адъективные и глагольные лексемы часто встречаются в медиатекстах анализируемого периода: *Африканское население ЮЗА, за счет которого наживаются монополии, загнано в так называемые резервации* (СБ, 01.11.63); *От колониализма страна унаследовала низкий жизненный уровень, крайне отсталую экономику, сплошную неграмотность* (СБ, 10.12.67); *С другой стороны, наркотики, порнография, вся эта так называемая «массовая», мы бы сказали, протезированная культура буржуазного общества, конечно же, неспроста растет на хорошо удобренной почве чистогана и мелкобуржуазного прагматизма* (СБ, 14.08.67); *Не в меньшей степени волнует граждан Австрии страх перед инфляцией и потерей трудоспособности* (СБ, 02.02.77); *Невыносимое бремя налогов, постоянно растущие цены на*

предметы первой необходимости – таковы неотъемлемые черты современной жизни Израиля (СБ, 02.02.77); *Новый закон, одобренный обеими палатами конгресса, предусматривает введение целой серии жестких мер, призванных, по замыслу авторов, остановить распространение наркомании в США* (СБ, 02.10.88); *В последнее время одним из центров международной торговли наркотиками стал Копенгаген* (СБ, 14.08.67).

Поскольку советское государство подчеркивает гарантированное право на труд, а саму трудовую деятельность показывает как славное дело, неразрывно связанное с реализацией ценностей патриотизма и творчества, отлучение от труда граждан других государств представляется средствами массовой коммуникации как исключительно негативный феномен, угнетение и ущемление прав человека. Многие материалы о жизни в «чужих» странах повествуют о безработице, увольнениях, забастовках, стачках, срыве производства, банкротстве: *В знак солидарности с моряками забастовали в Генуе административные служащие четырех пароходных компаний* (СБ, 23.06.59); *Так описывает душевное состояние безработных Беннедикт Мадсен – датский социолог, многие годы изучающая психологию и поведение людей, насильно лишенных права на труд* (СБ, 17.11.77); *В одном только штате Огайо в результате массового закрытия предприятий ... уволен 1 миллион рабочих* (СБ, 02.02.77); *Последними из бастовавших завершили стачку работники городского транспорта Марселя* (СБ, 28.12.88); *Накануне Нового года по Франции прокатилась волна забастовок, охватившая, в первую очередь, сферу транспорта* (СБ, 28.12.88). Таким образом, одним из способов демонизации отдельных стран в советской прессе было фокусирование внимания читателей на негативных социальных и экономических событиях и ситуациях в них для того, чтобы вызвать неодобрительную эмоциональную реакцию аудитории по отношению к данным государствам и их руководству.

Еще одно отрицательное явление, которое подчеркивает советская пресса, – **стремление** людей в странах капитализма **к обогащению**. Группа слов, акцентирующих данную идею, включает в себя контекстуально синонимичные лексемы *нажива* и *чистоган*, названия лиц, к которым должно сформироваться отрицательное отношение читателей (*богачи, помещики, дельцы, спекулянты*), а также единицы, указывающие на слишком большие суммы денег, особенно излишнюю их трату: *В этой атмосфере расточительства, взаимных услуг, банкетов и заграничных поездок за чужой счет, по признанию автора, «моральные стандарты в Вашингтоне трещат по всем швам»* (СБ, 01.11.63).

Важным средством экспликации агрессии в проанализированных материалах являются лексические единицы, обозначающие широкий спектр **отрицательных эмоций и эмоциональных состояний** от беспокойства до страха, раздражения, гнева и ненависти: *Как уже сообщалось, советские предложения были встречены с нескрываемым раздражением в лагере англо-американского блока, ведущего неприкрытую гонку вооружений*

(СБ, 01.10.48); *По мере того, как империалисты терпят в странах Америки все новые и новые поражения, ... растет их **ненависть** к кубинской революции* (СБ, 16.03.63); *Не в меньшей степени волнует граждан Австрии **страх** перед инфляцией и потерей трудоспособности* (СБ, 02.02.77); *Такое положение вызывает серьезную **озабоченность** в Италии* (СБ, 27.08.71). По нашему мнению, подобные материалы способствуют формированию отрицательного отношения аудитории к объекту речевой агрессии и выполняют в медиадискурсе солидаризирующую функцию, поскольку «именно тогда, когда негативная солидарность получает эмоциональное подкрепление, внутригрупповая сплоченность существенно возрастает» [Бойцова 2018, с. 66].

Кроме того, статьи на любую тему содержат лексические единицы, выражающие **общую отрицательную оценку** (*антисоветский, антидемократический, антинародный, неправильный, враждебный, жалкий, мерзкий, гнилой, ужасный; катастрофа, угроза, опасность, ужас*), а также **нравственную оценку** (*порочный, аморальный, несправедливый, вероломный, коварный, подлый*): *В американских кругах Лондона пытались скрыть **антисоветскую** направленность военного пакта пяти держав...* (СБ, 17.03.48); *Эти **жалкие** западные комментарии даже ниже тех норм лицемерного образа мыслей периода холодной войны...* (СБ, 08.04.56); *Угроза национальному суверенитету* (СБ, 02.06.71); *Эта война, подчеркнул Гэс Холл, **аморальна и несправедлива*** (СБ, 27.08.71).

Проведенный анализ показывает, что речевая агрессия в статьях на международную тематику, публиковавшихся в белорусской прессе в 1950–1980-е гг., была направлена на выдвижение и закрепление в массовом сознании следующих представлений о странах, позиционируемых как «чужие»: они исповедуют «вражеские» идеологии, ведут непрекращающуюся преступную агрессивную деятельность и демонстрируют разобщенность, преследуют корыстные интересы и нарушают правила коммуникативного поведения, а внутри этих стран люди страдают от социальных и экономических проблем. Агрессивное речевое намерение в медиатекстах эксплицируется с помощью лексики, несущей ярко выраженный негативно-оценочный заряд, словесных ярлыков и инвективных обозначений. В контексте медиадискурса данные лексемы используются для акцентирования отрицательной идеологической оценочности при характеристике ряда государств.

При этом проанализированные материалы характеризуются безапелляционными оценками и четкой аксиологической поляризацией. Государственная идеология выступает в роли преконструкта по отношению к медиадискурсу – она действует как аксиоматически заданная система координат, диктующая как выбор лексических средств воздействия на адресата в зависимости от позиции объекта высказывания на соответствующем отрезке оценочной шкалы, так и интенсивность оценок, которые расшифровывают идеологическую позицию автора газетных материалов.

4.3.5. Период первой половины 1990-х гг.

Первая половина девяностых (1991–1995 гг.) отмечается историками как период экономического кризиса, предпосылками которого послужили смена условий государственного существования республики (провозглашение независимости и начало ее развития как самостоятельного государства) и последовавшая за этим смена условий хозяйствования (спад производства, рост инфляции и безработицы, резкое падения уровня жизни людей) [История... 2010, с. 421]. Это время дефицита и начала открытой политической борьбы. Исследователи отмечают демократизацию публицистического стиля на постсоветском пространстве, вызванную провозглашенной в конце 80-х свободой слова, отход от черно-белой интерпретации действительности, одноплановости и императивности [Сиротинина 2013; Петрова 2011]. В то же время в газетном тексте усиливается субъективизация, содержание прессы становится более персонализированным [Стернин 2003]. В данный период времени характерной особенностью СМИ снова становится обилие негативных материалов и использование лексики, заряженной преимущественно отрицательными эмоциями, которые соотносятся со сложившейся в обществе ситуацией.

В 1991 г. на первой странице газеты «Советская Белоруссия» появляется рубрика «Абзац», состоящая обычно из десяти кратких новостей, из которых восемь – девять рассказывают о негативных событиях. Например, в номере издания за 2 апреля 1991 года в этой рубрике восемь отрицательных материалов из десяти: «*Банкротство и безработица*» (о ситуации в Молдавии), «*А люди гибнут*» (в Нагорном Карабахе), «*Вот это по-нашему*» (об угонах самолетов в России), «*Оклад – 60 рублей!*» (о снижении жизненного уровня людей), «*Вопрос знатокам*» (о повышении цен), «*39 кг сахара*» (о недовесе в магазине), «*Раз, и вырубili*» (об ущербе от внезапного отключения электричества), «*Не суй пятачок*» (о повышении цен на проезд в метро). В 1992 году «Абзац» сменяется рубрикой «Interfax», рассказывающей лишь о зарубежных событиях, однако примерно с таким же распределением положительных и отрицательных новостей.

Важнейшей темой газетных статей этого времени становится повышение цен, снижение покупательной способности населения и тотальный дефицит потребительских товаров. В любом номере газеты можно найти статьи соответствующей тематики: «*Цены новые, прилавки пустые*» (СБ, 03.04.91); «*Выживут ли газеты?*» (СБ, 02.04.91); «*День икс. Товара нет, но торговля надеется, что будет*» (СБ, 05.04.91); «*А зарплата прежняя*» (СБ, 04.04.91); «*Обираловка*» (СБ, 24.01.92); «*Заработал, но не получил*» (СБ, 13.02.92); «*И “районки” дорожают*» (СБ, 11.03.92); «*Сладкой жизни никто не обещал*» (СБ, 07.11.92); «*Билеты на транспорт катастрофически растут*» (СБ, 07.11.92); «*Право есть – “зайчиков” нет*» (СБ, 05.01.93); «*Мнение покупателей опровергает оптимизм финансистов*» (СБ, 12.01.93);

«Общение – дорогое удовольствие» (СБ, 02.02.93); «Дефицит увеличивается – курс растет» (СБ, 03.02.93); «Не “ахайте”, скоро “ойкнете”. Цены обещаниями не заморозить» (СБ, 22.09.94).

В газете также публикуются материалы и о других событиях, способных вызвать отрицательные эмоции аудитории: «О детях не подумали» (СБ, 03.04.91); «Двуногие взрывают землю» (СБ, 13.02.92); «Трагедия на теплотрассе» (СБ, 02.02.93); «Лес рубят, а суд безмолвствует» (СБ, 18.03.93); «Отцы-беглецы да дети страдальцы» (СБ, 25.03.93); «Холера! Объявлено чрезвычайное положение» (о ЧП в Украине) (СБ, 22.09.94); «Грибники-вандалы» (о людях, использующих при сборе грибов тяпки и грабли) (СБ, 22.09.94); «Каждый девятый травит» (об автомобилях, загрязняющих атмосферу выхлопными газами) (СБ, 22.09.94). По нашим наблюдениям, максимальная концентрация количества отрицательных статей наблюдается в период с 1991 по 1993 год, в последующие годы количество негативных и агрессивных материалов снижается, что, вероятно, связано с постепенной стабилизацией экономической ситуации в стране.

Как видно из приведенных примеров, журналисты «Советской Белоруссии» в указанный период, в отличие от 30-40-х гг. XX века, используют преимущественно косвенные агрессивные речевые тактики (насмешка, колкость, упрек, возмущение). Одним из способов вербализации данных тактик является использование прецедентных текстов, не характерное для прессы советского времени: *Против лома нет приема* (СБ, 04.04.91); *О синице в руке и журавле в небе. Конфликтная ситуация на киностудии «Беларусьфильм»* (СБ, 04.04.91); *Финансы поют романсы* (СБ, 01.02.92); *Нам не страшен «серый волк»? (СБ, 01.02.92); ... А в Зельве тряпками кидали* (СБ, 08.02.92); *Кушай Тюрю, Яша...* (СБ, 08.02.92); *Кот Леопольд и национальное согласие* (СБ, 06.03.92); *Шерше ля ... примус* (СБ, 14.03.92); *Опиум для народа: популярность растет* (результаты социологического опроса в России свидетельствуют о том, что общество стало более верующим) (СБ, 07.11.92); *«Периклы» для бани КГБ* (откровения бывшего сотрудника КГБ) (СБ, 07.11.92); *И в трех соснах можно заблудиться* (СБ, 07.11.92); *Ехали мы ехали, а иногда и летели* (СБ, 07.11.92); *Все ниже и ниже* (о падении курса рубля) (СБ, 07.11.92); *Начали за упокой, закончили за здоровье* (СБ, 05.01.93); *Пир во время чумы* (СБ, 12.01.93); *Хочешь жить – умей путешествовать* (СБ, 25.03.93); *«Айболиты» в окопах* (СБ, 22.09.94); *Каждому Сергею – по «серьге»* (СБ, 22.09.94).

Интертекстуальность как «один из видов вторичной языковой интерпретации, в основе которой лежит процесс порождения новых знаний, возникающих на основе уже существующих концептов ... двух взаимодействующих текстов» [Кремнёва 2019, с.11.], выполняет в газетном тексте того времени функции привлечения внимания, воздействия на читателя путем навязывания ему оценок, создания экспрессии и комического эффекта. Кроме того, как отмечает А. В. Кремнёва, фрагменты прецедентных текстов

вносят вклад в реализацию принципа когнитивной экономии, действуя как своеобразные «смысловые триггеры», активирующие в памяти читателя все цитируемое произведение и способствуя лучшему пониманию смысла, который стремится донести до него автор [Там же, с. 12].

Как специфическую характеристику публицистики начала девяностых, не встречающуюся в прессе предыдущих десятилетий, следует отметить частое использование негативной информации и, соответственно, лексики с отрицательным оценочным зарядом даже в материалах, которые сообщают о положительных событиях и ситуациях. Приведем примеры лишь из одного номера газеты «Советская Белоруссия» за 7 ноября 1992 года: *Индия успешно развеяла миф о своей бедности и отсталости. Еще одно подтверждение тому – выставка в Минске, на которую предоставили свою продукцию 13 фирм этой страны* (статья «И, конечно же, чай» о выставке индийских товаров); *«Дешевле только убивать»* (заголовок статьи об удешевлении охоты в России); *Не лучшее время переживают высшие учебные заведения. Рассчитывать на полное государственное обеспечение в нынешних экономических условиях не приходится* (статья «“Брест-ОПТИМ”: Оптимистический взгляд в завтра» о созданном на базе Брестского политехнического института коммерческом научно-производственном предприятии); *Солигорск – город белорусских шахтеров – неприятно поражает серой, даже летом, природой, горбатыми терриконами. Внести мажорную нотку в унылый городской пейзаж взялся художник Владимир Кривоблоцкий* («“Древо жизни” Владимира Кривоблоцкого» – статья о том, что в Солигорске появится новое панно).

Таким образом, результаты проведенного исследования выявили зависимость содержания и языкового наполнения газетных статей от социальной, политической, экономической ситуации в стране. Агональность медиатекстов усиливается во время войн и кризисов в обществе, однако объект речевой агрессии в публицистическом дискурсе варьируется исходя из конкретного исторического периода (неудовлетворительная деятельность властей на местах в 1930-годы, борьба с фашистами во время Великой Отечественной войны, зарубежные страны в 1950 – 1980-е гг., экономический кризис в первой половине 1990-х).

ГЛАВА 5. МЕДИАДИСКУРС ТОЛЕРАНТНОСТИ: ОБЪЕКТЫ, СТРАТЕГИИ, НОМИНАЦИИ

5.1. Медиадискурс толерантности как когнитивное и коммуникативное пространство

5.1.1. Подходы к определению толерантности

Феномен толерантности представляет собой многоаспектное понятие, которое включает готовность принять других такими, какие они есть, независимо от социальных, культурных и антропологических характеристик (национальность, язык, отношение к религии, социальное положение, возраст, состояние здоровья, пол, раса и т.д.), а также возможность взаимодействия с ними на основе согласия, нахождения компромиссов, преодоления конфликтов, стремления к социальной солидарности [Клейберг 2012, с. 329; Могилевич 2016; Нагаева 2018; Софронова 2013, с. 180; Федорова 2012]. В самом общем виде это понятие можно интерпретировать как «взгляд на мир без устойчивых отрицательных эмоций и оценок» [Стернин 2001, с. 5–6], «терпение к другому, иному, не такому, как ты» [Там же, с. 18].

Под толерантностью часто понимают уважение и добровольное принятие различных ценностей, культур и способов самовыражения человека, стремление к достижению дружеских и гармоничных отношений в обществе [Азараков 2018; Кротков 2013; Chen 2008]. Семантически она оказывается тесно связанной с понятиями терпимости, миролюбия, взаимного уважения, вежливости, терпения, неконфликтности, симпатии, сочувствия [Мельничук 2018, с. 59; Нагаева 2018, с. 194; Rebes 2009, p. 53]. Ю. В. Ключев рассматривает толерантность как особую качественную характеристику социального взаимодействия в современном информационном обществе, которая может быть одной из важнейших предпосылок формирования правовой и политической культуры и избавления от негативных стереотипов и предрассудков [Ключев 2018, с. 188].

В современном мире толерантность рассматривается не только как приемлемая и желаемая норма морали индивида, свободного от расовой, этнической, религиозной и любой иной неприязни [Толерантность 2004, с. 3], но как необходимое условие сосуществования и взаимодействия различных социальных групп (гендерных, этнических, расовых, конфессиональных и др.), а также как фактор сохранения и передачи культурных ценностей и успешной межкультурной коммуникации [Мамонтова 2008, с. 6]. Культура толерантности функционирует как одна из важнейших предпосылок формирования правовой и политической культуры и избавления от негативных стереотипов и предрассудков [Добрикова 2014, с. 159]. Толерантность сегодня рассматривается в качестве одной из основных ценностей правового государства, которая основана не на противостоянии, а на сосуществовании с иным и его признании [Сумина 2007, с. 10].

Толерантность как одно из важнейших понятий гуманитарного и общественно-политического дискурса является объектом разнообразных исследований в рамках философии [Золотухин 2004; Круглова 2011; Лекторский 1997; Мельникова 2003; Мchedлов 2004; Перцев 2005; Уолцер 2000; Шалин 2000], социологии [Анциферова 2007; Лебедева 2006; Семейкин 2006], политологии [Боярков 2011; Гаджимирзаев 2003; Ильинская 2007], этики [Валитова 1996; Касьянова 2014], психологии [Батурина 2009; Бондырева 2003; Кривцова 2009; Недорезова 2005], педагогики [Безотчество 2015; Борсук 2007; Головатая 2006; Николаева 2007; Просвиркина 2007], истории [Козлов 2000; Малькова 2006], культурологии [Мамонтова 2008; Обукаускайте 2007; Рыбалко 2012; Селиверстова 2015], правоведения [Павлов 2005] и лингвистики [Аболин 2009; Жданова 2015; Купина 2001; Мидова 2012; Михайлова 2005; Растатуева 2008; Романова 2015; Селютин 2008; Сумина 2007; Павлов 2005; Стернин 2001; Тер-Минасова 2000; Шамсутдинова 2006; Шаповалова 2013 и др.].

В различных социальных науках толерантность трактуют как этико-философскую норму, отсутствие монополии на истину, открытость для критики [Мchedлов 2004, с. 19; Перцев 2005, с. 45]; как особую технологию взаимодействия между людьми, обеспечивающую достижение целей посредством поиска компромиссов и разрешения конфликтов [Гулиев 2006, с. 5; Дзялошинский 2008, с. 12–13; Ильинская 2007; Омелаенко 2013]; как специфическое социокультурное поле, обеспечивающее взаимодействие ценностей и удовлетворение потребностей и интересов индивидов и социальных групп, а также являющееся фактором сохранения и передачи культурного наследия [Волкова 2006, с. 14–15; Мамонтова 2008, с. 6]; как социальную практику, которая регулирует человеческую деятельность и приобретает значимость не только культурной нормы, но и этического требования, социально-политического императива современного социума [Шалин 2000, с. 14–15]; как лингвокультурологическое поле, в семантическом пространстве которого переплетаются понятия толерантности как психологической сущности, как нравственной установки или расположения ума, а также как спектра различных типов поведения и межличностных отношений, в которых репрезентируется система культурных ценностей [Михайлова 2005, с. 110] и др.

По определению И. А. Стернина, толерантность – это «положительное нравственное качество человека, заключающееся в ценностной ментальной установке на терпимость к мнениям, убеждениям и формам поведения другого человека» [Стернин 2005, с. 324]. Это «такая форма взаимосвязи, которая основана на признании инаковости каждой культуры и одновременно на ее уважительном отношении к другой культуре, независимо от возможного и иногда неизбежного несходства их базовых ценностей» [Титаренко 2011, с. 233], «способность индивида без возражений и противодействия воспринимать отличающиеся от его собственных мнения, образ

жизни, характер поведения и какие-либо иные особенности других индивидов» [Бондырева 2003, с. 5] при условии, что эти особенности не представляют собой опасности для человека [Медушевский 2014, с. 33]. Она «служит своего рода мостом, соединяющим частное и общее, различия и единство» [Мчедлов 2004, с. 277]. Категория толерантности представляет собой минимальное необходимое качество общественных отношений, предполагающее отказ от применения силы и принуждения [Азараков 2018, с. 10].

Наиболее полная дефиниция толерантности предложена в Статье 1 Декларации принципов толерантности, утвержденной Генеральной конференцией ЮНЕСКО 16 ноября 1995 г.: «Толерантность означает уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности. Ей способствуют знания, открытость, общение и свобода мысли, совести и убеждений. Толерантность – это гармония в многообразии. Это не только моральный долг, но и политическая и правовая потребность ... Толерантность – это не уступка, снисхождение или потворство. Толерантность – это прежде всего активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека Толерантность – это обязанность способствовать утверждению прав человека, плюрализма (в том числе культурного плюрализма), демократии и правопорядка. Толерантность – это понятие, означающее отказ от догматизма, от абсолютизации истины и утверждающее нормы, установленные в международных актах в области прав человека ... Проявление толерантности, которое созвучно уважению прав человека, не означает терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих или уступки чужим убеждениям. Это означает, что каждый свободен придерживаться своих убеждений и признает такое же право за другими. Это означает признание того, что люди по своей природе различаются по внешнему виду, положению, речи, поведению и ценностям и обладают правом жить в мире и сохранять свою индивидуальность. Это также означает, что взгляды одного человека не могут быть навязаны другим» [Декларация 1995].

Как пишет И. Т. Вепрева, смысл понятия *толерантность* в области когнитивной и коммуникативной лингвистики «не расходится с философским пониманием толерантности и заключается во взаимопонимании иных культур каждым участником толерантного диалога и их бесконфликтном речевом взаимодействии» [Вепрева 2005, с. 153].

Многие исследователи пытаются очертить семантический объем понятия *толерантность*, отграничив его от смежных понятий. Например, Б. И. Аболин, изучавший репрезентацию данного концепта в дискурсе публицистики, считает, что его когнитивное пространство конституируется и конкретизируется сочетанием таких понятий как *терпимость*, *снисходительность* и *выдержка* [Аболин 2009, с. 6].

Во многих работах понятие толерантности сравнивается с понятиями терпимости и терпения [Михайлова 2005; Нагаева 2018; Степанова 2008; Стернин 2001; Шамсутдинова 2006; Южакова 2007]. По мнению ученых, несмотря на семантическую близость толерантности и терпимости между ними можно выделить следующие различия: 1) в то время как терпимость предполагает смиренность, пассивность, адаптивность к неблагоприятным факторам окружающей действительности, толерантность требует активности, созидательности, глубокой духовной осознанности [Степанова 2008, с. 8]; 2) терпимость рассматривается как возникающая в христианстве нравственная категория, содержательное ядро которой сближается с категориями сочувствия, сострадания, самопожертвования и т.п., а толерантность связана преимущественно со светской и политической жизнью социума [Шамсутдинова 2006, с. 8]; 3) терпимость оперирует аксиологическими категориями «хорошо – плохо», в то время как базовым противопоставлением толерантности выступает «свой – чужой»; это терпимость к «другому», при отсутствии враждебности или отрицательного отношения к «чужому» [Михайлова 2005]; 4) толерантность предстает как более высокое морально-психологическое качество личности, естественное неагрессивное отношение к «иному» в отличие терпимости, требующей сознательного подавления негативных реакций [Формановская 2005, с. 339]; 5) ярко выраженный эмоциональный компонент терпимости и рациональная основа толерантности [Золотухин 2004; Шамсутдинова 2006].

При рассмотрении толерантности как коммуникативной и поведенческой категории ее часто соотносят с понятием вежливости [Гольдин 2005; Формановская 2005; Шамсутдинова 2006]. В качестве общей характеристики данных категорий Н. И. Формановская называет то, что они являются моральными качествами человека, уважительно относящегося к другому, однако толерантность «предполагает уважительное отношение к “непохожестям” другого, а вежливость – поведенческое проявление уважения к статусным, ролевым и личным качествам другого» [Формановская 2005, с. 353–354]. Другие отличия между толерантностью и вежливостью заключаются в культуроспецифичности вежливости [Стернин 2005; Шамсутдинова 2006], а также в разной степени ритуализованности средств их выражения [Новикова 2006 (б)]. Кроме того, ведущим императивом вежливости является требование «делать другому хорошее», а главный постулат толерантности – «не делать другому плохого» [Новикова 2006 (б); Формановская 2005].

В лингвистической литературе толерантность также противопоставляется политической корректности. Так, Т. В. Романова считает толерантность содержанием определенного социального регулятива, определяющего взгляды, которым необходимо следовать, в то время как речевой формой его проявления является политкорректность как одна из коммуникативных характеристик неконфликтного речевого поведения наряду с вежливостью и

тактичностью [Романова 2015, с. 44]. Она пишет, что «именно принцип толерантности является идеологической основой политкорректности и политкорректного языка», а политическая корректность – это способ достижения толерантности [Там же]. По мнению других исследователей, политическая корректность представляет собой содержательно более узкий феномен по отношению к толерантности, т. к. она охватывает лишь определенные группы людей, а именно категории, которые могут подвергаться дискриминации: национальные и сексуальные меньшинства, инвалиды, малоимущие, возрастные, гендерные и некоторые другие группы [Фурманова 2015]. С точки зрения лингвистов, существенным различием между этими феноменами является также то, что, в отличие от политической корректности, толерантность не имеет собственной закрепленной за ней системы средств выражения [Новикова 2006 (б), с. 9].

Толерантность – не врожденное, а культивируемое качество личности и социума. В роли источников толерантности в обществе выступают [Клюев 2018, с. 208; Малькова 2006]: воспитательный и образовательный процесс, межличностное и коллективное социальное взаимодействие, средства массовой коммуникации.

Толерантность представляет собой одно из необходимых условий общественного диалога, лежащего в основе гармоничных консонансных отношений в социуме, ведь данный феномен фокусируется на добровольном признании человеком фундаментальных прав и свобод любых других граждан, которые сами не нарушают права и свободы других людей [Кротков 2013, с. 137]. Фундамент конструкта толерантности составляет позитивная идентичность коммуникантов и такое конструирование мира, которое предполагает формирование ценностных ориентаций и установок с учетом разнообразных образов жизни, мировоззрений, типов поведения и социокультурных идентификаций [Довгалева 2010, с. 8].

Современная трактовка толерантности подразумевает не нейтральную терпимость, а активную, заинтересованную, уважительную, деятельностьную позицию субъекта по отношению к представителям других сообществ [Михайлова 2005, с. 105; Хомяков 2000], которая основана «на рефлексивном отношении к собственной позиции, конструктивном коммуникативном взаимодействии с представителями иных социокультурных групп» [Лебедева 2006, с. 13]. При этом целью толерантного взаимодействия становится не унификация и гомогенизация общества, а поддержание социокультурного многообразия в рамках взаимозаинтересованной коммуникации [Там же].

Толерантность является культурной универсалией, свойственной обществам любого типа, однако конституируемой в них при помощи различных механизмов [Круглова 2011, с. 10]. Формируя доверие и взаимопонимание в социуме, толерантность служит предпосылкой социальной солидарности как готовности и способности совместного осуществления деятельности и согласованного принятия решений для достижения общих целей [Губогло 2003, с. 231; Софронова 2013, с. 180].

5.1.2. Толерантность: критерии, структура, функции, типы

Как уже отмечалось, толерантность является многозначным понятием, в котором представители различных гуманитарных наук подчеркивают разные аспекты. Психологи Г. У. Солдатова, Л. А. Шайгерова и О. Д. Шарова выделяют ряд **критериев толерантности** в обществе, важнейшими из которых выступают: равноправие как равный доступ к социальным благам, к управленческим, образовательным и экономическим возможностям для всех людей, независимо от их пола, расы, национальности, религии или принадлежности к какой-либо другой группе; взаимоуважение членов группы и общества, доброжелательность и терпимое отношение к различным уязвимым социальным группам; равные возможности для участия в политической жизни всех членов социума; сохранение культурной самобытности и языков национальных меньшинств, свобода вероисповедания; сотрудничество и солидарность в решении общих проблем [Солдатова 2001]. В дополнение к указанным критериям В. М. Золотухин определяет базовые методологические принципы проявления толерантности [Золотухин 2004, с. 35], к которым он относит принципы взаимности, сочувствия, свободы слова, мировоззренческого плюрализма, добровольного признания субъектами друг друга и принцип взаимной полезности.

Многие исследователи отмечают, что толерантность как характеристика человека с необходимостью включает в себя набор **личностных качеств**, главенствующее место среди которых занимают уважение, милосердие, великодушные, терпимость, снисходительность [Гюлен 2011, с. 68; Сумина 2007, с. 19]. Кроме этого, характеристиками толерантной личности могут выступать [Машанов 2021, с. 145–147]: гуманность (внимание к самобытному внутреннему миру человека, вера в его доброе начало, человечность межличностных отношений, отказ от методов принуждения и форм подавления достоинств человека); рефлексивность (глубокое знание личностных особенностей, достоинств и недостатков, их соотнесение с толерантными установками); свобода и ответственность; гибкость и уверенность в себе; самообладание, эмпатия и чувство юмора и др.

Будучи сложным и многомерным явлением, толерантность может рассматриваться в различных **измерениях**. Онтологическое измерение толерантности предполагает, что она служит фундаментом совместного существования и взаимодействия членов социума. При рассмотрении в аксиологическом контексте она функционирует как универсальная базовая ценность, лежащая в основе жизни человека в обществе. С гносеологической точки зрения толерантность понимается как осознание и принятие человеком многомерности социальной действительности, вариативности ее восприятия и ограниченности и субъективности собственной картины мира [Головатая 2006].

Толерантность является системой взаимосвязанных индивидуально-личностных характеристик, в **структуре** которой выделяют следующие компоненты: когнитивный, эмоционально-оценочный, аксиологический (ценностный), деятельностный (поведенческий), рефлексивный, волевой

[Касьянова 2014, с. 30–31; Кривцова 2009, с. 13; Машанов 2021, с. 143]. Толерантность предполагает знания о других группах людей и системах взглядов, позитивное отношение к ним, признание их ценности, а также поведение индивида, демонстрирующее уважительное отношение к другому и стремление строить совместную деятельность на основе диалога, отказ от навязывания ему своей точки зрения. Ценностный компонент толерантности эксплицируется в признании ценности человеческой жизни и достоинства, неприкосновенности каждой личности независимо от ее происхождения, в уважительном отношении к людям разных национальностей и вероисповеданий, в признании права на существование всего многообразия национальных культур и формировании ценностного отношения к разным социокультурным группам как жизненно важным объектам социальной действительности [Жданова 2015, с. 10; Юдина 2014]. Поведенческий компонент включает поступки, направленные на установление контакта, совместную деятельность и избегание непродуктивных конфликтов с представителями различных групп в обществе, рефлексивный компонент позволяет человеку перестроить свои нетолерантные установки, а волевой компонент предполагает сформированность средств саморегуляции в ситуациях неопределенности [Кривцова 2009, с. 13].

Как социокультурный феномен, толерантность выполняет ряд важных **функций** в обществе: гуманитарная (интегрирующая) функция означает формирование механизмов взаимопонимания и сотрудничества между различными группами, функции идентификации и социальной адаптации способствуют успешной социализации личности, аксиологическая функция нацелена на формирование в массовом сознании понимания значимости толерантных взаимоотношений, коммуникативная функция формирует продуктивный диалог и позитивные межгрупповые отношения, регулятивная функция направлена на налаживание отношений и регулирование взаимодействия между представителями групп [Кривцова 2009, с. 13; Степанова 2008, с. 10].

Широким разнообразием отличаются способы **типологизации** толерантности. В. А. Лекторский делит толерантность на активную и пассивную и, на основании такого подхода, выделяет следующие ее разновидности [Лекторский 1997, с. 49–54]:

1) безразличие – толерантность рассматривается как безразличие к существованию различных взглядов и практик, так как их наличие неважно в контексте общественных проблем;

2) невозможность взаимопонимания – толерантность выступает как уважение к другому, которого нельзя понять и с которым невозможно взаимодействовать;

3) снисхождение – толерантность понимается как снисхождение к слабости других;

4) расширение собственного опыта и критический диалог – толерантность предстает как уважение чужой позиции в сочетании с установкой на взаимное изменение позиций в результате критического диалога.

Очевидно, что из четырех представленных типов толерантности лишь последний отражает современные представления об этом феномене, поскольку в нем подчеркивается активное отношение индивида к объекту толерантности. Американский политолог М. Уолцер дополнил классификацию В. А. Лекторского, добавив в нее пятый тип – толерантность как смиренное отношение к различиям во имя сохранения мира [Уолцер 2000, с. 25].

Учитывая степень сформированности толерантности, выделяют следующие ее модели [Добрикова 2014, с. 160–161]: 1) толерантность как индифферентность – безразличное отношение представителей различных культур к национальным картинам мира, языкам, ментальности друг друга; 2) толерантность как бытовая осведомленность – знание представителей одних социальных групп (преимущественно этнических) о других носит приблизительный характер, а его источником обычно являются художественные фильмы и книги; 3) толерантность как терпимость предполагает достаточно полный арсенал знаний социальных групп друг о друге. Система ценностей собственной культуры представляется идеальной, а наличие других культур воспринимается как неизбежный результат разнообразия мира; 4) толерантность как принятие подразумевает способность приобретать теоретический и практический межкультурный опыт, анализировать и вести разумный критический диалог; 5) толерантность как ассимиляция – имеющее пока виртуальную форму перспективное направление развития толерантных взаимоотношений между народами, исходящее из вызовов современной ситуации глобализации – формирование мультикультурного представителя мирового сообщества.

С точки зрения формирования толерантных установок по отношению к различным социально-демографическим группам выделяют такие типы толерантности, как гендерная, возрастная, образовательная, межнациональная, расовая, религиозная, географическая (непредвзятость к жителям небольших или провинциальных городов, деревень или других регионов со стороны столичных жителей и наоборот), межклассовая, физиологическая (отношение к больным, инвалидам и т.д.), политическая, сексуально-ориентационная, маргинальная (толерантность по отношению к маргиналам – бомжам, нищим, наркоманам, заключенным и т. д.) [Мацковский 2004].

По сферам проявления различают толерантность политическую (терпимость к людям других политических взглядов), научную (терпимость к другим точкам зрения в науке), педагогическую (терпимость к собственным детям и учащимся, умение понять и простить их недостатки), административную (умение руководить без нажима и агрессии), межетническую (терпимость к людям других этносов, имеющим свои национальные духовно-нравственные традиции), коммуникативную (отношение личности к людям, показывающее степень переносимости ею неприятных или неприемлемых, по ее мнению, психических состояний, качеств и поступков партнеров по взаимодействию) [Машанов 2021, с. 141–142].

Академик В. А. Тишков разделяет две сферы выражения толерантности: на психологическом уровне она представляет собой внутреннюю установку и отношение личности и коллектива, а на политическом – действие или осуществленную норму. В первом случае толерантность носит характер добровольного индивидуального выбора (она не навязывается, а приобретается через воспитание, информацию и личный жизненный опыт), а во втором случае она является активной позицией самоограничения и намеренного невмешательства, добровольное согласие на взаимную терпимость разных и противодействующих в несогласии субъектов [Тишков 2003, с. 315].

Следующую дифференциацию уровней проявления толерантности предлагает Ю. В. Ключев: личная толерантность; общественная толерантность, отраженная в морали, нравах, общественном сознании; государственная толерантность, которую представляют законодательство и политическая практика [Ключев 2018, с. 181]. Он также считает, что главным инструментом толерантности в обществе являются средства массовой коммуникации, а ее инициаторами и организаторами социального диалога должны выступать лидеры государства, заинтересованные в сохранении и укреплении власти [Там же, с. 188].

5.1.3. Толерантность как коммуникативная и лингвокультурологическая категория

Толерантность представляет собой особую качественную характеристику социального взаимодействия в современном информационном обществе [Ключев 2018, с. 188], важное свойство любых социальных структур, направленное на то, чтобы разрешать конфликтные ситуации, возникающие при взаимодействии с другими структурами, искать возможности диалога и компромисса [Дзялошинский 2008, с. 12]. И. М. Дзялошинский подчеркивает, что толерантность не только характеризует нравственность отдельной личности, а является специфической технологией взаимодействия людей, предполагающей сотрудничество и уравнивание целей всех сторон [Там же, с. 12–13].

Необходимой средой формирования толерантных установок служит коммуникация: «свое предметное выражение толерантность обретает в различных видах социальной практики, где она выступает в функции регулятора человеческой деятельности, тем самым являясь идеальным образованием и входя в культурный арсенал того или иного сообщества [Шалин 2000, с. 12]. Исследователи подчеркивают, что внедрение в общественную жизнь толерантных форм взаимоотношений требует формирования иной коммуникативной среды, обеспечивающей взаимопонимание людей [Дзялошинский 2008, с. 15–16].

В последние годы толерантность изучается как особая коммуникативная категория, обладающая собственным набором характеризующих свойств [Могилевич 2016; Никитина 2022; Селютин 2008; Стернин 2001; Стернин 2005;

Шамсутдинова 2006; Шаповалова 2013]. Рассмотрение толерантности с позиций коммуникативного подхода подразумевает «речевое воздействие с позитивными по отношению к адресату намерениями, реализованными в корректной форме» [Селютин 2008, с. 13].

По мнению Е. Ю. Шамсутдиновой, коммуникативную категорию толерантности характеризуют: справедливая и объективная позиция по отношению к тем, чьи мнения, поступки, раса, религия и т.д. отличаются от наших собственных; справедливая и объективная позиция по отношению к мнениям и поступкам, отличным от наших собственных; активный интерес к идеям, мнениям и поступкам, чуждым нашим собственным; адекватное языковое и речевое оформление этих составляющих в процессе межкультурной коммуникации, которое выражается в коммуникативных стратегиях и речеповеденческих тактиках коммуникантов [Шамсутдинова 2006, с. 6].

Конститутивными признаками коммуникативной категории толерантности выступают диалогичность, способность успешно пересекать границы между разными культурами, аксиологический потенциал, особая языковая экспликация [Селютин 2008, с. 13; Шамсутдинова 2006, с. 11], а в ее содержании выделяются прескрипционный и информационно-содержательный аспекты [Шаповалова 2013, с. 5].

Как указывает И. А. Стернин, именно коммуникативная толерантность, объединяющая совокупность более частных концептов и категорий (вежливость, сохранение лица собеседника, коммуникативная неприкосновенность, коммуникативная доминантность и др.), является условием появления установок толерантного сознания и эмпирической основой формирования всех видов толерантности, в том числе толерантности поведенческой [Стернин 2005, с. 331–336].

С точки зрения коммуникации толерантность соотносится, с одной стороны, с чертами кооперативного коммуникативного поведения языковой личности, с другой – с особенностями культуры общения социума, что является актуальным как для межкультурной, так и для внутрикультурной коммуникации [Формановская 2005, с. 339].

В отличие от категории терпимости, главным противопоставлением которой является «хороший – плохой», в основе категории толерантности лежит оппозиция «свой – чужой» [Михайлова 2005, с. 105; Стернин 2001]: общение «как социально-речевая деятельность по обмену разного рода информацией для организации, согласования, регулирования внекоммуникативных и коммуникативных практических и ментальных действий и для достижения результатов возможно лишь при соприкосновении “я” и “другого”» [Формановская 2005, с. 341]. Как подчеркивает В. Е. Гольдин, укрепление толерантных отношений «необходимо в тех именно сферах, для которых актуально прагматическое деление на “своих” и “чужих”» [Гольдин 2005, с. 517]. По мнению О. П. Ермаковой, вторая оппозиция, детерми-

нирующая толерантность, – «всеобщность – невсеобщность (исключительность)», так как толерантность обычно проявляется по отношению к тому, что свойственно всем, а интолерантность – по отношению к тому, что свойственно единицам [Ермакова 2005, с 124].

Толерантность является основой успешной диалогической коммуникации, поскольку она соотносится с прагматическими принципами вежливости Дж. Лича и с принципом кооперации П. Грайса, обеспечивая, таким образом, эффективное общение [Михайлова 2005, с. 100]. По справедливому замечанию В. М. Золотухина, диалоговость «как реальность, состоятельность и плодотворность определяет толерантность, ибо диалог невозможен без толерантности как готовности предположить и увидеть в “Другом” ум, обеспечивающий хотя и иное, особое, обособленное, но тем не менее, существенное понимание проблемы, ставшей объектом обсуждения» [Золотухин 2004, с. 17]. Подобное «диалогическое» отношение к «Другому» оказывается противопоставленным «монологическому» отношению к миру предметов, «указывая на недопустимость обращения с человеком как с вещью» [Там же].

Толерантность также исследуется как лингвокультурологическая категория, отражающая национальную специфику языка [Купина 2001; Михайлова 2005; Растатуева 2008; Стернин 2001; Сумина 2007; Тер-Минасова 2000], поскольку «получает различное осмысление в разных языках, и каждый язык привносит с собой множество специфических исторических и культурных коннотаций, а культурная интерпретация языковых знаков меняется в зависимости от установок ментальности» [Михайлова 2005, с. 102]. Так, И. А. Стернин и К. М. Шилихина рассматривают толерантность как часть культурного концепта, составляющую ядерную зону обширного и сложного лингвокультурного поля, которое также включает лексемы, на ассоциативном и семантическом уровне связанные с терпением, терпимостью и ненасилием [Стернин 2001]. К важнейшим компонентам лингвокультурологического поля толерантности относятся также категории диалога и сотрудничества [Купина 2001]. При этом в концепте толерантности на первый план выдвигается оценочный аспект, что позволяет квалифицировать его как модусный [Толерантность... 2017, с. 15].

5.1.4. Дискурс толерантности в современных медиа

Дискурс как «система социальных репрезентаций, в которой производятся и распространяются разделяемые людьми значения» [Acosta-Alzuru 2000, р. 307], представляет собой мощную социальную практику, которая, с одной стороны, изменяет знания и идентичности и социальные отношения, с другой стороны, сама формируется различными социальными структурами и практиками, таким образом находясь в тесных диалектических отношениях с разными сферами общества [Jorgensen 2002, р. 116]. По мне-

нию представителей французской школы анализа дискурса, дискурс формируется не только языком, но и «социально-исторической тканью», поэтому анализ текстовой семантики любого текста требует пристального внимания к условиям его производства и интерпретации [Сметанина 2002, с. 36].

Средства массовой коммуникации представляют собой мощный фактор воздействия на картину мира как целого общества, так и отдельных личностей и социальных групп [Сметанина 2002; Солганик 2001; Dijk 2008]. Современные СМИ не только ретранслируют сложившуюся в обществе систему ценностей, но создают новые аксиологические парадигмы и конструируют специфическую медиакартину мира [Анненкова 2012, с. 13]. И. В. Анненкова отмечает, что медиасфера как особая область коммуникации занимает в настоящее время ключевую позицию в нашей культуре, превратив ее из литературоцентричной в медиацентричную [Анненкова 2011, с. 6].

Анализируя публицистические тексты с деятельностной точки зрения, Л. Р. Дускаева рассматривает их как «речевое воплощение социального ориентирования читательской аудитории, которое осуществляется в трех направлениях – информировании, оценочном диагностировании и стимулировании социальной активности» [Дускаева 2004, л. 10]. Воздействие на адресата в текстах массовой коммуникации осуществляется «с целью оптимизации деятельности социума, увеличения его социально-психологической сплоченности, внутренней стабильности, повышения уровня информированности и пр.» [Грибкова 2016, с. 4]. СМИ часто рассматриваются как пространство конструирования социальной реальности [Berger 1966].

Современная парадигма гуманитарного знания ставит во главу угла идеи антропоцентризма, рассматривающего человека как отправную точку исследовательских принципов: «проблема антропоцентризма непосредственно связана с изучением человеческого фактора в языке, причин языковых процессов, связанных с человеком» [Зарайский 2010, с. 196]. Жизнь человека, безусловно, составляет важнейшую проблематику медиатекстов. Как пишет О. И. Таюпова, «главным предметом публицистики является социальная жизнь, в центре которой находится человек как представитель общества» [Таюпова 2018, с. 223].

В сегодняшнем мире для осуществления успешного речевого воздействия журналистам необходимо в большей степени учитывать фактор адресата. Одним из первых ученых, сформулировавших проблему адресата в российской лингвистике, была Н. Д. Арутюнова, которая при использовании данного термина обращала внимание на то, что «всякий речевой акт рассчитан на определенную модель адресата», и подчеркивала «сознательную направленность речевого высказывания к лицу (конкретному или не конкретному), которое может быть определенным образом охарактеризовано, причем коммуникативное намерение автора речи должно согласовываться с этой его характеристикой» [Арутюнова 1981, с. 358].

Медиадискурс является одной из важнейших социальных практик, формирующих групповые идентичности и отношения. Идентичность, по определению А. Тайфеля, – это часть самооценки человека, которая протекает из знания о своей принадлежности к социальным группам, а также ценности и эмоциональной значимости, приписываемой группам [Tajfel 1981]. Многие исследователи подчеркивают процессуальную природу идентичности – она конструируется и реконструируется в дискурсе [Гришаева 2007; Curticean 2016, p. 11; Demker 2008; Utzinger 2009].

Групповые идентичности рассматриваются как социальные конструкты и стратегии классификации с целью соотнесения себя и других с той или иной социальной группой [Dennis 2009]. Так, например, профессор Ю Ши, исследовавшая влияние китайскоязычной прессы США на идентичность читателей – представительниц рабочего класса, пришла к выводу о том, что концепты «раса», «этническая принадлежность», «меньшинство» и т. д. представляют собой продукт бесчисленных расовых проектов в американской истории, и читатели нередко начинают идентифицировать себя с тем или иным меньшинством, используя расовые формулировки, которые они почерпнули в средствах массовой коммуникации [Yu Shi 2009, p. 606–607]. К подобным выводам приходит и В. К. Малькова, которая интерпретирует практически всю этническую информацию в СМИ как сложный миф, одну из форм «интеллектуального конструкта», который создают и распространяют в общественном пространстве «профессионалы представлений» – политики, журналисты, художественная и научная интеллигенция и т.д. [Малькова 2006].

Категорию образа адресата медиадискурса подробно исследовала Т. Л. Каминская, рассматривая ее как многомерный текстовый феномен, экспликация которого зависит от многообразных языковых и экстралингвистических факторов, как организующий стержень медиатекста, его «семантико-прагматическую категорию, представляющую собой мысленно конструируемый автором образ адресата, для которого предназначен данный текст» [Каминская 2009, с. 19–20]. При этом образ адресата в текстах прессы выполняет функции манипуляции сознанием аудитории, интерпретации реальных событий и фактов действительности, а также интеграции читателей [Каминская 2009, с. 23].

Поскольку дискурс средств массовой информации охватывает проблемы как общества в целом, так и различных социальных групп, медиа осуществляют важнейшие функции по формированию общественного мнения в отношении различных групп людей и воспитанию уважительного отношения к ним. На наш взгляд, в современном медиадискурсе также возрастает коммуникативная значимость толерантности, поскольку практика толерантности основана «на позитивной идентичности и конструировании мира, включая формирование всеобщих ценностных ориентаций и установок с учетом разных социокультурных идентификаций, типов поведения

и образов жизни» [Довгалева 2010, с. 8], а средства массовой коммуникации играют важную роль в конструировании групповых идентичностей и социализации индивида в конкретном обществе. Кроме того, утверждение толерантных установок невозможно без их широкой поддержки в обществе [Мчедлов 2004, с. 29], что обеспечивается, в первую очередь, с привлечением СМИ.

Формированию толерантной коммуникативной среды и толерантного сознания в обществе способствует в том числе газетный дискурс толерантности, который является разновидностью газетно-публицистического дискурса, представляющего собой «совокупность письменных текстов с общей темой “Толерантность”, отражающих отношения между людьми, социальными группами, народами, нациями и государствами, основанные на взаимопонимании, взаимопомощи, дружбе, солидарности, равноправии, и призванных способствовать формированию толерантного сознания, утверждать идеалы и практику толерантности в обществе, воспитывать уважение к Иному, побуждать к взаимодействию» [Жданова 2015, с. 5].

Дискурс толерантности представляет собой ценностно-ориентированное социальное взаимодействие коммуникантов [Азараков 2018, с. 12], в основе которого лежит идея об индивидуальной неповторимости коммуникантов и их прав [Могилевич 2016, с. 193]. В подавляющем большинстве случаев этот дискурс является институциональным – медийным, политическим, административным и т. д. [Растатуева 2008, с. 53; Южакова 2007]. Результат взаимодействия в рамках дискурса толерантности фиксируется в текстах, в которых находят отражение разнообразные ситуации толерантного отношения к иным социальным группам, культурам и традициям [Азараков 2018, с. 12].

Так, Е. А. Кротков и Е. А. Кожемякин описывают необходимые и достаточные условия возникновения и воспроизводства коммуникативного дискурса толерантности с помощью семи «аксиом» [Кротков 2013]:

1) *аксиома инаковости* – наличие у носителей (субъектов) толерантности существенных социально значимых различий, которые являются (или могут стать) источником противоречий и конфликтов;

2) *аксиома негативности* – сопровождающаяся чувством неприязни оценка субъектами толерантности того, чем один из них отличается от другого;

3) *аксиома ненасилия* – реальная возможность подавления либо отторжения Другого по причине его инаковости и, одновременно, отказ от использования этой возможности (речь идет не о чувствах субъекта, а о его поступках);

4) *аксиома рационального прагматизма* – осознание субъектами толерантности нерационального характера отчуждения, противостояния и неконструктивных конфликтов;

5) *аксиома общего знаменателя* – поиск субъектами общего пространства их жизненной идентичности и последующее добровольное вхождение в него (толерантность может иметь место только в том случае, если у ее субъектов есть единая ценностная основа, позволяющая им вступить в диалог);

6) *аксиома самозащиты* – право субъектов толерантности проявлять твердость, неуступчивость по отношению к тем, кто предпринимает действия, несовместимые с кодексом человечности, нарушает законные права и свободы Другого;

7) *аксиома несамодостаточности* – детерминированность толерантности экономическими, финансовыми и правовыми факторами, несводимость ее только к свойствам психики или результату сформированного нравственного самосознания.

Необходимым компонентом дискурса коммуникативной толерантности является **тематический репертуар** [Могилевич 2016, с. 195], т. е. определенный набор тем, соответствующий определенному дискурсу [Карасик 2004, с. 24]. При этом та или иная тема часто соотносится с определенной коммуникативной стратегией, которая реализуется в тексте. И. И. Жданова в качестве основных топиков медиадискурса толерантности называет следующие: сотрудничество государств в различных сферах жизни общества, интеграцию мигрантов в европейское сообщество и преодоление межнациональных и межконфессиональных конфликтов, урегулирование территориальных притязаний [Жданова 2015, с. 6]. На наш взгляд, это далеко не полный список тем, к которым обращается данная разновидность дискурса. Так, например, мы считаем необходимым включить в тематику толерантного медиадискурса материалы о некоторых социально уязвимых категориях граждан.

В нашей стране, как и на всей территории бывшего СССР, медиадискурс толерантности начал формироваться лишь после распада советского государства, ведь в Советском Союзе «толерантность как уважение к людям других политических взглядов, терпимость к иному мировоззрению, иной вере, иному мнению считалась недопустимым качеством» [Михайлова 2005, с. 101], что, безусловно, находило отражение и в использовании языковых ресурсов. По меткому замечанию А. Д. Шмелева, большевистская эпоха «отнесла компромисс к числу смертных грехов, и уже советская эпоха отпечатаала и гнев, и презрение ко всякого рода соглашению в сугубо позитивной трактовке прилагательного бескомпромиссный» [Шмелев 2005, с. 114]

По сравнению с прессой советского периода в пространстве современного медиадискурса наблюдается гораздо более широкая представленность различных групп адресатов, которые можно дифференцировать в соответствии с разнообразными социальными характеристиками.

Новизна предпринятого исследования заключается в том, что большинство лингвистических работ, посвященных толерантности, рассматривают ее как представленный в языковом сознании концепт

(Б. И. Аболин, К. Э. Нагаева, И. А. Стернин, К. М. Шилихина, А. Д. Шмелев), как коммуникативную категорию (Б. Р. Могилевич, И. А. Стернин, К. М. Шилихина, Е. Ю. Шамсутдинова), как категорию лингвокультурологии (Н. А. Купина, Д. Х. Мидова, О. А. Михайлова, Д. С. Обукаускайте, Е. С. Сумина, С. Г. Тер-Минасова), как требование к профессиональной деятельности журналистов (Т. В. Новикова). Отдельные исследования описывают аспекты толерантности в виртуальном (А. А. Селютин), научном (Н. В. Соловьева), политическом дискурсе (И. С. Никитина, Т. А. Шаповалова). Исследования толерантности в дискурсе медиа фокусируются на определении особенностей репрезентации концепта «толерантность» в нем (Б. И. Аболин), выявлении средств смягчения негативной оценки (Ю. В. Южакова), характеристики лексико-семантического поля «Толерантность» (И. И. Жданова). В диссертационном исследовании И. И. Ждановой также выделены некоторые медиатопики и стратегии дискурса толерантности, однако, на наш взгляд, их перечень не является исчерпывающим. Также дискурс толерантности впервые исследуется на материале белорусских средств массовой коммуникации.

5.2. Объекты толерантности в газетном дискурсе

5.2.1. Тематический репертуар медиадискурса толерантности

Цель данного раздела состоит в выявлении повторяющихся тем (топиков и микротопиков) газетного дискурса толерантности. Исследователи отмечают важность тематического репертуара, или определенного набора тем, характеризующего толерантный дискурс, для его эффективного функционирования, поскольку он в значительной степени определяется социокультурным контекстом и общей информацией о деятельности конкретной группы в той или иной стране [Карасик 2004, с. 24; Могилевич 2016, с. 195; Стернин 2001, с. 12].

Кроме выявления основных медиатопиков дискурса толерантности, были выделены эксплицирующие их ключевые лексемы. При определении ключевых слов мы полагались на следующие основные критерии: высокая (сравнительно с другими словами) частотность и регулярность употребления – ключевые слова, характеризующие ту или иную микротему, можно обнаружить во всех материалах, относящихся к ней; специфическая представленность в текстовом пространстве – их регулярное присутствие в сильных позициях текста, в том числе в заголовках газетных статей; расширение грамматического, синтагматического и парадигматического потенциала слова – высокий словообразовательный потенциал, формирование синонимических рядов и «семантических гнезд» (термин А. П. Романенко), а также широкая сочетаемость [Романенко 2003; Матвеева 2003; Шмелева 1993]. Значимость ключевых слов в текстовом пространстве заключается

в том, что они выступают в роли наиболее семантически нагруженных компонентов текста, в сжатой форме отражают основную информацию и функционируют в качестве «своеобразного кода для понимания авторской интенции» [Потехина 2017, с. 286].

В качестве базовых медиатопиков дискурса толерантности И. И. Жданова выделяет следующие темы: сотрудничество государств в различных сферах жизни общества, интеграция мигрантов в местное сообщество, преодоление межнациональных и межконфессиональных конфликтов [Жданова 2015]. Однако, по нашему мнению, современный медиадискурс толерантности характеризуется гораздо более широкой тематикой и в него целесообразно также включить публикации, посвященные другим группам населения. Мы предлагаем рассматривать в рамках газетного дискурса толерантности также статьи о категориях людей, нуждающихся в социальной поддержке и позитивном отношении со стороны социума, например, о людях с ограниченными возможностями и пожилых гражданах.

В табл. 5.1 представлены социальные группы, являющиеся объектами дискурса толерантности в современной белорусской, британской и американской прессе.

Т а б л и ц а 5.1

Объекты дискурса толерантности
в белорусской, британской, американской прессе

Социальные группы	Газеты Великобритании и США	Газеты Беларуси
Женщины	+	—
Расовые меньшинства	+	—
Этнические группы	—	+
ЛГБТ-сообщество	+	—
Пожилые люди	—	+
Люди с ограниченными возможностями	—	+

Как показано в табл. 5.1, как англоязычные, так и белорусские газеты формируют толерантность по отношению к трем основным социальным группам, хотя эти группы не совпадают. В то время как публикации толерантного характера в прессе Великобритании и США сосредоточены в основном на женщинах, ЛГБТ-сообществе и расовых меньшинствах, в белорусских СМИ конструирование толерантности осуществляется преимущественно по отношению к представителям этнических групп, пожилым людям и инвалидам.

5.2.2. Объекты белорусского медиадискурса толерантности

На интернет-порталах белорусских районных, областных, республиканских газет были отобраны статьи, отражающие тематику толерантности, с целью выявления их тематических векторов, то есть групп людей, по отношению к которым формируется толерантность в газетных материалах.

Проведенный анализ показал, что толерантность в газетном дискурсе Беларуси конструируется преимущественно по отношению к следующим группам населения:

- 1) **возрастные группы** (пожилые люди);
- 2) **люди с ограниченными возможностями** (инвалиды-колясочники, слабовидящие и слабослышащие);
- 3) **этнические группы** (национальные меньшинства, мигранты, иностранные студенты).

Две первые группы представляют собой социально уязвимые категории людей, которые в прессе обычно позиционируются как нуждающиеся в помощи и поддержке. Следовательно, большинство публикаций о них – это нарративы о внимании, заботе и помощи, которые власти, различные государственные органы и волонтеры предоставляют пожилым и инвалидам. Часто встречаются в белорусских газетах и материалы, рассказывающие об успешной жизни данных граждан в социуме, а также об их сотрудничестве с государственными службами и различными организациями.

В материале исследования также встретились единичные тексты, рассказывающие о людях с **физическими особенностями** (например, высокого или низкого роста), где речь идет о сложностях, с которыми они сталкиваются из-за этого, и стереотипах, которые им приходится преодолевать: *«Наверное, ты баскетболистка или модель?», «А каблук носишь?», «А где покупаешь одежду?», «А родители тоже такие высокие?», «Лампочку, наверное, без стула вкрутить можешь?»* – какие только вопросы не сыпались женщине с ростом в 188 см. *Наша героиня не спортсменка и не модель. В магазинах ей сложно подобрать одежду, а за пределами баскетбольной площадки она нередко вызывает у окружающих самые разные эмоции* (Минская правда, 06.10.2020).

Отдельные публикации посвящены **представителям «непрестижных» профессий**, необходимых для общества, к которым относятся рабочие и сельскохозяйственные специализации, предполагающие тяжелый физический труд. Целью статей является повышение статуса данных профессий и стремление привлечь и заинтересовать ими аудиторию. Например, нам встретилась статья о молодом парне, который работает дояром, то есть занимается работой, которая традиционно считается тяжелой, низкооплачиваемой, не требующей специальных навыков и выполняемой женщинами. Однако автор публикации рассказывает о высокой зарплате специалиста и подчеркивает его удовлетворенность своей работой: *Оператор машинного доения Алексей Латутин из МТФ «Ректа» – единственный в сельхозпред-*

приятный дояр. Результаты, которые получает этот скромный двадцатитрехлетний паренек, – пример для подражания, а его заработная плата впечатляет... В Европе и США операторами машинного доения работают исключительно мужчины, потому что это тяжелый физический труд. У нас эта профессия имеет в основном женское лицо. И Алексей не скрывает, что поначалу переживал из-за шуток знакомых. «Думаю, что не имеет значения, чья это профессия, главное, чтобы дело было человеку по душе», – подчеркивает передовик (ГВ, 02.04.2020).

Таким образом, основными группами, по отношению к которым конструируется толерантность в белорусской прессе, являются представители различных национальностей, пожилые люди и люди с ограниченными возможностями. В единичных случаях толерантность формируется по отношению к представителям некоторых профессий и к людям с физическими особенностями. Медиадискурс толерантности, основополагающими принципами которого выступают понимание других людей и уважение к ним, является необходимым средством налаживания конструктивного диалога, оптимизации коммуникации в обществе и гармонизации отношений между различными социальными группами.

5.2.2.1. Топос «пожилые люди»

Культ красоты и молодости, провозглашаемый современной массовой культурой, нередко оставляет «за бортом» людей старшего поколения, поэтому газетные статьи о них играют значимую роль в понимании их проблем людьми других возрастных групп и повышении их общественного статуса. Мы проанализировали посвященные пожилым людям статьи, опубликованные в белорусских районных, областных и республиканских газетах, с целью выявления основных тематических блоков, раскрывающих данную проблематику.

Наибольшее количество текстов повествует о **помощи и заботе** государства, различных государственных органов и групп населения о людях пожилого возраста. Ключевыми лексемами таких статей выступают слова *забота, внимание, помощь, помогать, поддержка, поддерживать, волонтер, волонтерский, бесплатный, благотворительный, доброта, теплота, отзывчивость*: *Волонтеры отличаются душевной **теплотой, отзывчивостью, добротой**. Ведь главный принцип добровольчества «Хочешь почувствовать себя человеком – **помоги** другому» (ВВ, 14.10.2020); – Мы рады уделить время доброму делу, ведь сегодня, как никогда, люди должны **поддерживать** друг друга. **Волонтеры** нашего отряда оказывают **помощь** в доставке сельхозпродукции тем, кто в этом нуждается, тем более что для нас это не составляет особого труда, – рассказывает **волонтер** отряда Максим Покатило (ГрП, 12.10.2020); Участие в **благотворительной** акции по **бесплатному** правовому консультированию, проводимой Гродненской областной нотариальной палатой Белорусской*

нотариальной палаты и приуроченной к Международному дню пожилых людей, примут все нотариальные конторы и нотариальные бюро Гродненской области (Праца, 30.09.2020); – *Наша краіна прадэманстравала ўсяму свету, як трэба **кланяцца** пра людзей сталага веку, – сказаў намеснік прэм’ер-міністра Ігар Петрышэнка. – Дзяржаўная палітыка накіравана на **сацыяльную абарону** пажылых грамадзян* (Зв, 02.10.2020); *В течение двух месяцев волонтер Светлогорской районной организации Белорусского Красного Креста Александр **помогал** не только доставлять продукты и рецепты из поликлиник, но и сам выпекал хлеб для пожилых подопечных* (НГ, 04.08.2020).

Обращая внимание аудитории на необходимость помогать пожилым людям и заботиться о них, пресса культивирует желательные образцы поведения по отношению к людям зрелого возраста, т. е. акцентирует поведенческий аспект толерантности.

Часто встречаются в материале исследования и статьи, рассказывающие о **поздравлении** пожилых людей по случаю праздников (День пожилых людей, Новый год, юбилей и т. п.). Они освещают праздничные мероприятия или посещения юбиляров в местах их проживания. В таких публикациях частотны лексемы *праздник, праздничный, юбилей, юбиляр, поздравлять, дарить, подарки, пожелания, поздравления: Жители Заславля хорошо знают эту скромную женщину. И наверняка с благодарностью думают о ней, ведь многим из них она помогла появиться на свет. Фельдшеру-акушеру Ниле Николаевне Евтух исполнилось 90. С юбилеем ее тепло **поздравила** мэр города Светлана Карташэва, вручив цветы и многочисленные **подарки*** (Минская правда, 12.10.2020).

Тексты о людях пожилого возраста нередко нацелены на развенчивание стереотипов о скучной жизни и слабом здоровье пенсионеров. Большое количество публикаций о пожилых людях – это «**портретные зарисовки**», описывающие жизненный путь героя и/или его нынешние интересы, увлечения, деятельность. Отметим, что в данных статьях в фокус внимания выдвигаются идеи о том, что люди преклонного возраста – это труженики, оптимистичные, бодрые и активные граждане, имеющие множество увлечений, заводящие новые знакомства, вступающие в брак и получающие образование, ведущие здоровый образ жизни и не выглядящие на свой возраст. Частотными лексическими единицами в таких статьях выступают слова *бодрый, энергичный, активный, инициативный, оптимист, стройный, подтянутый, любовь, любить, брак, труд, трудиться, труженик, трудолюбие, работа: **Любви** все возрасты покорны. Так утверждал поэт. На деле же большинство считает это чувство уделом молодых. Но как умеют **любить** те, кому за 70!* (ГрП, 16.03.2010); *Когда Лариса Федоровна Петренко бежит, она не выглядит на свой возраст – 81 год. Только представьте: благодаря бегу педагог **сбросила 40 килограммов, в 50 лет вышла на первую марафонскую дистанцию, в 57 стала чемпионкой***

республики, а в 71 получила третью «вышку» физрука (Минская правда, 12.10.2020); *Нила Николаевна пригласила всех за накрытый стол. Глядя на гостеприимную хозяйку, энергичную, с отличной памятью, невольно задумываешься о том, что она совсем не выглядит на свой возраст* (Минская правда, 13.07.2020); *Мы в гостях у этой женщины-труженицы в огромном доме на улице Молодежной больше чем на сто «квадратов»* (ГВ, 15.10.2019); *Николай Николаевич оставил значимый след в науке, истории вуза, имеет множество наград и поощрений, инициативный общественник. Но сегодня рассказать об этом человеке хочется, приоткрыв другую сторону его жизни. Активность и трудолюбие нашего героя в его 89 лет – пример и мотивация для молодежи. «Мне некогда скучать и думать, чем заняться. Я каждый день работаю», – говорит Николай Николаевич* (ГВ, 30.09.2020); *Какие же вы удивительные, современные бабушки и дедушки! Не знающие устали, поющие, танцующие, сочиняющие, владеющие гаджетами и ведущие странички в соцсетях. «Айда в тренажерку!» – крикнула Любовь Васильевна своей соседке Тамаре Петровне, которая поливала цветы на балконе. «А что, пора?» – заволновалась Тамара Петровна, нырнула в балконный проем и уже через пару минут догоняла соседку. Танцы, хор, занятия по рукоделию, литературные вечера... Всюду надо успеть. А еще поделиться рецептами с девчонками-подружками и поболтать с пришедшими на шахматы мужчинами ... И сегодня они молоды, полны сил и энергии* (ГП, 30.09.2020); *Те, кто стал участником фестиваля «Креативный возраст», в Молодечненском районе, занимаются йогой, танцуют зумбу и знают все про современный мейкап. А большинству из них далеко за 60. Но они молоды душой и по-прежнему активны* (Минская правда, 01.10.2019).

Главной целью подобных газетных публикаций о пожилых людях является разрушение дискриминирующих стереотипов о том, что после определенного возраста человек не может быть активным членом общества. Также данные материалы осуществляют функцию воспитательного воздействия на аудиторию – они призывают проявлять внимание и заботу по отношению к пенсионерам, помогать и поддерживать их.

5.2.2.2. Топос «люди с ограниченными возможностями»

Вторая социальная группа, являющаяся объектом толерантности в дискурсе современной белорусской прессы, – это люди с ограниченными возможностями. Примечательно, что в советских медиатекстах проблемы данной категории людей практически не освещались, т. е. советская медиакартина мира отказывала инвалидам в праве голоса. Это иллюстрирует, например, эпизод из художественного фильма «Временные трудности» (2017 г., реж. М. Расходников), в котором чиновник из пионерского лагеря «Артек» не принимает в лагерь главного героя, мальчика с нарушениями

опорно-двигательного аппарата Сашу Ковалёва, победителя всесоюзной олимпиады по математике, аргументируя свой отказ тем, что «в СССР инвалидов нет».

Одной из доминирующих тем, освещаемых в толерантных медиатекстах об этой группе населения, является **социальная помощь и поддержка** инвалидов со стороны государственных органов, благотворительных организаций, граждан. Для выражения данных идей журналисты часто используют лексические единицы *помощь, помогать, поддержка, поддерживать, забота, заботиться, внимание, защита, благотворительный, волонтер, милосердие, сочувствие*: *В церкви парня стараются **поддерживать** морально, по возможности **помогают** и деньгами. На занятиях в воскресной школе израненной душе старались **помочь** избавиться от агрессии, обиды на весь мир, на биологическую мать, бросившую в роддоме* (ГрП, 04.03.2009); *Но в Беларуси люди с психиатрическими заболеваниями, как правило, живут в специнтернатах – о них **заботится** государство* (Минская правда, 29.11.2019); ***Помочь** малышу в его борьбе за жизнь Вы можете, внося целевое пожертвование на любой из **благотворительных** реквизитов* (КВ, 13.10.2020); *У жителей Пинска появилась возможность **помочь** тяжелобольным детям. Для этого нужно всего лишь собрать пластиковые крышечки в специальные контейнеры, которые установлены в торговых центрах, магазинах и различных учебных заведениях* (ПП, 23.07.2020); *В Гомеле сотрудники ГАИ и прохожие **помогли мужчине с ограниченными возможностями** починить сломавшуюся в пути инвалидную коляску... Днем 22 июня, в самую жару, гомельчанин оказался заложником ситуации. Сломался элемент инвалидной коляски, и он вынужден был остановиться на солнцепеке на тротуаре вдоль автодороги Восточный обход. Попросить о помощи мужчина не мог, так как был глухонемым. Сотрудники батальона ДПС ГАИ, патрулировавшие район, попытались **помочь** человеку. Свою **помощь предложил** и проезжавший мимо водитель такси. Мужчину вместе со сломавшейся коляской доставили на ближайший шиномонтаж, где поломка была устранена* (ГП, 27.06.2019).

Выражающие указанные идеи ключевые слова составляют «семантическое гнездо», центром которого являются лексемы *помощь / помогать*, что подтверждают как их частотность в материале исследования, так и многочисленные публикации, где данные слова фигурируют в наиболее сильной позиции – в заголовках и заголовочных комплексах: *«Вернуться в жизнь. Как под Минском **помогают** снять ограничения возможностей»* (Минская правда, 29.11.2019); *«В Гомеле презентовали проект международной технической **помощи** инвалидам Беларуси и Украины»* (ГП, 09.09.2018).

Во время праздников (Новый год, день инвалидов) в пространство газетного дискурса добавляются сообщения о посещении инвалидов представителями различных организаций (частотные лексемы *праздник*,

подарки, поздравления): Председатель райисполкома Сергей Кулагин, представители ЧУПП “Прометей” (во главе с директором Анатолием Федоровичем) и районной организации ОО “Белорусский союз женщин” приехали с подарками и поздравлениями в отделение круглосуточного пребывания для пожилых граждан и инвалидов в Ленино. Жителям отделения были **подарены** необходимые холодильник и телевизор, а также праздничные продовольственные наборы (ГВ, 29.12.2018).

Еще одна тема, описывающая взаимоотношения данной категории граждан с другими группами в обществе, а также с государственными и общественными организациями, касается **сотрудничества и партнерства** (ключевые слова *сотрудничество, интеграция, партнерство, контакт, взаимодействие*): На прошлой неделе Гродненская областная организация Белорусского общества Красного Креста открыла в Гродно центр дневного пребывания детей с ограниченными возможностями. По этому поводу дважды за свои средства приезжал представитель клуба «Ротери» гражданин Австрии господин Йоханнес Абенсперг и Траун. Он посетил «Гродзенскую праўду» и рассказал, как будет действовать программа **сотрудничества** (ГрП, 27.07.2009); Укрепление международных **контактов** между организациями инвалидов Украины и Беларуси для совместных решений по **интеграции** людей с инвалидностью в спорт и туризм – его основная цель, продекларированная на встрече в областной научно-технической библиотеке (ГП, 09.09.2018); Пра гэта нядаўна ў Віцебску гаварылі на канферэнцыі, у якой узялі ўдзел прадстаўнікі ўсіх абласцей краіны. Яна была прысвечана сацыяльнаму **партнёрству** і усебаковаму **ўзаемадзеянню** згаданага вышэй камітэта і арганізацый, якія ўваходзяць у яго сістэму, з абласной арганізацыяй «БелТІЗ» (Зв, 09.10.2020).

На наш взгляд, подобные статьи, направленные на включение людей с ограниченными возможностями в группу «своих», выполняют в медиа-дискурсе солидаризирующую функцию. Акцентирование взаимодействия и сотрудничества представителей отличающихся групп можно рассматривать как эффективный метод формирования толерантности, ведь «опыт личного общения и сотрудничества в ситуации межгруппового контакта позволяет его участникам приобрести знания о “чужой” группе, разрушающие те или иные стереотипы; снижает значение групповой категоризации, способствуя персонализации членов “чужой” группы, актуализации индивидуальных различий и снижению значимости межгрупповых» [Клименко 2012, с. 49].

Во многих публикациях фокус внимания приходится на **проблемы со здоровьем**, которые испытывают люди с ограниченными возможностями, а также **трудности и препятствия**, с которыми они сталкиваются в своей повседневной жизни (частотные лексические единицы *болезнь, заболевание, травма, инвалидность, нарушение, патология, проблема, трудность, трудно, сложность, ограничение, затруднение*): У светловолосого улыбки-

вого Роберта Симоняна вторая группа **инвалидности** – острота его зрения составляет всего 8-10 процентов. Червенец появился на свет с **катарактой**, помутнением хрусталиков глаз. – У нас в роду несколько человек с такой **особенностью**, – поясняет он ... **Трудностей** у человека с проблемами зрения хватает (Минская правда, 15.01.2020); 35 лет назад я потерял ногу, и понимаю, как важно дорожить здоровьем, как **трудно** людям с ограниченными физическими возможностями быть принятыми обществом (Заря, 04.09.2019); Даступнасць асяроддзя часцей за ўсё забяспечваецца для людзей з **парушэннем** апорна-рухальнага апарата, а для тых, хто мае іншыя **парушэнні**, усё яшчэ ёсць бар’еры (Рэспубліка, 17.06.2020); Люди с ограниченными возможностями имеют **сложности** в получении послешкольного образования и последующего трудоустройства (ГП, 01.08.2018). На наш взгляд, цель таких материалов – рассказывая аудитории о проблемах, с которыми сталкиваются люди с ограниченными возможностями, вызвать сопереживание, сочувствие представителям этой социальной группы. Главной оппозицией дискурса толерантности является оппозиция «мы – они» («свои – чужие») [Стернин 2001], соответственно, понимание проблем инвалидов широкой аудиторией может способствовать их лучшей адаптации в обществе.

Ряд статей о людях с ограниченными возможностями рассказывает **истории успеха** – о том, как им удастся справиться с трудностями, добиваться целей и интегрироваться в жизнь социума. В роли ключевых в таких материалах функционируют как слова с более общей семантикой достижения (смог, справился, удалось, успевать, успешный, достигать, способен, преодолеть), так и лексемы, указывающие на конкретные аспекты успешной жизни в обществе (учится, зарабатывает и т.п.): Вообщем, несмотря на все трудности, Артур поражает своей целеустремленностью и желанием **преодолевать** все трудности, которые подкидывает жизнь (Минская правда, 12.08.2020); Он не видит дальше трех метров от себя, не может без увеличительной лупы читать книги и разобрать цифры на ценниках в магазине. Однако это **не мешает** Роберту Симоняну из Червеня жить полноценной жизнью. В свои 22 года молодой человек **учится** на истафаке БГУ, **зарабатывает** на жизнь производством розеток и торговлей на финансовой бирже, при этом **успевает** ухаживать за престарелой бабушкой (Минская правда, 15.01.2020); Впрочем, **это не мешает ему заниматься спортом, пробивать выезды на матчи любимой футбольной команды и работать журналистом** (Минская правда, 12.08.2020).

Отмеченные слова как семантические «стержни» текста также активны в заголовках статей: «В Гомеле выбрали самого **успешного** человека в инвалидной коляске» (ГП, 27.04.2018); «Людмила Волчек: “Своего предела **не достигла**”» (Минская правда, 16.10.2019).

В современном мире стремление к успеху является одной из значимых жизненных ценностей, и подобные публикации отражают имманентную для дискурса толерантности «аксиому общего знаменателя», гласящую, что толерантность «может иметь место только в том случае, если у ее субъектов имеется единая ценностная основа, позволяющая им вступить в диалог» [Кротков 2013, с. 138]. Кроме того, люди, способные преодолевать трудности и добиваться успеха, вызывают уважение, что также способствует включению их в группу «своих».

Важное место в медиадискурсе толерантности занимают **информирующие публикации**, которые можно разделить на две разновидности в зависимости от адресата текста. Первая группа таких материалов, нацеленная на самих инвалидов, предоставляет им полезную информацию о проводимых мероприятиях: *Специалисты протезно-ортопедического центра проведут прием в Горках. 18 апреля в Горках состоится прием граждан, которые нуждаются в обеспечении протезами, лечебно-бандажными изделиями, ортопедической обувью. Консультацию и прием заказов на изделия будут проводить техник-протезист и врач травматолог-ортопед могилевского филиала Белорусского протезно-ортопедического восстановительного центра (ГВ, 15.04.2019); Мероприятия по подготовке и проведению в Горецком районе Дня инвалидов (ГВ, 28.11.2016).*

Вторая группа информирующих статей направлена на людей, не владеющих достаточной информацией об инвалидах. Их целью является предоставление обществу объективных данных об этой группе населения, дестигматизация людей с ограниченными возможностями и развенчание дискриминирующих стереотипов о них: *3 декабря в Горках отметили Международный день людей с ограниченными физическими возможностями. Эту дату праздником назвать трудно, ведь инвалидность, конечно же, не является поводом для радости. Этот день призван напомнить о том, что среди нас живут люди, заслуживающие не только сочувствия, но прежде всего помощи, обеспечения их прав на достойную жизнь, труд и отдых, а людям с ограниченными возможностями показать, что они важны для общества и являются такими же полноправными гражданами нашей страны (ГВ, 08.12.2014); Несмотря на значительное влияние, оказанное родительскими организациями и движением за дестигматизацию детей с расстройствами аутистического спектра на общественное восприятие таких расстройств, родители все еще попадают в ситуации, когда поведение их аутистичных детей воспринимается негативно, а многие врачи, как первичные, так и специалисты, до сих пор придерживаются некоторых взглядов, основанных на давно устаревших исследованиях (ГВ, 30.03.2015); Аутизмом, который называют болезнью цивилизации, страдает каждый сотый житель планеты, а детский аутизм, по данным ВОЗ, ежегодно увеличивается на 13 %. При ранней диагностике заболевания и грамотной коррективке симптомов «аутята» вполне способны на социализацию (НГ, 02.11.2018).*

Значимыми для дискурса толерантности в прессе являются понятия **доступности, инклюзивности и безбарьерной среды**, которые позиционируются как важная предпосылка интеграции инвалидов в социум: *Отсутствие безбарьерной среды вынудило ее отказаться и от учебы на журфаке БГУ (ГрП, 27.01.2010); На самом деле порой чувствую себя беспомощной. Наша безбарьерная среда оставляет желать лучшего. В кинотеатр, например, одной не попасть. Сложно преодолеть некоторые бордюры, ступеньки (Мінская праўда, 16.10.2019); Проект по медико-социальной реабилитации инвалидов-колясочников начали с безбарьерной среды внутри госпиталя, чтобы люди в инвалидных колясках могли беспрепятственно передвигаться и получать медицинские услуги наравне со всеми (ГП, 02.03.2018); – Даступнасць асяроддзя часцей за ўсё забяспечваецца для людзей з парушэннем апорна-рухальнага апарата, а для тых, хто мае іншыя парушэнні, усё яшчэ ёсць бар’еры, – удакладніла Вікторыя Грачыха (Рэспубліка, 17.06.2020).*

Таким образом, на страницах белорусской прессы моделируется следующий образ человека с ограниченными возможностями. Это человек, имеющий серьезное заболевание и сталкивающийся с различными проблемами, но успешно их преодолевающий и способный интегрироваться в социум. Тем не менее от общества требуется внимание к таким людям, помощь и поддержка. Кроме того, СМИ подчеркивают идею тесного взаимодействия инвалидов с другими гражданами, организациями и органами государственной власти и необходимость изменения различных сфер социального пространства с целью обеспечения доступной и комфортной среды для них.

В большинстве случаев в материалах об инвалидах реализуются стратегии солидаризации, нацеленные на то, чтобы читательская аудитория приняла представителей данной социальной группы в круг «своих», проявила к ним сочувствие и мобилизовалась на действия, способствующие развитию толерантных отношений. Даже исключительно информирующие тексты, целевой аудиторией которых являются инвалиды, в медиадискурсе оказываются нагруженными дополнительными функциями, поскольку они одновременно маркируют данную группу в общественном пространстве, указывают на то, что у нее есть собственные права и интересы. В роли ключевых лексем дискурса толерантности в белорусских газетах выступают группы слов с семантикой помощи, сотрудничества, успеха и достижения, проблем и заболеваний, доступности и инклюзии.

Несмотря на значительное улучшение отношения к инвалидам в последние десятилетия, на страницах белорусской прессы находят отражение случаи проявления нетерпимости к ним. Например, белорусская трехкратная паралимпийская чемпионка Людмила Волчек в интервью одному из изданий отмечает, что наша безбарьерная среда, и не только физическая, «оставляет желать лучшего». Жалуется она и на нетолерантное поведение окружающих:

*Тем не менее в нашем обществе, увы, хватает людей, которым **сложно принимать инвалидов**. Например, недавно встретила женщину в транспорте. Говорит: «Что вы мне своими грязными колесами пальто вымазываете? Разъездились по автобусам. Шла бы лучше в переход, деньги зарабатывала (Мінская праўда, 16.10.2019).*

Толерантный газетный дискурс вносит существенный вклад в конструирование ценностной модели современного белорусского общества, в воспитание уважительного отношения к «иному» и укрепление гуманистического мировоззрения. Предпосылкой полной дестигматизации инвалидов может стать еще более широкое информирование населения о их проблемах и дополнительные действия государства по обеспечению физической и информационной безбарьерной среды.

5.2.2.3. Дискурс этнической толерантности

Еще один тип толерантности, часто находящий отражение в средствах массовой коммуникации Беларуси, – этническая толерантность, обращение к которой весьма актуально в контексте современных миграционных процессов. Этническая толерантность, возникающая на основе признания ценностей этнокультурного разнообразия и раскрытия духовного потенциала каждой нации, предполагает готовность идти на контакт с представителями других этносов, возможность поддерживать дружеские отношения, проявлять взаимовыручку, сотрудничать и приходить к компромиссу с ними [Юдина 2014].

С целью выявления основных медиатопиков в публикациях о представителях различных национальностей и моделирования образа этих национальных групп в современной белорусской прессе нами был проанализирован материал статей современных белорусских республиканских, областных и районных газет.

Результаты исследования тематики газетного дискурса этнической толерантности представлены в табл. 5.2.

Т а б л и ц а 5.2

Тематика белорусского газетного дискурса этнической толерантности

№, п/п	Тематический блок	Ключевые лексемы
1	Мигранты, национальные меньшинства	Мигрант, иностранец, беженец, переселенец, община, переехать
2	Иностранные студенты	Дружить, успешный
3	Браки с иностранцами	Заклучить брак, международный, иностранец, любовь
4	Международные отношения	Сотрудничество, партнерство, партнер, дружба, братский, совместный, соглашение, кооперация, связь, взаимодействие

Чаще всего статьи, которые составляют белорусский газетный дискурс толерантности, относящийся к представителям различных государств и национальностей, посвящены мигрантам и национальным меньшинствам, иностранным студентам, бракам с иностранцами и международным контактам в области политики, экономики, социальных проектов и т. п.

Дискурс этнической толерантности нередко детерминируется факторами социальной и политической реальности, например, начиная с 2014 г. отмечается рост статей о мигрантах из Украины. В связи с развитием межгосударственных контактов и увеличением числа иностранных студентов в Республике Беларусь в газетах возросло количество публикаций о них.

Публикации о **мигрантах** в белорусской прессе немногочисленны в связи тем, что данный феномен в стране не носит массового характера. В корпусе анализируемых текстов встретились статьи о переселенцах из Украины, России, Кубы и Узбекистана: *Как сообщила заместитель председателя областной организации БОКК Олеся Костюк, пилотная программа помощи «Микроэкономические инициативы для украинских переселенцев, находящихся на территории Республики Беларусь в 2017 – 2018 годах» успешно реализуется с июня прошлого года (ГП, 14.02.2018).*

Основная цель этих материалов – продемонстрировать, насколько успешно мигранты адаптировались к жизни в Беларуси, поэтому они часто выражают удовлетворение новыми условиями жизни и высказывают благодарность властям за помощь и поддержку: *Нас сразу же определили в общежитие, выделили обеды в столовой, через два дня дали отдельное жилье. Оперативно решился вопрос с пропиской, девочки мои получили белорусское гражданство, муж – вид на жительство ... Как инженер-энергетик Вера Андреевна занимается оперативно-ремонтными работами, тем же энергосбережением и т.д. Имея большой практический опыт, трудностей в работе не ощущает: «Здесь удобно работать, особых проблем нет» (ГрП, 28.04.2010).*

В белорусской прессе нередко используется прием противопоставления неудовлетворительной ситуации на родине переселенцев и их прекрасных впечатлений от белорусской действительности: *Когда **обстановка в городе стала нестабильной**, супруги поняли, что рано или поздно придется уезжать с насиженного места. Поэтому в отпуск Алик неоднократно выезжал по городам России, присматриваясь, куда бы перевезти семью. Но лишь после того, когда дочь Наталья погостила у родственников Марины Николаевны в Гродно, сделали выбор. Основное, что привлекло ташкентцев, это **дружелюбные гостеприимные гродненцы** (ГрП, 07.02.2009).*

Поскольку проблема межнациональных конфликтов в Республике Беларусь также не входит в число острых социальных вопросов, в прессе публикуется не так много статей, посвященных **национальным меньшинствам**. В большинстве случаев они представляют собой информирующие материалы, рассказывающие о культурном укладе, традициях

и обычаях той или иной этнической группы: *Клецк в наши дни продолжает оставаться одним из религиозных центров белорусских татар. В городе действует молитвенный дом мусульман, где два раза в месяц собираются на намаз представители местной общины. Сейчас она объединяет почти пять десятков клетчан* (Да новых перамог, 22.10.2020).

В последние годы в Республику Беларусь приезжает все больше **иностраннх студентов** из самых разных стран, что находит отражение на страницах белорусских печатных изданий. Подобные публикации обычно фокусируются на двух темах. Во-первых, в них часто описываются отличия иностранной молодежи от белорусов, а также повествуется о тех аспектах жизни в Беларуси, которые вызывают у зарубежных студентов удивление (например, одна из статей называется «Темнокожие студенты любят белорусскую зиму» (ГрП, 06.01.2010).

Вторая группа статей о зарубежных студентах представлена историями успеха – они хорошо учатся, успешно осваивают русский и белорусский языки, знакомятся с местной культурой, занимаются спортом и активно участвуют в общественной жизни: – *За три года я неплохо выучила русский язык. И тут мне помог футбол, ведь я играю вместе с белорусскими девочками за женскую команду университета. Теперь могу самостоятельно сходить в какое-нибудь место. Например, не так давно была на постановке «Лебединое озеро» в Большом театре. А еще мы летом вместе с друзьями из Казахстана ездили в Гродно. Мне он чем-то напомнил итальянский город из одного фильма: красивые здания, пешеходные улочки, живописная набережная, приветливые люди, – рассказывает Ева* (СГ, 21.10.2019); – *В Минске у меня появилось много друзей. С некоторыми мы познакомились в общежитии, с другими – на работе, я преподаю английский язык в частной школе. Очень люблю то, чем занимаюсь: ко мне приходят ученики, мы общаемся, я рассказываю им о своей родине, а в ответ узнаю много нового о вашей замечательной стране, ее культуре и традициях* (ЗЮ, 11.02.2021).

Статьи о **браках с иностранцами** также нередко встречаются на страницах белорусских печатных изданий. Они представляют собой либо информационные материалы статистического характера от соответствующих государственных служб, либо истории конкретных семей, в которых один из супругов – гражданин иностранного государства: *За семь месяцев зарегистрировано в г. Речице и районе 419 браков, из них – 298 в торжественной обстановке. 41 брак заключен с иностранцами: гражданами Российской Федерации, Украины, Грузии, Молдовы, Эстонии, Турции, Азербайджана, Германии, Израиля* (Дняпровец, 24.08.2016); *Украинка Татьяна Осипчук из города Днепра и белорус Павел Ивуть из Щучина встретились во всемирной паутине, чтобы строить красивую реальную жизнь* (НГ, 23.10.2020).

Еще один важный медиатопик этнического толерантного дискурса белорусской прессы – **международные контакты и сотрудничество** с представителями различных государств. В них подчеркиваются партнерские

и дружеские отношения Республики Беларусь со многими странами, а также описываются международные соглашения и проекты, а в качестве ключевых слов используются лексемы с семантикой сотрудничества: *В Гомеле презентовали проект международной технической помощи инвалидам Беларуси и Украины. Укрепление международных **контактов** между организациями инвалидов Украины и Беларуси для **совместных** решений по интеграции людей с инвалидностью в спорт и туризм – его основная цель, продекларированная на встрече в областной научно-технической библиотеке (ГП, 09.09.2018); В эти дни Александр Лукашенко провел **двусторонние** встречи с премьер-министром Пакистана Навазом Шарифом и Президентом Турции Реджепом Тайипом Эрдоганом. Стороны обсудили реализацию достигнутых ранее **договоренностей**, а также перспективы развития **сотрудничества** между странами в различных сферах. В частности, была отмечена необходимость активизировать работу по созданию **совместных** производств в Пакистане и Турции. Также лидеры стран обстоятельно рассмотрели развитие ситуации в регионе в сфере безопасности, межправительственное и межпарламентское **сотрудничество** (ГВ, 17.05.2017).*

5.2.3. Объекты англоязычного медиадискурса толерантности

В результате анализа материалов британской и американской качественной прессы на примере изданий «The Guardian», «The Observer», «The New York Times», «The USA Today» было выявлено, что в современной англоязычной прессе объектами толерантности чаще всего выступают женщины, представители расовых и этнических меньшинств и ЛГБТ-сообщества.

Наименее частотны из указанных групп в материале исследования публикации, посвященные **ЛГБТ-сообществу**. Многие из них выполняют информативную функцию. Одним из популярных жанров данных статей является жанр «истории из жизни», в котором представлены нарративы, повествующие об отношениях между представителями этой группы: *Lollie May Martin and Taylor Brittany Maanao got married after five years together. But they say they actually fell so hard and so fast for one another that they wanted to get married after only six months* (NYT, 05.02.2021).

Кроме того, журналисты пишут о притеснениях и насилии, которым подвергаются или подвергались члены ЛГБТ-сообщества в других странах или в предыдущие десятилетия: *Two gay men in Indonesia's Aceh province have been publicly caned 77 times each after they were reported to police by vigilantes who raided their apartment. ... LGBT communities have faced worsening discrimination over recent years, and are increasingly targeted by police under a pornography law that campaigners say is discriminatory* (The Guardian, 29.01.2021); *Unsurprisingly, the American legal system in the late 70s bungled such complexity; though a legal hearing on Carmichael's gender affirmed her womanhood in the eyes of the court, the actual proceedings, and the prosecution*

in particular, aimed straight at her identity as a trans person, conflating her gender transition with her business ethics and personal honesty (The Guardian, 29.01.2021).

Еще одна важная тема, поднимаемая в проанализированных публикациях о геях и трансгендерах, – их личностная идентичность, которая формируется, в том числе, благодаря медиадискурсу: *Disappointed – as well as welcomed, astonished, exasperated, intimidated. The bars both affirmed and challenged his sense of identity (NYT, 02.02.2021).*

Статьи, посвященные **женщинам и расовым меньшинствам**, обычно рассказывают о дискриминации и разнообразных проблемах, с которыми они сталкиваются в современном мире. Так, во многих материалах речь идет о домашнем насилии в отношении женщин: *It is rare the pages of this newspaper contain stories involving domestic violence. This is a reality designed to protect the victims of such violence. Yet, in this week's edition of The Observer is the story of a man, 29, who was charged after he reportedly used a frying pan to injure a family member before turning on her with his fists (Obs, 06.01.2021); Before the launch of Talk for Harmony, research across eight of the country's 34 provinces showed that since the coronavirus pandemic began, 35 % of respondents – victims and perpetrators – reported an increase in gender-based violence, with a third of all women who took part in the study saying they didn't know where to go or how to get help (The Guardian, 29.01.2021).*

Газетные статьи также подчеркивают неравноценные домашние обязанности мужчин и женщин, описывая огромный объем неоплачиваемого домашнего труда, который приходится выполнять женщинам: *Every year women do trillions of dollars' worth of unpaid household work. In the United States alone, that total amounted to roughly \$1.2 trillion in 2019, a figure nearly the size of the New York State economy (NYT, 05.02.2021).*

Англоязычные газеты часто описывают неравноправие, дискриминацию, предубеждения, с которыми женщины, особенно чернокожие, сталкиваются в обществе – на работе, в школах и университетах, в государственных и общественных организациях, исправительных учреждениях и т. д.: *Education experts and Black parents say decades of racism, institutionalized segregation and mistreatment of Black children, as well as severe underinvestment in school buildings, have left Black communities to doubt that school districts are being upfront about the risks (NYT, 01.02.2021); While women, in general, may struggle against limited expectations, women of color must grapple with the twin obstacles of racism and sexism, which can box them in with stereotypes and underestimate their talents (The USA Today, 07.02.2021).*

Таким образом, современные англоязычные газетные публикации поднимают важные вопросы, связанные с проблемами представителей ЛГБТ-сообщества, женщин и расовых групп, преимущественно чернокожего населения. Главные темы, освещаемые в этих статьях, – насилие, дискриминация, формирование групповых и личностных идентичностей.

Медиадискурс толерантности способствует дальнейшей солидаризации общества, а также является предпосылкой диалога между различными группами и укрепляет интеграцию внутри социальных групп – объектов толерантности.

5.3. Стратегии медиадискурса толерантности

Тематический репертуар материалов толерантного характера, а также прагматические инструменты воздействия на аудиторию в них обнаруживают существенные различия в зависимости от социально-политической, экономической, демографической ситуации в конкретном социуме. Мы проанализировали публикации белорусских, американских британских печатных изданий с целью выявления стратегий репрезентации объектов дискурса толерантности и в прессе данных стран.

Дискурс толерантности в печатных медиа реализуется с помощью ряда коммуникативных стратегий. В качестве первой аксиомы, характеризующей условия возникновения дискурса толерантности, Е. А. Кротков и Е. А. Кожемякин называют признак инаковости, предполагающий наличие у людей или социальных групп, вступающих в отношения, социально значимых различий, которые могут стать источником конфликтов и противоречий [Кротков 2013, с. 137]. Мы выделили следующие основные дискурсивные стратегии, которые часто используются в белорусской и англоязычной прессе в контексте дискурса толерантности: 1) *стратегия сопереживания*; 2) *стратегия позитивного позиционирования*; 3) *стратегия солидаризации*; 4) *стратегия информирования*.

Каждая из этих стратегий направлена на то, чтобы способствовать процессу включения аудиторий позиционируемых социальных групп в круг «своих», однако реализация перечисленных стратегий имеет свои особенности в газетах разных стран – в первую очередь, они используются по отношению к разным группам населения, что представлено в табл. 5.3 и 5.4.

Т а б л и ц а 5.3

Стратегии белорусского газетного дискурса толерантности

Социальная группа	Стратегия			
	сопереживания	позитивного позиционирования	солидаризации	информирования
Этнические группы	+	+	+	+
Люди с ограниченными возможностями	+	+	+	+
Пожилые люди	+	+	+	-

Стратегии англоязычного газетного дискурса толерантности

Социальная группа	Стратегия			
	сопереживания	позитивного позиционирования	солидаризации	информирования
Женщины	+	+	+	+
Расовые меньшинства	+	+	+	+
ЛГБТ-сообщество	+	—	—	+

Рассмотрим подробнее каждую из выделенных стратегий.

5.3.1. Стратегия сопереживания

Стратегия сопереживания в медиадискурсе толерантности направлена на то, чтобы вызвать сочувствие аудитории к определенным социальным группам, а тематической доминантой реализующих ее материалов выступают проблемы и трудности, с которыми сталкиваются представители соответствующей социальной группы.

В белорусских печатных изданиях стратегия сопереживания используется преимущественно в статьях о мигрантах и людях с ограниченными возможностями.

В материалах, посвященных **мигрантам**, она чаще всего привлекается при описании проблем, из-за которых герои публикаций покинули свои родные страны (война, конфликт, бомбежка, противостояние, столкновение, нестабильность, нищета и т.д.): – *Я приехал в Гродно 29 лет назад. Прежде жил неподалеку от Сухуми, в то время там шла война. Как и сотни тысяч моих земляков, я был вынужден оставить все и спастись из зоны конфликта* (НГ, 19.02.2021).

Ключевыми словами при реализации этой стратегии в белорусских газетах выступают лексические единицы *война, конфликт, кровавый, столкновения, бомбежка, противостояние, нестабильный, невыносимо* и т.д.: *Говорят, до последнего надеялись на лучшее, но когда перерывы между бомбежками сократились донельзя, бросили все* (СБ, 14.08.2014); *Хотя в некоторых государствах постсоветского пространства конфликты на религиозной и национальной почвах были и остаются довольно острыми. Взять хотя бы противостояние между народами бывших братских республик СССР Армении и Азербайджана, населявшими Карабах, который пережил три волны кровавых межэтнических столкновений и две полномасштабные войны. А в конце сентября там произошло очередное обострение ситуации* (СГ, 08.10.2020); *После окончания учебы Кава*

собирался вернуться в родной Алеппо, но в Сирии началась **гражданская война**. Половина родных и друзей разъехалась по разным странам, на родине жить стало **невыносимо** (ЗЮ, 04.02.2021).

При этом во всех подобных публикациях описываемым негативным явлениям противопоставляются положительные аспекты жизни в Республике Беларусь, которые привлекли переселенцев: – *Беларусь – моя вторая родина. ... Я чувствую поддержку белорусских властей и как владелец бизнеса, и как представитель другой национальности. Я бы охарактеризовал сложившийся здесь для частного предпринимательства климат как **безопасный и доброжелательный*** (НГ, 19.02.2021).

В статьях об **инвалидах** стратегию сопереживания эксплицируют нарративы о болезнях и социальных трудностях этой группы людей (ключевые слова – *проблема, болезнь, нарушение, расстройство, патология, барьер, сложность, трудность*): *Маши никогда не скрывала свою **болезнь**, – рассказывает мама. – Она носит очки с 1 класса, но не затемненные, а обыкновенные. Зрение в левом глазу, страдающем от **опухоли**, хуже, чем в правом. Из-за того, что опухоль сдавливает глазное яблоко, у Маши астигматизм* (АГ, 10.12.2020); *Восстановить организм после **болезни** порой не менее сложно, чем побороть сам **недуг*** (Мінская праўда, 01.10.2019); *Нашы падапечныя – працавітыя і мэтанакіраваныя. Аднак іх магчымасці абмежаваны **псіхафізічнымі парушэннямі**. Звыклія для большасці людзей дзеянні ім даюцца праз вялікія намаганні. Штодня яны старанна вучацца простым рэчам: трымаць лыжку, зашпільваць гузікі, запамінаць вершаваны радок* (Міёрскія навіны, 03.12.2020).

В **англоязычной прессе** стратегия сопереживания используется для описания таких социальных групп, как женщины, представители различных рас, в первую очередь, чернокожие граждане, а также представители ЛГБТ-сообщества. Большинство статей, реализующих данную стратегию, освещают вопросы дискриминации этих групп людей.

В таких публикациях частотны разнообразные лексические единицы с семантикой неравноправия (*bias, discrimination, sexism, racism, chauvinism, misogynist, mistreatment, disadvantage, intolerance, inequality, injustice, segregation, disproportionate*): *Elsewhere in Indonesia, same-sex relationships are not illegal, though LGBT communities have faced worsening **discrimination** over recent years, and are increasingly targeted by police under a pornography law that campaigners say is discriminatory* (The Guardian, 29.01.2021); *Education experts and Black parents say decades of **racism**, institutionalized **segregation** and **mistreatment** of Black children, as well as severe underinvestment in school buildings, have left Black communities to doubt that school districts are being upfront about the risks* (NYT, 01.02.2021); *While women, in general, may struggle against limited expectations, women of color must grapple with the twin obstacles of **racism and sexism**, which can box them in with stereotypes and underestimate their talents* (The USA Today, 07.02.2021).

Многие газетные тексты посвящены теме насилия по отношению к указанным уязвимым группам населения. В роли ключевых слов в них выступают имена существительные, обозначающие различные виды насильственных действий и преступлений, а также прилагательные с соответствующей семантикой (*rape, murder, femicide, violence, violate, aggression, harassment, abuse, assault, assail, raid, savage, brutal, cruel, oppressive*): *Farms run by African Americans make up less than 2 percent of all of the nation's farms today, down from 14 percent in 1920, because of decades of **racial violence** and unfair lending and land ownership policies* (NYT, 31.01.2021); *More diversity and inclusion initiatives, research avenues and high-profile promotions have sprung up since a 2019 survey by the association found that experiences of **sexual harassment** and **assault** were "not rare" for women, and Asian, Black and Latino economists reported "substantially worse experiences" of discrimination than their white colleagues* (NYT, 05.02.2021); *Protected by a "culture of acceptance," guards regularly **sexually assaulted** female inmates, a pattern federal investigators deemed so prevalent that it was found to **violate** constitutional protections from **cruel** and unusual punishment* (NYT, 04.02.2021); *About 87% of Afghan girls and women experience **abuse** in their lifetime, according to Human Rights Watch* (The Guardian, 29.01.2021).

Примечательно, что для обозначения убийства женщин журналисты нередко используют не существительное *murder* 'убийство', а слово *femicide*, имеющее более специализированное значение 'убийство женщины': *"There's a systematic undercounting of **femicide**."* *The official tally counted 60 women **murdered** in 2020, up from 37 in 2019* (NYT, 04.02.2021).

Стратегию сопереживания также эксплицируют материалы, повествующие об экономическом неравенстве дискриминируемых групп людей. Ключевыми лексемами в них являются слова *fire, lay-off, poverty, disinvestment, wage-gap, low income, dire, to lose jobs*: *President Joe Biden expressed concern about millions of women **losing their jobs** and the shuttering of schools due to the pandemic, calling both part of a "national emergency" in the ongoing coronavirus pandemic* (The USA Today, 08.02.2021); *The 31-year old single mother, who lives in Houston with her two sons, **was laid off** from her part-time job in April when the COVID-19 health crisis forced the car auction site she worked for and other businesses to temporarily close* (The USA Today, 07.02.2021); *For Black women, the situation is especially **dire*** (NYT, 05.02.2021); *Black and Latina mothers have had a particularly difficult time, **leaving work** at a higher rate than their white peers* (The USA Today, 02.02.2021).

Слова с негативной эмоциональной оценочностью (*appalled, horrible, shocking, horrific, ugly, furious, alarming, vicious, nasty, pernicious, disastrous, wariness, to be plagued*) также часто выражают стратегию сопереживания: *Yet she says the workplace **was plagued** by a **pernicious** and **oppressive** culture of prejudice – an environment in which she felt "you can't speak up if you're Black"* (NYT, 01.02.2021); *A **shocking** number of mothers, disproportionately*

*those who are Black or brown, have given up jobs to take care of children during the pandemic (NYT, 04.02.2021); **Furious** over the **alarming** number of women murdered in Puerto Rico, feminists on the island have for years conducted sit-ins, scuffled with the police, blocked roads and even staged mock crime scenes (NYT, 04.02.2021); Remote learning has been **disastrous** for many children of color in particular, and data has shown that students are falling behind in key subjects (NYT, 01.02.2021).*

Таким образом, в печатном медиадискурсе двух лингвокультур стратегия сопереживания используется по отношению к различным социальным группам и выдвигает в фокус внимания разные топики. В то время как англоязычные медиатексты акцентируют насилие и дискриминацию, которым в обществе подвергаются представители уязвимых социальных групп, белорусские газеты стремятся вызвать сочувствие аудитории к ним, описывая трудности их жизни в других государствах или проблемы со здоровьем.

5.3.2. Стратегия позитивного позиционирования

Позиционирующие стратегии обычно нацелены на формирование у реципиента определенной позиции к представляемому объекту, соответственно, стратегия позитивного позиционирования заключается в том, что объект описывается исключительно с положительной стороны. Дискурс толерантности характеризуется ярко выраженным аксиологическим модусом [Толерантность... 2017] – в нем представители разнообразных групп практически всегда характеризуются положительно. При этом используется большое количество лексики, в значение которой включены позитивнооценочные семантические компоненты.

Тематические доминанты реализующих данную стратегию материалов – счастливая жизнь представителей той или иной группы населения, их успешная адаптация в обществе и приносимая ему польза. Основной жанр статей, в которых привлекается эта стратегия, можно назвать «история успеха». В рамках дискурса толерантности такие тексты рассказывают о том, как люди, принадлежащие к тем или иным социально уязвимым группам населения, живут счастливой полноценной жизнью и добиваются успеха в социуме.

Белорусская пресса регулярно рассказывает истории успеха пожилых людей, инвалидов и мигрантов. Чаще всего это нарративы об активных и энергичных пенсионерах, а также об инвалидах и иностранцах, хорошо адаптированных в белорусском обществе. Ключевыми словами в этих статьях выступают лексемы *успех, успешный, справиться, способен, преодолеть, энергичный, активный, талант* и т. п.: *Активность и трудолюбие нашего героя в его 89 лет – пример и мотивация для молодежи* (ГВ, 11.02.2021); *Одаренный ученик увлекается программированием,*

планирует разработать приложение для изучения незрячими людьми иностранных языков. Парень успешно участвует в предметных олимпиадах, и это далеко не все его **таланты** (ЗЮ, 11.02.2021).

В статьях о пожилых гражданах журналисты фокусируют внимание читателей на том, что современные пенсионеры – это бодрые и оптимистичные, спортивные и трудолюбивые люди с множеством интересов: – *На Дзятлаўшчыне нямала людзей ва ўзросце, поўных сіл і жыццёвай энергіі... На базе аддзялення па рабоце з пажылымі людзьмі працуе клуб “Нам гады не бяда”. Усе яго ўдзельнікі вельмі **жыццярадасныя**, часта збіраюцца разам, адзначаюць святы, абменьваюцца вопытам у розных сферах. Да таго ж, яны самі **дапамагаюць** нам. Мы вельмі ўдзячныя гэтым людзям, якія гатовы падзяліцца сваёй стваральнай энергіяй з іншымі. Практычна ўсе ўдзельнікі клуба **артыстычныя, творчыя**, яны самі ладзяць канцэрты, з якімі наведваюць сацыяльныя ўстановы пражывання пажылых людзей* (Перамога, 01.10.2020).

Публикации о мигрантах и людях с ограниченными возможностями рассказывают о том, как эти люди добиваются успеха в обществе и приносят ему пользу несмотря на трудности, связанные со здоровьем или с переездом в чужую страну: *Уже десять лет после окончания школы Даша пытается доказать в первую очередь себе, что она – обычный человек, **способный и на жизнь заработать, и другим помочь**. И ведь смогла!* (ГрП, 27.01.2010); *Гомельский педиатр Кава Дагли в конкурсе «СуперДоктор» участвует три года подряд и каждый раз оказывается в числе призеров. А по итогам 2020-го он **стал абсолютным победителем**. Кава получил больше всего положительных отзывов от благодарных пациентов (в этом и есть суть интернет-соревнования). В 17 лет будущий врач приехал из Сирии в Беларусь, чтобы учиться, да так и остался в нашей стране, и пропуску менять не намерен* (ЗЮ, 04.02.2021).

Как показывает проведенный анализ, одним из ведущих языковых средств экспликации данной стратегии выступает лексика, выражающая положительные эмоции (любить, нравиться, приятно удивлен, радость, восторг и т.п.): *А вот житель Маврикия Калисетти Анпаду Веемен вместе с соотечественниками в нашей стране уже четвертый год и признается: на снегу порезвился вдоволь. Сейчас, правда, **восторга и радости** стало меньше, да и после учебы не очень хочется снежками бросаться: – Вот если экзамены успешно сдадим, тогда можно будет расслабиться – поиграем. А первый год очень **радовались** снегу, бросались снежками, снеговиков лепили* (ГрП, 06.01.2010); *Сын хозяев, тринадцатилетний Николай с **радостью** показывает новые апартаменты* (ГрП, 07.02.2009); *Сейчас ваша зима очень **нравится**, все такое белое, **красивое**... Но нужно еще время, чтобы почувствовать, что это такое. Нас уже научили, как нужно спасаться от холода, какую одежду и обувь нужно одевать, как правильно ходить по улице, чтобы не поскользнуться. Кстати, мы уже падали раза три, но это совсем не больно, а скорее, **забавно*** (ГрП, 06.01.2010).

Стратегия позитивного позиционирования реализуется также в публикациях, раскрывающих черты характера и образцы поведения представителей этнических групп, которые могут быть оценены положительно: *Белорусский порядок постепенно освоили и иностранцы: в очереди за едой не толкаются, мусор стараются убирать* (СБ, 16.09.2020).

Интересно, что в статьях об иностранцах (особенно о мигрантах) объектом позитивного позиционирования чаще всего выступает Республика Беларусь, т.е. одной из целей дискурса толерантности выступает формирование и поддержание имиджа белорусского государства как страны, благоприятной для проживания. Когда зарубежные граждане объясняют, почему они приехали в Беларусь, они подчеркивают позитивные черты характера белорусских людей (дружелюбие, скромность, честность, аккуратность, гостеприимность, трудолюбие), а также те стороны жизни в стране, которые их привлекают (чистота, спокойствие, стабильность, достаток, мир): *Беларусь – спокойная стабильная страна, а Щучин – отличное место для воспитания ребенка: чистый воздух, много зелени, отличная инфраструктура, позитивные люди* (НГ, 23.10.2020); *Люди, когда-то потерявшие нажитое, мирную жизнь, признаются: наша страна стала для них второй родиной, ведь здесь они обрели спокойствие и стабильность, поддержку и достаток – то, что нами воспринимается как должное* (СГ, 08.10.2020); – *Уже по дороге из Орши в Барановичи, а затем в Волковыск и Новый Двор мы видели ухоженные поля, добротные постройки, благоустроенные дороги. Я никогда не была в этой стране, но убедилась, что в ней живут настоящие хозяева* (ГрП, 28.04.2010).

В англоязычных печатных изданиях стратегия позитивного позиционирования реализуется в публикациях о женщинах и представителях расовых меньшинств, чаще всего, о чернокожих людях.

Женщины в таких статьях нередко показаны в роли лидеров, активных членов общества и борцов за свои права: *Welcome to Women's History Month, celebrated each and every March. We are at a point in our nation's history where more than ever, the role of women is as important, if not even more important, than ever before. And so it stands as a reminder of just how fortunate we are, in the readership area of The Observer, to have so many women in leading roles* (Obs, 04.03.2020).

Кроме того, журналисты подчеркивают вовлеченность женщин в благотворительность: *They've always been big givers, but for a long time men got most of the credit. When MacKenzie Scott revealed in December that she had donated \$4.2 billion of her fortune in the preceding four months – on top of the \$1.7 billion she had given away earlier in 2020 – the internet exploded with praise. Though the example of Ms. Scott is exceptional in many ways, she is among an emerging group of female philanthropists, some of whose fortunes are tied to their husbands, who are assuming more prominence in public life* (NYT, 30.01.2021).

Многие публикации, реализующие в англоязычных газетах стратегию позитивного позиционирования, посвящены чернокожим женщинам: *The Wolf of Wall Street is what comes to mind for most people when thinking of the world of high-stakes finance, but Khalid, who works as a dental nurse, says she is one of a growing number of young **women of colour** who have taken up foreign exchange (forex) trading during lockdown, whilst remaining conscious of the risks* (The Guardian, 28.01.2021); *Bryan, meanwhile, would follow in the younger girl's footsteps, becoming a British Black Panther, a founder member of the Brixton Black Women's Group and, in 1985, the co-author of the seminal book *The Heart of the Race: Black Women's Lives in Britain* – which helped educate generations of women about the struggles and triumphs of **Black women** in Britain.* (The Guardian, 28.01.2021).

Языковыми средствами реализации этой стратегии в англоязычном газетном дискурсе выступает такая позитивнооценочная лексика, как *wonderful, great progress, great energy, fortunate, incredible, leadership: Harrison is **fortunate** to have on its council Ellen Mendoza and Eleanor Villalta in the Second Ward and Maria Camano in the First Ward. Each brings a **great energy** to the Town of Harrison – and all have played an integral role in the overwhelming changes the town continues to see on a daily basis* (Obs, 04.03.2020).

Главным противопоставлением дискурса толерантности является оппозиция «свой – чужие», ведь «развитие толерантности/интолерантности в процессе культурных практик тесно связывается с пониманием “своего” и “чужого” как ключевыми позициями для принятия или не-принятия иного, определяющими вопрос о формировании толерантного/интолерантного сознания и его взаимосвязи с процессами ... самоидентификации» [Бакулина 2010, с. 15]. На наш взгляд, основная прагматическая установка стратегии позитивного позиционирования в контексте медиадискурса толерантности заключается в том, чтобы показать аудитории, что описываемые социальные группы ценны для общества и не отличаются от других людей. Более того, в пространстве толерантного дискурса прессы они нередко описываются с помощью тактики «передовая группа», т.е. представлены как «лучшие» представители социума. Использование стратегии позитивного позиционирования в газетном дискурсе способствует включению определенных социальных групп в круг «своих» и преодолению стигматизирующих стереотипов по отношению к ним, а также вносит вклад в формирование положительной идентичности этих групп.

5.3.3. Стратегия солидаризации

Стратегия солидаризации направлена на включение обсуждаемых субъектов в круг «своих», ведь «толерантность руководствуется противопоставлением “свой – чужой”, а не категориями терпимости “хорошо – плохо”» [Толерантность... 2017, с. 11]. Тематические доминанты материалов, реали-

зующих данную стратегию, – связь описываемой группы с другими группами в обществе, совместная деятельность представителей различных групп, помощь уязвимым группам населения.

Необходимым условием функционирования толерантного дискурса называют поиск субъектами «общего знаменателя», то есть общего ценностного пространства, позволяющего им вступить в диалог [Кротков 2013, с. 138]. Поэтому **белорусские журналисты** стараются найти точки соприкосновения между определенной этнической группой и гражданами Беларуси: *Но Пинск тоже связан с еврейской историей», – отметил паломник из Израиля Нахман Клебец. Пинск называют «полесским Иерусалимом». Первые евреи поселились здесь в XVI веке. Община быстро росла, и до Второй мировой войны большая часть горожан были евреями. До сих пор в Пинске работает единственная в стране еврейская школа* (ПП, 15.09.2020); *Одеяние клецкого муллы во время совершения намаза – бело-красный тюрбан и белый халат, вышитый белорусским орнаментом. В рисунке использованы цветы василька* (Да новых перамог, 22.10.2020). В последнем примере автор статьи привлекает внимание читательской аудитории к белорусским национальным узорам и изображению цветка, являющегося символом Беларуси, на одеянии представителя татарской мусульманской общины.

Средствами реализации стратегии солидаризации часто выступают слова *общий, свой, наш, равный*: *Иностранные студенты в белорусских вузах – это наши будущие «послы» за рубежом, это «наши люди»* (СБ, 30.01.2020); – *Наши подопечные не должны чувствовать себя покинутыми, – сказала директор центра Мария Раковская* (ВВ, 14.10.2020); *Напомним, что согласно нашей Конституции такие люди имеют равные права со всеми гражданами страны. А мы, в свою очередь, должны способствовать их интеграции в общество* (КН, 02.12.2020).

Поскольку одним из самых эффективных методов формирования межэтнической толерантности считают организацию контакта и совместной деятельности представителей отличающихся групп [Клименко 2012, с. 49], данную стратегию также эксплицируют материалы, в которых речь идет о дружбе, сотрудничестве, взаимодействии, помощи, поддержке: *Наша цель – объединить усилия и максимально помочь им самым необходимым* (СБ, 14.08.2014); *Минск и Душанбе – друзья и стратегические партнеры ... Не иначе как братскими называли и отношения между нашими странами и народами* (СБ, 29.06.2019); *Одна из наших задач – объединить усилия госорганов, бизнес-сообщества и общественных организаций. Мы помогли скоординировать деятельность благотворительных организаций, Министерства здравоохранения, Фонда ООН в области народонаселения, Парка высоких технологий* (НГ, 14.08.2020); *Немецкие партнеры общественного объединения «Инвалиды-спинальники» предоставили функциональные кровати, переоборудовали санузлы, душевые, установили ванну с подъемником* (ГП, 02.03.2018).

Стратегия солидаризации в белорусском медиадискурсе эксплицируется и в материалах о представителях различных уязвимых социальных групп. В этих публикациях часто говорится о помощи, которую им оказывают государство и другие социальные субъекты. Ключевые лексемы в этих статьях – *помощь, поддержка, защита, забота, содействие, дружба*: – *Мы вельмі ўдзячны ўсім валанцёрам за іх шчырае жаданне дапамагаць і быць побач. Падтрымка і дабрыня важныя для кожнага чалавека. Людзі з абмежаванымі магчымасцямі маюць у іх яшчэ большую патрэбу, – заўважае Таццяна Шульга (Міёрскія навіны, 02.12.2020); В Гомеле супрацоўнікі ГАІ і прохажыі **помогли** мужчыне починить сломавшуюся в пути инвалидную коляску (ГП, 27.06.2019); «Когда стало тяжело со здоровьем, мне предоставили социального работника. Он все делает по дому. Если надо, **помогает** решить проблему директор сельхозпредприятия «Звезда» Галина Трибунах. Спасибо ей за это (Чечерский вестник, 04.09.2020).*

Во время праздников газеты пишут о том, как представители власти и различных организаций поздравляют представителей уязвимых категорий населения и дарят им подарки: *Понятное дело, что детям, которые нуждаются в повышенной **заботе** государства, недостаточно просто **подарить** конфеты и сладости. Поэтому банки, госорганизации и все остальные готовят и более существенные **презенты** – компьютеры, оборудование для классов, тренажеры и многое другое (НГ, 07.12.2018); Не забывают и районные власти, интересуются, не надо ли чего. Всегда **поздравляют** с праздниками, с днем рождения. Вот и нынче на 92-летие привезли **гостинцы**, цветы, прислали открытки. Столько **внимания!** (Чечерский вестник, 04.09.2020).*

Еще одна тема толерантных материалов, реализующих стратегию солидаризации, – внимание и забота о пенсионерах и людях с ограниченными возможностями со стороны социума: *Относитесь с **уважением** к старшему поколению, не забывайте своих пожилых родителей, родственников, они нуждаются в вашей **поддержке и внимании** (Заря, 19.10.2019); В октябре школьники и работники районного отдела МЧС посещали дома одиноко проживающих пенсионеров. В день нашей встречи один из учеников СШ №4 заглянул в райком БРСМ и доложил, что своей группой они убрали последний урожай на огородах двух поставчанок, перекопали землю, обрезали сучья в саду (ВВ, 14.10.2020).*

В статьях об инвалидах также поднимаются вопросы создания безбарьерной среды, в чем принимают активное участие белорусские органы власти: *Вікторыя Грачыха акцэнтавала ўвагу, што стварэнне безбар’ернага асяроддзя – гэта не толькі будаўнічыя работы або набыццё пэўнага абсталявання, але і даступнасць інфармацыі, транспарту, вулічна-дарожнай сеткі, паркаў, сквераў – вось неабходныя ўмовы для сацыялізацыі*

інвалідаў. Такія падыходы застаюцца актуальнымі, іх будуць прымяняць пры распрацоўцы новай дзяржаўнай праграмы на наступную пяцігодку (Рэспубліка, 17.06.2020).

В англоязычных печатных медиа стратегия солидаризации обычно используется в статьях о женщинах и расовых меньшинствах. Нередко речь в них идет о помощи жертвам насилия и дискриминации, которую предоставляют различные организации: *A new campaign, based in Kabul, is now aiming to lower this figure. The initiative, Talk for Harmony, **has partnered** with activists, religious scholars and psychologists in a mass media and social media campaign, offering meditation and counselling services to victims and perpetrators, and broadcasting advice on how to handle stress and where to seek **help*** (The Guardian, 29.01.2021); *The move succeeded thanks to the **support** of the Socialist party and the centre-right Citizens party, which reversed its stance and **backed** the motion* (The Guardian, 27.01.2021); *Because February is Black History Month, many retailers are showing their **support** for Black-owned brands, businesses, and artists through a wave of new initiatives and product drops. Some, like Under Armour and Nike, are releasing limited-edition apparel and accessories. Others, like Target and Nordstrom, are spotlighting Black-owned brands. And many, like Walmart and Gap, are donating to nonprofits that work to achieve racial equality around the world* (The USA Today, 05.02.2021).

Иногда в материалах толерантного характера упоминается поддержка со стороны государства, партнеров, работодателей и т.п.: *The administration has pledged to make agriculture a cornerstone of its plan to fight warming, but also to tackle a legacy of discrimination that has pushed Black farmers off the land* (NYT, 31.01.2021); *Nearly a year later, mothers need **support** more than ever – in the form of government policies, employer **assistance** or, closer to home, partners who share in more of the work; In addition to stimulus checks, the Biden administration has proposed additional **help** for families with young children – including a tax credit of up to \$8,000 for families to spend on child care* (NYT, 04.02.2021).

Как видно из приведенных примеров, средствами выражения стратегии солидаризации в англоязычных газетах выступают слова *help, support, assistance, partner, to back*, обладающие семантикой помощи и поддержки.

Как пишет Е. В. Клименко, «общение и сотрудничество в наибольшей степени позволяют сформировать эмоциональный и поведенческий компоненты установки толерантности, развивая чувство эмпатии по отношению к представителям “чужих” групп и формируя навыки, необходимые для эффективного повседневного взаимодействия с “чужими”» [Клименко 2012, с. 49]. Материалы, реализующие стратегию солидаризации в медиадискурсе толерантности, помогают сформировать доверие и симпатию по отношению к уязвимым социальным группам, что, в свою очередь, ведет к выработке социальной солидарности в обществе.

5.3.4. Стратегия информирования

Цель стратегии информирования – рассказать аудитории о жизни и проблемах определенной группы людей, показать их специфические особенности, о которых читатели чаще всего имеют недостаточно информации. Тематические доминанты реализующих ее публикаций – специфические физические и/или психические особенности людей с инвалидностью, национальные традиции и особенности представителей различных этносов и национальностей (белорусская пресса), вопросы идентичности ЛГБТ-сообщества и объем выполняемой женщинами «незаметной» работы по дому (англоязычная пресса).

В белорусских газетах стратегия информирования обычно используется в статьях, посвященных людям с ограниченными возможностями и представителям этнических и конфессиональных групп.

Информирующие публикации о национальных и этнических меньшинствах направлены на то, чтобы познакомить читателей с их историей, обычаями, традициями, кухней, что, в свою очередь, может способствовать разрушению предрассудков и преодолению ксенофобии: *Таджик обязательно пригласит гостя за стол. Будет печально удивляться, если попытаетесь из вежливости отказаться. Там, наоборот, такое поведение считается невежливым. Вам предложат не менее семи смен блюд. Причем последним обязательно будет классический местный плов, и до этого момента выходить из-за стола – моветон. Хозяин не то чтобы обидится, но расстроится очень. Будет думать, что сам что-то сделал не так, и корить прежде всего себя за это. Такие вот тонкие струны ментальности этих душевных людей* (СБ, 29.06.2019); *Корейские блюда достаточно острые, с большим количеством красного перца и пряностей, характерный вкус и запах которым придает кориандр. Гости смогут отведать «Кимпад» из форели с ветчиной, огурцом и рисом* (ГрП, 02.06.2010); *Выкупленные наиболее знатные пленники, а также присланные в Великое Княжество в 1506 году мурзы при поручительстве знакомых местных татар поступали на великокняжескую службу – белорусские татары отважно воевали на стороне своей новой родины, получая за это имения* (СБ, 29.09.2018); *Оказывается, татарская свадьба мало чем отличается от привычной белорусской. Однако вместо венчания главным религиозным обрядом становится никах – в переводе с арабского «договор». Этот обряд проводится в мечети: мулла наставляет молодых перед совместной жизнью, благословляет их и подписывает свидетельство о браке, которое сейчас уже не имеет юридической силы, но, как и венчание, очень важно для верующих людей* (Комсомольская правда в Беларуси, 19.07.2013); *Традиционное новогоднее лакомство грузин – гозинаки, обжаренные грецкие орехи в меду* (ЗЮ, 31.12.2020); *Староверы в Углах не только жили большими*

семьями, но и носили своеобразную одежду – женщины покрывали голову платком, одевали платья и сарафаны в пол, под сарафан – кофту с длинными рукавами, мужчины щеголяли в рубашках с такими же рукавами; Еще одна примета традиционного уклада старообрядцев: у каждого члена этой семьи – свой набор посуды и еще отдельный набор – для приходящих в дом гостей (Вечерний Бобруйск, 09.09.2020).

Предпосылкой этнической толерантности является знание, способствующее пониманию других этнокультурных групп и налаживанию с ними контакта: «толерантность предполагает заинтересованное отношение к Другому, желание почувствовать его мироощущение, которое побуждает к работе разум уже потому, что оно – иное, чем-то не похожее на собственное восприятие действительности» [Валитова 1996, с. 33–34].

Одна из целей таких статей – привлечь внимание к описываемым этническим и конфессиональным группам, вызвать любопытство и интерес – положительные эмоции, которые, в свою очередь, могут стать фундаментом позитивного отношения к группе «других».

Информирующие материалы о людях с ограниченными возможностями и особенностями психофизического развития направлены на предоставление обществу информации о проблемах таких людей и об особенностях протекания конкретных заболеваний. Например, в последнее время в прессе часто встречаются публикации, посвященные проблеме аутизма, о котором еще несколько лет назад было недостаточно информации в пространстве массовой коммуникации: *«Я больше так не могу: сегодня опять в метро раскричался, кругом толпа, и со всех сторон советы и упреки, мол, избаловала мальчишку, не может успокоить» – родители и родственники детей, страдающих ранним детским аутизмом, наверное, легко поймут радость, горечь и отчаяние, прозвучавшие в этих словах. То, что посторонним людям часто кажется проявлением избалованности и «испорченности» ребенка, может быть связано с тяжелым нарушением развития – ранним детским аутизмом (Перамога, 02.04.2021); Аутизм – расстройство, возникающее вследствие нарушения развития головного мозга и характеризующееся выраженным и всесторонним дефицитом социального взаимодействия и общения, а также ограниченными интересами и повторяющимися действиями (Авангард, 03.12.2018).*

Полная и объективная информация о том или ином заболевании помогает обществу преодолеть негативные эмоции, нередко появляющиеся при встрече с кем-либо/чем-либо «другим», незнакомым и непонятным, выработать понимание и сопереживание.

Другой тип информирующих материалов, посвященных людям с ограниченными возможностями, представляет собой информацию, предназначенную для них – объявления о специальных мероприятиях или предоставляемых услугах: *Государственное учреждение «Смолевичский территориальный*

центр социального обслуживания населения» информирует о возможности внеочередного санаторно-курортного лечения в санаториях системы Минтруда и соцзащиты неработающих граждан из числа ветеранов труда и инвалидов I и II группы, перенесших коронавирусную инфекцию, пневмонию, ассоциированную с инфекцией COVID-19, через месяц после их выздоровления (Край Смаявцікі, 12.03.2021); Инвалидные коляски, костыли, ходунки, биотуалеты для лежачих пациентов – это только часть того, что сегодня востребовано в первом гомельском пункте проката технических средств социальной реабилитации. Он работает на базе Железнодорожной районной организации Белорусского общества Красного Креста и уже больше месяца обслуживает всех нуждающихся в помощи. Сюда могут обращаться не только люди с инвалидностью (НГ, 01.03.2021).

С одной стороны, адресатом таких публикаций являются сами люди с инвалидностью, с другой – они предназначены широкому кругу читателей, так как рассказывают о том, что данная категория граждан существует, и у нее есть собственные нужды и потребности.

В **англоязычном газетном дискурсе** материалы, реализующие стратегию информирования, касаются формирования идентичности ЛГБТ: *Unsurprisingly, the American legal system in the late 70s bungled such complexity; though a legal hearing on Carmichael's gender affirmed her womanhood in the eyes of the court, the actual proceedings, and the prosecution in particular, aimed straight at her identity as a trans person, conflating her gender transition with her business ethics and personal honesty* (The Guardian, 29.01.2021).

Кроме того, во многих публикациях речь идет о том, насколько большой объем незаметной домашней работы приходится выполнять женщинам: *Women have always done more of the child care and housework. They've also done more of the invisible labor, particularly when it comes to worrying about and planning for their children's health and education* (NYT, 04.02.2021); *Every year women do trillions of dollars' worth of unpaid household work. In the United States alone, that total amounted to roughly \$1.2 trillion in 2019, a figure nearly the size of the New York State economy. In Britain, the statistics agency has a calculator that lets you learn the value of chores like doing laundry, child care and taking others where they need to go. Thirty-five hours of child care and five hours of cooking is valued at about 570 pounds (\$779) a week* (NYT, 05.02.2021). На наш взгляд, целевая аудитория подобных статей – мужчины, которым необходимо задуматься над сложившейся ситуацией и начать выполнять больше работы по дому.

Стратегия информирования играет важную роль в публикациях толерантного характера, поскольку предоставление сведений о существующих в обществе социальных группах помогает преодолеть отчуждение и стигматизирование и выработать социальную солидарность.

5.4. Эвфемистические номинации в медиадискурсе толерантности

5.4.1. Эвфемия как дискурсивная стратегия средств массовой коммуникации

Одной из специфических особенностей функционирования языка средств массовой коммуникации выступает тенденция к эвфемизации. Эвфемизмы, как известно, представляют собой смягчающие, косвенные, номинации предметов, свойств или действий [Крысин 1996; Москвин 2001], прямое обозначение которых в определенный период времени или в определенных ситуациях общения табуируется, поскольку данные предметы и явления вызывают негативные эмоции (страх, стыд, отвращение и т. п.) [Кацев 1988, с. 5]. Будучи эмоционально нейтральными или позитивнооценочными субститутами нежелательных или слишком резких обозначений [Баскова 2006, с. 3], эвфемизмы создаются для «улучшения» денотата, образования в сознании адресата ассоциации с предметом или феноменом, вызывающим более позитивную оценку [Leech 1977, с. 53].

Исследователи отмечают, что эвфемия – это не только лингвистическое, но и социально-культурное явление, связанное, в первую очередь, с социальным взаимодействием [Кацев 1988], поскольку «все изменения в собственно культурной сфере отражаются в языке, а языковые изменения, в свою очередь, активно участвуют в культурных процессах и влияют на них» [Иванова 2004, с. 14]. Эвфемия представляет собой феномен глубоко социальный, неразрывно связанный с эволюцией культуры, это «особый язык, на котором члены каждого конкретного сообщества ведут диалог между собой» [Шляхов 2014, с. 128]. Маркируя зоны переплетения культурного, социального и коммуникативного напряжения, эвфемизмы, с одной стороны, оказываются универсальным явлением, свойственным всем языкам, с другой стороны, в них находят отражение специфические национально-культурные черты и ценности, свойственные той или иной нации [Прядильникова 2007].

По мнению многих ученых, эвфемистичность не относится к имманентным свойствам лексических единиц, а представляет собой особый способ прагматической обработки передаваемой информации [Сидельникова 2016], особую стратегию использования слова [Шляхов 2014; Шейгал 2004, с. 193]. Эвфемизмы «существуют в речи и могут быть установлены исходя из анализа интенции речевого субъекта, его коммуникативных целей в конкретном высказывании с учетом контекста» [Бойко 2006, с. 18]. Л. Н. Саакян рассматривает эвфемия как прагмалингвистическую категорию, речевую стратегию и специфический «дискурсивно-когнитивный феномен, вид не прямой коммуникации, направленной на видоизменение представления адресата о мире с целью достижения того или иного перлокутивного эффекта» [Саакян 2010, с. 3]. Исследователь трактует данное явление как дискурсив-

ную стратегию адаптивного типа, использующую размывание семантического контура денотата с целью языкового воздействия, изменяющего образ мира адресата и его оценку модели мира [Там же, с. 19–20].

Важнейшими характеристиками эвфемизмов являются мелиоративность значения по отношению к стигматичному денотату, иносказательный способ актуализации значения при сохранении исходного смысла высказывания, смягчение резкости высказывания и оценочный характер номинации, семантическая редукция значения по сравнению с прямой номинацией заменяемой лексической единицы [Шляхов 2014, с. 132; Ванюшина 2011, с. 5; Сиривли 2010, с.145].

Основные цели использования эвфемизмов в речи заключаются в том, чтобы избегать коммуникативных конфликтов и неудач, не создавать у собеседника коммуникативного дискомфорта; вуалировать сущность явлений; «конспирировать» информацию, скрывая ее от людей, которым она непосредственно не предназначена [Крысин 1996; Москвин 2001; Ковшова 2007; Lutz 1989]. Эвфемии называют стратегией создания у собеседника коммуникативного комфорта, предотвращения ликоущемления и коммуникативных неудач и достижения цели общения посредством оптимизации воздействия [Шляхов 2014, с. 132].

В средствах массовой коммуникации активно используются эвфемистические наименования, выражающие опосредованную оценку, камуфлирующие действительность и нивелирующие воздействие стигматичных денотатов. Они позволяют блокировать нежелательную информацию и акцентировать необходимые семантические компоненты. Е. И. Шейгал называет эти единицы средствами фокусировочного манипулирования, связанного с изменением прагматического фокуса (точки зрения на денотат) [Шейгал 2004], что дает возможность осуществлять скрытое воздействие на адресата с целью формирования определенного эмоционально-оценочного отношения к явлению или событию [Бойко 2006, с.14].

Эвфемизмы, обусловленные стремлением к бесконфликтному общению, чаще всего соотносятся с реализацией стратегии политической корректности. С. Г. Тер-Минасова называет политически корректными «новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.» [Тер-Минасова 2000, с. 216]. Политическая корректность тесно связана с понятием толерантности, которая в современном обществе демонстрируется, в первую очередь, по отношению к разнообразным меньшинствам – национальным, конфессиональным, политическим, возрастным, культурно-мировоззренческим и т.п. [Москвин 2017, с. 140–141].

Эвфемистические выражения, использующиеся для замены прямых обозначений разных видов общественной дифференциации, являются этически маркированными, а цель их использования в медиадискурсе заключается в изменении общественного мнения и преодолении негативных социальных стереотипов и предрассудков в отношении групп, которые могут считаться меньшинствами или аутсайдерами в обществе [Прядильникова 2007, с. 9]. Таким образом, данные единицы отмечены ярко выраженной прагматической нагруженностью, а ведущая цель их использования в СМИ – защита групповых интересов различных меньшинств.

Стратегия эвфемизации весьма значима в деятельности средств массовой коммуникации, поскольку в число их глобальных целей входит не только информирование аудитории, но и воздействие на нее, солидаризация и формирование общественного мнения. Данные цели предполагают доверие публики к СМИ, которое может быть создано за счет обеспечения коммуникативного комфорта читателей, слушателей или зрителей, отсутствия коммуникативных конфликтов и неудач.

В научной литературе подробно описаны тематические группы эвфемизмов и способы их образования в русском (А. М. Кацев, М. Л. Ковшова, Л. П. Крысин, В. П. Москвин, Е. П. Сеничкина) и английском языке (К. Allan, К. BurrIDGE, R. W. Holder, W. Lutz). Ряд исследований рассматривают вопросы функционирования эвфемистических наименований в российском, американском, немецком, французском, испанском, украинском медиадискурсе (Ю. С. Баскова, Т. В. Бойко, Н. А. Ванюшина, М. А. Корчевская, А. Ю. Миронина, Н. В. Прядильникова, И. В. Решетарова, Е. А. Сидельникова, К. В. Якушкина и др.). Актуальным является изучение эвфемистических единиц в средствах массовой коммуникации Беларуси.

5.4.2. Тематика политически корректных эвфемизмов в белорусской прессе

В современной белорусской прессе материалы толерантного характера обычно относятся к таким социальным группам, как пожилые люди, инвалиды и мигранты, но политически корректные эвфемизмы в таких публикациях регулярно используются для номинирования лишь двух первых категорий. Для обозначения беженцев и мигрантов журналисты используют прямые номинации, что, вероятно, можно объяснить отсутствием массовой миграции в Республику Беларусь и стигматизации мигрантов в общественном сознании.

Современная массовая культура подчеркивает ценность молодости и красоты, при этом люди старшего поколения редко попадают в фокус внимания глянцевого медиапродукции. На преодоление дискриминирующих стереотипов по отношению к **пожилым людям** направлены материалы белорусских газет, в которых представители данной социальной группы показаны как энергичные, активные люди, имеющие прекрасные семьи, солидный трудовой опыт и множество увлечений.

Для обозначения людей старшего возраста в медиадискурсе Беларуси часто используются развернутые эвфемистические номинации, включающие в роли финального компонента существительное *возраст* (*люди/участники/пациенты* и т. п. *зрелого возраста, мудрого возраста, старшего возраста, пожилого возраста, преклонного возраста, почтенного возраста, в возрасте*): *Дружу с людьми почтенного возраста, друг друга поддерживаем и стараемся не унывать. Посмотрите, как вокруг все искренне разделяют со мной радость торжества!* (Праца, 15.10.2020); *К церемонии бракосочетания пары в возрасте относятся не менее серьезно и трепетно, чем молодые жених и невеста* (ГрП, 02.04.2009).

Во многих из указанных сочетаний в фокус внимания выдвигаются положительные коннотации, поскольку они заключены в прилагательных, сочетающихся с существительным *возраст*. Так, например, слово *мудрый* акцентирует ум, основанный на опыте (ср. его толкование в словаре [Ожегов 2008, с. 465]: обладающий большим умом, основанный на знании, опыте). Слово *зрелый* также обращает внимание на жизненный опыт человека (одно из его словарных значений ‘обдуманый, совершенный, свидетельствующий об опытности’ [Там же, с. 301]). Прилагательное *почтенный* ‘внушающий почтение, заслуживающий его’ [Там же, с. 742] подчеркивает, что люди, о которых идет речь, заслуживают уважения и почитания. Отметим, что большинство из выявленных эвфемистических сочетаний являются узуальными эвфемизмами, «улучшающие» значения которых зафиксированы в словарях (*пожилой, зрелого возраста, почтенного возраста, преклонного возраста*).

Для номинирования пожилых людей в белорусской прессе используется также прилагательное *немолодой*, образованное при помощи префиксации с негативным префиксом: *Именно любовь привела двух немолодых людей в загс* (ГрП, 02.04.2009).

Весьма популярны в пространстве печатного медиадискурса Беларуси метафорические эвфемистические номинации пожилых людей, включающие в свой состав прилагательное *золотой* (*люди золотого возраста, золотой фонд*), акцентирующие признак ‘ценность’: *Наилучшие пожелания в адрес людей золотого возраста со сцены высказал и председатель районного совета ветеранов Сергей Баган* (Праца, 15.10.2020).

Белорусские печатные издания также часто публикуют материалы об **инвалидах**, в которых встречаются разнообразные эвфемистические номинации. Их можно разделить на несколько тематических групп. Первая группа включает в себя слова и сочетания, являющиеся более мягкими субститутами слова *инвалид*. Белорусские журналисты используют с этой целью такие единицы, как *люди (человек) с ограниченными возможностями, люди с ограниченными физическими возможностями, люди с особенностями, физически ослабленные лица*: *Все делалось для беспрепятственного передвижения и обслуживания людей с ограниченными возможностями*

(ГП, 02.03.2018); 3 декабря в Горках отметили Международный день людей с ограниченными физическими возможностями (ГВ, 08.12.2014); Нам всем важно быть внимательными к физически ослабленным людям. И не только во время месячника. Ведь они постоянно нуждаются в нашей помощи (ГВ, 15.11.2018).

Отдельно можно выделить группы эвфемизмов, обозначающих конкретные разновидности инвалидности. Так, для обозначения инвалидов с нарушением опорно-двигательного аппарата журналисты используют номинации колясочник, спинальник, человек в инвалидной коляске, люди с нарушением опорно-двигательного аппарата: Все сделано с максимальным удобством, по пожеланиям самих колясочников: подлокотники, держатели, умывальники; Со спинальниками работа индивидуальная, с учетом травм (ГП, 02.03.2018); В городском центре культуры прошло награждение победителей конкурса «Самый успешный человек в инвалидной коляске Гомельской области» (ГП, 27.04.2018); Даступнасць асяроддзя часцей за ўсё забяспечваецца для людзей з парушэннем апорна-рухальнага апарата (Рэспубліка, 17.06.2020).

Эвфемизмы незрячий, слабовидящий, человек со слабым зрением, люди с проблемами зрения, человек с белой тростью, человек в черных очках привлекаются в публикациях о слепых и плохо видящих людях: На поўначы краіны стартаваў праект па ўкараненні новых падыходаў у рабоце з людзьмі з праблемамі зроку (Зв, 09.10.2020); Как отметила и. о. заведующей отделением дневного пребывания для инвалидов Горецкого РЦСОН Валентина Покровская, запланированные мероприятия в рамках данной акции призваны привлечь внимание населения, органов местной власти к вопросам улучшения качества жизни незрячих и слабовидящих людей, к их социальным проблемам ... (ГВ, 15.11.2018).

Для номинирования людей, имеющих проблемы со слухом, в белорусских газетах используют слова слабослышащий, неслышащий: В Гомельском центре инклюзивной культуры прошли занятия по макияжу и основам парикмахерского искусства для неслышащих (ГП, 01.08.2018).

В материале исследования также встретились эвфемизмы, особым образом называющие инвалидность, а также связанные с ней физические и социальные трудности, с которыми сталкиваются инвалиды. Обычно с этой целью в прессе используются генерализованные существительные сложности, проблемы, ограничения, расстройство, заболевание, патология, особенность: Неприятности начались, когда он подхватил менингит, после которого не мог двигать руками, ногами и шеей. Лечение не помогло восстановиться на 100 процентов: у Артура остались проблемы с ногами и зрением ... Артур поражает своей целеустремленностью и желанием преодолевать все трудности, которые подкидывает жизнь (Мінская праўда, 12.08.2020); – У нас в роду несколько человек с такой особенностью, – поясняет он. – У бабушки острота зрения 8–10 процентов, такая же у мамы и у меня (Мінская праўда, 15.01.2020).

Средства массовой коммуникации в современном мире не только отражают, но и активно создают социальную действительность, и используемые в медиатекстах эвфемистические номинации выполняют ряд важных функций. Они информируют массовую аудиторию о жизни различных социальных групп, вносят вклад в формирование общественного мнения по отношению к ним, помогают развеивать дискриминирующие стереотипы и дают им «право голоса» в медиапространстве. Следующий фрагмент одной из проанализированных статей демонстрирует, что с помощью эвфемизма возможно изменить отношение аудитории к обозначаемым лицам: *На перекрестке спросили у двух школьниц: «Знаете ли вы, какой человек идет, если он в черных очках и с белой тростью?». Четвероклассницы ..., немного смутившись, тихо ответили, чтобы мужчины не услышали: «Слепой». А когда Валентина Покровская их похвалила и просто сказала, что таких людей можно называть **человек со слабым зрением**, то девчонки стали общаться более открыто. Они рассудительно отвечали на вопросы, как можно помочь таким людям в обществе ... В конце беседы подружки ... обещали на классном часу рассказать одноклассникам о проводимом месячнике и о том, как оказать помощь **слабовидящим людям**. Выходит, чтобы не было стеснения у ребят, достаточно подобрать правильные слова* (ГВ, 15.11.2018).

Адресатом статей о социальных меньшинствах являются и сами представители этих меньшинств, для которых эвфемистические номинации выступают средством установления контакта и групповой солидаризации.

Таким образом, политически корректная эвфемия в СМИ обнаруживает, с одной стороны, влияние экстралингвистических факторов на языковые процессы, когда эвфемизации подвергаются обозначения лиц, по отношению к которым обществу необходимо выработать уважительную и толерантную позицию. С другой стороны, оказывая регулятивное воздействие на аудиторию, эвфемизмы изменяют внеязыковую действительность – мнения, отношения, социальные стереотипы, установки и поведение людей.

5.4.3. Способы создания политически корректных эвфемизмов в белорусской прессе

Среди способов создания политически корректных эвфемизмов в белорусских газетах можно назвать лексико-семантические (*генерализация и конкретизация значения, метафоризация, метонимизация и заимствования*), морфологические (*префиксация, мейозис*) и синтаксические (*чрезмерное усложнение структуры словосочетаний*).

Одним из самым частотных способов создания политически корректных эвфемизмов в белорусских печатных изданиях является генерализация значения, заключающаяся в расширении объема значения исходного обозначения денотата. В материале исследования выявлены две разновидности генерализации при обозначении людей с инвалидностью – при привлечении в ка-

честве эвфемизма гиперонима соответствующему исходному наименованию и употребление существительных широкой семантики, которые соотносятся с обобщенным понятием.

В случае с использованием гиперонима вместо названий конкретных заболеваний журналисты употребляют слова *расстройство, заболевание, патология*: *Несмотря на значительное влияние, оказанное родительскими организациями и движением за дестигматизацию детей с расстройствами аутистического спектра на общественное восприятие таких **расстройств**, родители все еще попадают в ситуации, когда поведение их аутистичных детей воспринимается негативно...* (ГВ, 30.03.2015); *Собранные крышки от ПЭТ-бутылок из-под напитков, бытовой химии и парфюмерии потом сдадут на переработку, а вырученные средства пойдут на реабилитацию ребят с **заболеваниями** центральной нервной системы* (ПП, 23.07.2020).

Второй тип генерализации значения предполагает использование существительных широкой семантики, которые вследствие способности ассоциироваться с большим кругом денотатов способствуют «размыванию» денотата и нейтрализации нежелательных семантических компонентов. Примерами данного типа генерализации значения являются лексемы *сложности, проблемы, нарушения, трудности, ограничения, особенность*: *— Считаю, что в любой ситуации можно жить полноценной жизнью. Понятно, что в определенных моментах есть **ограничения**, но сам мир при этом безграничен* (Мінская праўда, 12.08.2020); ***Трудностей** у человека с **проблемами** зрения хватает* (Мінская праўда, 15.01.2020); *Людмила не только смогла оправиться после трагедии, но доказала себе и другим: даже несмотря на физические **трудности** можно стать чемпионом и в спорте, и в жизни* (Мінская праўда, 16.10.2019); *На поўначы краіны стартаваў праект па ўкараненні новых падыходаў у рабоце з людзьмі з **праблемамі** зроку* (Зв, 09.10.2020).

Использование авторами статей генерализованных эвфемистических номинаций позволяет им смягчить обозначаемые реалии и «затемнить» их нежелательные стороны. Также референциальный сдвиг, лежащий в основе эвфемистического переименования, влечет за собой редукцию или изменение статуса сем, мотивирующих отрицательную оценку, что способствует дестигматизации обозначаемой социальной группы в общественном сознании и формированию инклюзивной культуры в современном обществе

Конкретизацию, или семантическую специализацию значения, заключающуюся в уменьшении его семантического объема, можно наблюдать на примере эвфемистической единицы *спинальник*, которая сужает разнообразие нарушений опорно-двигательного аппарата до проблем с позвоночником.

Метафоризация значения, основанная на категориальном сдвиге (например, *золотой возраст*), позволяет эвфемизму избавиться от нежелательных коннотаций и привлечь положительные ассоциации. Метонимизация

значения (*человек с белой тростью, человек в черных очках вместо слепой*) как перенос значения по смежности, акцентирует внимание на аксессуарах, которыми пользуются слабовидящие люди, и выводит из фокуса внимания семы 'болезни'. Заимствования (например, *патология*) вследствие затемнения внутренней формы не всегда понятны адресату [Крысин 1998], поэтому их употребление может «улучшить» денотат.

Мейозис как способ формирования эвфемизмов заключается в ослаблении свойств или признаков предметов, явлений или процессов [Крысин 1996]. Эвфемистические единицы, образованные таким образом (*слабовидящий, слабослышащий, с ограниченными возможностями*), позволяют «затушевать» глубину физических или социальных проблем, с которыми сталкиваются инвалиды.

С помощи префиксации (соединения отрицательного префикса и положительной основы) образованы лексемы *немолодой, незрячий и неслышащий*. Отметим, что В. П. Москвин считает эвфемизмы, в основе которых лежит отрицание противоположного, образованными с помощью мейозиса [Москвин 2001, с. 66–67]. Привлечение такого типа префиксации к образованию эвфемизмов в средствах массовой коммуникации обеспечивает смягчающий эффект, поскольку «с психологической точки зрения, отрицание положительного денотата не так задевает самолюбие коммуникатора, как утверждение отрицательного» [Баскова 2006, с.13].

Чрезмерное усложнение структуры словосочетаний, например, *люди с ограниченными физическими возможностями*, затрудняющее восприятие реципиентом смысла за счет увеличения количества слов в словосочетании, редуцирует его негативные коннотации. В указанном примере дополнительный компонент словосочетания создает впечатление, что данная категория людей имеет меньшее количество ограничений по сравнению с теми, которые номинируются с помощью сочетания *люди с ограниченными возможностями* (в данном случае ограничения лишь *физические*).

5.4.4. Метафора как способ создания эвфемизмов в печатном медиадискурсе

В современной научной парадигме принят постулат о том, что метафора представляет собой не только стилистическую фигуру, предназначенную для «украшения» речи, но и важное средство номинации в языке [Балашова 2014, с. 11]. Среди многочисленных научных трудов, посвященных метафоре, И. В. Толочин выделяет три основных взгляда на ее лингвистическую природу: метафора как способ существования значения слова, метафора как явление синтаксической семантики и метафора как способ передачи смысла в коммуникативном акте [Толочин 1996, с. 21]. Первый подход рассматривает метафору как лексикологическое явление, которое реализуется

в структуре языкового значения слова. Представители второго направления считают, что метафорическое значение возникает на уровне синтаксической сочетаемости слов – в словосочетании и предложении. Третий подход изучает метафору как функционально-коммуникативное явление, механизм формирования смысла высказывания и текста [Там же, с. 21–29].

Представители семантико-синтаксического подхода к анализу метафоры (Н. Д. Арутюнова, М. Блэк, А. Ричардс) считают, что главным механизмом ее формирования является категориальный сдвиг. По мнению Н. Д. Арутюновой, метафора «индивидуализирует предмет, относя его к классу, к которому он не принадлежит. Она работает на категориальной ошибке» [Арутюнова 1979, с. 149]. Основным типом такого сдвига исследователь называет транспонирование идентифицирующей лексики, указывающей на предмет речи, в сферу характеризующих предикативных единиц, которые обозначают свойства предметов [Арутюнова 1990, с. 19]. В средствах массовой коммуникации метафорические обозначения обладают большим прагматическим потенциалом, в том числе при использовании в роли эвфемизмов.

Метафорическое использование слова актуализирует определенную систему общепринятых ассоциаций, связанных со вспомогательным субъектом, интерпретационный диапазон которых с необходимостью задается конкретной культурой, в рамках которой функционирует метафора [Блэк 1990]. В. Н. Телия уделяет особое внимание антропоцентричности метафорических наименований, их связи с экстралингвистическими факторами: антропометричность «привносит в метафоризацию тот этно-, социо-, психолингвистический комплекс, который позволяет вопреки логическим запретам соединять в метафоре и синтезировать конкретное и абстрактное, логику первого и второго порядков, гипотетичность и реальность, репродуктивно-ассоциативное и креативное мышление» [Телия 1988, с. 185].

Среди наиболее частотных оснований метафорического переноса указывают форму; расположение; цвет; размер (количество); степень плотности и подвижности; характер звучания; степень ценности; функцию; характер производимого впечатления и т.д. [Рахманова 1997, с. 45].

Важнейшими функциями метафоры являются номинативная, когнитивная, коммуникативная, прагматическая, эстетическая, эмоционально-оценочная [Ортега-и-Гассет 1990; Харченко 1991; Чудинов 2013, с. 18–24]. При использовании метафоры в медиадискурсе на первый план выступает ее роль как орудия мышления и структурирования социальной действительности, т. е. когнитивная и моделирующая, а также функция воздействия на адресата. Также в медиатекстах метафорические наименования нередко выполняют эвфемистическую функцию [Чудинов 2013], выступая средством вуалирования явлений, прямое именование которых по тем или иным причинам может быть нежелательным.

Эвфемия как особая стратегия использования лексических единиц обусловлена, в первую очередь, стремлением к толерантности, которая в современном мире рассматривается как необходимое условие функционирования общества и сохранение консенсуса между ее разнообразными группами [Мамонтова 2008, с. 6].

В материалах белорусских печатных изданий нередко используются метафоры *золотой* и *серебряный* для наименования людей пожилого возраста. Более часто в прессе соотносится с эвфемизируемым денотатом прилагательное *золотой*: *Концерт, посвященный Дню пожилых людей, прошел в Зельве. Наилучшие пожелания в адрес людей золотого возраста со сцены высказал и председатель районного совета ветеранов Сергей Баган* (Праца, 01.10.2020); *Вінішаванні для матуляў залатога ўзросту; У Дзень маці прыемны сюрпрыз чакаў не толькі маладых матуль Дзятлаўшчыны, але і мамаў залатога ўзросту* (Перамога, 15.10.2020); *Золотой фонд – главное украшение отделения дневного пребывания для граждан пожилого возраста. В этот клуб, так бы я назвала его, захожи не все, а только те, кому за 60 ... И сегодня они молоды, полны сил и энергии. Свет и внутреннее тепло льется от души* (ГП, 30.09.2018).

Лексема *серебряный* в функции эвфемизма встречается в единичных контекстах: *Сегодня в этом районе более 40 волонтеров серебряного возраста; Эта цифра говорит о желании людей серебряного возраста быть востребованными в обществе, вести активный образ жизни* (СГ, 08.10.2019).

По мнению Г. Н. Складневской, метафоризация может охватывать все семантическое пространство, связанное с определенным понятием, поскольку в основе переносного значения слова может лежать любой признак объекта: «в процессе метафоризации может актуализироваться любая коннотативная сема, как бы далеко она ни отстояла от денотативного ядра» [Складневская 1996, с. 20]. Л. И. Тимофеев также обращает внимание на богатство метафорических значений: «метафора является языковым построением, чрезвычайно гибким, позволяющим сближать самые различные явления, добиваясь тем самым разнообразнейших смысловых оттенков, и в то же время сжатым, поскольку один из членов тропа вытеснен полностью» [Тимофеев 1976, с. 222].

Дефиниция прилагательного *золотой* в словаре [Ожегов 2008, с. 300] содержит следующие значения: 1. см. золото. 2. Монета из золота, червонец. 3. Цвета золота, блестяще-желтый. *Золотые кудри. Золотая осень* (осенняя пора, когда особенно ярки и разнообразны оттенками желтеющие листья). 4. перен. Счастливый, благоприятный. *Золотая пора. 3. век.* 5. перен. Прекрасный, замечательный. *3. работник. Золотые руки.* 6. перен. Дорогой, любимый. *3. мой!*

При обозначении пожилых людей в печатном медиадискурсе метафорическое прилагательное *золотой* может одновременно активировать несколько семантических компонентов. В первую очередь, употребление

этого прилагательного по отношению к указанной группе людей указывает на возраст (вторую половину жизни человека) через отсылку к метафорическому сочетанию *золотая осень*, в котором основанием метафорического переноса является цвет. Старость традиционно метафорически номинируется как *осень жизни*, и это обозначение нередко встречается в проанализированных материалах: *Пусть **осень жизни** будет **золотой*** (ГрП, 01.10.2020); ***Осень жизни** – так принято говорить о пенсии. Это время, когда человек своим трудом заслужил отдых и может посвятить себя увлечениям, на которые не было времени раньше* (ГВ, 3.09.2020).

Кроме того, пенсионный возраст часто описывается в газетах как счастливый период жизни («золотой век»), наполненный общением и интересными занятиями. Также с помощью анализируемой метафоры подчеркивается ценность людей старшего возраста, поскольку золото является ценным металлом. Все номинации пожилых людей, включающие прилагательное *золотой*, помещаются в печатном медиадискурсе в позитивнооценочный контекст, соответственно, *золотой возраст* – это пожилой возраст, обладающий ценностными характеристиками. Позитивнооценочные смыслы данного прилагательного усиливаются при сочетании его в контексте с лексемами, имеющими положительную окрашенность: *И сегодня в рамках декады «**Золотой возраст**», которая в этом году проходит в десятый раз, в Гродненском городском центре культуры состоялось чествование ветеранов труда Ленинского района города Гродно ... Дата важна не только для самих пожилых людей, но и для молодого поколения, для тех, кому передается **мудрость и опыт** старших. Так, для молодежи этот день служит еще одним поводом выразить свою **заботу, любовь и уважение** людям старшего поколения* (ГрП, 01.10.2020).

У прилагательного *серебряный* в словаре зафиксированы следующие значения [Ожегов]: 1. см. серебро. 2. Блестяще-белый, цвета серебра. *С. свет луны. Серебряная борода (серебристо-седая)*. 3. перен. О звуке, голосе: мелодично-звонкий, высокого тона. *Серебряные трели жаворонка. С. смех*. Отмеченный во втором значении слова перенос по цвету (*серебряный* вместо *седой*) является основанием для создания эвфемистического сочетания (*люди*) *серебряного возраста*, встречающегося в печатных изданиях Беларуси: *Сегодня в этом районе более 40 волонтеров **серебряного возраста**; Эта цифра говорит о желании людей **серебряного возраста** быть востребованными в обществе, вести активный образ жизни* (СГ, 08.10.2019).

Однако в процессе функционирования в пространстве медиадискурса данное сочетание, как и сочетания с прилагательным *золотой*, «прирастает» дополнительными позитивнооценочными оттенками значения – ценность людей пенсионного возраста для общества, многообразие занятий и интересов и т.д.: *Удивительно, как много среди **волонтеров серебряного возраста** людей творческих, не боящихся взять в руки кисть и карандаш* (СГ, 08.10.2019). Появлению таких значений способствует и помещение

в один контекст слов *серебряный* и *золотой*, например, одна из статей, из которой взяты приведенные выше примеры, называется «*Золотые люди серебряного возраста*» (СГ, 08.10.2019).

Таким образом, прилагательные *золотой* и *серебряный*, входящие в эвфемистические сочетания, могут одновременно реализовывать в контексте печатного медиадискурса ряд метафорических значений. Несмотря на то, что они имеют различные основания метафорического переноса при обозначении людей старшего возраста (время для слова *золотой* и цвет для слова *серебряный*), в медиапубликациях их значения сближаются. Наиболее часто при использовании данных прилагательных в роли эвфемизмов актуализируются значения ‘ценность, значимость’, ‘счастливый период жизни’, ‘прекрасный’, ‘любимый’. Метафорические эвфемистические обозначения уязвимых категорий людей в средствах массовой коммуникации способствуют их дестигматизации, формированию положительного отношения к ним в массовом сознании, а также конструируют позитивную групповую идентичности и повышают внутригрупповую сплоченность между членами данных групп.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сущностными характеристиками коммуникации в медиапространстве являются категории диалогичности, солидарности, агрессивности и толерантности. Дискурс средств массовой коммуникации характеризуется маркированной диалогичностью – адресованностью читательской аудитории и направленностью на ее ответную реакцию. В газетных материалах диалогичность реализуется различными способами – в собственно диалогических жанрах и при диалогизации монологического текста, с помощью использования различных типов интертекстуальности и хорошо знакомых аудитории метафорических моделей, а также в примыкающих друг к другу публикациях, составляющих макротекстовые единства. Выявлены тематические доминанты и характер логических взаимосвязей в макротекстах белорусской прессы, относящихся к различным историческим периодам.

Проведенное исследование показывает всеобъемлющий характер солидаризирующих интенций в средствах массовой коммуникации, при этом тематический репертуар их репрезентации и языковые средства экспликации варьируются в соответствии с экстралингвистической ситуацией.

В работе выделен трудовой дискурс как особая тематическая разновидность публичного дискурса советской эпохи, выявлены его основные топосы и субъекты. Доказано, что в качестве важнейшей сферы солидаризации в публичной коммуникации советской эпохи выступала трудовая деятельность – пресса подчеркивала гордость трудящихся за свою профессиональную деятельность, престижность и значимость рабочих и сельскохозяйственных специальностей в пространстве советской идеологии. В медиадискурсе целенаправленно формировалось состояние групповой солидарности, задавались образцы приемлемого и социально одобряемого поведения в рамках профессиональной деятельности – усердная работа на благо общества, самопожертвование, перевыполнение планов. Многочисленные статьи на тему трудовой деятельности, порождавшиеся журналистами на протяжении всего советского времени, складывались в трудовой гипертекст, подчиненный решению специальных задач и формирующий свои собственные смыслы.

Социальная идентичность служит важнейшим фактором солидарности и единства в любом обществе. В советский период в структуре социальной идентичности, целенаправленно конструируемой в прессе, превалировала профессиональная идентичность, причем объектами официальной пропаганды идентичности были в первую очередь «люди труда», занимавшиеся тяжелой физической работой. Формируемые советской идеологией характеристики, модели, образцы профессионального поведения отличались жесткостью оценок и устойчивостью номинаций и носили тотальный характер,

охватывая все информационное пространство официальной коммуникации, распространяясь на политический, художественный, организационный, педагогический и многие другие типы дискурсов.

Советская пресса также содержит маркеры гражданской идентичности, прежде всего, обозначения принадлежности к группе «советских людей», а также политической идентичности адресата – наименования коммунистов и комсомольцев. Обозначения человека, связанные с иными социальными ролями (знаки этнической, культурной, религиозной, семейно-ролевой и др. идентичности), в советской прессе отсутствуют или встречаются редко.

В публикациях современных печатных изданий конструирование солидарности осуществляется по отношению к темам, представляющим особую общественную значимость, среди которых можно выделить, например, сохранение исторической памяти или ответственное поведение в период пандемии коронавируса.

В исследовании представлен новый взгляд на соотношение категорий солидарности и агрессивности как взаимодополняющих друг друга, а не как противопоставленных в пространстве медиатекста. Доказана значимость «негативной» солидарности в прессе, под которой мы понимаем речевую агрессию, использующуюся для сплочения группы «своих» на основании ее дифференциации от «чужих». Агрессивные медиаматериалы представляют собой мощный ресурс для формирования и укрепления солидарности в социуме. Они способствуют единению людей на основе общих эмоций, оценок и убеждений, обеспечивая общественное взаимопонимание и сплоченность.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что доля агрессивных материалов в прессе увеличивается в кризисные для общества периоды, а объекты речевой агрессии варьируются в зависимости от ситуации в социуме. Детерминированность экстралингвистической ситуацией демонстрирует также репертуар агрессивных речевых тактик и языковых средств, используемых авторами газетных публикаций.

В работе определен медиадискурс толерантности как особое коммуникативное пространство конструирования идентичностей, формирования взаимопонимания и социальной солидарности и преодоления отчуждения в обществе. Толерантность – это феномен, который вошел в фокус общественного внимания сравнительно недавно, поскольку в советский период в пространстве массовой коммуникации акцентировалось монолитное единство граждан страны, отсутствие существенных различий и разногласий между ними.

Дискурс толерантности в средствах массовой коммуникации вносит существенный вклад в формирование толерантных установок в социуме, определяя объекты толерантности и вырабатывая корректные номинации для

них. Функционирование тех или иных групп людей в роли объектов дискурса толерантности детерминировано экстралингвистическими факторами, включая демографическую, экономическую и социальную ситуацию в конкретных государствах, а также социально-политическую активность населения.

Ведущие функции медиадискурса толерантности включают формирование взаимопонимания и сотрудничества в обществе, конструирование идентичности определенных социальных групп, их адаптацию и интеграцию в общество на принципах инклюзивности и разнообразия, разрушение предрассудков и преодоление ксенофобии. Нарративы в средствах массовой коммуникации предоставляют аудитории когнитивные и поведенческие модели, объясняют причинно-следственные связи между явлениями и событиями и структурируют ее опыт.

Перспективу дальнейшего исследования может составить выявление языковых средств экспликации выделенных прагматических категорий в прессе других периодов, а также изучение стратегемно-тактических доминант солидаризирующего, толерантного и агрессивного речевого поведения в статьях разных жанров и тематики. Интерес представляет и сравнительный анализ способов репрезентации указанных прагматических категорий в медиа других стран.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аблеев, С. Р.* Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы [Электронный ресурс] / С. Р. Аблеев, С. И. Кузьминская // Ассоциация исследователей психической энергии. – Режим доступа: http://aie.roerich.com/russian/mas_kult.htm. – Дата доступа: 13.06.2022.
2. *Аболин, Б. И.* Концепт «толерантность» в когнитивно-дискурсивном аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Б. И. Аболин ; Урал. гос. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – 23 с.
3. *Азараков, Л. В.* Толерантный дискурс как дискурс ценностно-ориентированного типа / Л. В. Азараков // Коммуникатив. исслед. – 2018. – № 4. – С. 7–21.
4. *Анненкова, И. В.* Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ / И. В. Анненкова. – М. : Моск. гос. ун-т, 2011. – 390 с.
5. *Анненкова, И. В.* Современная медиакартина мира: неориторическая модель: лингвофилософский аспект : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 ; 09.00.13 / И. В. Анненкова ; Моск. гос. ун-т. – М., 2012. – 60 с.
6. *Анциферова, Н. Г.* Этническая толерантность в современном российском обществе: состояние и тенденции развития : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / Н. Г. Анциферова ; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – М., 2007. – 24 с.
7. *Апресян, Ю. Д.* Избранные труды : [в 2 т.] / Ю. Д. Апресян. – М. : Шк. «Яз. рус. культуры» : Вост. лит., 1995. – Т. 1 : Лексическая семантика: синонимические средства языка. – 2-е изд., испр. и доп. – VIII, 472 с.
8. *Арутюнова, А. Ю.* Диалогичность текста и категория связности : автореф. дис.... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. Ю. Арутюнова ; Ставроп. гос. пед. ин-т. – Ставрополь, 2007. – 22 с.
9. *Арутюнова, Н. Д.* Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры : сборник / пер. под ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журинской ; сост. Н. Д. Арутюнова. – М., 1990. – С. 5–32.
10. *Арутюнова, Н. Д.* Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Изв. Акад. наук СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т. 40, № 4. – С. 356–367.
11. *Арутюнова, Н. Д.* Языковая метафора (синтаксис и лексика) / Н. Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика / Акад. наук СССР, Ин-т рус. яз. ; отв. ред. В. П. Григорьев. – М., 1979. – С. 147–173.
12. *Ахтаева, Л. А.* К вопросу о сущности дискурса и некоторых критериях его типологии: на пути к пониманию специфики электронного математического дискурса / Л. А. Ахтаева // Вестн. Брян. гос. ун-та. – 2014. – № 2. – С. 312–319.

13. *Ашуркова, Т. Г.* Категория оценки в газетной публицистике советского и новейшего времени: на примере слов «новатор», «передовик», «ударник» / Т. Г. Ашуркова // *Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке* / Т. Г. Ашуркова [и др.] ; под ред. М. Н. Володиной. – М., 2011. – С. 306–313.
14. *Багрова, Е. В.* Типологизация кризисов современного социального бытия / Е. В. Багрова // *Вестн. Омс. гос. пед. ун-та. Гуманитар. исслед.* – 2019. – № 1. – С. 9–12.
15. *Баева, Л. В.* Экзистенциальная природа ценностей : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.13 / Л. В. Баева. – Волгоград, 2004. – 348 л.
16. *Бакулев, Г. П.* Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 175 с
17. *Бакулина, С. Д.* Толерантность: от истории понятия к современным социокультурным смыслам : учеб. пособие / С. Д. Бакулина. – Омск : Омс. гос. пед. ун-т, 2010. – 87 с.
18. *Балашова, Л. В.* Русская метафора: прошлое, настоящее, будущее / Л. В. Балашова. – М. : Яз. слав. культуры, 2014. – 493 с.
19. *Барсукова, В. В.* Русский газетный дискурс тоталитарной эпохи в его обусловленности меняющейся партийной идеологией: на материале статей и заметок экономической тематики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / В. В. Барсукова ; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2011. – 21 с.
20. *Барт, Р.* Нулевая степень письма / Р. Барт // *Семиотика: семиотика языка и литературы* : пер. с англ., фр. и исп. / сост. и общ. ред. Ю. С. Степанова. – М., 1983. – С. 306–349.
21. *Барт, Р.* От произведения к тексту / Р. Барт // *Избранные работы: семиотика: поэтика* : пер. с фр. / сост., общ. ред. Г. К. Косикова. – М. : Прогресс, 1989. – С. 413–423.
22. *Барулин, В. С.* Российский человек в XX веке: потери и обретение себя / В. С. Барулин. – СПб. : Алтейя, 2000. – 431 с.
23. *Баскова, Ю. С.* Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: на материале русского и английского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ю. С. Баскова ; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2006. – 23 с.
24. *Батурина, О. С.* Межличностная толерантность студентов педагогических вузов : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / О. С. Батурина. – Казань, 2009. – 175 л.
25. *Бахтин, М. М.* Из архивных записей к работе «Проблема речевых жанров» / / М. М. Бахтин // *Собр. соч. : [в 7 т.]*. – М., 1996. – Т. 5 : Работы 1940-х – начала 1960-х годов. – С. 207–286.
26. *Бахтин, М. М.* Из записей 1970–1971 годов / М. М. Бахтин // *Собр. соч. : [в 7 т.]*. – М., 2002. – Т. 6 : Проблемы поэтики Достоевского, 1963 ; Работы 1960-х – 1970-х гг. – М., 2002(а). – С. 355–380.

27. *Бахтин, М. М.* Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – 2-е изд. – М., 1986. – С. 250–296.
28. *Бахтин, М. М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках / М. М. Бахтин // Собр. соч. : [в 7 т.]. – М., 2002(б). – Т. 6 : Проблемы поэтики Достоевского, 1963 ; Работы 1960-х – 1970-х гг. – С. 297–325.
29. *Бахтин, М. М.* Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин // Собр. соч. : [в 7 т.]. – М., 2002(в). – Т. 6 : Проблемы поэтики Достоевского, 1963 ; Работы 1960-х – 1970-х гг. – С. 5–300.
30. *Бахтин, М. М.* Проблемы творчества Достоевского / М. М. Бахтин // Собр. соч. : [в 7 т.]. – М., 2000. – Т. 2 : Проблемы творчества Достоевского, 1929 ; Статьи о Толстом, 1929 ; Записи курса лекций по истории русской литературы, 1922–1927. – С. 5–175.
31. *Бахтин, М. М.* Слово в романе. К вопросам стилистики романа / М. М. Бахтин // Собр. соч. : [в 7 т.]. – М., 2012(а). – Т. 3 : Теория романа (1930–1961 гг.). – С. 9–179.
32. *Бахтин, М. М.* Формы времени и хронотопа в романе / М. М. Бахтин // Собр. соч. : [в 7 т.]. – М., 2012(б). – Т. 3 : Теория романа (1930–1961 гг.). – С. 340–511.
33. *Безотечество, Л. М.* Формирование толерантности бакалавров – будущих педагогов профессионального обучения в образовательном процессе вуза : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Л. М. Безотечество ; Краснояр. гос. пед. ун-т. – Красноярск, 2015. – 24 с.
34. *Бергер, П.* Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман ; пер. Е. Руткевич. – М. : Медиум [и др.], 1995. – 323 с.
35. *Берков, В. Ф.* Диалог: логические и этические измерения : учеб-метод. пособие / В. Ф. Берков, Я. С. Яскевич. – Минск : Респ. ин-т высш. шк. Белорус. гос. ун-та, 2001. – 80 с.
36. *Блакар, Р. М.* Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия : сб. ст. : перевод / сост.: В. М. Сергеева, П. Б. Паршина ; общ. ред. В. В. Петрова. – М., 1987. – С. 88–125.
37. *Блэк, М.* Метафора / М. Блэк // Теория метафоры : сборник / сост. Н. Д. Арутюнова ; пер. под ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журинской. – М., 1990. – С. 153–172.
38. *Богданов, К. А.* Vox populi: фольклорные жанры советской культуры / К. А. Богданов. – М. : Новое лит. обозрение, 2009. – 362 с.

39. *Богданов, К.* Повседневность и мифология: исследования по семиотике фольклорной действительности / К. Богданов. – СПб. : Искусство-СПБ, 2001. – 437 с.
40. *Богомоллов, А. Н.* К вопросу о создании модели обучения пониманию текстов массовой коммуникации: на материале учебника «Взаимопонимание» / А. Н. Богомоллов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультур. коммуникация. – 2000. – № 2. – С. 17–26.
41. *Богомоллова, Е. В.* Методика реализации компетентностного подхода в учебном процессе военного вуза / Е. В. Богомоллова // Вопр. соврем. науки и практики / Ун-т им. В. И. Вернадского. – 2017. – № 1. – С. 136–141.
42. *Богуславская, В. В.* Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: анализ журналистских текстов / В. В. Богуславская. – Изд. 4-е. – М. : URSS : ЛКИ, 2013. – 276 с.
43. *Бойко, Т. В.* Эвфемия и дисфемия в газетном тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. В. Бойко ; Рос. гос. пед. ун-т. – СПб., 2006. – 19 с.
44. *Бойцова, О. Ю.* К вопросу о «негативной солидарности» как концепте политической философии / О. Ю. Бойцова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7, Философия. – 2018. – № 4. – С. 60–69.
45. *Бондарко, А. В.* Теория морфологических категорий и аспектологические исследования : сборник / А. В. Бондарко. – М. : Яз. слав. культур (А. Кошелев), 2005. – 620 с.
46. *Бондырева, С. К.* Толерантность: введение в проблему : учеб.-метод. пособие / С. К. Бондырева, Д. В. Колесов. – М. : Моск. психол.-соц. ин-т ; Воронеж : МОДЭК, 2003. – 238 с.
47. *Бородич, А. А.* Аксиология социального действия / А. А. Бородич. – Гродно : Гродн. гос. ун-т, 2005. – 273 с.
48. *Борсук, И. В.* Генезис и тенденции воспитания толерантности в отечественной педагогике: исторический опыт и современные проблемы : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / И. В. Борсук ; Моск. психол.-соц. ин-т. – М., 2007. – 19 с.
49. *Бочарникова, Е. А.* Границы объективации интертекстуальности и интердискурсивности в научном экономическом тексте / Е. А. Бочарникова // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер.: Языкознание. – 2010. – № 2. – С. 90–96.
50. *Боярков, Р. Л.* Феномен толерантности: политологический анализ : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.01 / Р. Л. Боярков. – СПб., 2011. – 202 л.
51. *Брубейкер, Р.* Этничность без групп / Р. Брубейкер ; пер. с англ. И. Борисовой. – М. : Высш. шк. экономики, 2012. – 406 с.

52. *Бушев, А. Б.* Лингвистика интертекстуальности и интермедиальности / А. Б. Бушев // Соц. и гуманитар. науки. Отечеств. и зарубеж. лит. Сер. 6, Языкознание : РЖ. – 2019. – № 2. – С. 76–94.
53. *Валаханович, И. А.* Вторая мировая война в исторической политике Беларуси / И. А. Валаханович // Безопасность: новые грани и резервы : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 10–11 дек. 2020 г.: в 5 т. / Ин-т нац. безопасности Респ. Беларусь ; редкол.: Г. Г. Краско (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2021. – Т. 1. – С. 68–73.
54. *Валимова, Г. В.* Функциональные типы предложений в современном русском языке / Г. В. Валимова. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1967. – 331 с.
55. *Валитова, Р. Р.* Толерантность: порок или добродетель? / Р. Р. Валитова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7, Философия. – 1996. – № 1. – С. 33–37.
56. *Ванюшина, Н. А.* Семантическая и прагматическая характеристики эвфемизмов в современных немецких и российских печатных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Н. А. Ванюшина ; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2011. – 22 с.
57. *Вартанова, Е. Л.* Язык российских СМИ как индикатор социальных перемен / Е. Л. Вартанова // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. – М., 2012. – С. 3–7.
58. *Венедзіктаў, С.* Сацыяльная адказнасць СМІ ў працэсе развіцця грамадскай супольнасці / С. Венедзіктаў // Журналістыка – 2008: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 10-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 11–12 снеж. 2008 г. / Беларус. дзярж. ун-т, Ін-т журналістыкі ; рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2008. – С. 340–342.
59. *Вепрева, И. Т.* Вербализация метаязыкового сознания как реализация принципа толерантности / И. Т. Вепрева // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 153–165.
60. *Верещагин, Е. М.* Язык и культура: три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров ; под ред. Ю. С. Степанова. – М. : Индрик, 2005. – 1037 с.
61. *Верховцова, Т. О.* Лингвокультурные особенности функционирования прецедентных феноменов в заголовках газет (на материале русскоязычной прессы Беларуси) / Т. О. Верховцова // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. – 2008. – № 1. – С. 49–53.
62. *Вершицкая, Т.* Система общественных, политических и нравственных ценностей местного населения в регионе Барановичи – Слоним – Новогрудок (Западная Беларусь) в условиях нацистской оккупации (1941–1944 гг.) на

страницах местных оккупационных периодических изданий [Электронный ресурс] / Т. Вершицкая // Новогрудский историко-краеведческий музей. – Режим доступа: <http://navagrudak.museum.by/files/Values.doc>. – Дата доступа: 13.06.2022.

63. *Виноградов, В. В.* Лексикология и лексикография : избр. тр. / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1977. – 312 с.

64. *Виноградов, В. В.* О теории художественной речи / В. В. Виноградов. – М. : Высш. шк., 1971. – 240 с.

65. *Винокурова, С. П.* Социокультурный статус исторической памяти / С. П. Винокурова // Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 сент. 2019 г. / НАН Беларуси, Ин-т социологии, Центр. науч. б-ка НАН Беларуси ; редкол.: Г. П. Коршунов (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 8–10.

66. *Владимирова, Н. Г.* Интертекстуальность. Интермедиаальность. Интердискурсивность : учеб. пособ. / Н. Г. Владимирова. – В. Новгород : Новгород. гос. ун-т, 2016. – 170 с.

67. *Власова, Е. В.* Речевая агрессия печатных СМИ: на материале немецко-и русскоязычных газет 30-х и 90-х гг. XX века : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Власова ; Саратов. гос. ун-т. – Саратов, 2005. – 22 с.

68. *Водак, Р.* Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак ; пер. с англ. и нем. В. И. Карасика, Н. Н. Трошиной. – Волгоград : Перемена, 1997. – 138 с.

69. *Волкова, З. Н.* Текст и сверхтекст в эпосе / З. Н. Волкова // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Теория яз. Семиотика. Семантика. – 2016. – № 1. – С. 59–67.

70. *Волкова, Т. В.* Социально-философский анализ толерантности как фактора социокультурной интеграции общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Т. В. Волкова ; Дон. гос. техн. ун-т. – Ростов н/Д, 2006. – 27 с.

71. *Воробьева, О. И.* Политическая лексика: Семантическая структура. Текстовые коннотации / О. И. Воробьева. – Архангельск : Помор. гос. ун-т, 1999. – 92 с.

72. *Воробьева, О. И.* Политический язык: семантика, таксономия, функции : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / О. И. Воробьева ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2000. – 34 с.

73. *Гаджимирзаев, М. М.* Этноконфессиональная толерантность как фактор обеспечения мира и безопасности на Северном Кавказе : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / М. М. Гаджимирзаев ; Ставроп. гос. ун-т. – Ставрополь, 2003. – 25 с.

74. *Гайда, С.* Философия стиля / С. Гайда // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / Е. А. Баженова [и др.] ; под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. – 3-е изд., стер. – М., 2016. – С. 9–17.
75. *Гарагуля, С. И.* Антропонимическая прагматика и идентичность индивида: опыт системного описания личных имен в США : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / С. И. Гарагуля ; Моск. гос. ун-т. – М., 2009. – 42 с.
76. *Гаспаров, Б. М.* Язык, память, образ: лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М. : Новое лит. обозрение, 1996. – 351 с.
77. *Голованевский, А. Л.* Оценочность и ее отражение в политическом и лексикографическом дискурсах: на материале русского языка / А. Л. Голованевский // Филол. науки. – 2002. – № 3. – С. 78–87.
78. *Головатая, Л. В.* Толерантность как проблема философии образования : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Л. В. Головатая ; Ставроп. гос. ун-т. – Ставрополь, 2006. – 22 с.
79. *Головнева, Е. В.* Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура / Е. В. Головнева // Лабиринт. Журн. соц.-гуманитар. исслед. – 2013. – № 5. – С. 42–50.
80. *Гольдин, В. Е.* Толерантность как принцип культуры речи / В. Е. Гольдин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 515–527.
81. *Гофман, А. Б.* В поисках утраченной идентичности: традиции, традиционализм и национальная идентичность / А. Б. Гофман // Вопр. соц. теории. – 2010. – Т. 4. – С. 241–254.
82. *Гофман, А. Б.* Солидарность или правила, Дюркгейм или Хайек? О двух формах социальной интеграции / А. Б. Гофман // Традиция, солидарность и социологическая теория : избр. тексты / А. Б. Гофман. – М., 2015. – С. 160–248.
83. *Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – С. 217–237.
84. *Грибкова, Е. И.* Адресат как фактор варьирования медиадискурса / Е. И. Грибкова // Проблемы современной лингвистики в контексте антропоцентризма / Саратов. соц.-экон. ин-т (фил.) Рос. экон. ун-та ; под общ. ред. А. А. Зарайского. – Саратов, 2016. – С. 4–12.
85. *Гришаева, Л. И.* Особенности использования языка и культурная идентичность коммуникантов / Л. И. Гришаева. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2007. – 261 с.

86. *Гришаева, Л. И.* Парадоксы медиалингвистики / Л. И. Гришаева. – Воронеж : Наука-Юнипресс, 2014. – 295 с.
87. *Губогло, М. Н.* Русский язык и толерантность / М. Н. Губогло. – М. : Старый сад, 2003. – 400 с.
88. *Гулиев, М. А.* Политическая толерантность и безопасность в урегулировании этнического конфликта модернизируемого общества : автореф. дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.02 / М. А. Гулиев ; Рост. юрид. ин-т. – Ростов н/Д, 2006. – 40 с.
89. *Гусейнов, Г. Ч. Д. С. П.* Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х / Г. Ч. Гусейнов. – М. : Три квадрата, 2004. – 269 с.
90. *Гусейнов, Г. Ч.* Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х годов : автореф. дис. ... д-ра культурол. наук : 24.00.01 / Г. Ч. Гусейнов ; Ин-т высш. гуманитар. исслед. Рос. гос. гуманитар. ун-та. – М., 2002. – 35 с.
91. *Гюлен, Ф.* Диалог и толерантность / Ф. Гюлен. – Минск : Четыре четверти, 2011. – 359 с.
92. *Дейк, Т. ван.* Дискурс и расизм / Т. А. ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т. ван Дейк ; пер. с англ. Е. А. Кожемякина, Е. В. Переверзева, А. М. Аmatoва. – 2-е изд. – М., 2015. – Гл. 5. – С. 129–148.
93. *Дейк, Т. ван.* Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т. ван Дейк ; пер. с англ. Е. А. Кожемякина, Е. В. Переверзева, А. М. Аmatoва. – М. : URSS : Либроком, 2013. – 340 с.
94. *Дейк, Т. ван.* Язык и идеология: к вопросу о построении теории взаимодействия / Т. ван Дейк ; пер. И. Ф. Ухвановой // Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов : сб. науч. тр. / Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2000. – Вып. 2. – С. 50–63.
95. Декларация принципов толерантности [Электронный ресурс] : утв. Резолюцией 5.61 Генер. конф. ЮНЕСКО от 16 нояб. 1995 г. // Толерантность. – Режим доступа: <http://tolerance.ru/toler-deklaraciya.php>. – Дата доступа: 14.06.2022.
96. *Дементьев, В. В.* Новая дискурсивная революция? К осмыслению двух типологических характеристик интернет-коммуникации / В. В. Дементьев // Изв. Рос. акад. наук. Сер. лит. и яз. – 2021. – Т. 80, № 2. – С. 64–80.
97. *Демина, Е. И.* Новые наименования лиц в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. И. Демина. – Самара, 2004. – 229 л.
98. *Денисюк, Н. П.* Формирование этнической идентичности в современных условиях / Н. П. Денисюк // Весн. БДУ. Сер. 3, Гісторыя. Эканоміка. Права. – 2013. – № 3. – С. 86–89.

99. *Джерелиевская, И. К.* Личностная детерминанта социального порядка: аксиологический аспект : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / И. К. Джерелиевская ; Рос. гос. торгово-экон. ун-т. – М., 2010. – 38 с.
100. *Дзялошинский, И. М.* Культура, журналистика, толерантность / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская // Российские СМИ: как создается образ врага : ст. раз. лет / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская. – М., 2008. – С. 12–65.
101. *Добрикова, К. А.* Культурологическая реализация моделей толерантности (на материале английского языка) / К. А. Добрикова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2014. – № 7. – С. 158–161.
102. *Добросклонская, Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – Изд. 3-е. – М. : URSS : Красанд, 2010. – 286 с.
103. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 263 с.
104. *Довгалева, И. В.* Социальные практики адаптации: идентификационный дискурс : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / И. В. Довгалева ; Твер. гос. техн. ун-т. – Тверь, 2010. – 25 с.
105. *Докучаев, И. И.* Проблема изучения истории общения / И. И. Докучаев // Диалог: проблемы междисциплинарных исследований : межвуз. сб. / Сев.-Зап. акад. гос. службы ; под ред. Г. М. Бирюковой. – СПб., 2000. – С. 57–60.
106. *Докучаев, И. И.* Ценность и экзистенция: основоположения исторической аксиологии культуры / И. И. Докучаев. – СПб. : Наука : С.-Петербург. изд. фирма, 2009. – 594 с.
107. *Дускаева, Л. Р.* Адресат / Л. Р. Дускаева // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / Сиб. федер. ун-т ; под ред. А. П. Сковородникова. – Красноярск, 2012(а). – С. 22–24.
108. *Дускаева, Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева ; под ред. М. Н. Кожиной. – 2-е изд., доп., испр. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2012(б). – 274 с.
109. *Дускаева, Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Л. Р. Дускаева. – Пермь, 2004. – 359 л.
110. *Ермакова, М. А.* Школьная литература как источник прецедентных текстов / М. А. Ермакова // ЦИТИСЭ. – 2020. – № 4. – С. 307–320.
111. *Ермакова, О. П.* Толерантность и некоторые особенности русского менталитета в зеркале языка / О. П. Ермакова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 124–132.

112. *Ерофеева, И. В.* Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в. : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / И. В. Ерофеева ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2010. – 51 с.
113. *Ерохина, М. В.* Приемы и функции полемики в журнальной литературной критике второй половины 1980-х годов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01; 10.01.10 / М. В. Ерохина ; Ин-т философии и журналистики Саратов. гос. ун-та. – Саратов, 2010. – 18 с.
114. *Ефименко, В. Н.* Структурные компоненты и содержательное наполнение понятия «Гражданская идентичность» / В. Н. Ефименко // Теория и практика обществ. развития. – 2013. – № 11. – С. 250–254.
115. *Ефремова, Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка : ок. 160 000 слов : в 3 т. / Т. Ф. Ефремова. – М. : АСТ : Астрель, 2006. – 3 т.
116. *Жалкиев, В. Т.* Солидарность и аномия в современном российском обществе / В. Т. Жалкиев. – Краснодар : Краснодар. ун-т МВД России, 2014. – 141 с.
117. *Жданова, И. И.* Толерантный газетный дискурс: на материале русскоязычной зарубежной прессы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / И. И. Жданова ; Балт. федер. ун-т. – Мурманск, 2015. – 24 с.
118. *Жельвис, В. И.* Слово и дело: юридический аспект сквернословия / В. И. Жельвис // Юрислингвистика-2: русский язык в его естественном и юридическом бытии : межвуз. сб. науч. тр. / Алт. гос. ун-т ; отв. ред. Н. Д. Голев. – Барнаул, 2000. – С. 194–206.
119. *Завражина, А. В.* Речевая агрессия и средства ее выражения в массмедийном политическом дискурсе Украины: на материале русскоязычной газетной коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / А. В. Завражина ; Киев. нац. ун-т. – Киев, 2008. – 20 с.
120. *Зайцаў, М. Л.* Трансмедыйнасць сучаснай камунікацыі: новыя тэхналогіі і практыкі мадэлявання кантэнту : дыс. ... канд. філал. навук : 10.01.10 / М. Л. Зайцаў. – Мінск, 2021. – 191 л.
121. *Заковоротная, М. В.* Профессиональная идентичность как ключевой аспект современной социальной идентичности / М. В. Заковоротная // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 1, Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2014. – № 3. – С. 13–22.
122. *Закоян, Л. М.* Выражение агрессии в современном русском и английском языках: на материале американского национального варианта : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Л. М. Закоян. – М., 2010. – 300 л.

123. *Зарайский, А. А.* Контенсивная лингвистика Великобритании XX века (историко-лингвистическое исследование) / А. А. Зарайский. – Саратов : Сарат. ин-т Рос. гос. торгово-экон. ун-та, 2010. – 236 с.
124. *Заринова, В. М.* Номинация лиц в языке газеты: эволюция этикетных тенденций / В. М. Заринова. – Самара : Самар. гос. аэрокосм. ун-т, 2016. – 178 с.
125. *Засыпкин, С.* Инвектива / С. Засыпкин // Дискурс-Пи. – 2010. – Т. 9, № 1/2. – С. 352–353.
126. *Зверев, М. К.* Особенности социальной солидарности в современном российском обществе : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / М. К. Зверев. – Иркутск, 2009. – 163 л.
127. *Здравомыслов, А. Г.* Человек и его работа в СССР и после : учеб. пособие / А. Г. Здравомыслов, В. А. Ядов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 484 с.
128. *Зелянко, С. В.* Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні / С. В. Зелянко ; навук. рэд. В. І. Іўчанкаў. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т, 2012. – 195 с.
129. *Земская, Е. А.* Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества / Е. А. Земская // Вопр. языкознания. – 1996. – № 3. – С. 23–31.
130. *Золотарева, С. А.* Логотипология – соприкосновение двух знаковых систем: языка и культуры / С. А. Золотарева // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. – 2010. – Т. 46, № 2. – С. 12–15.
131. *Золотухин, В. М.* Толерантность как проблема философской антропологии : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.13 / В. М. Золотухин ; Кузбас. гос. техн. ун-т. – Екатеринбург, 2004. – 44 с.
132. *Зубко, Д. В.* Публицистические дискуссионные программы на общественном радио XXI века: полемика против софистики / Д. В. Зубко // Гуманитар. вектор. – 2019. – Т. 14, № 1. – С. 50–57.
133. *Зырянова, И. П.* Прецедентные феномены в заголовках российской и британской прессы (2005–2009 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / И. П. Зырянова ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2010. – 22 с.
134. *Иванова, О. Ф.* Эвфемистическая лексика английского языка как отражение ценностей англоязычных культур : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / О. Ф. Иванова ; Моск. гос. ун-т. – М., 2004. – 26 с.
135. *Ивин, А. А.* Аксиология : учебник / А. А. Ивин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 341 с.
136. *Ивченков, В. И.* Публицистический стиль, текст и дискурс / В. И. Ивченков // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / Е. А. Баженова [и др.] ; под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. – 3-е изд., стер. – М., 2016. – С. 197–206.

137. *Ильинская, С. Г.* Толерантность как принцип политического действия: история, теория, практика / С. Г. Ильинская. – М. : Праксис, 2007. – 285 с.
138. *Ильясова, С. В.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 294 с.
139. *Исаев, И. А.* Солидарность как воображаемое политико-правовое состояние / И. А. Исаев. – М. : Проспект, 2014. – 175 с.
140. История Беларуси в контексте мировых цивилизаций : учеб.-метод. пособие / В. И. Голубович [и др.]. – 3-е изд. – Минск : Экоперспектива, 2011. – 464 с.
141. *Іўчанкаў, В. І.* Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту : дыс. ... д-ра філал. навук : 10.01.10 ; 10.02.01 / В. І. Іўчанкаў. – Мінск, 2003. – 232 л.
142. *Кайда, Л. Г.* Авторская позиция в публицистике: функционально-стилистическое исследование современных газетных жанров : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Л. Г. Кайда ; Моск. гос. ун-т. – М., 1991. – 44 с.
143. *Кайда, Л. Г.* Композиционная поэтика текста / Л. Г. Кайда. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 400 с.
144. *Кайда, Л. Г.* Эффективность публицистического текста / Л. Г. Кайда ; под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Моск. гос. ун-т, 1989. – 182 с.
145. *Каменская, Е. В.* Советская пресса «Брежневской эпохи» как инструмент формирования биполярной картины мира / Е. В. Каменская, А. В. Трофимов // Изв. Урал. гос. экон. ун-та. – 2012. – № 5. – С. 115–121.
146. *Каминская, Т. Л.* Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семан-тико-прагматическое исследование : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Т. Л. Каминская ; С.-Петербур. гос. ун-т. – СПб., 2009. – 46 с.
147. *Кара-Мурза, С.* Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – М. : Эксмо : Алгоритм, 2006. – 830 с.
148. *Карасик, В. И.* Коммуникативная тональность медиадискурса / В. И. Карасик // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / Е. А. Баженова [и др.] ; под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. – 3-е изд., стер. – М., 2016. – С. 218–230.
149. *Карасик, В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 389 с.
150. *Караулов, Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – 2-е изд., стер. – М. : УРСС, 2002. – 261 с.
151. *Карякин, А. В.* Стратегемно-тактические способы реализации речевой агрессии в политическом дискурсе: на материале немецкого языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / А. В. Карякин ; Волгогр. гос. ун-т. – Волгоград, 2010. – 19 с.

152. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс] / М. Кастельс // Библиотека Гумер. – Режим доступа: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php. – Дата доступа: 15.06.2022.
153. *Касьянова, Е. И.* Теоретический анализ коммуникативной толерантности / Е. И. Касьянова, Н. И. Виноградова // Учен. зап. Забайк. гос. ун-та. Сер.: Социол. науки. – 2014. – Т. 4. – С. 28–34.
154. *Катермина, В. В.* Национально-культурная специфика образа человека: на материале русского и английского языков : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / В. В. Катермина ; Кубан. гос. ун-т. – Волгоград, 2005. – 39 с.
155. *Кацев, А. М.* Языковое табу и эвфемия : учеб. пособие / А. М. Кацев. – Л. : Ленингр. гос. пед. ин-т, 1988. – 80 с.
156. К вопросу об исторической политике / А. Коваленя [и др.] // Беларус. думка. – 2019. – № 8. – С. 3–11.
157. *Киров, Е. Ф.* Текст и дискурс в семиотическом соотношении / Е. Ф. Киров // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 15–25.
158. *Киселева, Н. Е.* Трансформация лексики советского человека: культурологический анализ : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Н. Е. Киселева ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2008. – 25 с.
159. *Клейберг, Ю. А.* Толерантность и деструктивная толерантность: понятие, подходы, типология, характеристика / Ю. А. Клейберг // О-во и право. – 2012. – № 4. – С. 329–334.
160. *Клемперер, В.* LTI. Язык Третьего рейха: записная книжка филолога / В. Клемперер ; пер. с нем. А. Б. Григорьева. – М. : Прогресс-Традиция, 1998. – 381 с.
161. *Клименко, Е. В.* Этнические различия и толерантность: к проблеме разработки социально-культурных программ формирования межэтнической толерантности / Е. В. Клименко // Вестн. С.-Петерб. гос. ун-та культуры и искусств. – 2012. – № 3. – С. 46–50.
162. *Клушина, Н. И.* Дискурс и стиль: пути и перекрестки современной лингвистики / Н. И. Клушина // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / Е. А. Баженова [и др.] ; под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. – 3-е изд., стер. – М., 2016. – С. 177–182.
163. *Клушина, Н. И.* Интенциональные категории публицистического текста: на материале периодических изданий 2000–2008 гг. : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Н. И. Клушина. – М., 2008. – 352 л.

164. *Клушина, Н. И.* Образ врага: о военной риторике в мирное время / Н. И. Клушина // Язык современной публицистики : сб. ст. / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М., 2007. – С. 144–161.
165. *Клюев, Ю. В.* Политический массмедиадискурс в демократическом развитии социума / Ю. В. Клюев. – СПб. : ЛЭТИ, 2018. – 245 с.
166. *Ковшова, М. Л.* Семантика и прагматика эвфемизмов: краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов / М. Л. Ковшова. – М. : Гнозис, 2007. – 318 с.
167. *Кожанов, Д. А.* Интердискурсивные исследования в интегральной парадигме лингвистического научного знания / Д. А. Кожанов // Иностр. яз.: лингвист. и метод. аспекты. – 2016. – № 34. – С. 272–275.
168. *Кожемякин, Е. А.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Науч. ведомости Белгор. гос. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. – 2010. – № 12. – С. 13–21.
169. *Кожина, М. Н.* О диалогической письменной научной речи и ее экстралингвистической обусловленности / М. Н. Кожина // Rec. lin. de Bratislava. – 1985. – Vol. 8. – P. 141–145.
170. *Кожина, М. Н.* О диалогичности письменной научной речи / М. Н. Кожина. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 1986. – 91 с.
171. *Козин, Н. Г.* Россия. Что это?: в поисках идентификационных сущностей / Н. Г. Козин. – М. : Альма Матер : Акад. проект, 2012. – 526 с.
172. *Козлов, В. Е.* Межэтническая толерантность и этническое самосознание в условиях крупного полиэтнического города: на примере г. Казань : автореф. дис. ... канд. ист. наук : 07.00.07 / В. Е. Козлов ; Рос. акад. наук, Уфим. науч. центр, Отд. народов Урала с музеем археологии и этнографии. – Уфа, 2000. – 20 с.
173. *Колокольцева, Т. Н.* Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации: чат, форум, блог / Т. Н. Колокольцева // Жанры речи. – 2016. – № 2. – С. 96–104.
174. *Колшанский, Г. В.* Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – Изд. 3-е. – М. : URSS : ЛКИ, 2007. – 173 с.
175. *Комалова, Л. Р.* Типология мультилингвальной вербализации эмоционального состояния «агрессия»: на материале разносистемных данных корпусной лингвистики : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.21 ; 10.02.20 / Л. Р. Комалова ; Моск. гос. лингвист. ун-т. – М., 2016. – 52 с.
176. *Комаристова, И. И.* Динамика и типология средств создания интертекста: на материале современного американского художественного дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / И. И. Комаристова. – Минск, 2021. – 177 л.

177. *Конев, В. А.* Медиа-реальность и реальность медиа / В. А. Конев // Вестн. Самар. гуманитар. акад. Сер.: Философия. Филология. – 2009. – № 2. – С. 3–10.
178. *Коньков, В. И.* Речевая структура газетных жанров : учеб. пособие / В. И. Коньков. – СПб. : Роза мира, 2004. – 219 с.
179. *Копылова, Ю. В.* Интенционально-стилистическая характеристика спортивного аналитического медиадискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ю. В. Копылова ; Адыг. гос. ун-т. – Майкоп, 2019. – 26 с.
180. *Копытин, С. М.* К вопросу о субкультурной идентичности / С. М. Копытин // Теория и практика обществ. развития. – 2014. – № 2. – С. 320–323.
181. *Корконосенко, С. Г.* Основы журналистики : учебник / С. Г. Корконосенко. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 316 с.
182. *Кормилицына, М. А.* Качество передаваемой в печатных СМИ информации как фактор социальных рисков / М. А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / Ин-т рус. яз., лит. и журналистики при филол. фак. Сарат. гос. ун-та. – Саратов, 2012. – Вып. 12. – С. 13–24.
183. *Кормилицына, М. А.* Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет / М. А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / Ин-т рус. яз., лит. и журналистики при филол. фак. Сарат. гос. ун-та. – Саратов, 2008. – Вып. 8 : Материалы Международной научно-практической конференции «Современное состояние русской речи: эволюция, тенденции, прогнозы». – С. 13–34.
184. *Кормилицына, М. А.* Риторическая организация речи: адресованность речи / М. А. Кормилицына // Хорошая речь / О. Б. Сиротинина [и др.] ; под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. – 2-е изд., испр. – М., 2007. – С. 211–222.
185. *Кормилицына, М. А.* Язык СМИ : учеб. пособие / М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротинина. – 2-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2015. – 89 с.
186. *Корнилов, Е. А.* Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова. – М. : Флинта : Наука, 2013. – 253 с.
187. *Корф, О. В.* Медиатекст как инструмент формирования дискурса в политическом конфликте: на примере конфликта 1994–1996 гг. в Чеченской Республике : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / О. В. Корф ; Моск. гос. ун-т. – М., 2009. – 26 с.
188. *Косихина, С. В.* «Свои» и «чужие» в рассказе А. И. Куприна «Гамбринус» / С. В. Косихина // Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та. Гуманитар. науки. – 2020. – № 1. – С. 113–121.
189. *Костомаров, В. Г.* Как тексты становятся прецедентными / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Рус. яз. за рубежом. – 1994. – № 1. – С. 73–76.

190. *Костомаров, В. Г.* Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – М. : Гардарики, 2005. – 287 с.
191. *Костомаров, В. Г.* Прецедентный текст как редуцированный дискурс / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Язык как творчество : к 70-летию В. П. Григорьева / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. ; редкол.: З. Ю. Петрова, Н. А. Фатеева. – М., 1996. – С. 297–302.
192. *Костомаров, В. Г.* Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. – М. : Моск. гос. ун-т, 1971. – 267 с.
193. *Костомаров, В. Г.* Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Златоуст, 1999. – 319 с.
194. *Костяев, А. П.* Вербальная агрессия в профессиональной коммуникации : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / А. П. Костяев ; Новгород. гос. ун-т. – Великий Новгород, 2011. – 45 с.
195. *Краснова, Т. И.* Феномен оппозитивности газетного дискурса русского зарубежья, 1917–1920 (22) гг. : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Т. И. Краснова. – СПб., 2014. – 504 л.
196. *Кремнева, А. В.* Интертекстуальность, интердискурсивность, интермедialность: точки соприкосновения / А. В. Кремнева // Филология и человек. – 2017. – № 2. – С. 57–71.
197. *Кремнева, А. В.* Интертекстуальность как одна из форм межтекстового взаимодействия: когнитивно-семиотический аспект: на материале английского языка : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / А. В. Кремнева; Алт. гос. пед. ун-т. – Барнаул, 2019. – 42 с.
198. *Кривошеев, В. В.* Идентичность как со-индивидуальность: социологические аспекты / В. В. Кривошеев // Вестн. Балт. федер. ун-та. Сер.: Гуманитар. и обществ. науки. – 2005. – № 3. – С. 57–62.
199. *Кривцова, Е. В.* Толерантность личности как фактор ее ценностного самоопределения : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Е. В. Кривцова ; Дальневост. гос. ун-т путей сообщ. – Хабаровск, 2009. – 23 с.
200. *Кронгауз, М. А.* Бессилие языка в эпоху зрелого социализма / М. А. Кронгауз // Знак : сб. ст. по лингвистике, семиотике и поэтике : памяти А. Н. Журина / отв. ред.: В. И. Беликов [и др.]. – М., 1994. – С. 233–244.
201. *Кротков, Е. А.* Дискурс толерантности / Е. А. Кротков, Е. А. Кожемякин // Дискурс-ПИ. – 2013. – № 3. – С. 137–138.
202. *Круглова, Н. В.* Толерантность как социокультурная норма (западно-европейский опыт) : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / Н. В. Круглова ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2011. – 37 с.

203. *Крысин, Л. П.* Иноязычное слово в роли эвфемизма / Л. П. Крысин // Рус. яз. в шк. – 1998. – № 2. – С. 70–71.
204. *Крысин, Л. П.* Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / В. Л. Воронцова [и др.] ; отв. ред. Е. А. Земская. – М., 1996. – С. 384–408.
205. *Крючкова, Т. Б.* К вопросу о многозначности «идеологически связанной» лексики / Т. Б. Крючкова // Вопр. языкознания. – 1982. – № 1. – С. 28–36.
206. *Ксенофонтова, И. В.* Интернет-солидарность: методологические основания подхода и практика изучения : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.01 / И. В. Ксенофонтова. – М., 2014. – 184 л.
207. *Кубрякова, Е. С.* Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Яз. слав. культуры, 2004. – 555 с.
208. *Кубрякова, Е. С.* Части речи в ономаσιологическом освещении / Е. С. Кубрякова. – 2-е изд. – М. : URSS, 2008. – 113 с.
209. *Кузьменко, И. С.* Общие проблемы исследования процессов солидаризации в обществе / И. С. Кузьменко // О-во и право. – 2016. – № 1. – С. 268–271.
210. *Кузьмина, Н. А.* Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н. А. Кузьмина. – Изд. стер. – М. : URSS : Либроком, 2017. – 269 с.
211. *Купина, Н. А.* Лингвокультурологические проблемы толерантности / Н. А. Купина, О. А. Михайлова // Толерантность в современной цивилизации : материалы междунар. конф., Екатеринбург, 14–19 мая 2001 г. Урал. ун-т ; науч. ред. М. Б. Хомяков. – Екатеринбург, 2001. – С. 50–69.
212. *Купина, Н. А.* Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции / Н. А. Купина. – Екатеринбург ; Пермь : ЗУУНЦ, 1995. – 143 с.
213. *Купина, Н. А.* Языковое сопротивление в контексте тоталитарной культуры / Н. А. Купина. – Екатеринбург : Урал. ун-т, 1999. – 175 с.
214. *Лавицкий, А. А.* Коммуникативное пространство региональных газет: жанры, важнейшие концепты : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. А. Лавицкий ; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2015. – 25 с.
215. *Лакофф, Д.* Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. А. Н. Баранова, А. В. Морозовой ; под ред. А. Н. Баранова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 252 с.
216. *Лаппо, М. А.* Прагматический потенциал лексем, обозначающих лиц по роду занятий: динамический аспект (на примере лексемы «учитель») / М. А. Лаппо // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. – 2014. – № 2. – С. 37–49.

217. *Лебедев, И. А.* Семантика и семиотика в культуре тоталитарных обществ: миф, символ, ритуал : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / И. А. Лебедев ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2006. – 23 с.
218. *Лебедева, О. В.* Толерантность в модернистских и постмодернистских социологических теориях: ее преломление в практике дипломатических отношений : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 23.00.02 / О. В. Лебедева ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации. – М., 2006. – 25 с.
219. *Левин, Ю. И.* Истина в дискурсе / Ю. И. Левин // Семиотика и информатика / Рос. акад. наук, Всерос. ин-т науч. и техн. информ. – М., 1994. – Вып. 34. – С. 124–162.
220. *Леви-Строс, К.* Структурная антропология / К. Леви-Строс ; пер. с фр., под ред. В. В. Иванова. – М. : ЭКСМО-пресс, 2001. – 510 с.
221. *Лекторский, В. А.* О толерантности, плюрализме и критицизме / В. А. Лекторский // Вопр. философии. – 1997. – № 11. – С. 46–54.
222. *Линченко, А. А.* Праксиологическое понимание ценностей исторической памяти / А. А. Линченко // Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 сент. 2019 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси, Центр. науч. б-ка НАН Беларуси ; редкол.: Г. П. Коршунов (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 47–49.
223. *Лисицкая, Л. Г.* Прагматическая адекватность медиатекста: взаимодействие контента и аксиологии : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Л. Г. Лисицкая ; Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2010. – 46 с.
224. Литературная энциклопедия терминов и понятий / Рос. акад. наук, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам ; гл. ред., сост. А. Н. Николюкин. – М. : Интелвак, 2001. – 1595 с.
225. *Лотман, Ю. М.* Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров : ст., исслед., заметки (1968–1992) / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство-СПБ, 2004. – 703 с.
226. *Лошаков, А. Г.* О принципах моделирования сверхтекста / А. Г. Лошаков // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Рус. филология. – 2018. – № 5. – С. 70–80.
227. *Луман, Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
228. *Лысакова, И. П.* Язык газеты и типология прессы: социолингвистическое исследование / И. П. Лысакова. – СПб. : Филол. фак. С.-Петерб. гос. ун-та, 2005. – 254 с.
229. *Лысенко, В. Г.* Познание чужого как способ самопознания (попытка ксенологии) / В. Г. Лысенко // Россия в диалоге культур / В. М. Межуев [и др.] ; редкол.: А. А. Гусейнов, А. В. Смирнов, Б. О. Николаичев. – М., 2010. – С. 90–102.

230. *Малинова, О. Ю.* Исследование политики и дискурс об идентичности / О. Ю. Малинова // Полит. наука. – 2005. – № 3. – С. 8–20.
231. *Малмыгин, А. С.* Социальное событие как фактор формирования исторической памяти / А. С. Малмыгин // Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 сент. 2019 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси, Центр. науч. б-ка НАН Беларуси ; редкол.: Г. П. Коршунов (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – С. 55–56.
232. *Малышева, Е. Г.* Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация / Е. Г. Малышева // Полит. лингвистика. – 2009. – № 4. – С. 32–40.
233. *Малькова, В. К.* Этничность и толерантность в средствах массовой информации: опыт исследования современной российской прессы : автореф. дис. ... д-ра ист. наук : 07.00.07 / В. К. Малькова ; Ин-т этнологии и антропологии Рос. акад. наук. – М., 2006. – 57 с.
234. *Мамонтова, С. В.* Толерантность в социокультурных практиках современного российского региона: обрядово-праздничная деятельность : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / С. В. Мамонтова ; Яросл. гос. пед. ун-т. – Ярославль, 2008. – 23 с.
235. *Мардиева, Л. А.* Виртуальная действительность в языковой и внеязыковой репрезентации: на материале медиатекстов : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Л. А. Мардиева ; Казан. (Приволж.) федер. ун-т. – Казань, 2015. – 51 с.
236. *Марьянчик, В. А.* Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста / В. А. Марьянчик. – М. : URSS : Либроком, 2013. – 266 с.
237. *Маслова, О. В.* Выражение агрессии в русском языке и британском национальном варианте английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / О. В. Маслова ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2017. – 22 с.
238. *Матвеева, А. А.* Взаимодействие категорий «свой – чужой» и категории оценки / А. А. Матвеева // Вестн. Башк. ун-та. – 2007. – Т. 12, № 3. – С. 81–83.
239. *Матвеева, Т. В.* Ключевые слова / Т. В. Матвеева // Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матеева. – М., 2003. – С. 103.
240. *Матисон, Д.* Медиа-дискурс: анализ медиа-текстов: исследования медиа и культуры : пер. с англ. / Д. Матисон. – Харьков : Гуманитар. центр, 2013. – 262 с.
241. *Мацковский, М. С.* Толерантность как объект социологического исследования / М. С. Мацковский // Межкультурный диалог: исследования и практика : сб. ст. / Моск. гос. ун-т ; под ред. Г. У. Солдатовой, Т. Ю. Прокофьевой, Т. А. Лютой. – М., 2004. – С. 141–155.

242. *Машанов, А. А.* Толерантность и межэтническая толерантность / А. А. Машанов // Современные вызовы и психологические ресурсы / Т. Ю. Артюхова [и др.]. – Ульяновск, 2021. – С. 132–161.
243. *Медушевский, Н. А.* Основы толерантности и правовой культуры / Н. А. Медушевский. – 2-е изд. – М. : Ленанд, 2014. – 400 с.
244. *Мельникова, Л. В.* Толерантность как сберегающий подход в современной культуре : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Л. В. Мельникова ; Тюмен. гос. ун-т. – Тюмень, 2003. – 21 с.
245. *Мельничук, А. И.* Толерантность и интолерантность в коммуникативном дискурсе СМИ / А. И. Мельничук // Феномен родного языка: коммуникативно-лингвистический, социокультурный, философский и психологический аспекты : сб. науч. ст. / Витеб. гос. ун-т ; редкол.: И. П. Зайцева (отв. ред.) [и др.] ; под общ. ред. И. П. Зайцевой. – Витебск, 2018. – С. 58–61.
246. *Мид, Д.* Интернализированные другие и самость / Д. Мид // Американская социологическая мысль : тексты : хрестоматия / сост. Е. И. Кравченко ; под ред. В. И. Добренкова. – М., 1994. – С. 222–224.
247. *Мидова, Д. Х.* Толерантность как лингвокультурный феномен : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Д. Х. Мидова ; Кабардино-Балк. гос. ун-т. – Нальчик, 2012. – 22 с.
248. *Миронов, Р. В.* Категория «солидарность» как фактор современного политического процесса России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Р. В. Миронов ; Нижегород. гос. ун-т. – Н. Новгород, 2010. – 23 с.
249. *Мирошникова, З. А.* Бэджевые тексты как проявление языковой игры в СМИ / З. А. Мирошникова // Поволж. торгово-экон. журн. – 2014. – № 6. – С. 111–117.
250. *Мирошниченко, А. А.* Лингво-идеологический анализ языка массовых коммуникаций : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 ; 10.01.10 / А. А. Мирошниченко ; Рост. гос. ун-т. – Ростов н/Д, 1996. – 19 с.
251. *Михайлова, О. А.* Толерантность и терпимость: взгляд лингвиста / О. А. Михайлова // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 99–111.
252. *Михневич, А. Е.* Диалог с аудиторией / А. Е. Михневич. – Минск : Знание, 1989. – 22 с.
253. *Могилевич, Б. Р.* Дискурс коммуникативной толерантности / Б. Р. Могилевич // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18, Социология и политология. – 2016. – Т. 22, № 3. – С. 192–201.
254. *Могилевская, О. А.* Динамика идеологической тональности в российских и американских публицистических статьях : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / О. А. Могилевская. – Волгоград, 2010. – 163 л.

255. *Мокиенко, В. М.* Толковый словарь языка Совдепии / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – СПб. : Фолио-Пресс, 1998. – 700 с.
256. *Москвин, В. П.* Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка: Псевдоэвфемия. Криптолалия. Эзопов язык. Дезинформация. Образная выразительность / В. П. Москвин. – Изд. стер. – М. : URSS : Ленанд, 2017. – 260 с.
257. *Москвин, В. П.* Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования / В. П. Москвин // *Вопр. языкознания*. – 2001. – № 3. – С. 58–70.
258. *Мысливец, Н. Л.* Историческая память: особенности формирования и основное содержание / Н. Л. Мысливец // *Вестн. Гродзен. дзярж. ун-та. Сер. 5, Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія*. – 2018. – Т. 8, № 1. – С. 77–83.
259. *Нагаева, К. Э.* Терпение, терпимость, толерантность в русской языковой картине мира / К. Э. Нагаева // *Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та. Гуманитар. науки*. – 2018. – № 12. – С. 186–196.
260. *Наумова, Е. О.* Особенности функционирования прецедентных текстов в современном публицистическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук 10.02.01 / Е. О. Наумова ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2004. – 20 с.
261. *Нахимова, Е. А.* Прецедентные имена в массовой коммуникации / Е. А. Нахимова. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2007. – 207 с.
262. *Недорезова, Н. В.* Толерантность в межличностном общении старшеклассников : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Н. В. Недорезова ; Моск. гос. ун-т. – М., 2005. – 26 с.
263. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д. Б. Гудков [и др.] // *Вестн. Моск. ун-та, Сер. 9, Филология*. – 1997. – № 4. – С. 106–118.
264. *Никитина, И. С.* Вербализация коммуникативно-прагматической категории «толерантность» в современном немецком политическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / И. С. Никитина ; Рос. гос. пед. ун-т. – СПб., 2022. – 19 с.
265. *Николаева, Л. А.* Формирование коммуникативной толерантности студентов – будущих юристов (на примере университетского образования в России и Германии) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Л. А. Николаева ; Кемер. гос. ун-т. – Кемерово, 2007. – 24 с.
266. *Новикова, Е. Ю.* Структура, семантика и тенденции развития наименований лиц по профессии в современном немецком языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. Ю. Новикова ; Моск. гос. лингвист. ун-т. – М., 2006 (а). – 25 с.
267. *Новикова, Т. В.* Толерантность в профессиональной деятельности журналиста : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. В. Новикова ; Моск. гос. ун-т. – М., 2006 (б). – 25 с.

268. *Нойманн, И. Б.* Использование «Другого»: образы Востока в формировании европейских идентичностей / И. Б. Нойманн ; пер. с англ. В. Литвинова, И. Пильщикова. – М. : Новое изд-во, 2004. – 335 с.
269. *Норман, Б. Ю.* Лексические фантомы с точки зрения лингвистики и культурологии / Б. Ю. Норман // Язык и культура : Третья междунар. конф. : доклады : в 3 ч. / Укр. ин-т междунар. отношений Киев. ун-та ; сост. С. Б. Бураго. – Киев, 1994. – Ч. 1. – С. 53–60.
270. *Обукаускайте, Д. С.* Толерантность и выражение отношения к другим национальностям в английской и русской лингвокультурах : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Д. С. Обукаускайте. – М., 2007. – 165 л.
271. *Ожегов, С. И.* Словарь русского языка : ок. 53 000 слов / С. И. Ожегов ; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – 24-е изд., испр. – М. : Оникс : Мир и образование, 2008. – 1198 с.
272. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] : 41 089 словар. ст. / С. И. Ожегов, Н. Ю.Шведова. – Режим доступа: <http://ozhegov.info/slovar/>. – Дата доступа: 20.06.2022.
273. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка : ок. 100 000 слов, терминов и фразеол. выражений / С. И. Ожегов ; под ред. Л. И. Скворцова. – 26-е изд., испр. и доп. – М. : Оникс : Мир и образование, 2009. – 1357 с.
274. *Окара, А. Н.* Социальная солидарность как основа нового «миростроительного» проекта / А. Н. Окара // Синергия. – 2010. – № 9. – С. 7–41.
275. *Олешко, В. Ф.* Журналистика как творчество : учеб. пособие / В. Ф. Олешко. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 220 с.
276. *Омелаенко, Н. В.* Межэтническая толерантность молодежи в поликультурном регионе : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Н. В. Омелаенко. – Тюмень, 2013. – 204 л.
277. *Ортега-и-Гассет, Х.* Две великие метафоры / Х. Ортега-и-Гассет // Теория метафоры / сост. Н. Д. Арутюновой ; пер. под ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журиной. – М., 1990. – С. 68–81.
278. *Павлов, В. Н.* Правовое воспитание и толерантность в условиях современного российского общества : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01 / В. Н. Павлов ; Владим. юрид. ин-т Федер. службы исполн. наказаний. – Владимир, 2005. – 21 с.
279. *Падаляк, Т. У.* Аксіялогія сучаснай беларускай журналістыкі / Т. У. Падаляк. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т, 2016. – 263 с.
280. *Падаляк, Т. У.* Аксіялогія сучаснай беларускай журналістыкі : аўтарэф. дыс. ... д-ра філал. навук : 10.01.10 / Т. У. Падаляк ; Беларус. дзярж. ун-т. – Мінск, 2019. – 49 с.

281. *Перцев, А. В.* Современный миропорядок и философия толерантности / А. В. Перцев // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 29–51.
282. *Петрова, Н. Е.* Язык современных СМИ: средства речевой агрессии : учеб. пособие / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 155 с.
283. *Пешковский, А. М.* Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – М. : Яз. слав. культуры (А. Кошелев), 2001. – 510 с.
284. *Пильгун, Е. В.* Интенциональность и коммуникативные тактики дискурса кризисных ситуаций / Е. В. Пильгун // Журн. Белорус. гос. ун-та. Филология. – 2017. – № 2. – С. 92–95.
285. *Пильгун, Е. В.* Семантика и прагматика кризисного дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Пильгун. – Минск, 2019. – 185 л.
286. *Пищальникова, В. А.* Этническая картина мира: проблемы терминологии описания / В. А. Пищальникова // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультур. коммуникация. – 2020. – № 2. – С. 6–11.
287. *Плеханова, Т. Ф.* Текст как диалог / Т. Ф. Плеханова. – Минск : Мин. гос. лингвист. ун-т, 2003. – 251 с.
288. *Погребной, Л. И.* Социалистическое соревнование / Л. И. Погребной // БСЭ. – 3-е изд. – М., 1976. – Т. 24, кн. 1. – С. 240–241.
289. *Потехина, М. С.* Проблемы ключевых слов в филологии / М. С. Потехина // Изв. Саратов. ун-та. Н. С. Сер.: Филология. Журналистика. – 2017. – Т. 17, № 3. – С. 284–287.
290. *Почепцов, Г.* Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Центр, 2003. – 317 с.
291. *Почепцов, Г.* Теория коммуникации / Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. – 651 с.
292. *Пром, Н. А.* Адресатная адаптация медиатекста [Электронный ресурс] / Н. А. Пром // Crede Experto: трансп., о-во, образование, яз. – 2021. – № 4. – Режим доступа: http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2021/4/Prom_CE_2021-4.pdf. – Дата доступа: 20.06.2022.
293. *Просвиркина, И. И.* Толерантная речевая коммуникация: лингводидактическая теория и практика : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / И. И. Просвиркина ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2007. – 37 с.
294. *Прохоров, Е. П.* Введение в теорию журналистики : учебник / Е. П. Прохоров. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 366 с.
295. *Прохоров, Е. П.* Журналистика в режиме диалога / Е. П. Прохоров // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 1995. – № 1. – С. 3–14.

296. *Прядильникова, Н. В.* Эвфемизмы в российских СМИ начала XXI века: комплексная характеристика : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. В. Прядильникова; Самар. гос. ун-т. – Самара, 2007. – 18 с.
297. *Пряжникова, Е. Ю.* Проблема профессионального становления личности [Электронный ресурс] / Е. Ю. Пряжникова, Т. А. Егоренко // Соврем. зарубеж. психология. – 2012. – Т. 1, № 2. – Режим доступа: https://psyjournals.ru/files/52291/jmfp_2012_2_n10_Pryazhnikova.pdf. – Дата доступа: 20.06.2022.
298. *Пыж, А. М.* К вопросу о лингвистических особенностях современного медиадискурса [Электронный ресурс] / А. М. Пыж // Меридиан : науч. электрон. журн. – 2020. – № 5. – Режим доступа: <http://www.meridian-journal.ru/site/article?id=3150&pdf=1>. – Дата доступа: 20.06.2022.
299. *Радбиль, Т. Б.* Мифология языка Андрея Платонова / Т. Б. Радбиль. – Н. Новгород : Нижегород. гос. пед. ун-т, 1998. – 114 с.
300. *Растатуева, С. Г.* Репрезентация концепта «толерантность» в русском языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / С. Г. Растатуева. – Елец, 2008. – 173 л.
301. *Рахилина, Е. В.* Семантика или синтаксис?: к анализу частных вопросов в русском языке = Semantics or syntax?: answering WH-Questions in Russian / Е. В. Рахилина. – München : Sagner, 1990. – 206 с.
302. *Рахманова, Л. И.* Современный русский язык: Лексика. Фразеология. Морфология : учеб. пособие / Л. И. Рахманова, В. Н. Суздальцева. – М. : Моск. ун-т : ЧеРо, 1997. – 479 с.
303. *Резанова, З. И.* Трансформации советских стереотипов и мифологем в дискурсе региональных СМИ / З. И. Резанова // Яз. и культура. – 2008. – № 3. – С. 63–71.
304. *Репина, Л. П.* Концепция социальной и культурной памяти в современной историографии / Л. П. Репина // Феномен прошлого / отв. ред.: И. М. Савельева, А. В. Полетаев. – М., 2005 – С. 122–169.
305. *Рождественский, Ю. В.* Общая филология / Ю. В. Рождественский. – М. : Фонд «Новое тысячелетие», 1996. – 324 с.
306. *Романенко, А. П.* Советская словесная культура: образ риторика / А. П. Романенко. – 2-е изд., стер. – М. : УРСС, 2003. – 210 с.
307. *Романенко, А. П.* Советская словесная культура: образ риторика : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / А. П. Романенко ; Сарат. гос. ун-т. – Саратов, 2001. – 44 с.
308. *Романова, О. В.* Адресованность и интертекстуальность газетного интервью как жанра журналистского дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О. В. Романова ; Урал. гос. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 24 с.

309. *Романова, Т. В.* Толерантность и политкорректность: аналитический обзор современного состояния проблемы (лингвистический аспект) / Т. В. Романова // Полит. лингвистика. – 2015. – № 2. – С. 39–49.
310. *Ростовская, О. М.* Историческая память как объект социально-философского исследования : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / О. М. Ростовская. – Минск, 2019. – 125 л.
311. *Рыбалко, Е. Е.* Толерантность как принцип культурной политики: региональный аспект : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Е. Е. Рыбалко ; Краснодар. гос. ун-т культуры и искусств. – Краснодар, 2012. – 22 с.
312. *Саакян, Л. Н.* Эвфемия как прагмалингвистическая категория в дискурсивной практике непрямого речевого убеждения : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Л. Н. Саакян ; Гос. ин-т рус. яз. – М., 2010. – 23 с.
313. *Савельев, С. И.* Социальная политика советского государства в деревне 1917 г. – начала 1930-х гг.: на материалах Нижнего Поволжья : автореф. дис. ... д-ра ист. наук : 07.00.02 / С. И. Савельев ; Сарат. гос. аграр. ун-т. – Саратов, 2005. – 35 с.
314. *Самусевіч, В. М.* Беларускія СМІ ў лагасферы нацыянальнай культуры: лінгвістычны аспект : аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.01.10 / В. М. Самусевіч ; Беларус. дзярж. ун-т. – Мінск, 2003. – 21 с.
315. *Саржина, О. В.* Оскорбление словом (инвектива) как агрессивный дискурс / О. В. Саржина // Юрислингвистика. – 2007. – № 8. – С. 257–267.
316. *Сарычева, А. М.* Образ советской власти в центральных партийных изданиях в 1917–1927 гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А. М. Сарычева ; Моск. гос. ун-т. – М., 2019. – 17 с.
317. *Сафронов, А.* «Свой» и «чужие» / А. Сафронов // Свобод. мысль. – 2010. – № 11. – С. 97–112.
318. *Свитич, Л. Г.* Журнализм в системе глобальных информационно-креативных процессов : дис. ... д-ра филол. наук в форме науч. докл. : 10.01.10 ; 09.00.11 / Л. Г. Свитич. – М., 2002. – 84 л.
319. *Седов, К. Ф.* Агрессия и манипуляция в повседневной коммуникации / К. Ф. Седов // Юрислингвистика-6: инвективное и манипулятивное функционирование языка : межвуз. сб. науч. ст. / Алт. гос. ун-т ; отв. ред. Н. Д. Голев. – Барнаул, 2005. – С. 89–105.
320. *Селиверстова, С. Н.* Толерантность в системе культурных ценностей российских немцев : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / С. Н. Селиверстова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2015. – 23 с.
321. *Селютин, А. А.* Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве: на примере анализа текстов социальных сайтов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. А. Селютин ; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, 2008. – 21 с.

322. *Семейкин, Д. А.* Толерантность как фактор эффективной коммуникации : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.01 / Д. А. Семейкин ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т). – М., 2006. – 25 с.
323. *Семененко, И. С.* Политическая идентичность в контексте политики идентичности / И. С. Семененко // Политэкс. – 2011. – Т. 7, № 2. – С. 5–24.
324. *Серио, П.* Как читают тексты во Франции / П. Серио // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса : сб. ст. : пер. с фр. и португ. / предисл. Ю. С. Степанов ; общ. ред., вступ. ст. и коммент. П. Серио. – М., 1999(а). – С. 12–53.
325. *Серио, П.* Русский язык и советский политический дискурс: анализ номинализаций / П. Серио // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса : сб. ст. : пер. с фр. и португ. / предисл. Ю. С. Степанов ; общ. ред., вступ. ст. и коммент. П. Серио. – М., 1999(б). – С. 337–383.
326. *Сидельникова, Е. А.* Коммуникативно-прагматическая и переводческая специфика эвфемизации и дисфемизации в газетно-публицистическом экономическом дискурсе / Е. А. Сидельникова, С. В. Серебрякова. – Ставрополь : Сев.-Кавказ. федер. ун-т, 2016. – 175 с.
327. *Силантьев, И. В.* Газета и роман: риторика дискурсных смещений / И. В. Силантьев ; отв. ред. Ю. В. Шатин. – М. : Яз. слав. культуры, 2006. – 222 с.
328. *Сирипля, М. А.* Газетная перифрастика: факты и первые объяснения / М. А. Сирипля. – Костанай : Костан. фил. Челяб. гос. ун-та, 2010. – 219 с.
329. *Сиротинина, О. Б.* Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски / О. Б. Сиротинина. – Саратов : Сарат. гос. ун-т, 2013. – 114 с.
330. *Скляревская, Г. Н.* Метафора в системе языка / Г. Н. Скляревская ; отв. ред. Д. Н. Шмелев. – СПб. : Наука, 1993. – 151 с.
331. *Скорик, К. В.* Диалогизация художественного текста: типы и способы ее актуализации в англоязычной прозе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / К. В. Скорик ; Ленингр. гос. ун-т. – СПб., 2010. – 19 с.
332. *Скребнев, В. А.* Становление местной партийно-советской печати и рабочекоровского движения в Тамбовской губернии (1917–1928) : автореф. дис. ... канд. ист. наук : 07.00.02 / В. А. Скребнев ; Тамб. гос. ун-т. – Тамбов, 2006. – 23 с.
333. Словарь русского языка : в 4 т. / Акад. наук СССР, Ин-т языкознания ; редкол.: М. П. Алексеев [и др.]. – М. : Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1957–1961. – 4 т.
334. *Слышкин, Г. Г.* От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 125 с.

335. *Сметанина, С. И.* Медиа-тексте в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / С. И. Сметанина. – СПб. : Михайлов В. А., 2002. – 382 с.
336. *Солганик, Г. Я.* Автор как стилеобразующая категория публицистического текста / Г. Я. Солганик // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2001. – № 3. – С. 74–83.
337. *Солганик, Г. Я.* Введение / Г. Я. Солганик // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. – М., 2012. – С. 8–26.
338. *Солганик, Г. Я.* Лексика газеты: функциональный аспект : учеб пособие / Г. Я. Солганик. – М. : Высш. шк., 1981. – 112 с.
339. *Солганик, Г. Я.* О языке и стиле газеты [Электронный ресурс] / Г. Я. Солганик // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособие / Моск. гос. ун-т ; отв. ред. М. Н. Володина. – М., 2003. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#%D0%B7_01. – Дата доступа: 20.06.2022.
340. *Солдатова, Г. У.* Жить в мире с собой и другими: Тренинг толерантности для подростков / Г. У. Солдатова, Л. А. Шайгерова, О. Д. Шарова. – 2-е изд., стер. – М. : Генезис, 2001. – 112 с.
341. *Соловьева, М. А.* Имена существительные – номинации лиц по профессии и роду занятий в русском языке XXI века : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / М. А. Соловьева ; Владимир. гос. ун-т. – Великий Новгород, 2018. – 22 с.
342. *Соловьева, Н. В.* Толерантность в научной дискуссии: лингвостилистический аспект: на материале текстов научных дискуссий 1950–2000-х гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. В. Соловьева ; Перм. гос. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 22 с.
343. *Софронова, Н. В.* Толерантность как одно из условий развития современного общества: философский аспект / Н. В. Софронова // Формирование правовой, межнациональной, религиозной и профессиональной культуры современного специалиста : посвящ. 20-летию МАЭП : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Рязань, 5 февр. 2013 г. / Моск. акад. экономики и права ; Рязан. фил. ; редкол.: Е. В. Прысь (отв. ред.) [и др.]. – Рязань, 2013. – С. 180–184.
344. *Сталин, И. В.* Сочинения : [в 13 т.] / И. В. Сталин. – М. : Гос. изд-во полит. лит., 1946–1951. – Т. 13 : Июль 1930 – январь 1934. – 1951. – X, 423 с.
345. *Старостин, Б. А.* Ценности и ценностный мир : учеб. пособие / Б. А. Старостин. – М. : Спутник+, 2002. – 153 с.
346. *Степанов, Ю. С.* Альтернативный мир. Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца 20 века : сб. ст. / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания ; под ред. Ю. С. Степанова. – М., 1995. – С. 35–73.

347. *Степанов, Ю.* Константы: словарь русской культуры / Ю. Степанов. – 2-е изд, испр. и доп. – М. : Акад. проект, 2001. – 989 с.
348. *Степанова, Н. Г.* Межэтническая толерантность в современном российском обществе : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Н. Г. Степанова ; Барнаул. гос. пед. ун-т. – Барнаул, 2008. – 18 с.
349. *Стернин, И. А.* Коммуникативные аспекты толерантности / И. А. Стернин, К. М. Шилихина. – Воронеж : ИСТОКИ, 2001. – 135 с.
350. *Стернин, И. А.* Социальные факторы и публицистический дискурс / И. А. Стернин // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: человек и его дискурс : сб. науч. тр. / Ин-т языкознания Рос. акад. наук ; под ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной. – М., 2003. – С. 91–108.
351. *Стернин, И. А.* Толерантность и коммуникация / И. А. Стернин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 324–337.
352. *Сумина, Е. С.* Толерантность: от феномена к лингвокультурному концепту : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Е. С. Сумина ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2007. – 21 с.
353. *Супрун, А. Е.* Лекции по теории речевой деятельности : пособие / А. Е. Супрун. – Минск : Белорус. фонд Сороса, 1996. – 287 с.
354. *Супрун, А. Е.* Текстовые реминисценции как языковое явление / А. Е. Супрун // Вопр. языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.
355. *Сурикова, Т. И.* Журналист, аудитория, власть: лингвоэтические аспекты взаимодействия в политическом дискурсе СМИ / Т. И. Сурикова // Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика. – М., 2012. – С. 199–242.
356. *Таюпова, О. И.* Антропоцентричность текстов масс-медийного дискурса / О. И. Таюпова // Рос. гуманитар. журн. – 2018. – Т. 7, № 3. – С. 223–231.
357. *Телия, В. Н.* Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В. Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / Б. А. Серебренников [и др.] ; отв. ред. Б. А. Серебренников. – М., 1988. – С. 173–204.
358. *Теплов, В. П.* Словарь по экономической теории [Электронный ресурс] / В. П. Теплов. – Новосибирск : Рос. гос. торгово-экон. ун-т, Новосиб. фил., 2007. – Режим доступа: <https://economics.studio/teoriya-ekonomicheskaya/slovar-ekonomicheskoy-teorii-novosibirsk-rgteu.html>. – Дата доступа: 21.06.2022.
359. *Тер-Минасова, С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 261 с.
360. *Тикоцкий, М. Е.* Проблемы языка и стиля публицистического произведения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.642 / М. Е. Тикоцкий ; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 1972. – 54 с.

361. *Тимофеев, Л. И.* Основы теории литературы : учеб. пособие / Л. И. Тимофеев. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Просвещение, 1976. – 448 с.
362. *Титаренко, Л. Г.* Диалог культур и толерантность как ценностные координаты развития белорусского общества / Л. Г. Титаренко // Национальная философия в контексте современных глобальных процессов : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16–17 дек. 2010 г. / НАН Беларуси, Ин-т философии ; науч. ред. совет: А. А. Лазаревич (пред.) [и др.]. – Минск, 2011. – С. 233–236.
363. *Тишков, В. А.* Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии / В. А. Тишков. – М. : Наука, 2003. – 542 с.
364. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы : больш за 65 000 слоў / І. М. Бунчук [і інш.] ; пад рэд. М. Р. Суднікі, М. Н. Крыўко. – 4-е выд. – Мінск : Беларус. Энцыкл., 2005. – 783 с.
365. Толерантность / М. П. Мchedlov [и др.]. – М. : Республика, 2004. – 414 с.
366. Толерантность в мультикультурном обществе: региональный аспект / Е. Л. Кудрина [и др.]. – Кемерово : Кемер. гос. ун-т культуры и искусств, 2013. – 382 с.
367. Толерантность как культурная, политическая, лингвистическая проблема: анализ материалов СМИ и политического дискурса / Т. В. Романова [и др.]. – Н. Новгород : Деком, 2017. – 300 с.
368. Толковый словарь русского языка : в 4 т. / гл. ред.: Б. М. Волин, Д. Н. Ушаков ; под ред. Д. Н. Ушакова. – М. : Совет. энцикл., 1935–1940. – 4. т.
369. *Толочин, И. В.* Метафора и интертекст в англоязычной поэзии. Лингвостилистический аспект / И. В. Толочин. – СПб. : С.-Петерб. ун-т, 1996. – 96 с.
370. *Тория, Ж. Н.* Формирование российской гражданской идентичности у студенческой молодежи Карачаево-Черкесской Республики : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Ж. Н. Тория ; Ин-т гос. службы и упр., Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – М., 2019. – 30 с.
371. *Тренева, Т. В.* Корпоративная идентичность работника как составляющая его социальной идентичности / Т. В. Тренева // Преподаватель XXI века. – 2012. – Т. 2, № 1. – С. 400–404.
372. *Тубалова, И. В.* Отражение дискурсивно стабилизированных смыслов советского политического дискурса в словарях русского, украинского и белорусского языков / И. В. Тубалова, П. А. Молчанова, М. А. Наземцева // Русин. – 2017. – № 2. – С. 192–213.
373. *Тужилина, Ю. М.* Неоднородность как одна из основных характеристик масс-медийного дискурса / Ю. М. Тужилина // Вестн. Тамб. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. – 2011. – № 9. – С. 246–249.

374. *Узгорок, М. Ю.* Расширение сферы проявления патриотизма как культурной ценности: на материале современной белорусской культуры : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / М. Ю. Узгорок ; Гродн. гос. ун-т. – Гродно, 2013. – 23 с.
375. *Уолцер, М.* О терпимости / М. Уолцер ; пер. И. Мюрнберг ; общ. науч. ред. М. А. Абрамов. – М. : Идея-пресс : Дом интеллектуал. кн., 2000. – 159 с.
376. *Уфимцева, А. А.* Лексическое значение: принцип семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева. – 2-е изд., стер. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 239 с.
377. *Ушаков, Д. Н.* Большой толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков. – М. : Альта-Принт, 2007. – 1239 с.
378. *Фатеева, И. М.* Наименования профессий как социолингвистический фактор пополнения отраслевой терминосистемы / И. М. Фатеева // Филол. науки. Вопр. теории и практики. – 2018. – № 9, ч. 2. – С. 392–396.
379. *Федорова, С. А.* Толерантность как духовно-нравственное качество личности / С. А. Федорова // Тр. Брат. гос. ун-та. Сер.: Гуманитар. и соц. проблемы развития регионов Сибири. – 2012. – Т. 1, № 1. – С. 146–148.
380. *Фельдман, Д. М.* Терминология власти: Советские политические термины в историко-культурном контексте / Д. М. Фельдман. – М. : Форум, 2018. – 480 с.
381. *Филинский, А. А.* Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999–2000 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. А. Филинский ; Твер. гос. ун-т. – Тверь, 2002. – 15 с.
382. *Филиппова, Е. И.* Территория коллективной идентичности в современном французском дискурсе : автореф. дис. ... д-ра ист. наук : 07.00.07 / Е. И. Филиппова ; Ин-т этнологии и антропологии Рос. акад. наук. – М., 2010. – 51 с.
383. *Филлипс, Л.* Дискурс-анализ: теория и метод : пер. с англ. / Л. Д. Филлипс, М. В. Йоргенсен. – Харьков : Гуманитар. центр, 2004. – 334 с.
384. *Фирсова, М. А.* Когнитивно-дискурсивные параметры языковой агрессии в речи публичной языковой личности : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / М. А. Фирсова ; Астрах. гос. ун-т. – Астрахань, 2018. – 19 с.
385. *Формановская, Н. И.* Ритуалы вежливости и толерантность / Н. И. Формановская // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.]. – М., 2005. – С. 337–354.
386. *Фуко, М.* Археология знания = L'Archeologie du savoir : пер. с фр. / М. Фуко. – СПб. : Гуманитар. акад., 2004. – 412 с.
387. *Фурманова, С. Л.* Политическая корректность: постановка проблемы / С. Л. Фурманова, И. М. Компаниец, С. М. Теплякова // Вестн. Рос. гуманитар. науч. фонда. – 2015. – № 2. – С. 174–186.

388. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие = *Moralbewusstsein und kommunikatives handeln* / Ю. Хабермас ; пер. с нем., под ред. Д. В. Скляднева. – СПб. : Наука, 2000. – 377 с.
389. *Хазагеров, Г. Г.* Две возможности дискурсивной стилистики / Г. Г. Хазагеров // *Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты* / Е. А. Баженова [и др.] ; под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. – 3-е изд., стер. – М., 2016. – С. 116–127.
390. *Харченко, В. К.* Функции метафоры : учеб. пособие / В. К. Харченко. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 1992. – 87 с.
391. *Хомяков, М. Б.* Проблема толерантности в христианской философии : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.03 / М. Б. Хомяков. – Екатеринбург, 2000. – 334 л.
392. *Хорольский, В. В.* Медийность и научность: сиамские близнецы или дальние родственники? / В. В. Хорольский // *Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика.* – 2015. – № 1. – С. 42–51.
393. *Хутыз, И. П.* Особенности конструирования академического дискурса: ориентация на читателя/автора / И. П. Хутыз // *Вестн. Майкоп. гос. технол. ун-та.* – 2015. – № 1. – С. 77–82.
394. *Хутыз, И. П.* Солидаризация: характеристики феномена и уровни его реализации / И. П. Хутыз // *Язык. Текст. Дискурс.* – 2012. – № 10. – С. 176–180.
395. *Хуэйцинъ, Чж.* Риторический подход к изучению имиджа страны в дискурсе политического кризиса / Чж. Хуэйцинъ // *Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение : сб. ст. XXII Междунар. науч. конф., Москва, 30 янв. – 1 февр. 2019 г. / Гос. ин-т рус. яз. ; отв. ред. В. И. Аннушкин.* – М., 2019. – С. 228–233.
396. *Чайка, Л. В.* Типологія вербальних конфліктів в англomовному дискурсі: поліпарадигмальний аспект : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 / Л. В. Чайка ; Київ. нац. лінгв. ун-т. – Київ, 2019. – 34 с.
397. *Чекунова, М. А.* Процессуальная диалогичность в контексте речевых особенностей политико-административного сетевого медиадискурса / М. А. Чекунова // *Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика.* – 2017. – Т. 14, № 1. – С. 36–40.
398. *Чернейко, Л. О.* Лингвофилософский анализ абстрактного имени / Л. О. Чернейко. – Изд. 2-е, перераб. – М. : URSS : Либроком, 2010. – 265 с.
399. *Черных, В. Ю.* Аксиология современной отечественной истории: социально-философский анализ : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / В. Ю. Черных ; Перм. гос. техн. ун-т. – Пермь, 2000. – 38 с.

400. *Чернышова, Л. Д.* Аксиологические основания тоталитарной культуры : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Л. Д. Чернышова ; Комсомол.-на-Амуре гос. техн. ун-т. – Комсомольск-на-Амуре, 2012. – 26 с.
401. *Чернышова, Т. В.* Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России / Т. В. Чернышова ; науч. ред. Н. Д. Голева. – Изд. стер. – М. : URSS : Либроком, 2016. – 290 с.
402. *Чернявская, В. Е.* Интерпретация научного текста : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – СПб. : Наука, 2004. – 127 с.
403. *Чернявская, В. Е.* Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : URSS : Либроком, 2009. – 245 с.
404. *Черняк, Н. И.* Интернационализм – это единство и солидарность / Н. И. Черняк. – М. : Моск. рабочий, 1983. – 136 с.
405. *Чжао, А.* Диалогизация монологического текста как средство воздействия на читателя: на материале публицистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А. Чжао ; Моск. гос. ун-т. – М., 1993. – 25 с.
406. *Чистая, С. Ф.* Фактор проксемики в диалогическом измерении публицистического текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С. Ф. Чистая. – Минск, 2004. – 110 л.
407. *Чокою, А.-М.* Интертекстуальность как ведущая черта современного газетного текста / А.-М. Чокою // Вестн. Моск. ун-т. Сер. 9, Филология. – 2007. – № 4. – С. 115–120.
408. *Чудинов, А. П.* Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с.
409. *Чудинов, А. П.* Очерки по современной политической метафорологии / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – 176 с.
410. *Чудинов, А. П.* Политическая лингвистика : учеб. пособие / А. П. Чудинов. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 252 с.
411. *Шалин, В. В.* Толерантность: культурная норма и политическая необходимость: социально-философский анализ : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / В. В. Шалин ; Рост. гос. ун-т. – Ростов н/Д, 2000. – 69 с.
412. *Шамликашвили, Ц. А.* Введение в диалогику / Ц. А. Шамликашвили, Е. С. Никитина. – М. : Межрегион. центр упр. и полит. консультирования, 2011. – 239 с.
413. *Шамсутдинова, Е. Ю.* Толерантность как коммуникативная категория: лингвистический и лингводидактический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. Ю. Шамсутдинова ; Гос. ин-т рус. яз. – М., 2006. – 24 с.

414. *Шаповалова, Т. А.* Коммуникативная категория толерантности и ее реализация в современном политическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Т. А. Шаповалова ; Саратов. гос. ун-т. – Саратов, 2013. – 22 с.
415. *Шапошников, В. Н.* Русская речь 1990-х. Современная Россия в языковом отображении / В. Н. Шапошников. – М. : МАЛП, 1998. – 243 с.
416. *Шарифуллин, Б. Я.* Речевая инвектива на randevу лингвистики и юриспруденции: Pro et contra / Б. Я. Шарифуллин // Юрислингвистика. – 2005. – № 6. – С. 111–119.
417. *Шачкова, И. Ю.* Семантика «ключевых слов эпохи»: эпоха Т. Блэра, 1997–2007 : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / И. Ю. Шачкова ; Нижегород. гос. ун-т. – Н. Новгород, 2008. – 18 с.
418. *Шведова, Н. Ю.* Очерки по синтаксису русской разговорной речи / Н. Ю. Шведова. – М. : Изд-во Акад. наук СССР, 1960. – 377 с.
419. *Шевченко, И. С.* Дискурс и его категории / И. С. Шевченко // Язык. Текст. Дискурс. – 2012. – № 10. – С. 64–72.
420. *Шевченко, И. С.* Этюды об интердискурсивности / И. С. Шевченко // Записки з романо-германської філології : зб. наук. пр. / Одес. держ. ун-т. – Одеса, 2015. – Вип. 1. – С. 189–195.
421. *Шейгал, Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 326 с.
422. *Шестерина, А. М.* Полемика в сетевых СМИ: современное состояние и перспективы / А. М. Шестерина // Вестн. Тамб. гос. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. – 2002. – № 4. – С. 92–96.
423. *Шестерина, А. М.* Полемический текст в современной прессе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / А. М. Шестерина ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2004. – 40 с.
424. *Шипилов, А. В.* «Свой», «чужие» и другие / А. В. Шипилов. – М. : Прогресс-Традиция, 2008. – 566 с.
425. *Шкудунова, Ю. В.* Экспликация понятий «солидарность» и «солидаризация» / Ю. В. Шкудунова // Фундам. исслед. – 2015. – № 2, ч. 18. – С. 4118–4122.
426. *Шляхов, В. И.* Иносказания в русском речевом взаимодействии методы, приемы, результаты : метод. пособие / В. И. Шляхов, Л. Н. Саакян, Н. Н. Толстова. – М. : Рус. яз. Курсы, 2014. – 187 с.
427. *Шмелев, А. Д.* Терпимость в русской языковой картине мира / А. Д. Шмелев // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / М. Б. Хомяков [и др.] ; отв. ред.: Н. А. Купина, М. Б. Хомяков. – М., 2005. – С. 111–124.

428. *Шмелева, Т. В.* Жанр в современной медиасфере [Электронный ресурс] / Т. В. Шмелева // Медийное речеведение : сб. ст. / Т. В. Шмелева. – [СПб., 2012]. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/58919332-T-v-shmeleva-mediynoe-rechevedenie-sbornik-statey.html>. – Дата доступа: 22.06.2022.
429. *Шмелева, Т. В.* Ключевые слова текущего момента / Т. В. Шмелева // Collegium. – 1993. – № 1. – С. 33–41.
430. *Шнейдер, Л. Б.* Профессиональная идентичность / Л. Б. Шнейдер. – М. : Моск. открытый соц. ун-т, 2001. – 272 с.
431. *Шумкова, Н. В.* Эволюция представлений о солидарности как социальном конструкте в контексте социологического дискурса / Н. В. Шумкова // VI Сухаревские чтения. Трансформация социальных отношений в региональном социуме : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Саранск, 12 окт. 2016 г. / Нац. исслед. Морд. гос. ун-т, Науч. центр соц.-экон. мониторинга, Науч.-исслед. ин-т регионологии. – Саранск, 2016. – С. 55–58.
432. *Щербинина, Ю. В.* Речевая агрессия. Территория вражды / Ю. В. Щербинина. – М. : Форум, 2012. – 397 с.
433. *Эйзенштейн, С.* Монтаж / С. Эйзенштейн ; сост., авт. предисл., коммент. Н. И. Клейман. – М. : Музей кино, 2000. – 591 с.
434. *Эко, У.* Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко ; пер.: А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник. – СПб. : Петрополис, 1998. – 432 с.
435. *Эриксон, Э. Г.* Идентичность: юность и кризис : пер. с англ. / Э. Г. Эриксон. – М. : Прогресс, 1996. – 344 с.
436. *Юдина, О. И.* Аксиологический аспект этнической толерантности [Электронный ресурс] / О. И. Юдина // Соврем. проблемы науки и образования. – 2014. – № 4. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=13851>. – Дата доступа: 22.06.2022.
437. *Южакова, Ю. В.* Толерантность массово-информационного дискурса идеологической направленности : дис. ... канд. филол. наук : 10 02.19 / Ю. В. Южакова. – Челябинск, 2007. – 203 л.
438. *Юсупова, А. М.* Стереотип «Человек труда» в региональном публицистическом дискурсе / А. М. Юсупова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2014. – № 26. – С. 148–151.
439. Языковая номинация: общие вопросы / А. А. Уфимцева [и др.] ; отв. ред.: Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1977. – 359 с.
440. *Якоба, И. А.* Когнитивно-коммуникативная параметризация медийного дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / И. А. Якоба. – Иркутск, 2020. – 399 л.

441. *Acosta-Alzuru, C.* All you will see is the one you once knew: portrayals from the Falklands/Malvinas war in US and Latin American newspapers / C. Acosta-Alzuru, E. P. Lester-Roushanzamir // Journalism & Communication Monogr. – 2000. – Vol. 1, № 4. – P. 301–345.
442. *Beaugrande, D. R.-A. de.* Einführung in die Textlinguistik / D. R. de Beaugrande, W. Dressier. – Tübingen : Niemeyer, 1981. – 290 S.
443. *Berger, P. L.* The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge / P. L. Berger, T. Luckmann. – London [etc.] : Penguin Books, 1966. – 249 p.
444. *Bolinger, D.* Language: the loaded weapon. The use and abuse of language today / D. Bolinger. – London ; New York : Longman, 1994. – 224 p.
445. *Bourdieu, P.* Language and symbolic power / P. Bourdieu ; ed. J. B. Thompson ; transl.: G. Raymond, M. Adamson. – Cambridge : Harvard Univ. Press, 1991. – 302 p.
446. *Chase, S.* The tyranny of words / S. Chase. – New York : Harcourt, 1938. – 396 p.
447. *Chen, X.* Justice, humanity and social toleration / X. Chen. – Lanham : Lexington Books, 2008. – 184 p.
448. *Chilton, P.* Discourse and politics / P. Chilton, Chr. Schäffner // Discourse studies: a multidisciplinary introduction : in 2 vol. / ed. T. A. van Dijk. – London, 1997. – Vol. 2 : Discourse as social interaction. – P. 206–230.
449. *Chomsky, N.* Language and politics / N. Chomsky. – Montreal : Black Rose Books, 1988. – 779 p.
450. *Curticepean, A.* “Are you Hungarian or Romanian?” On the study of national and ethnic identity in Central and Eastern Europe / A. Curticepean // Identities, nations and politics after communism / ed. R. E. Kanet. – London ; New York, 2016. – P. 5–21.
451. *Demker, M.* Colonial power and national identity: Pierre Mendès France and the history of french decolonisation / M. Demker. – Stockholm : Santerus Acad. Press, 2008. – 155 p.
452. *Dennis, J. P.* Gazing at the black teen: con artists, cyborgs and sycophants / J. P. Dennis // Media, Culture a. Soc. – 2009. – Vol. 31, № 2. – P. 179–195.
453. *Dijk, T. A. van.* Discourse and power / T. A. van Dijk. – New York : Palgrave Macmillan, 2008. – 308 p.
454. *Dijk, T. van.* Discourse analysis as ideology analysis / T. van Dijk // Language and peace / ed.: C. Schäffner, A. L. Wenden. – Amsterdam, 1999. – P. 17–33.
455. *Fairclough, N.* Discourse and social change / N. Fairclough. – Cambridge : Polity Press, 1994. – 259 p.

456. *Fairclough, N.* Media discourse / N. Fairclough. – London : Bloomsbury Academic, 1995. – 214 p.
457. *Fiedler, E.* America in close-up / E. Fiedler, R. Jansen, M. Norman-Risch. – Harlow : Longman, 2001. – 284 p.
458. *Hall, E. W.* What is value?: an essay in philosophical analysis / E. W. Hall. – London : Routledge, 2001. – 272 p.
459. *Hayakawa, S. I.* Language in thought and action / S. I. Hayakawa, A. R. Hayakawa. – 5th ed. – San Diego : Harcourt Brace & Co, 1992. – 196 p.
460. *Jorgensen, M. V.* Discourse analysis as theory and method / M. V. Jorgensen, L. Phillips. – London : SAGE, 2002. – 229 p.
461. *Kołtan, J.* Afterword: what solidarity of the future? / J. Kołtan // Solidarity and the crisis of trust / S. Avineri [et al.] ; ed. J. Kołtan. – Gdansk, 2016. – P. 133–143.
462. *Lakoff, R. T.* Talking power: the politics of language / R. T. Lakoff. – Glasgow : Harper Collins, 1990. – 324 p.
463. *Leech, G. N.* Semantics / G. N. Leech. – Harmondsworth : Penguin Books, 1977. – 386 p.
464. *Lerbinger, O.* The crisis manager: facing risk and responsibility / O. Lerbinger. – New Jersey : Lawrence Erlbaum Assoc., 1997. – 384 p.
465. *Lutz, W.* Doublespeak / W. Lutz. – New York : Harper & Row, 1989. – 290 p.
466. *Lutz, W.* The new doublespeak: why no one knows what anyone's saying anymore / W. Lutz. – New York : Harper Collins Publ., 1996. – 244 p.
467. *McCraw, B. W.* Appeal to the people / B. W. McCraw // Bad arguments: 100 of the most important fallacies in western philosophy / ed.: R. Arp, S. Barbone, M. Bruce. – Oxford, 2019. – P. 112–114.
468. *Newsom, D.* This is PR: the realities of public relations / D. Newsom, A. Scott, J. V. Turk. – 5th ed. – Belmont : Wadsworth Publ. Co, 1993. – 615 p.
469. *Orwell, G.* Politics and the English language / G. Orwell // Exploring language / ed. G. Goshgarian. – 10th ed. – New York, 2004. – P. 163–174.
470. *Rebes, M.* Tolerance versus humanism – Andrzej Modrzewski / M. Rebes // European ideas on tolerance / ed.: G. Naschert, M. Rebes. – Krakow, 2009. – P. 47–61.
471. *Tajfel, H.* Human groups and social categories: studies in social psychology / H. Tajfel. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1981. – 369 p.
472. *Taylor, A.* Solidarity: obligations and expressions [Electronic resource] / A. Taylor // J. of Polit. Philosophy. – 2015. – Vol. 23, № 2. – Mode of access: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jopp.12035>. – Date of access: 23.06.2022.

473. *Themistoklis, T.* Solidarity as a principle of international law: its application in consensual intervention / T. Themistoklis // Groningen J. of Intern. Law. – 2018. – Vol. 6, № 2. – P. 333–359.
474. *Thompson, J. B.* Ideology and modern culture: critical social theory in the era of mass communication / J. B. Thompson. – Cambridge : Polity Press, 1990. – 362 p.
475. *Utzinger, A.* Identities and institutions beyond the nation state / A. Utzinger. – Zürich : Univ. Zürich, 2009. – 325 p.
476. *Young, J. W.* Totalitarian language: Orwell's newspeak and its nazi and communist antecedents / J. W. Young. – London : Univ. Press of Virginia, 1991. – 316 p.
477. *Yu Shi.* Re-evaluating the 'alternative' role of ethnic media in the US: the case of Chinese-language press and working-class women readers / Yu Shi // Media, Culture a. Soc. – 2009. – Vol. 31, № 4. – P. 597–616.

Научное издание

Биюмена Анна Александровна

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ
ПЕЧАТНОГО МЕДИАДИСКУРСА**

Ответственный за выпуск *А. А. Биюмена*

Ст. корректор *С. О. Иванова*
Компьютерная верстка *Е. А. Запеко*

Подписано в печать 27.12.2022 г. Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография. Усл.-печ. л. 15,34. Уч.-изд. л. 17,33. Тираж 100 экз. Заказ 64.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 10.07.2020 г.
Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.