

Библиографические ссылки

1. *Абрамова Є.Ю.* Граматична організація та комунікативна сутність компліменту в англомовному художньому діалозі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Абрамова Євгенія Юріївна. Одеса, 2015. 229 с.
2. *Клюев Е.В.* Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия. М., 2002. С. 18–19.
3. *Brown P.* Universals in Language Usage: Politeness Phenomena / P. Brown, S. Levinson // Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction. London : Longman, 1988. 191 p.
4. *Leech G.* Principles of Pragmatics / G. Leech. London: Longman, 1983. 250 p.
5. *Goffman E.* The Presentation of Self in Everyday Life / E. Goffman. Garden City : Doubleday Anchor Books, 1959. 215 p.
6. *Edmonds Ph.* Don't Forget about the Threat of Manipulation / Ph. Edmonds // Meridian. New York, 1998. P. 42.
7. *Malinovski B.* The Problem of Meaning in Primitive Languages / B. Malinovski // The Meaning of Meaning: [ed. by C. Ogden and I. Richards]. 9th edition. New York : Mariner Books, 1989. P. 302–352.
8. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон// Структурализм: «за» и «против». М. : Прогресс, 1975. 333 с.

М. В. Драздоў (Мінск, Беларусь)

МОЎНЫ ВОБРАЗ ЗША Ў БЕЛАРУСКІХ І БРЫТАНСКІХ СМІ

Пры дапамозе кантэкстуальнага аналізу лексічных адзінак у артыкуле выяўляецца моўны вобраз ЗША ў беларускіх і брытанскіх СМІ і праводзіцца яго параўнальны аналіз, інтэрпрэтуюцца выяўленыя адрозненні. Таксама праводзіцца параўнальны аналіз лексічнага значэння моўнай адзінкі *Злучаныя Штаты Амерыкі* і прагматычнага значэння дадзенай адзінкі ў дыскурсе СМІ. Даюцца рэкамендацыі па практычным выкарыстанні вынікаў даследавання.

Ключавыя словы: *ЗША, Беларусь, Вялікабрытанія, вобраз ЗША, лексічная адзінка, суб'ект, аб'ект*

Неад'емнай часткай сучаснага падыходу да вывучэння замежнай мовы з'яўляецца сацыякультурны кампанент. Паспяхова камунікацыя мае патрэбу ў міжкультурнай дасведчанасці. Так, мэтай вучэбнай дысцыпліны «Мова сродкаў масавай інфармацыі» для спецыяльнасці «Сучасныя замежныя мовы» з'яўляецца фарміраванне і развіццё полікультурнай, шматмоўнай асобы, здольнай выкарыстоўваць інфармацыйныя і моўныя рэсурсы СМІ для ажыццяўлення міжкультурнай камунікацыі, прафесійнай дзейнасці ў адукацыйнай, навуковай і сацыяльнай сферах.

Асноўнымі сацыякультурнымі кампанентамі для тых, хто вывучае

англійскую мову ў Беларусі з'яўляюцца культура ЗША і Вялікабрытаніі. У сувязі з гэтым, для павышэння эфектыўнасці выкладання курсу «Мова сродкаў масавай інфармацыі» ўяўляецца актуальным даследаваць моўны вобраз ЗША як стандартызаваны і ўстойлівы вобраз, які працэдуруецца СМІ на масавую свядомасць, з аднаго боку, а таксама як вобраз, ўкаранёны ў свядомасці атрымальніка інфармацыі, з іншага боку.

Лексічнае значэнне словазлучэння *Злучаныя Штаты Амерыкі* ўключае ў сябе наступныя прыкметы: федэратыўная рэспубліка ў Паўночнай Амерыцы, якая складаецца з 50 штатаў і акругі Калумбія; насельніцтва – 324 459 463 (2017 г.); плошча – 9 518 323 кв. км.; сталіца – Вашынгтон; мова – пераважна англійская; рэлігія – пераважна хрысціянства; валюта – долар; вялікая разнастайнасць фізічнага асяроддзя і насельніцтва; найбуйнейшая эканамічная дзяржава ў свеце [1, 2]. Аднак, наколькі дадзенае значэнне адпавядае вобразу ЗША, канструяванаму ў СМІ?

Для дасягнення пастаўленай задачы намі быў праведзены кантэкстуальны аналіз лексічных адзінак у артыкулах беларускіх і брытанскіх СМІ. На наш погляд, уяўляе цікавасць, ці з'яўляецца вобраз ЗША аднолькавым для розных нацый, ці ён адрозніваецца, і калі так, то наколькі і па якіх прычынах?

У англійскай мове асновай для аналізу паслужылі імя ўласнае *the United States of America* і яго сінонімы – *the United States, USA, US, America*. У рускай мове – *Злучаныя Штаты Амерыкі, Злучаныя Штаты, Штаты, ЗША, Амерыка*.

Матэрыялам для даследавання вобразу ЗША ў беларускіх СМІ паслужылі 100 артыкулаў з друкаваных выданняў «Свабодныя навіны плюс» і «Беларусь сёння» за 2018 г.

Праведзены аналіз паказаў, што ў беларускіх СМІ ЗША пераважна намінуюцца як ЗША (87% выпадкаў). Разам з гэтым, для намінацыі ЗША выкарыстоўваюцца такія лексічныя адзінкі, як *Вашынгтон, Захад, Злучаныя штаты, Штаты* а таксама *галоўная звышдзяржава і вялікая дзяржава*. У беларускіх СМІ ЗША характарызуюцца прыметнікамі *ўплывовы, магутны, дзейсны і рэлігійны*.

У 38% выпадкаў ЗША выступаюць у ролі вызначэння, у 32% – суб'екта дзеяння, у 16% – аб'екта дзеяння, у 14% – месца дзеяння. Аналізуючы словазлучэння з лексічнай адзінкай ЗША ў ролі вызначэння можна вылучыць тры найбольш частотныя групы:

- войскі ЗША (*Сухпутныя войскі ЗША, ВПС ЗША, узброеныя сілы ЗША, ваеннае будаўніцтва ЗША, дывізіі ЗША*),
- долар ЗША (*коштам 1 мільён долараў ЗША, гадавыя ў доларах ЗША, сярэдні заробак у доларах ЗША, дэпазіты ў доларах ЗША, выплаты па крэдыце ў доларах ЗША*),

• ўрад ЗША (*пасол ЗША, дзяржаўны сакратар ЗША, часовы павераны ў справах ЗША ў Беларусі, амбасада ЗША ў Мінску, дыпламаты ЗША, прэзідэнт ЗША*).

У якасці суб'екта дзеяння ў Беларускіх СМІ ЗША найбольш часта ўводзяць санкцыі, выказваюць незадаволенасць (асуджаюць, абвінавачваюць), размяшчаюць і пастаўляюць зброю, пагражаюць свету, супернічаюць за ўплыў. Сярод лексічных адзінак, якія выказваюць дзеянні ЗША, найбольш часта ўжываюцца такія дзеясловы, як *прыстрашыць* (напрыклад, *прыстрашыўшы ў адваротным выпадку больш ня стрымліваць, ЗША прыгразілі ўжываннем сілы, прыстрашыць увядзеннем новых санкцый і г.д.*), *папрабаваць* (*папрабаваць адмовіцца, ЗША запатрабавалі згарнуць ядзерную праграму і г.д.*), *стрымліваць* (*стрымліваць ў выпадку канфлікту, стрымліваць Ізраіль на Блізкім Усходзе і г.д.*).

Калі казаць пра ЗША як аб'ект дзеяння, то з *ЗША супрацоўнічаюць, ЗША баяцца, у ЗША эмігруюць*.

Аналіз згадкі ЗША як месца дзеяння не выявіў выразных тэндэнцый.

Такім чынам, у беларускіх друкаваных СМІ мадэлюецца вобраз ЗША як звышдзяржавы, якая супернічае за ўплыў у свеце, выказвае незадаволенасць іншымі дзяржавамі, уводзіць супраць іх санкцыі, а таксама пагражае свету, размяшчаючы свае ўзброеныя сілы ў іншых краінах або пастаўляючы ім зброю. Разам з гэтым іншыя краіны баяцца ЗША, жадаюць з імі супрацоўнічаць, а іх грамадзяне эмігруюць у ЗША. Долар ЗША з'яўляецца надзейнай валютай.

Варта адзначыць, што большасць артыкулаў беларускіх друкаваных СМІ, у якіх згадваюцца ЗША, належаць да вобласці палітыкі і эканомікі. У артыкулах, якія носяць культурны і спартыўны характар ЗША практычна не фігуруюць. Таксама ў артыкулах грамадска-сацыяльнага плана ЗША згадваюцца досыць рэдка.

Матэрыялам для даследавання вобразу ЗША ў брытанскіх СМІ паслужылі 100 артыкулаў з такіх друкаваных выданняў як *The Guardian, The Independent, The Financial Times* за 2018 г.

У брытанскіх СМІ ЗША намінуюцца як *the US* (55% выпадкаў), *the USA* (26%), *America* (11%), *Americans* (5%) і зрэдку як *the United States, the United States of America*. У брытанскіх публікацыях ЗША характарызуюцца прыметнікамі *strong, powerful*. Часцей за ўсё ўжываецца прыметнік *American*. Таксама можна прасачыць ўжыванне прыметнікаў у найвышэйшай ступені: *the richest, the most technologically advanced*, што паказвае на відавочную перавагу гэтай дзяржавы над іншымі краінамі. У цэлым у англійскіх СМІ, таксама як і ў беларускіх, лексічныя адзінкі, якія характарызуюць ЗША ўжываюцца не часта.

У 60% выпадкаў ЗША выступаюць у ролі вызначэння, у 11% – суб’екта дзеяння, у 11% – аб’екта дзеяння, у 18% – месца дзеяння. Аналізуючы словазлучэння з лексічнай адзінкай ЗША ў ролі вызначэння можна вылучыць шэсць найбольш частотных груп:

- мяжа ЗША і іміграцыя (*the US border, the US-Mexican border, immigration, refugees*),
- спорт (*US Open, the US curling team, the US Olympic Committee, the US PGA Championship, the USA gold medalists, USA Gymnastics, USA Swimming, USA Hockey, USA Cycling, USA women's hockey team, the USA Olympic Gymnastics*),
- ўрад ЗША (*the US government, the US president, US, politicians, the US Department of State*),
- гандаль (*the US Trade Representative, the US economy, the US Chamber of Commerce, a US trading partner, US goods, Turning Point USA, McDonald's USA, Hologram USA, Virgin Trains USA*),
- судовая сістэма ЗША (*the US Supreme Court, a US District court, a US district judge, the US Attorney's office, US law*),
- войскі ЗША (*the US military, US intelligence agencies, US troops*).

У якасці суб’екта дзеяння ў брытанскіх СМІ ЗША найбольш часта ўводзяць санкцыі і пошліны (*impose sanctions / tariffs / levies, blacklist people and entities*) і змагаюцца з іміграцыяй (*deny visas, deny entry, keep refugees out, return asylum seekers*).

Калі казаць пра ЗША як аб’ект дзеяння, то з ЗША супернічаюць у спорце (*England vs USA*) і ЗША выкарыстоўваюць (*take advantage of, take from, impose tariffs*).

Калі казаць пра ЗША як месца дзеяння, то ў ЗША змагаюцца з іміграцыяй і забіваюць амерыканцаў (*extremist murders, domestic terrorism, Americans killed by a gun*).

Такім чынам, у брытанскіх друкаваных СМІ мадэлюецца вобраз ЗША як найбуйнейшай эканамічнай дзяржавы, якая ў працэсе гандлю з іншымі краінамі ўводзіць рознага роду эканамічныя санкцыі, паколькі тыя спрабуюць злоўжываць гандлёвымі адносінамі з ЗША. Ключавымі праблемамі для ЗША з’яўляюцца іміграцыя і ахова сваіх межаў. Таксама брытанскія СМІ акцэнтуюць увагу на праблеме валодання і выкарыстання агнястрэльнай зброі ў ЗША, якая звязаная з штогадовай гібеллю тысяч амерыканцаў. США – супернік Вялікабрытаніі ў спорце.

У адрозненне ад беларускіх артыкулаў, па сваёй тэматыцы артыкулы брытанскіх друкаваных СМІ, якія закранаюць ЗША, маюць не толькі палітычны і эканамічны, але таксама і грамадскі, культурны і спартыўны характар.

Праведзенае даследаванне дэманструе, што вобраз ЗША ў беларускіх і брытанскіх СМІ істотна адрозніваецца, што сведчыць аб розным ўспрыманні ЗША ў беларускай і брытанскай культурах.

1. У беларускай культуры ўспрыманне ЗША як суб'екта і аб'екта дзеяння істотна мацней, чым у Вялікабрытаніі – 48% згадак супраць 22% адпаведна. На наш погляд, у дадзеным выпадку мы назіраем прыклад **гістарычнага адрознення паміж сацыялізмам і капіталізмам**. Беларусы, як постсавецкае таварыства, па-ранейшаму персаніфікуюць дзяржаву, надзяляючы яе вядучай роляй у сваім жыцці. У Вялікабрытаніі ж, з яе традыцыйнай капіталістычнай сістэмай, адной з асноўных каштоўнасцяў з'яўляецца індывідуалізм, які ставіць на першае месца свабоду і індывідуальныя здольнасці асобнага індывіда як незалежнай адзінкі грамадскай свядомасці. Менавіта таму, на наш погляд, у 60% выпадкаў мы назіраем выкарыстанне моўнай адзінкі *ЗША* ў ролі вызначэння: *the US president, the US government, the US congress, US politicians, the US Department of State, a US district court, US Attorney's Office, the US Supreme Court, a US attorney, a US district judge, the US Chamber of Commerce, the US Trade Representative, the US curling team, the US Olympic Committee, the US Department for Transportation, the US military, US intelligence agencies, US troops, the US embassy, the US press, the US National Science Foundation, US farmers* і г.д.

2. У беларускай культуры ЗША ў першую чаргу асацыююцца з **ваеннай пагрозай і доларам ЗША**. На наш погляд, прычынай гэтага з'яўляецца памяць беларусаў пра халодную вайну паміж ЗША і СССР, часткай якога Беларусь была да здабыцця сваёй незалежнасці. Да гэтага часу беларуская прэса часта ўспамінае мінулае: параўноўвае колькасць ваеннаслужачых у СССР і ЗША, згадвае выдаваўшыся ў СССР брашуру «Адкуль зыходзіць пагроза свету» ў сувязі з фактамі ваеннага будаўніцтва ЗША, называе беларускія нафтаперапрацоўчыя заводы спадчынай «халоднай вайны» паміж СССР і ЗША і г.д.

Што тычыцца долара ЗША, то ён з'яўляецца ў Беларусі найчасцей выкарыстоўваемай і ліквіднай замежнай валютай, доля аперацый з якой высокая. Да курсу долара ЗША прывязаныя цэны, зарплаты, выплаты, стаўкі і г.д.

У Вялікабрытаніі ж ЗША ў першую чаргу асацыююцца з **іміграцыяй, спортам, гандлем і судовай сістэмай**.

На наш погляд, прычынай гэтага з'яўляецца той факт, што як і для ЗША, іміграцыя і ахова межаў з'яўляюцца надзённымі праблемамі для Вялікабрытаніі. Так, рост іміграцыі з краін усходняй і паўднёвай Еўропы стаў адной з прычын рашэння Вялікабрытаніі выйсці з Еўрапейскага саюза. Па законах Еўрапейскага саюза Вялікабрытанія не можа забараніць грамадзянам ЕС жыць і працаваць у Вялікабрытаніі.

Што тычыцца спорту, то на сённяшні дзень ЗША з'яўляюцца галоўным супернікам Вялікабрытаніі ў спорце. Так, дадзеныя медальнага заліку XXXI летніх Алімпійскіх Гульняў у Рыа-дэ-Жанейра (2016 г.) паказваюць, што ЗША займаюць першы радок у заліку, а Вялікабрытанія – другі. У параўнанні, Беларусь займае саракавы радок.

Таксама ЗША з'яўляюцца адным з асноўных гандлёвых партнёраў Вялікабрытаніі. Па выніках студзеня-жніўня 2018 г. у тавараабароту з Вялікабрытаніі ЗША саступалі толькі Нямеччыне. Іх доля ў агульным тавараабароце Вялікабрытаніі склала 10%. У параўнанні, у 2018 годзе ЗША з'яўляліся дзесятым гандлёвым партнёрам Беларусі, а іх доля ў агульным тавараабароце Рэспублікі Беларусь склала 1%.

Што тычыцца судовай сістэмы ЗША, то яна, будучы незалежнай, захоўвае прававую агульнасць з судовай сістэмай Вялікабрытаніі. Прававыя сістэмы Вялікабрытаніі і яе былых калоній, у тым ліку і ЗША, складаюць англа-амерыканскую прававую сістэму (*the Anglo-American legal system*). У іх аснове ляжыць агульнае права Англіі.

Такім чынам, мы бачым, што лексічнае значэнне моўнай адзінкі *Злучаныя Штаты Амерыкі* істотна адрозніваецца ад прагматычнага значэння дадзенай адзінкі ў дыскурсе СМІ.

На наш погляд, выяўленыя этнакультурныя асаблівасці могуць быць карыснымі пры распрацоўцы тэматычнага плана і вызначэння зместу вучэбнага матэрыялу па вучэбнай дысцыпліне «Мова сродкаў масавай інфармацыі» для спецыяльнасці «Сучасныя замежныя мовы», а таксама пры ўдасканаленні прафесійнай кампетэнцыі спецыялістаў, якія выкладаюць дадзеную дысцыпліну.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/united-states-of-america> (дата звароту: 08.04.2019)
2. Encyclopaedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/place/United-States> (дата звароту: 08.04.2019)

О.В. Казмирова (Витебск, Беларусь)

ТЕМАТИЧЕСКАЯ И ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЖУРНАЛА КАК ГИПЕРЖАНРА

Статья посвящена вопросам, касающимся функционирования англоязычного общественно-политического журнала, который получил значительное распространение в современном медиапространстве. В частности, рассматривается проблема речеванровой характеристики цифрового журнала, который представлен