

4. Pearsall, J; Trumble, B. The Oxford English Reference Dictionary (second edition) / J. Pearsall, B. Trumble. – Oxford New York: OXFORD UNIVERSITY PRESS, 1996. – 1765 с.
5. Беларуская міфалогія: энцыклапед. слоўн. / С. Санько [і інш.]; склад. І. Клімковіч. – 2-ое выд., дап. – Мінск: Беларусь, 2006. – 599 с.
6. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы пад рэдакцыяй К.К. Атраховіча (Кандрата Крапівы): у 6 тамах. – Мінск: Галоўная рэдакцыя беларускай савецкай энцыклапедыі, 1980. – Т. 4 – 767 с.
7. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы пад рэдакцыяй К.К. Атраховіча (Кандрата Крапівы): у 6 тамах. – Мінск: Галоўная рэдакцыя беларускай савецкай энцыклапедыі, 1979. – Т. 3 – 672 с.

УДК 655.535.52=111

МЕТАФОРА В ЗАГОЛОВОЧНОМ КОМПЛЕКСЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

О. П. КАЗАКОВА

Полоцкий государственный университет, Новополоцк

Рассмотрены структура, виды и функции в заголовочном комплексе в британских средствах массовой информации. Подчеркивается роль метафоры в манипулировании восприятием читателями заголовков дискурса.

Средства массовой информации в современном мире являются основным источником сведений о происходящих событиях. По мнению исследователей, наша картина мира только на 10% состоит из знаний, основанных на собственном опыте. Все остальное мы узнаем из книг, газет, радио и телепередач, Интернета. Современные СМИ быстро реагируют на все перемены в обществе не только в содержательном, но и языковом плане [1].

В условиях жесткой конкуренции авторы текстов СМИ, находящиеся в прямой зависимости от прибыли, которую они получают от реализации своей продукции, вынуждены использовать средства, способные поднять спрос на нее. В качестве одного из средств привлечения внимания к публикации журналисты часто используют газетный заголовок. Его можно определить «как компонент текста, тесно связанный с другими компонентами этой системы, занимающий стилистически сильную позицию, называющий текст и дающий первоначальную информацию о нём» [2; с. 31].

Стремление обработать постоянно растущий объем социально значимой информации в условиях «информационного бума» вынуждает читателей искать способы интенсификации получения и обработки информации. Из-за недостатка времени они производят классифицирование и отбор информации на уровне заголовка, ограничиваясь потреблением информации на упрощенном, сжатом, но на доступном и достаточном уровне, обеспечивающем получение необходимого объема социально значимой информации. По мнению ученых, исследующих процессы, связанные с функционированием современных медиасистем и спросом на их продукцию, более 80% читателей ограничиваются исключительно «потреблением» заголовков [3].

Для того чтобы «захватить» внимание читателя, необходимо обращаться к темам, которые его в первую очередь его интересуют. По мнению французских исследователей, «мы отдаем приоритет тому, что нас непосредственно касается, что находится рядом с нами. Это называется «законом близости», который позволяет оценить важность информации в зависимости от привычек читателей и их потребностей» [2]. Его рассматривают в нескольких аспектах:

- а) темпоральная близость (требует подачи самой свежей информации);
- б) географическая близость;
- в) аффективная близость (касается интереса к «человеческой природе», «человеческим страстям»: наиболее эксплуатируемые прессой темы – это секс, смерть, страдания, здоровье, болезни, деньги, насилие);
- г) социокультурная и социопрофессиональная близость. Заголовок «срабатывает» в определенной стране, регионе, городе, социальной группе.

Потенциал заголовка можно приумножить, грамотно комбинируя заголовки и подзаголовки. Подзаголовок, различный по своей структуре, характеризуется большей информационной емкостью по сравнению с заглавием, большой линейной протяженностью и предназначен для развертывания структуры текста СМИ. Заглавия разных типов (заголовки отдельных текстов, внутренние заголовки, рубрики, подзаголовки, вводки (лиды), врезки (текст в тексте), анонсы передают содержание в компрессированной,

МОВАЗНАЎСТВА І ДЫЯЛЕКАЛОГІЯ

сжатою форме і образуюць *заголовочны комплекс*. Сегментация інфармацыі ў заголовочным комплексе ідзец па лініі агульная тема → канкрэтная праблема.

Загалоўкі тэкстаў СМІ, а таксама заголовочны комплекс, у які ўваходзіць, характэрныя наступнымі функцыямі: ўздзеяння, інфармацыйнай, номінацыйнай, выдзеліцельнай, кантактаўстаўнаўляючай і рэкламнай. Но ў кожным канкрэтным выпадку на першы план выдвигается альбо інфармацыйная функцыя, альбо функцыя ўздзеяння. У залежнасці ад таго, якая з іх з'яўляецца пераважаючай, выдзяляюць інфармацыйны ці інтрыгуючы (неінфармацыйны) тып заголовка. Напрыклад:

(1) Pro-Russian separatists surrender police station in east Ukraine after Obama urges Putin to convince militants to lay down arms

- *Leaders spoke for the first time in two weeks but showed little sign of agreement over pro-Russian insurgency*
- *U.S. President 'expressed grave concern' about Russian government support for armed separatist movement*
- *Mr Putin told Mr Obama that reports of Russian interference in region were 'based on unreliable information'*
- *British Foreign Secretary William Hague warns Russia it faces international isolation over the fresh crisis*
- *Two pro-Russian Ukrainian politicians are attacked by pro-West activists in Kiev, with one left 'brutally beaten'* (theguardian.com, 15.04.2014)

(2) Almost bowled over!

The Duchess of Cambridge narrowly avoids getting hit in the head by a ball as she plays cricket in heels and a suit during game against husband Prince William

- *The couple were at an engagement in Christchurch to publicise the Cricket World Cup*
- *According to onlookers, Prince William threw 'a wild full toss' past his wife's head*
- *William also got the chance to bowl to a number of schoolchildren*
- *The Duke and Duchess of Cambridge also officially opened the visitors centre of the Botanic Gardens*
- *The couple laid stones at the Canterbury Television memorial site, which collapsed during the 2011 Christchurch earthquakes, killing 115* (www.dailymail.co.uk, 15.04.2014)

У сучасным інфармацыйным прасторы СМІ з'яўляюцца не толькі крыніцай інфармацыі, але і прызнаным спосабам ўздзеяння на масавага адрэсата. На наш погляд, заголовкі СМІ абладаюць максімальнай сілай ўздзеяння, так як яны з'яўляюцца адным з сродкаў, аптымізуючым арганізацыю многаплановай інфармацыі ў макротэксце СМІ з мэтай выклікаць вызначаную трэбуюмую рэакцыю са староны адрэсата.

Метафоры з'яўляюцца адным з найбольш універсальных сродкаў прыдання заголовку экспрэсіі. Яны дазваляюць зрабіць заголоўкі ярчэй, жывей, цікавей. Путём стварэння броскага, запамінаючага заголовка журналістам даецца прывесці ўвагу чытацельскіх да публікуемаму матэрыялу. Пры гэтым у заголовках з метафарычным пераносам на перадавы план выступае функцыя ўздзеяння на масы, якая заключаецца ў імкненні аўтара публікацыі аказваць уплыв на чытацельскіх з мэтай дасягнення практычных сацыяльных вынікаў.

Даны від трыпа падзяляецца на простую і развернутую метафору. Простая метафора прадставлена трыма тыпамі:

а) іменная метафора (выражаецца імем імяслова):

(3) Market reaction suggests sanctions over Crimea are slap on the wrist for Putin *The US and Europe can ill afford to impose penalties that really hurt Russia without risking their own fragile recovery* (theguardian.com, 17.03. 2014)

(4) Ukrainians, take it from a Bosnian: the EU flag is just a rag in the wind

If it's anything like Bosnia, Ukrainians will find the world lining up to help, but they could be paying back the debt for many years (theguardian.com, 03.03. 2014)

б) глагольная метафора (выражаецца глагольнымі формамі):

(5) Trade war over Crimea looms as Russia closes Ukrainian-owned sweet factory *Moscow warns France over warship deal as concerts cancelled and plant of Euromaidan backer Petro Poroshenko is shut down* (theguardian.com, 20.03.2014)

(6) Muddying the waters in Ukraine (thebbc.com,13.04.2014)

(7) Russophilia: Germans not keen to ruffle Russian feathers (thebbcnews.com,13.04.2014)

в) метафарычны эпітэты (выражаецца вызначэннем у шырокім сінтаксічным сэнсе):

(8) A dirty little secret of US foreign policy on Crimea: there's not much we can do *What the hell are the pundits and experts even arguing about? They're arguing in circles around Obama's very limited options* (theguardian.com, 14.03.2014)

Примером развёрнутой метафоры может служить следующий заголовочный комплекс:

(9) Ignore the general's bombast on Ukraine. Nato has extended enough *Instead of indulging in bluster and provocative rhetoric, the UK should make clear that Nato has no designs on the country* (theguardian.com, 24.03.2014)

По структурному принципу заголовки делятся на назывные (Putin's Challenge to the West, Crimea's lesson, Putin's World, Ukraine's Inconvenient Neo-Nazis) и заглавия-предложения (How a digital Cold War with Russia could threaten the IT industry, Angela Merkel is rewriting Germany's post-war handbook on relations with Russia, Ukraine: there's no way out unless the west understands its past mistakes).

Анализ метафорических заголовков американских и британских газет позволяет выделить дискурсивно устойчивые метафорические модели. К их числу относятся следующие: «Жизнь социума – это непрекращающаяся война», «Жизнь социума – это человеческий организм», «Жизнь социума – это больной организм», «Жизнь социума – это механизм», «Жизнь социума – это игра», «Жизнь социума – это спорт».

При отборе иллюстративного материала для данной статьи мы руководствовались принципами темпоральной и географической близости. Напряженность политической ситуации в Украине передается через яркий концептуальный вектор агрессивности, присущий военной метафоре, поэтому количество метафорических заголовков, относящихся к сфере войны, заметно превышает число метафорических заголовков, относящихся к другим сферам-источникам.

(10) Pro-Russian militias fill the vacuum as Kiev's control in eastern Ukraine slips

As 'Cossacks' appear in Slavyansk from Crimea, some believe Vladimir Putin is raising tensions to wreck the presidential elections (theguardian.com, 14.04.2014)

(11) Spark that could ignite this tinderbox *How Ukraine's 'anti-terrorist' operation could lead to a full-scale invasion from Russia* (theguardian.com, 13.04.2014)

(12) With Ukraine in crisis, Russia and America try a new diplomatic tactic: online trolling (thebbcnews.com, 14.04.2014)

Следующей по частотности является метафорическая модель «Жизнь социума – это игра». Являясь знакомой и понятной всем людям, понятийная сфера игры закономерно служит источником метафорического переноса. Для большинства игровых метафор присущи отрицательные оценочные коннотации, что вполне закономерно, так как игра – это по существу имитация деятельности. Метафора игры подчеркивает идею дистанцированности политиков от народа, их индифферентности к электорату, поглощенности ходом игры.

(13) Farage's admiration for Putin shouldn't be dismissed as the musings of a clown

Both leaders trade on the politics of resentment – and Britain's model of capitalism generates the inequality that creates it (theguardian.com, 31.03.2014)

(14) Ukraine: dangerous games

If Russia intervenes again in Ukraine, and war is avoided, the world will still become a shrunken, soured place (theguardian.com, 08.04.2014)

(15) Yulia Tymoshenko back into key role in Ukraine's political soap opera

Release of former PM jailed for corruption could see her play a crucial part – but her last stint in power was not a success (The Observer, 22.02. 2014)

(16) Russia debuts new, sleek force in Crimea, ratling NATO

(17) The significance of Ukraine on the geopolitical chessboard

Таким образом, мы видим, что информативная составляющая заголовочного комплекса текстов СМИ неотделима от воздействующей, более того можно сказать, что в настоящее время в текстах СМИ функция воздействия, убеждения начинает вытеснять остальные языковые функции (например, информирование), и средства массовой информации превращаются в средства массового воздействия. Метафора, обладая богатым прагматическим потенциалом – способностью воздействовать на адресата, подсказывать и настраивать на определенный тип решения и поведения – является тонким инструментом психологического воздействия, так как, используя определенную метафорическую модель, говорящий/пишущий способен построить выгодную ему картину мира в сознании слушателя/читателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чудинов, А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.
2. Комаров, Е.Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации: дис. канд. филол. наук: 10.02.20 / Е.Н. Комаров. – Волгоград, 2003. – 133 с.
3. Вартанова, Е.Л. Деятельность мирового сообщества в информационном обществе / Е.Л. Вартанова // Вестник РФФИ, 1999. – № 3. – С. 24.

УДК 81-112

**НЕКАТОРЫЯ СІНТАКСІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ
ГАВОРАК ПАДЗВІННЯ НА СТАРОНКАХ “НАШАЙ НІВЫ” (1906 – 1915 ГГ.)***канд. Філал. навук А.М. ЛАПЦЁНАК***Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Мінск**

У артыкуле аналізуецца сінтаксічныя асаблівасці гаворак падзвіння, зафіксаваных ў газеце “Наша Ніва”. Упор робіцца на падабенства і адрозненні паміж сінтаксічнымі асаблівасцямі гаворак Падзвіння, спецыфічнымі рысамі сучасных гаворак дадзенага рэгіёна і літаратурнай мовы.

Газета «Наша Ніва» мае неацэннае значэнне ў гісторыі беларускай мовы і культуры. Як пісаў А. Унучак, менавіта на яе старонках былі сфармуляваны асноўныя пастулаты сучаснай беларускай нацыянальнай ідэі [25, с. 172]. Менавіта на яе старонках адбывалася і станаўленне новай літаратурнай беларускай мовы на жывой народнай аснове, выпрацоўка літаратурнай нормы на розных моўных узроўнях. Мова «Нашай Нівы» – неаднародная па сваёй структуры і сваім нападзенні, бо яна адлюстроўвала розныя дыялекты. Як сцвярджала В. Лемцігова, мову газеты трэба «разглядаць як пэўны этап развіцця і інтэграцыі дыялектных сістэм» [16, с. 14]. Таму сёння магчыма вызначыць спецыфіку гаворкі жыхароў той ці іншай мясцовасці па газетных нататках, параўнаць з сучаснымі асаблівасцямі гэтай гаворкі, прасачыць гісторыю некаторых моўных з’яў, прааналізаваць ролю і месца пэўных гаворак у стварэнні нацыянальнай літаратурнай мовы.

Матэрыялы газеты, у якіх знаходзіць адлюстраванне спецыфіка падзвінскіх гаворак, прадстаўлены дзвюма групамі. Першая – матэрыялы пастаянных карэспандэнтаў газеты – выхадцаў з гэтай тэрыторыі. Сярод найбольш вядомых аўтараў газеты можна назваць Вацлава Ластоўскага і Янку Журбу, якія пісалі матэрыялы самых розных жанраў. Аднак, думаецца, што іх маўленне свядома «карэктавалася» тэндэнцыяй на выпрацоўку агульнанацыянальнай літаратурнай мовы, хоць часта ў тэкстах адзначаюцца мясцовыя рысы. Больш інфарматыўныя для нашага даследавання нататкі, прысланыя жыхарамі гарадоў, вёсак і мястэчак Падзвіння. Паводле Т. Студзенкі, газета была арыентавана на зваротную сувязь, рэалізоўвала прынцып адзінства аўтараў і аўдыторыі [22, с. 112]. Выбіраючы тэксты для аналізу мы звярталіся пераважна да рубрыкі «З усяе Беларусі», дзе і змяшчаліся нататкі мясцовых карэспандэнтаў.

Тэрыторыя Падзвіння заўсёды займала важнае палітыка-геаграфічнае палажэнне, не стаў выключэннем і нашаніўскі перыяд. Тэрытарыяльна на старонках газеты Падзвінне прадстаўляюць гарады Полацк, Дзісна, Віцебск, а таксама вёскі і мястэчкі Дзісенскага, Дрысенскага, Полацкага і Віцебскага паведаў. Паводле даследавання А. Казакевіча і А. Асадчага, якія вывучалі географічна-сацыяльныя аспекты беларускага адраджэння пачатку ХХ ст., цэнтрам адраджэння былі Віленскі, Вілейскі, Мінскі і Слуцкі паветы, аднак побач з цэнтрам аўтары вызначаюць і «дадатковы» пояс, куды ўключаюць Дзісенскі павет [10, с. 94]. Сапраўды, на старонках газеты вельмі багата прадстаўлена інфармацыя з гэтага рэгіёна, тэрытарыяльную прыналежнасць карэспандэнтаў можна вызначыць і па імёнах-псеўданімах: Задзісенкавіч (Zadzisienkawič), Dzisienčuk, Гэрманавец (Германовец, Hermanawiec – м.Германавічы, Віленск. губ. Дзіс. пав. – сёння Шаркаўшчынскі раён Віцебскай вобл.). Пра Дзісну пісалі таксама Язэп Канапелька (Jazep Kanapielka), Dubčonak, Akaličny, Ігнат (Ihnat), Баяравец (Bajarawiec), Ф.Конт-оріч і інш. Параўн. таксама: Полацкі (Полоцкі), Полочанін; Вітэбшчанін і інш.

Падзвінне прадстаўлена дыялектамі, якія ўваходзяць у склад паўночна-усходняй групы беларускіх гаворак. Асаблівасці прыдзвінскіх гаворак адлюстраваны ў «Дыялекталагічным атласе беларускай мовы» (далей – ДАБМ), матэрыялы па дадзеных гаворках можна знайсці ў дыялектных слоўніках: у «Віцебскім