

Таким образом, в большинстве рассмотренных случаев периодические издания формируют восприятие темы параллельного импорта не сообразно его реальной экономической репрезентации, а основываясь на экспертных прогнозах и своих субъективных ожиданиях. Такой процесс в конечном итоге может вести к закреплению в экономическом мышлении — как журналистов, так и аудитории — неверно трактуемых фактов, представление о которых будет отличаться от их непосредственной реализации в экономике.

### **Литература**

1. Flaxman S. Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption / S. Flaxman, S. Goel, J. Rao // *Public Opinion Quarterly*. — 2016. — Vol. 80 (1). — P. 298–320.
2. Hoewe J. Toward a theory of media priming / Hoewe J. // *Annals of the International Communication Association*. — 2020. — Vol. 44 (4). — P.312–321.
3. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow* / D. Kahneman. — Farrar, Straus and Giroux, 2011.

УДК 070.1:81'42(470)+070.004+159.9:327(470)+316.347

*Минчук И. И.*

*Гродненский государственный университет*

### **ГЕОРТОНИМЫ С КОМПОНЕНТОМ «БУЛЬБА» В БЕЛОРУССКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

**Аннотация.** Вопросы сохранения и отражения в медиадискурсе национальной идентичности как идентификации социума с национальными символами и ценностями сегодня обретают новое звучание

и значение. В белорусской культуре лексема *бульба* (рус. — *картофель*) является этномаркированной единицей, имеющей особое символическое значение и палитру коннотаций, которые стимулируют языковые эксперименты со словом. В статье сделана попытка осмыслить многообразие геортонимов (номинаций фестивалей, форумов, выставок) с компонентом *бульба* в текстах белорусских СМИ. На материале публикаций на русском и белорусском языках, размещенных на сайтах крупнейших белорусских массмедиа, выявлены способы образования геортонимов, специфика их компонентного состава, а также особенности введения в медиатекст.

**Ключевые слова:** медиадискурс, геортоним, этномаркированная лексика, национальная идентичность

*Minchuk I. I.*

## GEORTONYMS WITH “BULBA” COMPONENT IN BELARUSIAN MEDIA DISCOURSE

**Abstract.** The issues of preservation and reflection in the media discourse of national identity as the identification of society with national symbols and values are gaining a new sound and meaning today. In the Belarusian culture, the lexeme *bulba* (English — potato) is an ethno-marked unit with a special symbolic meaning and a palette of connotations that stimulate language experiments with the word. The report attempts to comprehend the variety of georthonyms (nominations of festivals, forums, exhibitions) with the *bulba* component in the texts of the Belarusian media. Based on the material of publications in Russian and Belarusian languages, posted on the sites of the largest Belarusian mass media, the methods of formation of georthonyms, the specifics of their component composition, as well as the features of introduction to the media text are determined.

**Keywords:** media discourse, georhonym, ethno-marked vocabulary, national identity

В белорусской культуре *бульба* (рус. — *картофель*) — лексема, тесно связанная с языковой картиной мира белорусов, в меню, культуре и сельском хозяйстве которых эта агрокультура играет большую роль. Исследователи относят слово *бульба* к этномаркированной лексике, отмечая, что «активное развитие символики картофеля в Беларуси и за ее пределами как символа белорусского создает условия для закрепления и оформления концепта “бульба”, который требует более конкретного и вдумчивого описания» (перевод наш — прим. И.М.) [1, с. 5].

Лексема *бульба* и ее производные неоднократно попадали в центр исследовательского внимания [2; 3]. Отмечается, что лексема *бульба* в белорусском медиадискурсе используется сегодня наряду с лексемой *картофель* для придания национального колорита контексту, а иногда и как полноправный стилистически не маркированный синоним: ср. *ОАО «Агро-Мотоль» известно своим ранним картофелем далеко за пределами Беларуси, и мотольскую бульбу разных сортов гости мешками несли к автомобилям* (Сельская газета, 2021. 10 авг.); *Мы получили по 576 центнеров бульбы с гектара. Высокий урожай* (СБ. Беларусь сегодня, 2021. 23 июня).

Лексема *бульба* и ее производные могут использоваться не только как имя нарицательное, но и как имя собственное (оним) для названия разного рода объектов (торговых площадок, павильонов, торговых марок, арт-коллективов, фестивалей, выставок и др.): павильон «*Бульбаш*», арт-группа «*Бульбаш*», площадка «*Гасцеўня бульбаша*», праздник «*Свята Бульбаша*» и др.

Остановимся на одной из разновидностей имен собственных — геортонимах с компонентом *бульба*. Геортонимы (названия праздников (от греч. «праздник» + *оним*)) [4, с. 16]), имеют особый потенциал в отражении культуры народа и формировании его национальной

идентичности. Источником контекстов послужили публикации на русском и белорусском языках, размещенные на интернет-площадках крупнейших белорусских массмедиа («СБ. Беларусь сегодня», «БелТА», «Народная газета», «Сельская газета» и др.) в 2022 г. В ходе анализа выявлено более 30 геортонимов с компонентом *бульба*.

К названиям праздников может быть добавлен классифицирующий компонент, описывающий тип мероприятия, его статус. Например, фестиваль «*Бульбяная маёўка*», фестиваль блюд из картофеля «*Бульба-Картошка-Potatoes*», гастронамічны фестываль «*Бульбасаміт*»; выставка «*Барыня-бульба*», выставка изделий из клубней «*Бульбяное дзіва*», выставка-продажа «*Бульбяны разгуляй*»; дэгустацыя страў «*Бульбяная бяседа*», конкурс-дэгустацыя «*Бульбяны банкет*». В ряде случаев избирается гипероним праздник (бел. — *свята*): *свята* «*Бульбачка-беларусачка*», праздник «*Свята Бульбаша*».

Геортонимы в медиатексте не отличаются постоянством оформления, т. к. журналисты нередко импровизируют, а чаще просто не имеют пресс-релизов или других достоверных источников, в которых имелось бы верное наименование: ср. «*Бульба фэст*» и «*Бульба Фэст*»; гастронамічны фестываль «*БульбаСаміт*» и гастронамічны фестываль «*Бульбасаміт*», а также с переводом на русский язык: на «*Бульбасаммите*» в Быхове удивляли необычными рецептами. В медиатекстах наблюдается и вариативность гиперонимов. Ср.: брендовый праздник «*Бульба-МЭБ*», фестиваль «*Бульба-МЭБ*», праздник картофеля «*Бульба-МЭБ*» (в основе геортонима — окказиональная аббревиатура местного сельхозпредприятия «*Малабераставіцкі злітгас*», которое занимается выведением сортов картофеля).

Анализируемые геортонимы могут быть представлены сложным существительным («*Бульбасаміт*», «*Барыня-бульба*»), простым словосочетанием («*Бульбяное дзіва*», «*Бульбяная маёўка*», «*Бульбяны рай*»; *Свята Бульбаша*, «*Свята бульбы*»), трехкомпонентной синтагмой («*Бульба-Картошка-Potatoes*). Ключевым компонентом выявленных

геортонимов могут быть существительное *бульба* («*Свята бульбы*», «*Бульба фэст*», «*Бульба-Картошка-Potatoes*») и ее производные:

прилагательное *бульбяны* («*Бульбяны рай*», «*Бульбяная маёўка*», «*Бульбяное дзіва*», «*Бульбяны разгуляй*», «*Бульбяная бяседа*», «*Бульбяны банкет*»);

производное существительное-экзоним *бульбаш*: «*Свята Бульбаша*»;

сложное существительное с корнем *бульб-*: «*Бульбасаміт*», «*Бульба-МЭБ*», «*Бульбачка-беларусачка*», «*Барыня-бульба*».

Следует отметить, что повышенное внимание к ключевой агрокультуре белорусов — картофелю — отличительная черта белорусского медиадискурса. Геортонимы с компонентом *бульба* отражают усилия аграрной страны и ее регионов по развитию гастрономического туризма в Беларуси в постковидный период. Слово *бульба* в силу высокой степени символизма этой единицы дает продуктивную основу для создания разнообразных геортонимов, которые находят отражение в белорусском медийном дискурсе.

## Литература

1. Каліта І. Беларуская мова ў лютэрку традыцый і навацый / І. Каліта, Н. Сівіцкая, В. Ляшчынская. — *Ústí nad Labem: PF UJER*, 2019.
2. Коваль В. И. Экспрессивные этнонимы в восточнославянских языках / В. И. Коваль // *Язык и социум : материалы IX междунар. науч. конф.* — Минск: БГУ, 2011. — С. 44–47.
3. Минчук И. И. Экзоним *бульбаш* в белорусском медиадискурсе: семантика и коннотации / И. И. Минчук // *Социальные, культурные и коммуникативные практики в динамике общественного развития.* — Гродно: ГрГУ им. Янки Купалы, 2021. — С. 323–329.
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. — М.: Наука, 1988.

УДК 070.1:316.776.3+070.1:004.032.6+32.019.5+81'42+81'371:004+  
+316.77

*Наговицина Т. А.*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет*

## **МЕДИАПРОВОКАЦИИ В СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ВИДЫ И КОННОТАЦИИ**

**Аннотация.** Автор статьи делает анализ этого явления в связи с пандемией, описывает данную коммуникационную технологию, касаясь таких тем, как ресурсы провокации, виды провокативной деятельности и сферы провокации. Исследуется также роль медиа в качестве провокатора, анализируются самые частые способы провокации со стороны журналистов российских федеральных и региональных СМИ, изучаются коннотации как речевой прием.

**Ключевые слова:** Медиапровокации, коммуникативные технологий, коннотации, СМИ, журналистика, манипуляции

*Nagovitsina T. A.*

## **MEDIA PROVOCATIONS IN THE SYSTEM OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES: TYPES AND CONNOTATION**

**Abstract.** The author of the article makes an analysis of this phenomenon in connection with the pandemic, describes this communication technology, touching on topics such as resources of provocation, types of provocative activities and the scope of provocation. It also examines the role of the media as a provocateur, analyzes the most