

УДК 81'42

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЛИДАРНОСТИ В КРИЗИСНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

А.А. Биюмена

*Белорусский государственный университет иностранных языков
Минск, Республика Беларусь, a_mesyats@mail.ru*

Рассматриваются средства реализации кризисного медиадискурса в белорусских печатных изданиях во время освещения природного бедствия. Анализируются стратегии кризисного медиаскурса (стратегии интеграции, ориентации и нейтрализации), выделяются ключевые лексические средства репрезентации солидарности в кризисном медиадискурсе.

Ключевые слова: медиадискурс; пресса; солидарность; кризисная коммуникация; стратегия интеграции; стратегия нейтрализации; стратегия ориентации

В наше время человечество встречается с множеством кризисов – экономических, политических, социальных, экологических, – которые прочно вплетаются в повседневную жизнь общества. В периоды нестабильности именно средства мас-

совой информации влияют на формирование общественных установок и оценку происходящего, ведь кризисный медиадискурс не ограничивается информированием о текущих событиях, он определяет ценности и модели поведения. В подобные периоды особенно заметно стремление людей к единению, поиску взаимной поддержки и доверия, поэтому идеи солидарности становятся важным элементом коммуникации.

Кризисные ситуации могут возникать по самым разным причинам. Внутренние проблемы появляются внутри системы и проявляются через слабое управление, низкий уровень развития экономики или неэффективное использование ресурсов. Наряду с этим внешние факторы, такие как глобальные экономические процессы, изменение климата или международные события, создают дополнительные препятствия для преодоления кризисов. В результате кризисы формируются под влиянием одновременно внутренних трудностей и внешних вызовов, что делает их последствия сложными, многогранными и трудно прогнозируемыми [1, с. 10].

Кризисы стали неотъемлемой частью повседневной жизни общества. Любое неожиданное событие мгновенно вызывает у людей чувство тревоги и страх потери контроля над ситуацией. Эмоциональное состояние общества в период кризиса охватывает широкий спектр отрицательных эмоций – от растерянности и замешательства до раздражения и гнева. Кризисные события создают не только чувство нестабильности, но и заметно влияют на психологический климат общества в целом. Несмотря на частотность кризисов, люди постепенно привыкают к ним, даже перестают проявлять удивление или интерес, особенно если кризис происходит в отдаленной точке мира. Это свидетельствует о том, что кризисы становятся нормой жизни, при этом неотъемлемой частью их преодоления является коммуникация [2, с. 35].

Таким образом, ключевую роль в обеспечении стабильности в обществе играет кризисный дискурс. Под этим понятием исследователи подразумевают совокупность дискурсивных практик, которые фокусируются на описании конфликта общественных интересов или влияния окружающей среды на разных этапах преодоления кризиса [3, с. 103].

Солидарность в контексте кризисного медиадискурса выступает как ключевое понятие. Она становится основой для совместных усилий и действий, направленных на преодоление трудностей. Однако средства ее экспликации могут варьироваться в зависимости от контекста и целевой аудитории. Важность анализа этих средств становится особенно актуальной в свете глобальных вызовов, таких как пандемия COVID-19, климатические изменения, политические конфликты.

Е. В. Пильгун в рамках выделения стратегий кризисного дискурса предлагает разделять сообщения на те, которые способствуют объединению населения, информируют о кризисной ситуации и направлены на противоборство. *Стратегия интеграции* предполагает сотрудничество и сближение, направленное на объединение общества либо групп людей в целое. Интеграция в кризисном сообщении используется для выражения солидарности, сплочения населения перед лицом надвигающегося кризиса; примером здесь может служить призыв к объединению, описание шагов к налаживанию коммуникации. *Стратегия ориентации* представлена в виде заявлений, обозначающих позицию власти, научного сообщества либо авторитетного источника. Комментарий профессионала помогает выстроить четкую аргументацию, объясняющую все кризисные события, а также помогает аудитории принять их необходимую интерпретацию. Кроме того, исследователь выделяет *стратегию нейтрализации*, которая направлена на умиротворение,

уменьшение паники и снятие напряжения. Данные стратегии позволяют реализовать основную цель кризисного дискурса – идеологизацию и манипуляцию массовым сознанием в условиях кризиса [4, с. 68].

Рассмотрим реализацию этих стратегий на примере медиадискурса на тему природного бедствия (урагана 2024 г. в Беларуси). Материал исследования составили 50 публикаций из таких белорусских газет, как «СБ Беларусь сегодня», «Гомельские ведомости», «Гродзенская праўда», «Бабруйскае жыццё», «Драгічынскі веснік», «Крупскі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Витебские вести», «Мінская праўда», «Наш час», «Дняпровец», «Пастаўскі край», «Комсомольская правда», «Мозырские новости».

В период с 13 по 14 июля 2024 года на территорию Республики Беларусь обрушился сильный ураган, наибольший ущерб от которого пришелся на Гомельскую область. По всей стране около 2000 населённых пунктов остались без электричества, 7 человек погибли, 75 пострадали. Последствия кризиса затронули только нашу страну, следовательно, данная кризисная ситуация является локальной и относится к природным бедствиям – естественным кризисам. Данная кризисная ситуация охватывает широкий спектр проблем (энергетика, транспорт, торговля, связь, водоснабжение), следовательно, является макрокризисом. По времени воздействия ураган относится к краткосрочным кризисным ситуациям, по возможности преодоления – преодолимая с помощью внутренних сил.

В середине июля в Беларуси наблюдалась экстремально высокая температура воздуха, в результате чего был введен красный уровень опасности. Грозовой дождь и штормовой ветер привели к большим разрушениям. Ураганом было повалено большое количество деревьев, что вызвало отключение электроэнергии, перебои в водоснабжении и связи. В некоторых городах и населённых пунктах не работали магазины, с перебоями функционировал общественный транспорт. В сложившейся ситуации возросла роль СМИ, которые информировали граждан о жертвах урагана, разрушениях и устранении последствий трагедии.

В период урагана СМИ ставили перед собой несколько ключевых целей, прежде всего, предоставление актуальной информации об угрозе, советы по безопасности. СМИ служат связующим звеном между органами власти, экстренными службами и населением, обеспечивая распространение важной и проверенной информации, они также освещают способы помощи и поддержки для тех, кто пострадал в результате бедствия, включая сбор средств и волонтерские инициативы. Освещение событий может помочь осознать людям, что они не одни в своих переживаниях, создать чувство общности.

Для достижения этих целей в текстах СМИ были реализованы все описанные выше стратегии: ориентация (формулировка и объяснение кризисной ситуации), нейтрализация (снижение социальной напряженности, сглаживание противоречий) и интеграция (объединение и солидаризация общества).

Стратегия интеграции была использована в 44% проанализированных статей. в 36% публикаций была имплементирована стратегия нейтрализации, стратегия ориентации – в 20% публикаций. Стратегия интеграции используется наиболее часто, что указывает на стремление авторов объединить общество в условиях кризиса. Во время природных бедствий люди хотят знать, что они не остались один на один со своей бедой, им будет оказана помощь, как институциональная, так и со стороны общественных организаций, волонтеров. В кризисный период остро становятся вопросы единства и взаимопомощи, поэтому эта стратегия становится чрезвычайно востребованной. Стратегия нейтрализации также занимает

значительное место в материале исследования, поскольку она направлена на снижение тревожности и паники среди населения. Авторы публикаций подчеркивают, что ураганы – это естественные явления, с которыми можно справиться, и это может помочь людям чувствовать себя более уверенно в условиях неопределённости. Наименьшая доля использования стратегии ориентации свидетельствует о том, что акцент на фактах и данных не является главным приоритетом для авторов: хотя информация о рисках и мерах предосторожности важна, в условиях борьбы с природным бедствием акцент на ориентации может быть менее эффективным, чем попытки объединить людей или успокоить их.

Стратегия ориентации заключается в информировании населения о сложившейся ситуации и предоставлении детальных рекомендаций по мерам предосторожности. В реализующих эту стратегию публикациях приводятся комментарии экспертов, включая представителей правительства, Министерства по чрезвычайным ситуациям, Министерства лесного хозяйства, Министерства здравоохранения, Следственного комитета РБ и др. Также эти материалы рассказывают о факторах опасности при сильном ветре, грозе, ливне, приводят правила поведения во время непогоды, рекомендации по оказанию первой помощи пострадавшим: *МЧС напоминает: в случае шквального усиления ветра немедленно зайдите в здание, плотно закройте окна и двери. Со двора, открытых балконов и лоджий уберите хозяйственные вещи, которые могут нанести ущерб жилищу. Машину поставьте в гараж или припаркуйте подальше от деревьев и слабо укрепленных конструкций. Находясь на улице, обходите навесные сооружения, надломленные ветки деревьев и линии электропередач. Воздержитесь от поездок на личных автомобилях и длительного пребывания на улице* (Крупскі веснік, 16.07.2024).

Стратегия нейтрализации реализуется через подробное описание мер, принимаемых по борьбе с последствиями урагана. Данная стратегия направлена на снижение паники, дезинформации и негативных последствий, связанных с природным бедствием. Рассказывая о восстановительных работах, журналисты часто употребляют наречия *быстро, оперативно, сочетание под контролем*: *В круглосуточном режиме пострадавшее население будет обеспечено питьевой водой вплоть до полного восстановления водоснабжения. Также даны поручения председателям сельских советов: изучить проблемы каждого домовладения. Люди не должны оставаться один на один со своей бедой. Кроме того, в настоящее время формируются строительные бригады, которые займутся восстановлением разрушенных непогодой объектов, – заявил председатель Гомельского облисполкома Иван Крупко* (Наш час, 15.07.2024).

Одним из ключевых направлений в прессе в период бедствия является интеграция. В статьях, реализующих **стратегию интеграции**, подчеркивается поддержка пострадавших со стороны государственных служб, общественных организаций и волонтеров; отмечается важность общих ценностей и объединения усилий для выхода из кризисной ситуации: *В городском поселке было много техники, работали службы МЧС, РЭС, ЖКХ, лесного хозяйства и местной сельскохозяйственной организации, социальной сферы, помогли ООО «Амкодор-Можга», автопарк №16, ПМС, наводило порядки на своих подворьях население. Как говорится, всем миром, так, как и надо тогда, когда случается беда. Участвовали все представители районной власти, руководители организаций, объекты которых пострадали* (Крупскі веснік, 16.07.2024).

В проанализированных статьях были выделены тематические векторы формирования солидарности: помощь пострадавшим, солидарность и взаи-

помощь (объединение усилий для устранения последствий). Для выражения этих смыслов авторы газетных публикаций используют ряд языковых средств, в частности, лексемы, принадлежащие к определенным семантическим группам.

Основной вектор солидаризации, выделенный в материале исследования – помощь пострадавшим от урагана. Данная группа людей в текстах маркируется следующими словами и выражениями: *пострадавшие; жертвы; люди, которые оказались в сложной ситуации; нуждающиеся в помощи*. В качестве ключевых слов в данных статьях выступают *помощь, поддержка, выплаты, финансирование, восстановление*. Акцент делается на материальной помощи, которая поступает со стороны государства, общественных организаций (Федерации профсоюзов Беларуси, Красного креста и др.): *За счет профсоюзных средств приобретены продуктовые наборы, вода, товары личного и бытового назначения для бригад, участвовавших в восстановлении энергоснабжения и устранении последствий урагана* (Ляхавіцкі веснік 27.07.2024); *в Гомеле волонтеры Гомельской областной организации Белорусского Красного Креста раздают воду представителям трудовых коллективов, которые участвуют в ликвидации последствий урагана* (Гомельские ведомости, 16.07.2024).

Газеты пишут о том, что помогают в ликвидации последствий природной стихии волонтеры, школьники, работники предприятий: *Более 200 молодых волонтеров БРСМ в эти дни трудятся на улицах Мозыричины, устраняя последствия урагана. Добровольцы разделились на две группы: одни убирают поваленные деревья и сломанные ветки, загружают их на спецтехнику ЖКХ. Другие – навещают одиноко проживающих пожилых людей, приносят воду, ходят в аптеку и магазин* (Мозырские новости 17.07.2024). Добровольный характер помощи подчёркивается с помощью лексем *добровольцы, неравнодушные, активисты*.

Авторы статей акцентируют внимание на общности взглядов и ценностей в условиях кризиса, важными становятся призывы к объединению усилий: *Если мы все сядем и будем ждать, что за нас (но для нас, для решения наших вопросов и проблем) будет делать кто-то другой. Порядок у подъезда наведёт кто-то другой, лавочку покрасит кто-то другой, дерево посадит кто-то другой, соседу поможет кто-то другой. Так, а кто этот кто-то, если все сидят и ждут? Правильно, нет этих кого-то – это мы с вами* (Гомельские ведомости, 08.10.2024). В данных текстах часто встречаются лексические единицы *вместе, плечом к плечу, сообща, сотрудничать, помогать, взаимодействие*.

Таким образом, СМИ играют ключевую роль в объединении социума в период кризисных ситуаций, например, во время природных бедствий. Они способствуют повышению осведомленности о последствиях кризиса, стимулируют общественное участие в помощи пострадавшим, координируют действия и создают чувство единства в обществе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Багрова, Е. В. Типологизация кризисов современного социального бытия / Е. В. Багрова // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2019. – № 1(22). – С. 9–12.
2. Биюмена, А. А. Направления солидаризации в кризисном дискурсе белорусской районной прессы в период пандемии коронавируса / А. А. Биюмена // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия : Гуманитарные и социальные науки. – 2021. – № 1. – С. 33–40.

3. Пильгун, Е. В. Особенности отражения кризисных ситуаций в британской и российской качественной прессе / Е. В. Пильгун // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – 2017. – № 38. – С. 96–107.

4. Пильгун, Е. В. Семантика и прагматика кризисного дискурса / Е. В. Пильгун. – Минск : ИВЦ Минфина, 2020. – 203 с.

MEANS OF REPRESENTING SOLIDARITY IN THE CRISIS MEDIA DISCOURSE

A.A. Biyumena

*Belarusian State University of Foreign Languages,
Minsk, Belarus, a_mesyats@mail.ru*

The article examines the means of implementing crisis media discourse in the Belarusian print media during the coverage of natural disasters. Crisis media discourse strategies (integration, orientation, and neutralization strategies) are analyzed, and key lexical means of representing solidarity in crisis media discourse are identified.

Keywords: media discourse; press; solidarity; crisis communication; integration strategy; neutralization strategy; orientation strategy