Самусевіч Вольга

Інстытут журналістыкі БДУ

Рэспубліка Беларусь

Беларускія СМІ як уплывовы фактар развіцця нацыянальнай лагасферы

У навуковых даследаваннях апошніх дзесяцігоддзяў усё большую актуальнасць набывае арыентацыя на вывучэнне мовы ў яе цеснай сувязі з культурай народа. Кожная мова адлюстроўвае нацыянальна-спецы­фічны спосаб успрымання і канцэптуалізацыі рэчаіснасці, а таксама кагнітыўную дзейнасць носьбітаў культуры. Адрозненне ў культурах прыкметна адбіваецца на мове і мысленні чалавека.

Маўленча-мысліцельная дзейнасць грамадства ёсць рухавік усёй гісторыі яго сацыяльна-палітычнага развіцця. І гэта дае падставы разглядаць феномен маўленча-мысліцельнай дзейнасці як асобную галіну культуры. Слова *лагасфера* з прычыны сваёй ёмістай семантыкі вартае быць выкарыстаным у ролі тэрміналагічнага наймення гэтай галіны. *Лагасфера нацыянальнай культуры –* тэрміналагічная формула,якая ўвабрала асноўныя складнікі ментальна-маўленчага працэсу ў іх еднасці: *мова – маўленне – мысленне – рэчаіснасць* і таму можа лічыцца свайго роду вербальным кодам нацыянальнай культуры, у адзінках якога выражаны ментальныя каштоў­насці нацыі.

Лагасфераяк *маўленча-мысліцельная галіна культуры*, а ў больш шырокім значэнні – «велізарная галіна культуры, напоўненая “словамі і ідэямі”» [1, с. 32],грунтуецца, з аднаго боку, на ўніверсальным кампаненце культур, з другога – на ўласна нацыянальным.

Лагасфера любой нацыянальнай культуры – з’ява эвалюцыйная, звязаная з палітычнай і сацыяльна-культурнай гісторыяй народа. Спе­цыфічнасць шляху развіцця лагасферы беларускай культуры абумоўлена чаргаваннем перыядаў адноснага заняпаду і больш-менш працяглых стадый паскоранага засваення ёю маўленча-мысліцельнага вопыту. Фарміраванне беларускай лагасферы грунтуецца на народнай аснове, на фальклоры з уласцівымі яму спосабамі адлюстравання рэчаіснасці. Падобна таму як у культуры кожнага народа ёсць агульна­чалавечае і этнанацыянальнае, так у канцэптавай структуры лагасферы ўтрымліваюцца і ўніверсальныя кампаненты культур, і ўласна нацыя­нальныя. Маўленчыя і мысліцельныя стэрэатыпы папярэдніх эпох існавання беларускай культуры выразна адлюстроўваюцца ў этна­графічных і фальклорных крыніцах. Канцэптавую аснову беларускай лагасферы, паводле гэтых крыніц, складаюць такія паняцці, як *зямля*, *Радзіма*, *чалавек*, *маці*, *дзеці*, *Бог*, *душа*, *слова*, *хлеб*, *праца*, *гаспадарка*, *хата*, *праўда*, *сумленне*, *розум* і шэраг інш. Даследаванне структурна-семантычных асаблівасцяў асноўных субсфер беларускай канцэптасфе­ры – *чалавек*, *жыццё*, *сям’я*, *зямля*, *дом*, *ежа*, *слова*, *час*, *рэлігія* і інш. – раскрывае спецыфіку нацыянальнай ментальнасці.

На працэс развіцця маўленча-мысліцельнай галіны культуры прыкметны ўплыў робіць масавая камунікацыя – сацыяльны і палітычны інстытут грамадства, адмысловы сродак духоўнага і інтэлектуальнага ўздзеяння на соцыум. Так, напрыклад, са з’яўленнем газеты «Наша Ніва» на самым пачатку ХХ ст. на старонкі перыядычнага друку прыйшло роднае слова карэннага насельніцтва, што адчувальна адбілася на развіцці нацыя­нальнай лагасферы, стала стымулам для сама­ідэнтыфікацыі беларусаў, пазбаўленых вякамі свайго друкаванага слова. Канцэптасферу «Нашай Нівы» склалі паняцці *мы беларускі народ*; *мова*; *наша жыццё*, *нацыянальнае жыццё*; *зямля*, якія набылі ў газетным кантэксце шырокае і рознабаковае асэнсаванне. У форме калектыўнага суб’екта дыскурсу газета выпрацавала адмысловыя формы маўлення, устойлівыя маўленчыя формулы, якія знітоўваюць тэксты ўнутры кожнай субсферы ў адзіны вялікі кантэкст. *Мы – беларускі народ*:вялікі народ, старажытны, неваяўнічы, працавіты, не «тутэйшы», а «беларускі народ», ён «павінен заняць пачэснае мейсцэ ў сямьі братніх націй»; *нацыянальнае жыццё*: беларус «такі самы чэлавек і грамадзянін свайго краю, як усе іншые»; *мова*: «мова спрадвечная наша Беларуская», матчына песня, «скарб наш багаты і пекны», «спадчына дзядоў нашых»; *зямля*: карміцелька, «зямелька за стараньне каля яе двойчы атплаціць» – гэтыя і іншыя ўстойлівыя формулы адрасаваліся беларускаму народу, укараняліся ў яго свядомасць і мелі магічную ўплывовую сілу, якую не страцілі і сёння. Формулы *бедны*, *беззямельны беларус*, *цёмны*, *зацісьнены*, *пакрыўджаны* газета паступова выкрэсліла з маўленчага ўжытку носьбітаў нацыянальнай культуры.

Камунікатыўнымі стратэгіямі нашаніўскага дыскурсу сталі: заклік да пераменаў, да дзейнасці («Вялікі час і нашым беларусам пайсці па розум да галавы»); аптымістычны погляд на будучыню; абарона традыцыйных каштоў­насцяў – мовы, роднай зямлі, Айчыны; абарона беларуса – зняцце з яго віны за неадукаванасць; стратэгія спрашчэння – давесці поўную інфармацыю да неадукаванага мужыка; стратэгія параўнання («Дзіўная рэч, чаму ўсе нацыі шануюць родную мову сваю, уважаюць яе больш за ўсе іншыя, а нашы беларусы вырэкаюцца яе»); уздзеянне на пачуцці і эмоцыі; выкрыванне ворагаў. Гэтыя стратэгіі, як і ўся маўленча-мысліцельная дзейнасць выдання, былі арыентаваны на вырашэнне адной праблемы – пераадолення ў беларускім народзе сацыяльна-«мужыцкай» абмежаванасці. (“Калі спытаеце мужыкоў, чаму яны перэсталі уніжацца перэд сваімі непрошэнымі “апекунамі” – усюды паслышіце атказ: “Бо ужо дурніца прайшла”.) Агульнагістарычны накірунак газеты ва ўмовах незавершанай нацыянальнай кансалідацыі беларускага народа, які «векамі аберагалі ад свабоднай мыслі...» (1907. 24 лют. (февр.), быў дэмакратычны, арыен­таваны на барацьбу за свабоду слова, думкі, веравызнання, за праўду і ідэю. Газета, якая стала сапраўдным голасам народа, уздзейнічала на характар маўленча-мысліцельных паводзінаў беларускага грамадства, заклікаючы «шырыць слово беларускае, шырыць думкі беларускіе» (1909. 17 (30) сеньц.). Нашаніўскі дыскурс эфектыўна ўкараняў у свядомасць беларусаў нацыянальную годнасць, быў па-сапраўднаму кансалідуючым, мяняў страфікацыю соцыуму.

Сацыяльна-гістарычны, культурны, палітыч­ны, эканамічны, маральна-этычны бакі рэчаіснасці цесна звязаны з эвалю­цыйнымі працэсамі, і гэта знаходзіць нацыянальна-спецыфічнае адлюст­раванне ў сродках масавай інфармацыі. Журналісцкі тэкст сярод іншых нацыянальна арыентаваных тэкстаў павінен каштоўнасна арыентаваць свайго чытача, ствараючы не толькі пэўны вобраз, але і фарміраваць адносіны да яго. Даследчык дыскурсу СМІ В. Іўчанкаў справядліва адзначае, што «журналісцкі тэкст служыць фарміраванню грамадства ў цэлым, адыгрываючы звязуючую ролю ў жыцці камунікантаў» [2, с. 121]. Як асобы від сацыяльных зносінаў, масавая камунікацыя ахоплівае ўсе пласты грамадства, выступае выразнай праявай развіцця і арганізацыі нацыянальнай лагасферы, уздзейнічае на маўленча-мыслі­цельную дзейнасць соцыуму, а разам з гэтым і на культуру.

У мове газет матэрыялізуецца грамадскае ўяўленне пра рэчаіснасць, адлюстроўваюцца жыццё і паводзіны людзей. Як слушна заўважаў беларускі мовазнаўца Б. Плотнікаў, мова СМІ зрабілася самай масавай разнавіднасцю, сродкам сацыяльнага існавання і функцыянавання мовы, магутным інструментам уздзеяння [3, с. 69]. Лінгвістычны аналіз матэрыялаў СМІ дазваляе выявіць канцэпты культурнага плану, якія выконваюць функцыю захавання і адлюстравання нацыянальнай ментальнасці, традыцый, гісторыі, культуры народа. Масава-інфармацый­ны кантэкст стварае ўмовы для адэкватнага разумення культурнага канцэпта. Даследаванне моўнага матэрыялу беларускіх СМІ ў дыяхраніі дазваляе ахарактарызаваць нацыянальную ментальнасць, вызначыць асаблівасці развіцця лагасферы саміх СМІ, прыватнай лагасферы.

Перыяд ад пачатку ХХ ст. да пачатку ХХІ ст. з гледжання гіста­рычнай навукі не ёсць вялікі прамежак часу. Але ж даследаванне зменаў у маўленча-мысліцельнай дзейнасці беларускага соцыуму, якія адбыва­ліся на працягу гэтага перыяду, прызнаецца актуальным па некалькіх прычынах. Па-першае, адрэзак часу ад пачатку стагоддзя да нашых дзён насычаны падзеямі, якія зрабілі вялікі ўплыў на развіццё як нацыя­нальнай лагасферы ў цэлым, так і лагасферы прыватнай. Па-другое, параўнальны аналіз структурна-семантычнай трансфармацыі культурных канцэптаў у адзначаных часавых межах можа быць паказальным, калі ўлічыць выключнасць пачатку ХХ ст. як перыяду фарміравання агуль­ных накірункаў развіцця лагасферы СМІ *на народнай аснове*. Назіранні за тым, якое значэнне мела слова ў нашаніўскім дыскурсе і ў якім плане мянялася яго семантыка на працягу стагоддзя, дапамагаюць усвядоміць шляхі развіцця нацыянальнай маўленча-мысліцельнай галіны культуры, вызначыць накірунак і ўнутраны механізм семантычнай эвалюцыі ключавых паняццяў канцэптасферы ў беларускіх СМІ. У сваю чаргу, сродкі масавай інфармацыі з’яўляюцца складнікам беларускай культуры, выразнікам маўленчага ідэалу ў пэўныя гістарычныя перыяды і адначасова яго ўплывовым стваральнікам.Так, напрыклад, перыяд з 1918 па 1941 г. – час станаўлення і развіцця беларускага нацыянальнага друку, радыё і тэлебачання – даследчыкі лічаць асабліва характэрным у плане ўздзеяння публіцыстычнага слова на маўленча-мысліцельную дзейнасць масавай аўдыторыі [4, с. 2]. Перыядычныя выданні таго часу, па сут­насці, фарміравалі грамадскую думку, штучна стваралі безальтэрна­тыў­ны малюнак рэчаіснасці, неабходны ўладам. Друк у той час выконваў выключна ролю сродкаў масавай агітацыі і прапаганды, галоўная мэта якіх – нагнятанне палітычнай эйфарыі, масавага псіхозу, барацьба з «контррэвалюцыйнымі элементамі». Грамадска-палітычная газетная лек­сіка адлюстроўвала актуальныя для таго часу рэаліі: *сацыялізм, камунізм, бальшавік, кулак, варожы элемент, арышт, класавая пільнасць* і шэраг інш. У перыядычным друку адбываецца прыкметнае пераасэнса­ванне ўніверсалій нацыянальнай культуры, звужаецца іх семантычны аб’ём, страчваецца канататыўная сема ментальнасці, закладзеная стваральнікам нацыянальнай культуры – народам. Пад форму таго ж самага знака падводзіцца новы змест, крыніцай якога служыць афіцыйная сістэма ідэалагем, што спарадзіла і адпаведныя маўленчыя формулы: *савецкі народ – гаспадар зямлі*; *маё – гэта наша*, *наша – гэта маё*; *савецкі чалавек – сябар*, *брат*, *тава­рыш*, *несавецкі – вораг*, *правакатар*; *дзеці – піянеры*, *акцябраты*, *камса­мольцы*; *радзіма – СССР*; *савецкая сям’я*, *калгасная сям’я*, *рабочая сям’я* і шэраг інш*.* Канцэпт *зямля*, да прыкладу, які асэнсоўваўся ў агульнай лагасферы як *карміцелька*, *родны кут*, *уласная гаспадарка*, *духоўны скарб нацыі*, *«зямелька*, *якая за старанне каля яе двойчы атплаціць»*, у тагачасных СМІ паўстае як «*посевная площадь*», а яе новы гаспадар – калгаснік – багаты ўраджай «сваёй воляй бярэ ад зямлі і бярэ той поўнай мерай, на якую здольны яго веды і ўласная праца». Адвечная бінарная апазіцыя *свая зямля – чужая зямля* паглынаецца паняццем *калгасная зямля*. Маўленчыя формулы тыпу *савецкі народ – гаспадар зямлі*; *савецкі чалавек – сябар*, *брат*, *таварыш*; *несавецкі чалавек – вораг*, *правакатар*; *маё – гэта наша*, *наша – гэта маё*; *дзеці – піянеры*, *акцябраты*, *камсамольцы*; *праца – дзеля Радзімы* і шэраг іншых пранізвалі газетныя кантэксты і ўкараняліся ў свядомасць грамадства. Лагасфера савецкіх СМІ характарызуецца ўзнёслай танальнасцю, наборам высокіх слоў і ключавых канцэптаў-ідэалагем. Адрасат аказваў­ся аб’ектам «прапаганды, агітацыі і арганізатарскіх дзеянняў» з боку сродкаў масавай інфармацыі, якія для гэтай мэты выкарыстоўвалі пэўныя стратэгіі і тактыкі кшталту: маўленчая тактыка «чорнага» і «белага», стратэгія параўнання сучаснага і мінулага, формулы хвалы і падзякі і іншыя, у той час як сутнасць культурна-гістарычнага працэсу заставала­ся нераскрытай.

У другой палове ХХ ст. прынята вызначаць некалькі перыядаў: пасля­ваенны з адбудовай народнай гаспадаркі; хрушчоўская «адліга»; узмацнен­не адміністрацыйнай і каманднай сістэмы – часы брэжнеўскага «застою»; перыяд гарбачоўскай «перабудовы»; станаўленне Беларусі як самастойнай дзяржавы [5, с. 3]. Для кожнага з іх на фоне агульнай тэндэнцыі можна выявіць адметную дамінанту, якая ў той ці іншай ступені вызначае асаблі­васці сацыякультурнай, а значыць, і маўленча-мысліцельнай арыентацыі грамадства.

Напрыканцы ХХ ст. разам з дэмакратычнымі зрухамі як праявамі новай хвалі адраджэння адбываліся ў жыцці беларускага грамадства і разбуральныя працэсы, якія справакавалі духоўны і маральны раскол сярод носьбітаў культурнай інфармацыі. У сувязі з гэтым публіцыстыч­нае слова набыло асаблівае значэнне.

Новы час патрабуе новага асэнсавання рэчаіснасці, больш глыбокага ўсведамлення нашай нацыянальнай годнасці, велічы і самабытнасці, нашай беларускай ментальнасці. Ва ўмовах цяперашняй сацыякультурнай сітуацыі ўзнікае патрэба ў вызначэнні сучасных жыццёвых прыярытэ­таў, у пераглядзе стаўлення да агульначалавечых і нацыянальных каш­тоўнасцей, такіх як *жыццё, зямля, Радзіма, мова, сям’я, праца* і інш. У гэтых варунках важная роля адводзіцца медыя. Вядомы польскі журналіст і пісьменнік Рышард Капусьцінскі, разважаючы пра журналістыку новага тыпу, адзначае, што ёсць два ўзроўні – рамесніцкі і творчы. «Большая частка журналісцкай працы падобна да працы рамесніка… Гэтаму кожны можа навучыцца і па-за сценамі ўніверсітэта, – лічыць ён. – Другі ўзровень – гэта высокая, канцэптуальная журналістыка. Крытэрыем ацэнкі артыкула становіцца не тое, што, змяшчае яна прапагандысцкія элементы ці не, а тое, што, мае ці яна добрую матывацыю, важны ці гэта, майстэрскі напісаны тэкст – журналісцкі, літаратурны, які робіць чалавека лепшым, прымушае яго думаць» (День. 2003. 19 верас.). Новы тып журналістыкі – канцэптуальная, ці светапоглядная – неабходна адрозніваць ад «звычайнай» журналістыкі: «Паўсядзённае – тое, што адбываецца ў нас на вачах. Гэта звычайная журналістыка. А светапоглядная – гэта калі мы выходзім за межы паўсядзённасці і звяртаемся да вечных каштоўнасцей – духу, культуры ці нацыянальнага развіцця» (День. 2008. 25 сак.). Сёння можна канстатаваць існаванне беларускай канцэптуальнай журналістыкі, скіраванай на асэнсаванне (тлумачэнне, ацэнку, аналіз) рэчаіснасці і фарміраванне светапогляду праз дыялог адрасанта з адрасатам, што станоўча адбіваецца кардынальнымі зменамі ў маўленча-мысліцельнай практыцы беларускага грамадства і на развіцці лагасферы нацыянальнай культуры ў цэлым.

Сучасныя беларускія перыядычныя выданні, арыентаваныя на нацыянальную ідэю, імкнуцца да адраджэння нацыянальных каштоў­насцяў, да рэстаўрацыі багатай традыцыйнай семантыкі дамінантных канцэптаў культуры, такіх як *беларускі народ*, *Беларусь*, *уласная зямля*, *нацыянальнае жыццё*. СМІ даводзяць да масавага чытача неабходнасць звароту да сваіх вытокаў, аднаўлення страчаных каштоўнасцяў духоў­нага развіцця асобы і грамадства. Яны выступаюць выразнікамі света­погляду розных сацыяльных груп і адлюстроўваюць разнастайныя сацыяльныя стэрэатыпы. Маўленчыя формулы *беларускі народ – самабытная старажытная нацыя і народ – тлум*, *бедны*, *няшчасны*; *беларуская мова – душа народа*, *матчына песня і непрэстыжная*, *дэкаратыўная мова*; *дзеці – гэта не толькі цуд і вялікае шчасце*, *а і недазваляльная раскоша* і іншыя адлюстроўваюць супрацьлеглае стаўленне ў сучасным грамадстве да сакральных каштоўнасцяў бела­рускай культуры і ўзровень маўленча-мысліцельнай культуры сучаснага соцыуму .

Палітычная сітуацыя, эканамічныя пераўтварэнні, якія адбываюцца на пачатку ХХІ ст., найноўшыя інфармацыйныя тэхналогіі і, адпаведна, трансфармацыя ўсёй сістэмы СМІ радыкальным чынам адбілася і на маўленча-мысліцельным узроўні сродкаў масавай інфармацыі. Сёння можам гаварыць пра пэўную сфарміраванасць «новага» публіцыстычнага стылю: пра новыя тэндэнцыі і заканамернасці ў сучасным публіцыстычным маўленні. Маўленчыя паводзіны носьбітаў культуры рэгулююцца маўлен­чым ідэалам – стрыжнёвым кампанентам лагасферы, суадносным з ха­рактарам эпохі. Ён характарызуецца культураспецыфічнасцю, гістарыч­най зменліва­сцю. Беларускія СМІ як калектыўны суб’ект нацыянальнай маўленча-мысліцельнай культуры свядома фарміруюць маўленчы ідэал. Так, у аснову маўленчага ідэалу «Нашай Нівы» (1906–1915 гг.) пакладзены канцэпты *праўдзівасць*, *талерантнасць*, найбольш пры­бліжаныя да нацыянальнага менталітэту і маўленчай традыцыі. У лагасферы савецкіх СМІ маўленчы ідэал грунтуецца на абмежа­ваным кодзе – моцным кантролі мовы над мысленнем. Спецыфіка маў­ленчага ідэалу праяўляецца ва ўзнаўляльнасці штампаў і клішэ, даміна­ванні прынцыпаў барацьбы, рэзкіх бінарных сэнсавых апазіцый, адарва­насці слова ад думкі і ісціны, дэперсаніфікацыі, што не магло не адбіцца на характары маўленча-мысліцельных паводзінаў соцыуму ва ўсёй яго іерархічнасці. Рэгулярнасць іх праяў стварала прымусовы тып маўленчых паводзінаў – ідэалагічны, які характарызуе савецкую ментальнасць. Маўленчы ідэал сучаснага перыяду характарызуецца стылёвай, лексіч­най, ідэалагічнай разнастайнасцю і супярэчлівасцю, разладжана­сцю як літаратурнай нормы, так і маральна-этычнай. Усе значныя змены маўленчага ідэалу абумоўлены пераломнымі падзеямі ў жыцці гра­мадства.

Працэс дэмакратызацыі ахапіў усе сферы зносінаў. Свабода слова – неабходны складнік гэтага працэсу – часта разумеецца носьбітамі культуры і сродкамі масавай інфармацыі як адыход ад любых нормаў, нават маральна-этычных, што прыводзіць да дэгуманізацыі нацыяналь­най лагасферы і спараджае раскол у грамадстве. Ва ўмовах такой сацыякультурнай сітуацыі праблема гуманізацыі інфармацыйнай сферы,яе маўленчага ідэалу надз­вычай актуальная. Медыя, абапіраючыся на станоўчы гістарычны вопыт, павінны імкнуцца стварыць спрыяльныя ўмовы не толькі для працэсу нацыянальнага адраджэння, але і для выхавання новага публіцыстычнага мыслення, заснаванага на гуманістычных, этычных і маральных прынцыпах. Актуальнасць набываюць пытанні духоўнасці, этыкі СМІ, кодэксу паводзінаў, адказнасці журналістаў. Аўтар кнігі «Рытарычны ідэал у журналістыцы» [6, с. 186] канстатуе: «Ёсць у навуцы такое паняцце, як дэанталогія (грэч. deon – «абавязковае» і logos – «вучэнне»). Вучэнне аб прафесійным абавязку. Паводле дэанталагічнай нормы святым прафесійным абавязкам журналіста з’яўляецца сама­ўдасканаленне, самаацэнка, сацыяльная пазіцыя дзеля сацыяльнага прагрэсу, які ўключае і моўную свядомасць грамадства, адказнасць перад сабой, перад карпарыцыяй». Сродкі масавай інфармацыі ў значнай ступені вызначаюць не толькі моўныя нормы, але і маральна-этычныя, і тым большая іх адказнасць за тое, каб гэтыя нормы адпавядалі нацыянальнай культурнай традыцыі. Паводле слоў прафесара А. Радзькова, «у жыцці ўсё ёсць. Але сістэма прыярытэтаў павінна быць у журналіста абазначана дакладна. Таму што ён у СМІ прадстаўляе свой народ, сваю краіну, грамадства, сям’ю» (СБ. 2007. 15 февр.). На трывалай маральнай аснове пры ўмове асэнсавання ўсімі носьбітамі культуры каштоўнасцяў маўленча-мысліцельнай спадчыны беларускага народа магчыма абараніць нацыянальную лагасферу ад маўленчай агрэсіі, якая стала частотнай з’явай асабліва ў апазіцыйным друку.

Вывучэнне беларускіх СМІ як своеасаблівага індыкатара зменаў у грамадскай свядомасці, уплывовага фактару развіцця маўленча-мысліцельнай культуры соцыуму сёння прызнаецца надзвычай актуальным. Даследаванні такіх праблем, як журналістыка, мова і маўленне; маўленча-мысліцельная дзейнасць і нацыянальная культура; медыядыскурс і соцыум; публіцыстыка і маўленчы ідэал, з’яўляюцца важнымі і перспектыўнымі, паколькі масавая камунікацыя ахоплівае ўсе пласты грамадства, тым самым уздзейнічае на маўленча-мыслі­цельную дзейнасць соцыуму, а разам з гэтым і на нацыянальную культуру.

Літаратура

1. *Михальская, А. К.* Русский Сократ : лекции по сравнительно-историче­ской риторике / А. К. Михальская. – М. : Academia, 1996. – 192 с.
2. *Іўчанкаў, В. І.* Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : БДУ, 2003. – 257 с.
3. *Плотнікаў, Б.* Кароткая гісторыя беларускай мовы і мовазнаўства / Б. Плотнікаў // Роднае слова. – 2002.– № 10. – С. 66–69.
4. Беларуская журналістыка : вучэб.-метад. дапаможнік. – Мінск : БДУ, 1991. – Ч. 2. – 78 с.
5. Беларуская журналістыка : вучэб.-метад. дапаможнік. – Мінск : БДУ, 1996. – Ч. 3 – 69 с.
6. *Карповіч, М.* Рытарычны ідэал у журналістыцы : навук.-практ. пошук : артыкулы, каментары, інтэрв’ю / М. Карповіч. – Мінск : Тэхнапрынт, 2004. – 202 с.