

КЛЮЧАВЫЯ ІДЭАЛАГЕМЫ СУЧАСНАГА МЕДЫЯТЭКСТУ (на прыкладзе газеты «Звязда»)

С. К. Берднік

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
berdnikslarhej@gmail.com*

Усе публіцыстычныя тэксты адносяцца да публіцыстычнага стылю. Тэматычны дыяпазон гэтага стылю практычна не абмежаваны: палітыка, ідэалогія, філасофія, эканоміка, культура, спорт і інш. Публіцыстычнае маўленне разглядаецца даследчыкамі як мэтанакіраванае сацыяльнае дзеянне. Менавіта таму на адно з першых месц падчас яго даследавання вылучаецца ідэалагема.

Ключавыя словы: дыскурс; публіцыстыка; камунікацыя; ідэалагема.

KEY IDEOLOGEMES OF THE MODERN MEDIA TEXT (on the example of the newspaper «ZVEZDA»)

S. K. Berdnik

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: S. K. Berdnik (berdnikslarhej @ gmail.com)*

All journalistic texts belong to the journalistic style. The thematic range of this style is practically unlimited: politics, ideology, philosophy, economics, culture, sports etc. Journalistic speech is considered by researchers as a purposeful social action. And that is why the ideologeme is put forward in one of the first places during its study.

Key words: discourse; journalism; communication; ideologeme.

Публіцыстыка, сродкі масавай камунікацыі займаюць вядучае месца ў жыцці грамадства. Асабліва ў наш час, калі яны звернуты да шырокай аўдыторыі з розных крыніц і з'яўляюцца не толькі сродкам яе інфармавання, але і пераканання і ўздзеяння на грамадскую свядомасць. Гэтым вызначаецца і роля публіцыстычнага маўлення ў сучаснай літаратурнай мове. Публіцыстычныя тэксты вылучаюцца сёння ў цэнтр

стылістычнай сістэмы літаратурнай мовы, таму што месца, якое займала мова мастацкай літаратуры ў XIX–XX стагоддзях у фарміраванні нарматыўнай базы сучаснай літаратурнай мовы, пераходзіць да публіцыстычнага стылю, мовы СМІ. Гэта становіцца відавочным, калі адзначаем пэўныя зрухі ў моўнай свядомасці грамадства, як змяніліся падыходы да новых уяўленняў пра літаратурную мову, яе змест і задачы, пра яе стылістычную дыферэнцыяцыю.

Усе публіцыстычныя тэксты ў лінгвістыцы традыцыйна адносяць да публіцыстычнага стылю (ці ў іншай тэрміналогіі газетна-публіцыстычнага, газетнага, палітычнага, газетна-часопіснага). У сучаснай навуцы гэты стыль яшчэ часта называюць стылем масавай камунікацыі.

Стрыжнявым паняццем публіцыстычнага дыскурсу з’яўляецца ідэалагема, якая прадугледжвае мэтанакіраванае ўздзеянне адрасанта на свядомасць адрасата (атрымальніка) з дапамогай зараней зададзенай ідэі. Н. І. Клушына ў працы «Стылістыка публіцыстычнага тэксту» дае наступнае азначэнне ідэалагеме: «Ідэалагема – гэта зараней зададзеная ідэя, якая кладзецца ў аснову намінацыі і замацоўваецца ў масавай свядомасці з дапамогай пэўных моўных сродкаў як вербальны стэрэатып» [1, с. 70]. Такім чынам, ідэалагема – гэта вызначэнне тых прыярытэтных ідэалагічных, палітычных, сацыяльных і іншых устаноў вербальнымі сродкамі, якія павінен засвоіць адрасат і якія фарміруюць у грамадстве пэўную ўстойлівую ідэалогію, што дапамагае згуртаванню соцыуму. Звычайна ў публіцыстыцы вызначаюць 2 тыпы ідэалагем: сацыяльныя і асобныя. Абодва гэтыя тыпы ў сучасных газетных тэкстах выкарыстоўваюцца даволі актыўна, чаго вымагае ў цэлым грамадска-палітычная сітуацыя ў свеце.

Для прыкладу мы ўзялі некалькі нумароў адной з цэнтральных беларускіх газет, у прыватнасці беларускамоўнай газеты «Звязда», і паспрабавалі вызначыць на матэрыялах асобных публікацый сэнсавую нагрузку некаторых ідэалагем. Неабходна адзначыць, што цэнтральная прэса любой краіны пэўным чынам павінна не толькі ўсебакова асвятляць ідэалагічную, палітычную, сацыяльную і іншую скіраванасць дзейнасці ўлады і сваёй краіны ў цэлым, але і праз СМІ актыўна ўплываць на згуртаванне грамадства, яго паспяховае развіццё наперад і працвітанне. Такой мэце, на наш погляд, адпавядае на працягу доўгага часу дзейнасць рэдкалегіі газеты «Звязда».

Першы нумар газеты, узяты для аналізу, прыпадае на 23 сакавіка 2022 года № 56 (29678). Уважліва прачытаўшы яго, адразу разумееш, якія важныя пытанні вырашаюцца ў краіне ў гэты час. Адзін з матэрыялаў (на першай старонцы) прысвечаны пасяўной кампаніі. І пачынаецца ён словамі Прэзідэнта: *“Свой народ мы, як і заўсёды, поўнасьцю забяспечым айчыннымі прадуктамі”*. Пытанне харчовай бяспекі краіны было заўсёды на вострай ўвагі кіраўніка нашай дзяржавы. Другі важны тэзіс у гэтым нумары гучыць так: *Кожны трэці – у памяці народнай*. Размова ідзе пра ахвяры Вялікай Айчыннай вайны, у прыватнасці пра Хатынь. Наогул ваенная тэма для беларускіх СМІ з’яўляецца важнай і актуальнай, асабліва ў патрыятычным выхаванні моладзі. У гэтым нумары можна адзначыць яшчэ некалькі загалоўкаў і выразаў, якія маюць ідэалагемны характар: *Быць пісьменнікам і грамадзянінам* (пра з’езд пісьменнікаў Беларусі); *«неабходна кожны дзень рабіць сваю справу і быць карысным людзям»* (з інтэв’ю рэктара Гомельскага дзяржаўнага медыцынскага ўніверсітэта); *Важна быць разам* (пра развіццё Саюзнай дзяржавы) і некаторыя іншыя.

Наступныя 2 нумары «Звязды» 167 і 172 за 26 жніўня і 2 верасня таксама асвятляюць розныя пытанні жыцця краіны, аднак прысвечаны ў большасці сваёй адукацыі. У сваім матэрыяле міністр адукацыі падкрэслівае, што маладыя спецыялісты маюць неабходнасць у настаўніцтве. Сваё выступленне ён завяршае словамі: *Гэта добры спляў маладосці і вопыту*. Даволі актуальная ідэалагема.

Прэзідэнт Беларусі Аляксандр Лукашэнка правёў адкрыты ўрок «Гістарычная памяць – шлях у будучыню». Дзень ведаў у Палацы Незалежнасці сустрэлі 277 навучэнцаў – студэнты і школьнікі з усёй краіны. Зразумела, змястоўна і цікава прагучала выступленне кіраўніка дзяржавы, аднак у нашу задачу не ўваходзіць яго пераказваць. У якасці асобных ідэалагем гэтага даклада могуць служыць яго падзагаловкі. Прывядзем іх поўнасьцю па газеце «Звязда»: *У кожнага часу ёсць свае дасягненні і памылкі; Мы самі былі гаспадарамі на сваёй зямлі; Мы ўсё памятаем; Сутыкнулі лбамі тры брацкія народы; Сціснуўшы зубы, праводзіў сваю палітыку; Я не хачу, каб вы ваявалі*.

Гэтыя кароткія вытрымкі можна лічыць напрамкамі дзейнасці кіраўніцтва краіны ў бліжэйшы час.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М.: МедиаМир, 2008. 244 с.