

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

А. А. Биюмена

КОМПОНЕНТЫ ОБРАЗА «ЧЕЛОВЕКА ТРУДА» В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

Медиадискурс является важнейшей платформой социализации личности, формирования ценностных установок общества и закрепления его идеологических доминант. Согласно одной из теорий массовой коммуникации, теории социального научения, люди имитируют увиденные ими в СМИ модели поведения. Соответственно, эти модели следует подкреплять и сделать их нормой поведения.

Одним из способов воспитания личности в соответствии с установленными в обществе поведенческими нормами и ценностями является представление в средствах массовой коммуникации определенных лингвокультурных типажей – обобщенных образов личностей, «чье поведение и чьи ценностные ориентации существенным образом влияют на лингвокультуру в целом и являются показателями этнического и социального своеобразия общества» (О. А. Дмитриева, 2007, с. 76). В качестве главных критериев типизации личности выделяют: узнаваемость и частотность проявления в коллективном языковом сознании; социокультурную значимость для коллектива; наличие ценностного компонента в типизируемой личности; степень влияния данной типизируемой личности на поведение представителей соответствующей культуры (В. И. Карасик, О. А. Дмитриева, 2005). Лингвокультурный типаж позволяет сделать выводы об аксиологических ориентациях социума, так как, с одной стороны, в нем закреплены уже сложившиеся в обществе ценности, а с другой, на его основе формируются новые ценностные ориентации (В. И. Карасик, 2002).

В лингвокультурном типаже репрезентируется совокупность признаков, по которым легко узнается образ того или иного персонажа, воплощающего набор характеристик, свойственных представителям определенной социальной или этнической группы. Одним из ведущих лингвокультурных типажей как советской, так и современной белорусской прессы является образ «человека труда». Данный типаж регулярно актуализируется в материалах медиа на протяжении последнего столетия. Образ «человека труда» в белорусских СМИ можно представить в виде модели, включающей в себя следующие компоненты: качества личности, результаты деятельности, поощрения и награды, положительные эмоции и чувства.

Среди личностных черт работников, о которых рассказывают журналисты белорусских газет, в первую очередь следует выделить универсальные, общетрудовые качества – надежность, организованность, дисциплинированность, ответственность, самостоятельность, трудолюбие, работоспособность: *Без дела*

не сидим. Встал с рассветом, позавтракал – и в поле. Пока работаем до семи вечера, по возвращении еще по дому что-нибудь успеваю сделать (Народная газета, 20.04.2024); *Любое дело можно смело поручить, потому что **ответственный** и грамотный специалист* (Сельская газета, 13.04.2024).

Авторы статей также пишут об опыте, компетентности и профессионализме своих героев, их способности решать сложные рабочие задачи: *Опыт тракториста у меня под 25 лет, **технику знаю и чувствую***; *У механизатора за плечами **солидный опыт** работы в АПК* (СБ, 03.05.2024); *За 25 лет профессиональные навыки **отшлифовал** так, что **справляется с любым заданием**, поэтому регулярно получает грамоты за добросовестный труд* (Народная газета, 20.04.2024).

Представленные в белорусской прессе «люди труда» характеризуются развитыми коммуникативными компетенциями. Они вежливы, дружелюбны, могут найти общий язык с разными людьми, демонстрируют навыки командной работы, пользуются уважением коллег, ведь в современном мире способность к коммуникативной организации профессиональной деятельности «определяет степень профессионализма работника, обеспечивает эффективный выбор действий для достижения целей через умение профессионального общения» (Е. В. Гаврилова, 2018, с. 329): *Опытные люди, проработавшие на земле, видят, что молодые специалисты разбираются в агробизнесе, стараются – так и завоевали **уважение*** (Сельская газета, 21.05.2024); *Андрей признается, что хотелось бы летом на море, но в самый горячий сезон не может подводить коллектив, тем более что со всеми в **дружеских отношениях*** (Народная газета, 20.04.2024); *Главным фактором успеха считаю **коллектив**. А он **дружный**, каждый болеет за результат* (СБ, 19.04.2024).

Материалы о «людях труда» подробно описывают профессиональные успехи персонажей – выполнение и перевыполнение заданий, успешные реализованные проекты. Интересно, что современные белорусские печатные издания наследуют традиции СМИ советского периода относительно наименований лучших работников. В газетных текстах нередко встречаются номинации, свойственные советской эпохе (*ударник, передовик*): *В сельскохозяйственном филиале «Чигиринка» РУП «Белоруснефть-Могилевоблнефтепродукт» в числе **передовиков** опытный механизатор Дмитрий Конюхов* (СБ, 26.09.2023); *Чествования лидеров уборочной проходят прямо в полях, чтобы не отрывать **ударников** от труда* (Знамя юности, 20.07.2023); *Неизменный **передовик** и универсал – сначала пашет, потом сеет, а как только созреет урожай, пересаживается на зерноуборочный комбайн* (Рэспубліка, 25.04.2024).

Работники, демонстрирующие высокие результаты, обеспечиваются достойной зарплатой, комфортными условиями жизни и труда, а также получают различные награды и поощрения, как материальные, так и нематериальные: *Аграрии получают заслуженные **награды**, а их родители – **благодарственные письма** за достойное воспитание сыновей и дочерей и привитую им*

любовь к работе на родной земле (Знамя юности, 20.07.22023); Профсоюзные инспекторы следят, чтобы во время полевых работ всем поставлялось горячее питание (обед), а если работают в вечернее время, то и ужин ... В жаркое время года в поля всегда привозят бутилированную воду, у механизаторов она в запасе. После смены у каждого работника должна быть возможность привести себя в порядок – на мехдворах есть душевые, раздевалки, теплые бытовки (Сельская газета, 11.05.2024); Техника новая, заработать достойно можно – у нас за перевыполнение нормы повышенные расценки (Сельская газета, 03.05.2024);

Образ «человека труда» в белорусском печатном медиадискурсе характеризуется ярко выраженным аксиологическим модусом. Все герои публикаций любят свою работу, гордятся своей Родиной, испытывают интерес, радость и другие положительные эмоции: *О выбранной профессии не жалею: каждый день работаю с удовольствием (Знамя юности, 20.07.22023); На работу и обратно всегда иду в приподнятом настроении. А что еще человеку для счастья нужно? (Сельская газета, 04.05.2024).*

Таким образом, «человек труда» является лингвокультурным типажом, который регулярно репрезентируется в белорусских печатных медиа. Представленные в прессе «люди труда» – ответственные, дисциплинированные, опытные и компетентные работники с хорошо развитыми коммуникативными навыками. Они любят свою работу, показывают высокие результаты и получают за это достойное вознаграждение и поощрения. Публикации о «людях труда» способствуют трудовому воспитанию молодежи и солидаризации общества.