

ИССЛЕДОВАНИЯ СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

М. А. Гладко

«НАШИ» – ЦЕННОСТНАЯ ДОМИНАНТА
МЕДИАДИСКУРСА БЕЛАРУСИ XXI ВЕКА

Анализ медиадискурса Беларуси позволил выявить тематические доминанты – маркеры белорусской культуры, представленные в теледискурсе периода 2014–2020 гг. Ключевым вектором информационных потоков является формирование образа «наших» (беларусов) в целом, а также относительно других государств. Культурно-тематическая доминанта «Наши» в современном медиадискурсе используется как идеологема, которая поддерживает существование национальных ценностей, позволяет человеку структурировать понимание себя как представителя конкретной нации. Статья формулирует модель «Наши», наполняющие ее ценностные доминанты: концептуальные; стратегические сценарии; личностного бытия.

Медиадискурс является той универсальной системой, с помощью которой в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира. По причине огромного количества происходящих в мире событий, мы вынуждены строить свое знание о действительности на медиареконструкциях и интерпретациях, которые в силу самой своей природы идеологичны и культуроспецифичны [1, с. 22]. В XXI в. «глобализация стремится растворить национальную идентичность в общемировых процессах экономизации, демократизации, информатизации, культурной стандартизации и ценностной универсализации» [2, с. 26]. Поэтому особое значение приобретает возможность национальных государств, этнических сообществ реконструировать свою историю, формировать или очертить идентичность, чему во многом способствует медиадискурс. Проблема его ценностного содержания выходит на первый план и становится компонентом национальной безопасности страны [3, с. 128].

Медиадискурс вбирает индивидуальное и коллективное сознание. Автор-журналист одновременно демонстрирует возможности своего личностного потенциала и транслирует модели национального мировидения. Обработывая фактуру, соавторы (журналист и герои телепередачи) медиатекста задействуют фоновые знания, которые являются результатом многовекового развития нации. И именно «коллективное знание задает те ориентиры, в соответствии с которыми продуцент текста придает последнему определенную структуру» [4, с. 353].

Проанализировав познавательные, публицистические и хроникально-документальные телепередачи, выпущенные Белтелерадиокомпанией в период 2014–2020 гг., удалось установить, что медиапространство Беларуси наполнено культурно-значимыми ценностно нагруженными темами, которые цементируют прошлое и настоящее нации, являются способом хранения

национальных ценностей, транслируют, очерчивают идеалы и культурное наследие страны: «Беларусь», «Беларусь – Страны мира», «Наши», «Победа – Память». Были выявлены ключевые маркеры белорусского самосознания, закрепленные в медиадискурсе, которые указывают (маркируют) на доминантные установки и ценности современного медиадискурса.

В фокусе внимания данной статьи – знаковая культурно-тематическая доминанта «Наши», которая посредством ресурсов языка, с одной стороны, фиксирует, тиражирует идеалы и систему духовных ценностей социума, формирует у адресата ощущение себя как части нации, с другой – задает конкретный сценарий поведения, отражая типичную модель поведения телегероя. Репрезентация национальных ценностей, стереотипов в СМИ позволяет защищать взгляды и убеждения людей, традиции страны, она создает плодотворную почву для идентификации – конструирования и сохранения важного для нации образа «Мы».

Медиадискурс соткан из «сплава» нарративов, разворачивающихся в его текстовом пространстве. Нарратив – это рассказ, история с определенным сюжетом, с конкретными персонажами [5, с. 57–58]. Через выстраивание линейных нарративов образуется единая уникальная система, внутренние процессы в которой отражают максимально возможное объективное познание мира (через познание авторов-журналистов, очевидцев, «героев», экспертов), т.е. сказывается современное понимание объективной реальности [6, с. 59]. Философы нарратива Ж-Ф. Лиотар и Ф. Джеймисон отмечают, что нарратив говорит, в каком направлении следует думать о событиях, придавая им определенную эмоциональную окраску [7, с. 61].

Культурно-тематическая доминанта «Наши» (далее КТД) конструируется нарративами, которые повторяются в многочисленных сюжетах белорусских телепередач. Она является ядерным элементом концептуальной структуры медиатекста, используется как средство оказания влияния: данная когнитивная схема выполняет роль ментального средства национальной идентификации, является ключевой для осознания идентичности, помогает очертить особенный облик белорусской нации. Посредством нарративов о героях (персонажах) и их действиях, событиях, актуальных и интересных национальному социуму, в подаче через апелляции к национальным ценностям, в вербальной прорисовке черт характера сознательно выбранных автором «героев», создается образ белоруса. Героями белорусской нации, задающими модель поведения, традиционно являются завоевавшие признание представители искусства, спортсмены, ученые, врачи, бизнесмены, а также сельские труженики, военные, молодые таланты.

Образ «наших» осмысливается через судьбы, лица, складывается из множества «голосов», дополняющих друг друга, подтверждающих правильность мнений и оценок. За счет нарративной полифонии – рассказ героя, близких людей, журналиста – создается «эффект присутствия», который позволяет телезрителю проникнуть в микромир героя. Как правило, многоголосие создается близкими родственниками (родители, преимущественно

мать героя, друзья, реже – коллеги, которые дают оценку личности, действиям героя). Таким образом, как мозаика, собирается воедино характеристика типичного представителя белорусской нации, обрисовываются его типичные переживания.

На основе анализа материала можно сформировать модель КТД «Наши», которую наполняют ценностные доминанты следующих типов: 1) концептуальные; 2) стратегические сценарии; 3) личностного бытия (таблица).

Культурно-тематическая доминанта «Наши»		
стратегические сценарии	концептуальные доминанты	доминанты личностного бытия
покорение мирового пространства	любовь к делу (профессии)	душевность
трудная жизнь – покорение вершин	любовь к Родине	интеллигентность
	верность Родине	ответственность
	семья (мать)	доброта
	единение	трудолюбие
	учение	поддержка
	успех	целеустремленность
		миролюбивость

К о н ц е п т у а л ь н ы е д о м и н а н т ы демонстрируют «совокупность смыслов и всей суммы представлений о важных категориях человеческого бытия» [8, с. 129]. Ценностная детерминация коммуникации обеспечивается на когнитивном уровне языковой личности соответствующими ментальными ресурсами – ценностно мотивированными когнитивными единицами – концептами [9, с. 482]. Создавая нарратив, журналист, герой рассказывают о реальном мире, о собственном и неповторимом опыте. Одновременно журналист, как автор медиатекста, предлагает категориальную канву изложения событий, демонстрирует расстановку «приоритетов языковой личности, которая руководствуется определенными ментальными схемами» [8, с. 129]. Они выступают как «единицы коллективного знания/сознания», позволяющие обрабатывать, хранить и передавать ментальную информацию, закреплённую в национальной культуре [8, с. 129].

Среди концептов, формирующих КТД «Наши», активно представлены «любовь к делу (профессии)»; «любовь к Родине»; «преданность Родине»; «семья» (мать); «единение»; «учение»; «успех». Они отражают специфическое отношение к действительности его носителей, демонстрируют национальные особенности видения себя, собственной значимости и назначения.

Медиапространство тиражирует и фиксирует в национальной картине мира модель, представленную пересечением ценностно значимых концептов «наши (белорусы) – любовь – дело (работа)», «наши – любовь – Родина».

Благодаря многократному повторению этих концептов медиагероями, трансформируется информационный поток в действительно ценную информацию для адресата. При этом ключевым моментом является их языковая репрезентация, артикулированная героями телепередач. Для нее характерна неизменная положительная ассоциативно-семантическая парадигма, построенная преимущественно на эмоциональной лексике, передающей психоэмоциональное состояние человека – *любовь, увлеченность, влюбленность, счастливый*: *Мне помогает в работе большая глубинная любовь к работе* («Беларусы», 06.03.20), *он любит свое дело* («Знай наших», 6.11.14), *Смысл жизни я вижу – любить свою семью, любить свою Родину* («Смысл жизни», 22.02.20), лексике интенсифицирующего содержания: *наша Родина – самая лучшая* («Беларусы», 06.03.20). Сильное внутреннее влечение к своему делу, Родине служит не только индивидуальным концептом в языковой картине медиагероя, но и является своеобразным ключом к созданию образа белоруса, который счастлив своей увлеченностью работой, живет в любимой стране.

Концепты встраиваются в медиаконтент, демонстрируя некий конкретный вектор видения окружающей действительности. Так, в информационном пространстве распространенным является концепт «учение», который подчеркивает необходимость приобретения знаний в процессе становления личности «наших», выделяет важность связи между обучением и достижением успеха: *учился жить, научил наших играть в футбол* («Знай наших», 5.11.14), *жизненный экзамен; Самообразование – это главное, что есть в нашей профессии* («Камертон», 27.05.17).

Характерным для медиадискурса является наличие стержневых ценностных триад «учение – страна (Беларусь) – успех», «учение – наши – успех»: *Это пример нашим людям, которые могут увидеть, что и у нас можно научиться тренироваться* («Наши», 2.05.15); *Я считал, что достаточно получить хороший багаж знаний в Беларуси* («Знай наших», 05.11.14); *Он научил наших играть в футбол* («Знай наших», 5.11.14). Таким образом, медиапространство насыщается смыслом важности обучения, самообразования, и, более того, успешного качественного обучения своих соотечественников – *научил наших, вырастил плеяду лучших, ведущих*. Данные ценностные кластеры позволяют обогатить медиатекст дополнительным смысловым уровнем, формируя образ успешной нации, страны, которые добиваются результатов.

Рекуррентным, дополняющим концепт «любовь к Родине», в медиадискурсе является концепт «верность Родине», понятийная составляющая которого неизменно представлена оппозицией «возможность уехать за границу – предпочтение жить здесь». Особенностью языковой репрезентации «жизни здесь» является сенсорная лексика *ощущать, дышится*, демонстрирующая значимость чувственного опыта говорящего в восприятии родины: *Мне и в Америку предлагали уехать, но для меня мой учитель – все... Меня все спрашивали: Почему ты не уезжаешь? А как я уеду? У меня же сердце здесь* («Камертон», 27.05.17), *Я давно мог бы уехать. Но тут как-то*

дышит по-другому («Смысл жизни», 11.01.20). Особенностью репрезентации концепта «верность Родине» является то, что для номинации объекта не используется лексема *Беларусь*, а, преимущественно, неопределенные пространственные наречия *тут, здесь*, дескриптивные конструкции *там, где родился, там, где живешь*, что, вероятно, свидетельствует о том, что для белорусов ценностно значимо место проживания, а не страна.

В медиасюжетах последних четырех лет (2016–2020) архитектура «Наших» все более активно складывается из вкрапления ценностно нагруженного концепта «единение», который отражает национальный характер белорусского общества: *Если надо что-то сделать для своей alma mater, моментально все объединяются, все болеют за дело – это сближает* («Беларусы», 06.03.20); *Мы едины, единой целью живем* («Беларусы»,); *Он работает в команде, поэтому переживает за команду* («Наши», 29.04.19). Как видим, языковыми маркерами являются глаголы семантики объединения, защиты *объединяются, сближаются, защитит (себя, свою семью)*, эмотивные глаголы. Единение белорусы демонстрируют при достижении целей в процессе труда, в сложных ситуациях. При этом наблюдается глубокая связь ценностных доминант, формирующая дуплеты: «семья – единение», «труд – единение», «единение – достижение цели».

Стратегический сценарий представляет собой описание хода событий, которое фактически является рекомендацией о том, как себя вести, чтобы достичь той или иной цели. Это правила поведения в обществе, выражающие его ценностные ориентиры. Согласно концепции М. Е. Литвака сценарии формируются культурно заданными жизненными моделями и выбором [10, с. 356].

Медиадискурс Беларуси отражает идеологические предписания обществу: достижение целей, успеха, борьба с трудностями на этом пути, покорение мирового пространства (вывод страны на общемировую арену).

Проанализированные медианарративы описывают личность, достигшую жизненного успеха благодаря учению, интенсивному труду, целеустремленности и поддержке семьи. Иными словами, в современном информационном пространстве Беларуси конструируется и тиражируется нарратив успеха, преодоления жизненных трудностей путем интенсивной работы, а также демонстрации преимущественно душевных качеств (доброта, душевность), связанных с моральными ценностями и ценностями самовыражения.

Ценностно нагруженный сценарий «трудная жизнь – покорение вершин» повествует о динамичности жизненного пути конкретного человека, выборе и принятии им жизненно важных решений. В своем исследовании психолог В. В. Нуркова отмечает, что культурный жизненный сценарий личности обусловлен культурным контекстом, отражает социальную типизацию жизненного пути. Жизненный сценарий воплощается в биографическом нарративе, «в котором слиты воедино типизированные, культурно специфические сценарные воспоминания, воспринимаемые субъектом как собственные, и индивидуальные события и ситуации его жизненного опыта» [11, С. 2].

Стратегический сценарий «трудная жизнь – покорение вершин» отличается высокая номинативная плотность отрицательно заряженных лексических маркеров с семами ‘борьба’, ‘трудности’, создающих кластер с лексикой боли и страдания: *были тяжелые моменты в жизни, боролась за мечту, преодоление страха и боли ради новой жизни, мои старания и страдания*. При этом данные темы создают сценарную дихотомию «трудности, тяжелая жизнь – достижения/успех», формирующую в итоге положительный сенсорный фон. Таким образом, задается сценарий поведения белоруса: преодолевая трудности, он все-таки добивается успеха, поставленных целей. Окончательная победа «героя» над трудными обстоятельствами формируется посредством лексического кластера «глаголы покорения (содержат семы преодоления, борьбы) + существительные семантики наибольшей результативности»: *добился великих результатов, мне хотелось чего-то добиться, покорил вершины; Если он поставит какую-то цель, то обязательно достигнет* («Наши», 2.05.15).

В информационном пространстве Беларуси периода 2016–2020 гг. прочно закрепляется метафора «покорение белорусами мирового пространства»: *покоривший поклонников американской легенды* («Наши», 20.11.2015), *сумел покорить сердце одной из самых ярких актрис России* («Наши», 08.11.2015); *Ей удалось покорить крупнейший конкурс по боди-арту, а ее маски мечтают примерить мировые модели* («Наши», 16.12.2016). Как отмечает белорусский философ В. Акудович, «никогда прежде белорусы не имели своего государства, отсюда и размытая идентичность, которая только теперь начинает приобретать четкие формы» [12]. Республика Беларусь – молодая независимая страна, для которой значимо признание на международной арене в различных областях жизнедеятельности человека, что активно выделяется смысловым полем медиaproстранства. Подобные повторяющиеся когнитивно-языковые структуры позволяют зрителю соотнести привлекательный медиаобраз с собственной жизнью и уподобить свое существование предлагаемому образцу.

Подводя итог, отметим, что выявленные культурно-тематические доминанты демонстрируют национально-культурную специфику структурирования медиадискурса Беларуси. В настоящее время Беларусь находится на стадии формирования национальных интересов. Ключевым вектором информационных потоков является формирование образа самой Беларуси, образа «наших» (белорусов) в целом, а также относительно других государств. Культурно-тематическая доминанта «Наши» в современном медиадискурсе используется как идеологема, представляет собой важный ценностно значимый конструкт, который поддерживает существование национальных ценностей, позволяет человеку структурировать понимание себя как представителя конкретной нации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта, 2008. – 202 с.
2. *Коротин, В. О.* Национальная идентичность в современном обществе в условиях глобализации // Вестн. Поволж. ин-та управления. – 2015. – № 2(47). – С. 109–111.
3. *Ерофеева, И. В.* Маркеры русской культуры в современном медиатексте / И. В. Ерофеева // Гуманитарный вектор. Сер. Филология. Востоковедение. – 2016. – Т. 11, № 3. – С. 127–136.
4. *Залевская, А. А.* Психолингвистические исследования. Слово / А. А. Залевская. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.
5. *Клушина, Н. И.* Медиастилистика : как устроен современный медиастиль / Н. И. Клушина // Русская речь. – 2015. – № 3. – С. 55–60.
6. *Брокмейер, Й.* Нарратив : проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы / Й. Брокмейер, Р. Харре // Вопросы философии. – 2000. – № 3. – С. 29–42.
7. *Качанов, Д.* Нарратив в мультимедийных журналистских проектах : от вербальной к поликодовой технике / Д. Качанов // Медиаальманах. – 2019. – № 1. – С. 59–69.
8. *Ерофеева, И. В.* Нарратив «Восток – Запад» как способ национальной идентификации в российских СМИ / И. В. Ерофеева // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7, № 1. – С. 76–86.
9. *Сидорова, Н. А.* Ценностно-когнитивные основания речевой коммуникации / Н. А. Сидорова, Ю. Д. Лопатина // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация : сб. науч. тр. Вып. 2. – М. : КДУ, Добросвет, 2018. – 200 с.
10. *Литвак, М. Е.* Как узнать и изменить свою судьбу / М. Е. Литвак. – Ростов н/Д, 1997. – 494 с.
11. *Нуркова, В. В.* Культурный жизненный сценарий как динамическая семантическая структура (ре)организации индивидуального жизненного опыта // Психологические исследования. – 2012. – Т. 5, № 25. – С. 2.
12. *Акудович, В.* Особенности белорусской национальной идентичности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.dw.com/ru>. – Дата доступа : 2.03.2020.

The analysis of the media discourse in Belarus revealed the cultural thematic dominants, which are markers of Belarusian culture, presented in the television discourse during the period between 2014 and 2020. The cultural and thematic dominant “Us (Belarusians)” is used as an ideologeme that supports the existence of national values, allows a person to shape their understanding of themselves as a representative of a particular nation.

Поступила в редакцию 17.04.2020