

«МОВА ВАРОЖАСЦІ» Ў БЕЛАРУСКІХ СМІ (2019)

Д. В. Вонсева (МДУ імя А. А. Куляшова)

Навук. кір. *В. І. Еўмянькоў*,

канд. філал. навук, дацэнт

Матэрыялы даследавання склалі артыкулы такіх агульнабеларускіх выданняў, сеткавых рэсурсаў, як «Аргументы і факты ў Беларусі», «Наша Ніва», «TUT.by». Выбар крыніц абумоўлены іх масавым адрасатам. Такім чынам, у поле зроку трапілі рэсурсы, якія адлюстроўваюць сённяшняю паўсядзённую практыку беларускіх СМІ.

Практыка сучасных беларускіх сродкаў масавай інфармацыі паказвае тое, што журналісты, з'яўляючыся часткай грамадства, часцяком канцэнтравана выказваюць стэрэатыпы масавай свядомасці, распаўсюджваючы, з аднаго боку, памяркоўнасць, а з другога боку, інталсрантнасць у дачыненні да пэўных этнічных груп.

Найбольшая колькасць праяў «мовы варожасці» у прааналізаваных выданнях характарызуецца наступнымі пазіцыямі: стварэнне негатыўнага вобразу этнічнай ці рэлігійнай групы ў цэлым і згадка этнічнай ці рэлігійнай групы ці яе прадстаўнікоў у зневажальным ці абразлівым кантэксце.

У выніку аналізу матэрыялу было выдзелена некалькі тыповых вобразаў прадстаўнікоў этнічных «чужых» меншасцяў. Гэтакімі групамі, у дачыненні да якіх журналісты вывучаных СМІ выкарыстоўвалі мову варожасці, з'яўляюцца цыгане, каўказцы.

Як паказалі назіранні, вобраз «чужога» ў беларускай прэсе мае канкрэтныя інтэрпрэтацыі, якія маюць відавочна інталерантны характар. Вобраз «чужога» як ворага ўяўляецца найбольш актуальным, што, улічваючы сілу ўплыву СМІ на фарміраванне і развіццё грамадскай свядомасці і сацыяльных паводзін чытача, вядзе да трансфармацыі яго этнічнай карціны свету і спрыяе ўмацаванню ксенафобскіх настройў у грамадстве па прыкмеце нацыянальнасці, рэлігіі, сэксуальнай арыентацыі, гендэрнай ідэнтычнасці.

Перавага негатыўна-ацэначнага прагматычнага патэнцыялу ў газетных тэкстах, а ў некаторых выпадках – нават награвашчванне негатыўных ацэнак падтрымлівае непрыманне іншага этнасу і выклікае ўнутраную агрэсію чытачоў.

Такім чынам, разгледзеўшы прыклады выкарыстання маніпуляцыі ў якасці сродку прагматычнага маўленчага ўздзеяння, падкрэслім тое, што, «мова варожасці» ў спалучэнні з маніпуляваннем лексікай дае магчымасць аўтарам медыятэксту імпліцытна выказаць ацэнку, актывуючы ў свядомасці рэспандэнта неабходную карціну свету.