

КРАСОТА В РЯДУ ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ БЕЛОРУСОВ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ БЕЛАРУСИ)

Е.Н. Горегляд

г. Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова, ylgoregliad@yandex.ru

Статья посвящена изучению функционирования духовной ценности *красота* в заголовках русскоязычных периодических изданий Беларуси. Целью исследования является выявление значимости названной ценности в системе духовных ценностей белорусов и её лингвистической представленности в печатных СМИ.

Ключевые слова: духовная ценность, эстетическая ценность, красота, заголовок.

В современной динамичной жизни, в период интенсивных социальных изменений, когда многое из того, что, казалось бы, незыблемо, оказывается разрушенным, проблема исследования системы духовных ценностей индивида в частности и общества в целом представляется особенно актуальной. Её изучению уделяют большое внимание философы, культурологи, педагоги, филологи, политики, социологи. И это вполне объяснимо: на нынешнем этапе развития общества важно выявить и зафиксировать те ценности, которые определяют сознание и представления современного человека. Постигнутые человеком духовные ценности, выдвигаясь в качестве целей жизни, становятся ценностными ориентациями. По мнению В.П. Тугаринова, «ценности – это то, что нужно людям для удовлетворения потребностей и интересов, а также идеи и их побуждения в качестве нормы, цели и идеала» [1, с. 271].

Всякое общество характеризуется самобытностью культуры, которой свойственна ценностно-ориентационная структура. Мир духовных ценностей каждого из нас многогранен. Каждый из нас сформировал для себя определенную систему ценностей, компоненты которой призваны гармонизировать наше существование. Вместе с тем существуют ценности «глобального» характера, которые являются значимыми для целого народа. Важнейшими духовными ценностями любого общества являются нравственные, религиозные и эстетические.

Завоевание умов и чувств людей происходит в области средств массовой коммуникации. Процесс взаимодействия массовой коммуникации с общественным сознанием выглядит таким образом, что, с одной стороны, массовое сознание влияет на формирование высказываний в процессе общения, с другой же стороны, оно подвергается постоянному воздействию средств коммуникации, в значительной степени ими обусловлено. По определению И.А. Федякина, «массовая коммуникация – целостное явление, представляющее часть человеческих взаимоотношений в современном мире... Массовая коммуникация связана с общественным бытием и общественным сознанием. Она пронизывает такие сферы общественного сознания, как идеология, общественная психология и наука, и во многом определяет его формы – политические, правовые, этические, эстетические, религиозные и прочие» [2, с. 4].

Исследование показало, что *красота* является наиболее распространенной эстетической ценностью, отраженной на страницах печати. Это к тому же одна из самых многогранных ценностей: красота может быть физической, нравственной, эстетической.

Красота – эстетическая категория, обозначающая совершенство, гармоничное сочетание аспектов объекта, при котором последний вызывает у наблюдателя эстетическое наслаждение [3]. *Красота* является одной из важнейших категорией культуры, в том числе славянской.

Мир в представлении человека бесконечно разнообразен. Реальная действительность находит своё отражение в языковых знаках, способных выступать в виде различных лексических, словообразовательных и синтаксических конструкций. В таких языковых формах закрепляется социально-исторический и познавательный опыт людей.

Значимость какой-либо ценности, на наш взгляд, помимо иных количественных характеристик, может оцениваться её представленностью языковыми средствами в средствах массовой информации. Наше исследование, проведенное на основании анализа заголовков статей русскоязычной периодической печати Республики Беларусь, предполагает выявление значимости ценности *красота* в ряду духовных ценностей белорусов. Нами были проанализированы материалы газет «СБ. Беларусь сегодня», «Народная газета», «Витьбичи», «Витебские вести», так как данные издания наиболее приближены к массовому читателю. Отметим, что представленность духовной ценности *красота* в заголовках анализируемых периодических изданий – около 18%.

Важность этой духовной ценности в менталитете белорусов поддерживается морфолого-синтаксическим оформлением заголовков, где преобладают номинативные лексемы, зачастую оформляющие предикативный центр предложения-высказывания. Сильная позиция свидетельствует о важности для журналиста предметно-образной конкретизации описываемой духовной ценности и подчеркивает её значимость для автора статьи, который стремится утвердить эту значимость в сознании читателя:

У каждого дерева своя красота («Віцьбічы»),
Когда в сердце живет красота («СБ. Беларусь сегодня»),
Пусть торжествует красота («Народная газета»),
В мороз согреет красота («Віцьбічы»),
Красота – не роскошь («Витебские вести») и др.

Анализ синтаксической структуры отобранных заголовков выявил преобладание двусоставных конструкций с чётким делением на тему и рему и частым несоответствием актуального членения синтаксическому, что способствует усилению экспрессии таких предложений. В подобных заголовках концентрированно представлена информация, которая конкретизируется последующим текстом статьи.

В единично представленных номинативных предложениях происходит актуализация данной ценности:

Красота родного города («Витебские вести»).

В подавляющем большинстве случаев ценность *красота* в газетных заголовках представлена субстантивными формами. Являясь отвлеченным, существительное *красота* отличается особой широтой семантики: оно характеризует разнообразные обстоятельства, события, явления, сопровождая их соответственной оценкой. В отдельных конструкциях лексема, маркирующая ценность *красота*, представлена субстантивом в косвенном падеже, выступающим с роли второстепенного члена предложения, что позволяет конкретизировать данное понятие:

Создавая красоту, очищаем среду обитания («Віцьбічы»),
Созвездие красоты («Витебские вести»)
Спешите увидеть красоту! («СБ. Беларусь сегодня»),
Рецепт красоты (Народная газета)
Праздник красоты («СБ. Беларусь сегодня») и др.

Опосредованно данная духовная ценность представлена в заголовках анализируемых изданий однокоренным адвербиальным образованием в функции обстоятельства образа или способа действия:

Поступать нужно красиво («Народная газета»),
Готовить красиво и вкусно («Віцьбічы»).

Одним из наиболее действенных средств привлечения читательского внимания, создания особой экспрессии и смысловой самобытности текста в периодической печати Беларуси является использование в качестве заголовков статей прецедентных текстов. Присутствие «знакового» текста способствует активизации мыслительной деятельности читателя, подталкивают его к поиску ассоциаций. Употребление журналистами прецедентных текстов свидетельствует об особом подходе авторов статей к выбору вербальных средств с целью привлечения и удержания внимания читателя. Несомненно, всё это возможно при наличии у реципиента-читателя определенных фоновых знаний и общего с автором статьи лингвокультурологического кода. Нами выявлены три прецедентных заголовка, включающих лексему *красота* или её дериваты;

Красиво жить не запретишь! («СБ. Беларусь сегодня») – выражение, ставшее популярным после выхода в 1983 году одноименного фильма режиссера А. Васильева [4];

Красота спасет мир («СБ. Беларусь сегодня») – крылатой фраза князя Мышкина из романа Ф. Достоевского «Идиот» стала источником лексической трансформации, в результате чего появился, например, заголовок *Доброта спасёт мир* (Народная газета);

Красота не требует жертв («Віцебшчы») – трансформированный афоризм, входящий, по некоторым свидетельствам, к французской поговорке.

Красота – одна из основных культурных, эстетических ценностей общества. Это непреходящая духовная ценность, которая необходима для гармоничного развития человека и человечества.

Список использованной литературы

1. Тугаринов, В.П. Избранные философские труды. / В.П. Тугаринов. – Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1988. – 344 с.
2. Федякин И.А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. – М.: Наука, 1988. – 212 с.
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Красота#cite_note-1 Дата доступа: 07.01.2017.
4. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений: Более 4000 статей / авт.-сост. В. Серов. – М.: Локид-Пресс, 2005. – 880 с.

ЛЕКСІКА СА ЗНАЧЭННЕМ ВЯСЕЛЬНАЙ АБРАДНАСЦІ Ў ГАВОРКАХ ВІЦЕБШЧЫНЫ: ЛІНГВАКРАІНАЗНАЎЧЫ АСПЕКТ

А.С. Дзядова

г. Віцебск, ВДУ імя П.М. Маашэрава, honey.dedova@bk.ru

Мэта артыкула – выяўленне і аналіз лінгвакраіназнаўчай інфармацыі ў семантыцы назваў вясельнай абраднасці, якія функцыянуюць ў дыялектнай мове Віцебшчыны.

Ключавыя словы: вясельная абраднасць, дыялектная мова, лінгвакраіназнаўчы, семантика.

Гаворкі Віцебшчыны адносяцца да паўночна-ўсходняга тэрытарыяльнага дыялекту Беларусі і выяўляюць нацыянальную адметнасць жывой народнай мовы паўночнай часткі нашай краіны – Беларускага Паазер’я. Трэба адзначыць, што насельніцтва значнай часткі беларуска-расійскага памежжжа (а гэта якраз тэрыторыя Віцебскай вобласці – Віцебскага, Гарадоцкага, Расонскага, Верхнядзвінскага, Лёзненскага, Дубровенскага раёнаў) з прычыны геаграфічнага размяшчэння і