И. В. Шумкина

Самарский государственный университет

СТРАТЕГИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВЕТСКИХ ИДЕОЛОГЕМ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

Медиадискурс идеологичен по своей природе, потому что призван обслуживать потребности той или иной идеологической системы. Это обусловливает использование в медиатекстах таких высказываний, в которых представлены ключевые слова и выражения существующей (или принятой в данном издании) идеологии. Подобные высказывания в настоящее время принято называть идеологемами.

Одним из источников советских идеологем в современном медиадискурсе являются тексты бардовской песни. Фразы из песен Б. Окуджавы, В. Высоцкого, А. Галича, Ю. Визбора активно используются журналистами при создании газетно-журнальных заголовков и статей. Обращение в прессе к песням перечисленных поэтов прежде всего связано с их социокультурной и исторической значимостью. Выступая в качестве исторического источника, тексты авторской песни помогают углубить мысль журналиста и поставить её в обширный социокультурный и общественно-политический контекст.

Журналисты обращаются не только к официальным идеологемам, зафиксированным бардами в пародийных песнях, но и к неофициальным, представляющим нравственный императив поэтов.

Ведущей стратегией использования идеологизированных высказываний является стратегия дискредитации. Объектом дискредитации может быть как советская эпоха, так и нынешняя. В отношении советской эпохи данная стратегия приобретает семантику разоблачения, как правило, представленную эксплицитно в сопутствующих фразам комментариях журналистов. Использование популярных выражений в материалах, посвящённых современной политической и экономической ситуации, часто направлено на её обличение.

В современной прессе при использовании советских идеологем из авторской песни иногда утрачивается их первоначальное ироничное звучание. В этом случае фразы выполняют ту же функцию, что и в советском политическом дискурсе, а именно восхваляют достижения государства. Подобное восхваление переносится и на нынешнюю эпоху.