

## Секция 5

# СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

## ИДЕОЛОГЕМА «НАРОД» В МЕДИАТЕКСТЕ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ ИД «БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»)

А.В.Андреевко (Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы)

Рассмотрены закономерности использования идеологемы *народ* авторами трех специальных проектов ИД «Беларусь сегодня», посвященных событиям Великой Отечественной войны: «Партизаны Беларуси», «Беларусь помнит», «Настоящий геноцид». Определено, что характер функционирования идеологемы обусловлен тематикой проекта и преобладающим пафосом медиатекстов (героическим, драматическим, трагедийным). Установлены типичные устойчивые и свободные словосочетания со словом *народ* и их эмоционально-оценочная специфика. Сделан вывод о том, что идеологема в специальных проектах ИД «Беларусь сегодня» выполняет важную социальную функцию – способствует формированию у читательской аудитории чувства социальной, национальной, исторической идентичности как ключевого элемента идеологического пространства проектов.

Ключевые слова: медиатекст; идеологема; историческая память; Великая Отечественная война; специальный проект.

## IDEOLOGEM “NAROD” (‘PEOPLE’) IN MEDIA TEXT ABOUT THE GREAT PATRIOTIC WAR (BASED ON SPECIAL PROJECTS OF THE PUBLISHING HOUSE “BELARUS TODAY”)

A.V.Andreevko (Grodno, YKSUG)

The article examines the patterns of use of the ideologeme *narod* (‘people’) by the authors of three special projects of the Belarus Today Publishing House dedicated to the events of the Great Patriotic War: “Partisans of Belarus”, “Belarus Remembers”, “Real Genocide”. It has been determined that the nature of the functioning of the ideologeme is determined by the theme of the project and the prevailing pathos of media texts (heroic, dramatic, tragic). The author has established typical stable and free phrases with the word *narod* and their emotional and evaluative specificity. It is concluded that the ideologeme in special projects of the Belarus Today Publishing House performs an important social function – it contributes to the formation in the readership of a sense of social, national, historical identity as a key element of the ideological space of the projects.

Key words: media text; ideologeme; historical memory; The Great Patriotic War; special project.

Специальные проекты в деятельности СМИ имеют особый статус: они представляют собой «тексты в тексте», посвящены наиболее актуальным и социально значимым темам, пишутся, как правило, с использованием приемов журналистского расследования, с широким привлечением к реализации проектов экспертов и читателей [5; 3], отличаются новизной в «повороте темы» и в приемах ее разработки. Всеми указанными свойствами обладают спецпроекты Издательского дома «Беларусь сегодня», посвященные истории Великой Отечественной войны: «Партизаны Беларуси», «Беларусь помнит», «Настоящий геноцид», выступающие материалом исследования.

Цель данной статьи – установить особенности функционирования идеологии *народ* в текстах спецпроектов. Идеологическая функция является одной из важнейших для современных СМИ и подразумевает, что журналисты участвуют в формировании у своей аудитории идеологии как системы взглядов, в которой осознаются и оцениваются социальные проблемы и способы их разрешения, определяются цели и средства деятельности по поддержанию status quo или по преобразованию существующих политических или социальных отношений [6, с. 63]. В числе языковых средств, с помощью которых СМИ выполняют идеологическую функцию, выступают идеологии – «вербально оформленные политизированные смыслы» [1, с. 55], «единицы идеологической картины мира, которая объективируется в тексте ... единицами разных уровней» [2, с. 34]. Лингвоидеологический анализ текста позволяет выявить смысловые приращения в слове, отражающие точку зрения автора и редакции на политические события.

Идеология *народ* функционирует в анализируемых текстах как лексическая единица с положительным аксиологическим модусом, то есть в слове обнаруживаются коннотативные смысловые приращения дополнительно к основному значению «население государства, жители страны» [4, с. 391]. В текстах с преобладанием героического пафоса подчеркивается величие народа, совершившего подвиг во имя будущего всего мира (смысловая вертикаль «высоко – низко»). Идеология *народ* выступает в ближайшем контексте с такими словами, как *мужество, героизм, подвиг, слава*: *Признать героизм и мужество белорусского народа для них означает сознаться в своем малодушии в годы войны; Рассказывали о героической работе народа в советском тылу*. В текстах с преобладанием драматического пафоса внимание аудитории фокусируется на единстве народа, его неделимости, единокровии (в контексте усиливается прилагательными *единый, общий, неразрывный*; местоимениями *весь, все, каждый*; наречиями *вместе, воедино, сообща*): *Большую помощь наступавшим войскам оказывал весь белорусский народ; Такова она, единая героическая история белорусского и российского народов; Каждый человек вносил свою долю в разгром фашистов, весь народ шел в атаку на врага*. Такой же коннотацией характеризуются и устойчивые сочетания с производными словами, которые по сути и сами являются идеологиями: *всенародная партизанская борьба; народные мстители; общенародный подвиг*. В текстах с преобладанием трагического пафоса при использовании слова *народ* актуализировалась идеологическая оппозиция «свои – чужие», что в контексте подчеркивалось местоимениями *мы и наш* («свои»), *они и их, кое-кто и некоторые* («чужие»), а также выстраиванием соответствующих рядов с позитивно и негативно окрашенной лексикой: *Они все издевались над нашим народом и так издевались над нами; Кое-кто сегодня не любит вспоминать о трагедии белорусского народа*. Двумя наиболее регулярными атрибутивными словосочетаниями являются *советский народ* и *белорусский народ*. Первое направлено на формирование социальной и исторической идентичности, вто-

рое имеет универсальный характер. В текстах, посвященных Великой Отечественной войне, частота словосочетания *советский народ* крайне высока, однако в данных спецпроектах предпочтение отдавалось именно словосочетанию *белорусский народ*. Идеологема *народ* в спецпроектах ИД «Беларусь сегодня» выполняет важную социальную функцию формирования у читательской аудитории чувства социальной, национальной, исторической идентичности как ключевого элемента идеологического пространства проектов.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Купина Н.А. Заложники политического авантюризма: испытание войной // Политическая лингвистика. 2014. № 2 (48). С. 55–61.
2. Малышева Е.Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 4 (30). – С. 32–40.
3. Огнева К.А. Специальные проекты интернет-портала «Российской газеты» rg.ru в системе дискурса издания // Творчество В.И. Лихоносова и актуальные проблемы развития языка, литературы, журналистики, истории: матер. VII Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар, 2023. С. 87–93.
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. М.: ИТИ Технологии, 2003. 944 с.
5. Парамонова Т.А. Кросс-коммуникативное взаимодействие журналистики, рекламы и PR в рекламно-информационных СМИ (на материале специальных проектов журнала «Первый» // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 3 (399). С. 82–90.
6. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.