

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА БЕЛАРУСИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ЗАГОЛОВКОВ ГАЗЕТ «МИНСКАЯ ПРАВДА»
И «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»)**

Юрченкова Д.С.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Горегляд Е.Н., канд. филол. наук, доцент

В современном мире имидж страны и способы его репрезентации представляют особый интерес, поскольку представление о стране влияет на отношение участников мирового диалога к тому или иному государству.

А.С. Ковальчук считает, что имидж – это впечатление о стране в массовом и индивидуальном сознании, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образ формируется «спонтанно» [1]. Ф.А. Кузьмин подчеркивает, что в процессе формирования имиджа «символическое воплощение объекта отождествляется с самим объектом, чувственное восприятие сливается с рациональным» [2].

И.Я. Рожков и В.Г. Кисмерешкин уточняют данное определение в контексте государства следующим образом: «... имидж страны формируется как представление о ней конкретных людей, отдельных групп, возникающих в социуме, целых народов» [3].

Актуальность нашего исследования обусловлена необходимостью обнаружения лингвистических средств, наиболее часто используемых в печатных средствах массовой информации с целью формирования имиджа Республики Беларусь.

Цель исследования – в процессе анализа заголовков газет «Минская правда» и «СБ. Беларусь сегодня» выявить место и роль лингвистических единиц в формировании образа Беларуси.

Материал и методы. Материалом нашего исследования послужили русскоязычные заголовки статей названных выше изданий за 2024 год. В работе использованы методы систематизации, анализа и синтеза.

Результаты и их обсуждение. В современном мире одним из важнейших субъектов формирования имиджа государства являются средства массовой информации. Через печатные и электронные средства связи передается не только информация, но и ее субъективные оценки, которые могут выражаться как напрямую, так и косвенно через использование различных языковых средств.

Газеты «Минская правда» (далее – МП) и «СБ. Беларусь сегодня» (далее – СБ) соответствуют уровню и критериям качественных изданий, таким как информативность, достоверность, объективность, представительность мнений, независимость суждений. В газете «Минская правда» публикуются материалы об общественно-политической деятельности Беларуси, информация об опыте социального партнерства и профсоюзной работы, об уровне жизни и доходах населения. Издается газета на русском и белорусском языках. Газета «СБ.Беларусь сегодня» содержит материалы об общественно-политической деятельности Беларуси. Издается на русском языке. Нами были проанализированы 250 русскоязычных заголовков печатных изданий «Минская правда» (100 заголовков) и «СБ.Беларусь сегодня» (150 заголовков).

Проведенный нами анализ заголовков статей указанных периодических изданий показал, что для создания положительного образа Беларуси наиболее активно используются следующие лингвистические средства:

1. Номинативные предложения, в которых грамматическая основа представлена субстантивами с яркой аксиологической сущностью или имплицитной семантикой позитивности:

Ценности. Традиции. Справедливость («СБ», №47);
Весна. Красота. И любовь («МП», №19);
Профессионализм и надежность работников (СБ, №43);
Искренность и справедливость (МП, №19).

2. Сравнительные конструкции, в которых позитивный эффект усиливается наличием формы компаратива:

Лучше, чем у Запада (СБ, № 45).

3. Императив глагола для стимуляции мыслительных процессов реципиента:

Разделяй и властвуй! (СБ, № 45);

Покупайте белорусское! (МП, № 20).

4. Парцеллированные синтаксические конструкции, прагматический эффект в которых усиливается употреблением антонимичных лексем [4, с. 48]:

Санкциям вопреки. А не благодаря им (МП, №20).

5. Белорусскоязычные вкрапления в русскоязычных текстах. Отличительной особенностью периодических изданий Республики Беларусь (и не только печатных) является их двуязычная основа, которая позволяет двум закрепленным на государственном уровне языковым системам – русской и белорусской – активно взаимодействовать и влиять друг на друга:

Калі б не Рыгоравіч, знікла б ужо Беларусь («СБ», №48).

6. Разговорная лексика, способная обеспечить контакт с читателем и воздействие на него, а также просторечные слова и жаргонизмы:

Слушаем Батьку! («СБ», №48).

7. Речевые клише:

Социальные гарантии в приоритете («СБ», №47).

8. Формы субстантивированного местоимения в обобщенном значении:

Наш в Китае (СБ, № 41).

9. Восклицательные предложения:

Слово «качество» ключевое! И не только в этом году (МП);

Мы уважать себя заставим! (МП, №19);

И победа на всех одна! («СБ», №46).

Заключение. Средства массовой информации являются одним из важнейших субъектов формирования имиджа государства. Среди других политических и социальных институтов они отличаются повышенной степенью влияния на сознание аудитории.

В результате проведенного исследования нам удалось установить, что формирование положительного имиджа Беларуси в газетах «Минская правда» и «СБ. Беларусь сегодня» происходит в основном за счет функционирования в заголовочных конструкциях лексико-грамматических средств, которые выполняют также ряд лингвокультурных функций.

1. Ковальчук, А.С. Основы имиджологии и делового общения: Учебное пособие для студентов вузов / А.С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 256 с.

2. Кузьмин, Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика / Ф.А. Кузьмин. – М.: Ось-89, 2002. – 442 с.

3. Рожков, И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмершкин. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 331 с.

4. Современный русский литературный язык. Синтаксис сложного предложения : учебно-методический комплекс по учебной дисциплине для филологических специальностей / сост. Е. Н. Горегляд ; Учреждение образования "Витебский государственный университет имени П. М. Машерова", Фак. гуманитаристики и языковых коммуникаций, Каф. общего и русского языкознания. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – 84 с. – Режим доступа : <https://rep.vsu.by/handle/123456789/26626> – Дата доступа : 17.03.2024.