

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

А. А. Биюмена

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАТЕГОРИИ СОЛИДАРНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Солидарность представляет собой как особое состояние общества, выполняющее функции формирования и сохранения целостности социума, а также легитимизации существующего политического порядка путем объединения населения вокруг той или иной системы взглядов. Средства массовой коммуникации являются ведущей платформой формирования символической среды солидарности в любом обществе. Солидарность как прагматическая категория печатного медиадискурса включает в себя интеграцию на основе общности интересов, взаимозависимости, ответственности; единение на основе сопереживания, сочувствия, взаимной симпатии; разделения единых норм и ценностей; совместную деятельность для достижения определенной цели; общую социальную (групповую) идентичность; помощь, взаимопомощь, поддержку социальных субъектов; различные формы социальной, экономической и политической поддержки, в том числе со стороны государства.

В прессе советского периода солидаризирующие статьи преимущественно посвящались добросовестной трудовой деятельности и одобрению широкой коллективной аудиторией деятельности руководителей страны и принимаемых ими решений. Главной сферой солидаризации в печатных медиа советского периода являлся трудовой дискурс как особая тематическая разновидность публичного дискурса, имеющая собственные топосы и субъекты и подчиненная решению специальных социальных задач. Основные ценности, акцентировавшиеся в трудовом дискурсе белорусской прессы советского периода, включали в себя: трудовую деятельность как основу человеческого существования и главный стержень развития общества; труд как сферу творческой реализации личности; самопожертвование, приоритет общественных интересов над личными; сотрудничество, коллективную трудовую деятельность; труд как манифестацию патриотизма; труд как средство достижения славы и успеха; движение вперед, прогресс, непрерывное развитие.

В материалах современной прессы солидаризирующие публикации обычно освещают социально значимую тематику, например, сохранение исторической памяти или ответственное поведение во время пандемии коронавируса. Тематическими доминантами материалов, посвященных сохранению исторической памяти о событиях Великой Отечественной войны, являются личные истории и переживания ее участников, связь между

поколениями, корреляция коллективной памяти с определенными местами и объектами, различные виды деятельности по ее сохранению. В публикациях о коронавирусе формирование солидарности охватывает такие темы как помощь уязвимым категориям людей, личная и коллективная ответственность, институциональная помощь (медицинским работникам, другим государствам и т. д.), единство и сплоченность.

В корпоративных медиа солидарность также играет важную роль. Мы провели анализ публикаций корпоративного интернет-сайта Минского государственного лингвистического университета за январь – апрель 2025 года и выявили, что солидаризирующая интенция реализуется не менее, чем в 30 новостных тестах, опубликованных за этот период.

В данных публикациях акцентируются следующие семантические аспекты солидарности:

1) Совместная деятельность, сотрудничество, дружба:

Расширяем сотрудничество с Китаем;

Коллектив ИПКиП МГЛУ присоединился к Республиканскому субботнику **Наводим порядок вместе;**

Совместный белорусско-российский проект «О родном на немецком!»;

Укрепляем международное сотрудничество;

Vänskäpen vinner! Победила дружба!;

Творим добро вместе;

Общими усилиями ради безопасности.

2) Единство ценностей, интересов:

Сила в труде и единстве;

Корни единства;

Единый день информирования; Формула мира и духовного единства;

Сила в единстве.

3) Помощь, волонтерство:

Научное волонтерство;

Волонтерская инициатива;

Вклад в новогоднее чудо.

Как видно из приведенных заголовков новостных статей, в роли ключевых лексических средств реализации категории солидарности в проанализированном материале выступают лексемы *единство, сотрудничество, дружба, солидарность, волонтерство, согласие, вклад, вместе, объединять, совместный, общий, наш.*

Солидарность влияет на состояние общества в целом, а средства массовой коммуникации выступают в роли основного носителя символической среды солидарности в обществе. При этом содержание медиадискурса солидарности всегда детерминировано экстралингвистическими факторами – социальными, политическими, экономическими, культурными.