

*Т. В. Ковалькова*

*Белорусский государственный экономический университет  
(г. Минск, Республика Беларусь)*

## **ИМИДЖЕВАЯ ФУНКЦИЯ БЕЛОРУССКИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИМВОЛОВ**

«В основе социальной коммуникации лежит способность человека к производству, восприятию и дешифровке символов и обмену информацией в символизированном виде» [5, с. 52]. По мнению Б. Рассела, «сущность языка состоит в использовании фиксированных ассоциаций», когда что-то способно вызывать представление о чем-то другом, что, по сути, является фундаментом представления о символе [3, с. 67].

Ввиду присущей символам «способности выражать своим содержанием другое, как правило, культурно более ценное содержание» [3, с. 191], они активно используются в качестве средств для создания имиджа. «Символика имеет огромное значение для формирования имиджа» [2, с. 37], так как имидж, «являясь сознательно конструируемым образом» [4, с. 65], формируется посредством подчеркивания определенных характеристик имиджируемого объекта, а символы, согласно своей природе, выступают «концентрациями» определенных смыслов.

Цель статьи – описать имиджевую функцию белорусских национальных символов.

Будучи проблемой междисциплинарной, формирование имиджа находится в сфере научных интересов социологов (Т. Н. Ежова, Б. А. Тхориков, Т. В. Климова), экономистов (В. Л. Семенов, О. М. Цугленок, И. В. Логунцова), психологов (А. М. Килоев, Д. А. Горбаткин), политологов (Е. А. Захарова, Е. А. Рожкова), культурологов (Д. И. Тер-Минасова, И. К. Черемушникова), специалистов в области связей с общественностью (А. Ю. Панасюк, Г. Г. Почепцов), искусствоведов (П. А. Путинцев, Т. А. Вековцева). Проблема создания имиджа достаточно подробно описана в лингвистических исследованиях, в которых особое внимание уделяется способам формирования имиджа в различных дискурсах (М. В. Катинская, А. Ю. Морозов, О. А. Пономарева, П. М. Дайнеко, И. А. Медведева). Тем не менее, остается недостаточно раскрытым вопрос, связанный с апеллированием к национальной символике как к средству создания имиджа.

Материалом исследования послужили новостные тексты, размещенные на корпоративных сайтах белорусских организаций. Методом сплошной выборки нами были выделены текстовые фрагменты, содержащие

в своем составе языковые единицы с общим компонентом значения «символ белорусской культуры».

Одним из белорусских национальных символов является василек. В литературном творчестве М. А. Богдановича этот синий полевой цветок ассоциируется с понятием «родины». Речь идет о стихотворении «Слуцкія ткачыхі», в котором описывается, как крепостные девушки вынуждены ткать в панской усадьбе заморские персидские узоры, сучая по родной земле: «...і тчэ, забыўшыся, рука / Заміж персідскага узору / Цвяток радзімы васілька».

Василек также используется у М. А. Богдановича в качестве символа чистой природной красоты в произведении «Апокрыф», где Христос путешествует по белорусской земле («І хадзіў Ён па ўсім Забраным Краі і па Занёманшчыне, і па Задзвіншчыне, і па Бярэзінскай зямлі») и видит, что крестьяне не вырывают васильки, мешающие расти колосьям злаковых культур, объясняя это тем, что цветы радуют глаз и, таким образом, помогают справляться крестьянам с тяжелым физическим трудом, принося в их жизнь радость: «няма лепш цвяточка над васілёчка» [1].

Взяв за основу прецедентные тексты М. Богдановича и используя символику василька в качестве логотипа, национальная авиакомпания Беларуси «Белавиа» стремится подчеркнуть свой национальный статус и эстетику своих самолетов. Одновременно, идея того, что васильковый самолет обязательно доставит в конечном итоге пассажиров домой, на родину, призвана придать образу компании-авиаперевозчика надежность и безопасность:

*Садитесь в бело-синий васильковый самолет. Поднимайтесь в синее небо. Вокруг увидите белые облака. Будете лететь к Минску – посмотрите на землю под его белыми крыльями.*

*В «васильковой» концепции переплетается удивительное множество смыслов и историй: она про культуру и природу Беларуси; про небо и про землю под белыми крыльями; она про путешествия и возвращение домой; она про историю страны.*

Акцентуация связи авиакомпании с белорусской культурой достигается через использование метонимии (*васильковый самолет, васильковая концепция*) и аллюзии на произведение В. С. Короткевича «Зямля пад белымі крыламі» (*посмотрите на землю под его белыми крыльями*).

В очерке «Зямля пад белымі крыламі» Беларусь представлена как страна, которую можно увидеть под белыми крыльями аистов, которые являются ее символами. «Белавиа» использует внешнее подобие своих

самолетов и белых аистов (в примере пассажирам предлагается взглянуть на Беларусь под белыми крыльями самолета компании «Белавиа»), что также свидетельствует об апелляции к белорусской символике при создании имиджа компании.

Ассоциированию «Белавиа» с Беларусью способствует упоминание творчества М. З. Шагала (уроженца Витебска), который рисовал васильки на своих картинах, а также стихотворения А. Вознесенского «Васильки Шагала»:

*А затем, конечно, поезжайте в Витебск: тут родился художник Шагал. Он, кстати, тоже писал васильки. Есть даже такое стихотворение: «Васильки Шагала». И речь там про человека и небо.*

Для подчеркивания принадлежности к белорусской национальной культуре символ василька используют рестораны народной кухни под названием «Васильки»:

*В ресторанах **народной** кухни «Васильки» все по-настоящему просто. Интерьер, стилизованный под **белорусскую хату**, удобные **лавки**, окошки с занавесками и **родные березки** вместо скучных стен. Ну и, конечно, **васильки, красивые полевые цветы, ставшие символом Беларуси**. В старину ими украшали первый **именинный сноп** и ставили в передний угол избы. Одна мысль об этих цветах навеивает воспоминания о **самобытной белорусской культуре и традиционной кухне славян**, которой так славится сеть ресторанов «Васильки».*

В приведенном примере, кроме васильков, упоминаются и другие символы белорусской культуры (*белорусская хата, лавки, березки, сноп*).

Василек является символом ежегодного международного фестиваля искусств «Славянский базар», который проходит в Витебске с 1992 г. Фестиваль призван объединять национальные культуры, прежде всего белорусскую, российскую и украинскую. Национальный белорусский цветок дал название «валюте» фестиваля, под которой подразумеваются талоны на питание для зарубежных гостей с логотипом фестиваля в виде василька на нотном стане. Данные «деньги», в народе получившие название «васильки», тесно ассоциируются с белорусской национальной культурой.

Сам фестиваль называют **ярким васильком под синим небом Беларуси**, а для обозначения собственной плиты на главной фестивальной аллее, говорят, что на «Площади звезд» у Летнего амфитеатра **пророс именной «василек» народной артистки Украины Таисии Повалий**. Использование метонимии совместно с символом подчеркивает выраженную национальную ориентированность фестиваля.

Таким образом, способность символов выполнять имиджевую функцию связана с их возможностью активно концентрировать определенные культурные смыслы, что позволяет ярко репрезентировать определенные характеристики имиджируемых субъектов. Апеллирование к этническим национальным символам призвано подчеркнуть связь между субъектом имиджирования и национальной культурой народа. Интерпретация прецедентных феноменов позволяет глубже раскрыть имиджевую функцию национальной символики, а используемые с символами языковые средства придают речи дополнительную эмоциональную окрашенность.

### Литература

1. Багдановіч, М. А. Поўны збор твораў: у 3 т. / М. А. Багдановіч. – Мінск: Беларуская навука, 2001. – Том 1. – 751 с.
2. Глинская, И. Ю. Роль символа в процессе формирования имиджа государства / И. Ю. Глинская // Вестник БИСТ. – Уфа: Башкирский институт социальных технологий, 2016. – № 3. – С. 37–42.
3. Лотман, Ю. М. Избранные статьи в трех томах: статьи по семиотике и топологии культуры / Ю. М. Лотман. – Таллин: Александра, 1992. – Том 1. – 247 с.
4. Сидорская, И. В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ / И. В. Сидорская // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов рг-деятельности и журналистики: сборник материалов научного семинара: сост. Л. А. Капитанова, В. В. Фролов. – Псков: Псковский государственный университет, 2015. – С. 64–84.
5. Флиер, А. Я. О природе культурного символа / А. Я. Флиер // Вестник МГУКИ. – Москва: МГУКИ, 2016. – Серия 1. – С. 51–57.

*С. М. Марков*  
*Тихоокеанский государственный университет*  
*(г. Хабаровск, Российская Федерация)*

### **РАЗУМ (ТРИСОЛЯРИС) ВСЕЛЕННОЙ В РОМАНЕ ЛЮ ЦЫСИНЯ «ЗАДАЧА ТРЕХ ТЕЛ» В ЗЕРКАЛЕ МИРОВОЙ И КИТАЙСКОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ**

Лю Цысинь (род. 1963 г.) – китайский писатель-фантаст, многократный лауреат китайской премии Galaxy (Fiction China Galaxy Science) по научно-фантастической литературе, а также американских премий «Небьюла» (2014), «Хьюго» (2015) – за роман «Задача трех тел», «Лукус»