

Тульский научный вестник. Серия История. Языкоzнание. 2025. Вып. 4 (24). С. 169–177.
Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics. 2025. Issue 4 (24). P. 169–177.

Научная статья

УДК 81.373

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-4-169-177>

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ИДЕОЛОГЕМЫ «УВЕРЕННОСТЬ» В МЕСТНОЙ ПРЕССЕ НАЧАЛА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

**Нелли Александровна
Красовская**

Тульский государственный педагогический
университет им. Л. Н. Толстого
Тула, Россия, nelli.krasovskaya@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4260-7620>

Аннотация. Предлагаемая статья рассматривает одну из ключевых идеологем периода начала Великой Отечественной войны – идеологему «уверенность». Именно в это время идеологема «уверенность» получает свое развитие и активно вербализуется в средствах массовой информации. Автор статьи останавливается на том, что понимается под идеологемами, какие условные группы и разновидности идеологем выделяются исследователями, к какой из этих групп можно было бы отнести идеологему «уверенность».

По мнению автора, идеологема «уверенность» начала формироваться в массовом сознании советских людей еще в довоенный период. Однако новый виток своей представленности в средствах массовой информации она получает именно в период начала Великой Отечественной войны, так как журналистика должна была поднимать боевой дух народа, усиливать патриотический настрой, воздействовать не только на разум, но и на чувства читателей.

Материалом для анализа послужили заголовки статей и заметок, выбранные из номеров местной газеты «Белёвская правда», выходивших в свет в течение первого военного месяца. По мнению автора статьи, местная (районная) пресса дает основание утверждать, что средствами репрезентации указанной идеологемы становятся как лексические единицы, так и грамматические формы. Семантика единения, устремленности в будущее, семантика противопоставленной оценки (наше хорошее, их плохое), а также грамматические формы глаголов, выражают императив, указывающих на совместное действие, использование притяжательных, личных, определительных местоимений, повторение определенных лексических единиц способствует вербализации на страницах районных газет идеологемы «уверенность».

Ключевые слова: местные газеты, идеологема, уверенность, Великая Отечественная война, лексемы, грамматические формы глаголов, императив.

Для цитирования: Красовская Н. А. Вербализация идеологемы «уверенность» в местной прессе начала Великой Отечественной войны // Тульский научный вестник. Серия История. Языкоzнание. 2025. Вып. 4 (24). С. 169–177. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-4-169-177>

Сведения об авторе: Н. А. Красовская – доктор филологических наук, доцент, директор института русского языка как иностранного, Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого, 300026, Россия, Тульская область, г. Тула, проспект Ленина, д. 125.

Scientific Article

UDC 81.373

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-4-169-177>

VERBALIZATION OF THE IDEOLOGEME ‘CONFIDENCE’ IN THE LOCAL PRESS AT THE BEGINNING OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

Nelly A. Krasovskaya

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University
Tula, Russia, nelli.krasovskaya@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4260-7620>

Abstract. This article examines one of the key ideologemes of the early Great Patriotic War – the ideologeme ‘confidence’. It was during this period that the ideologeme ‘confidence’ developed and was actively verbalized in the media. The author of the article discusses the definition of ideologeme, the conventional groups, and the varieties of ideologemes identified by researchers and makes attempts to classify the ideologeme ‘confidence’ into one of these groups.

According to the author, the ideologeme ‘confidence’ began to form in the mass consciousness of Soviet people in the pre-war period. However, it was precisely during the beginning of the Great Patriotic War that it reappeared in the media, as the task of journalism was to raise the nation’s morale, enhance patriotic sentiment, and influence both the minds and emotions of readers.

The material for the analysis was the headlines of articles and notes selected from issues of the local newspaper “Belyovskaya Pravda”, published during the first month of the war. According to the author of the article, the local (district) press provides grounds for asserting that both lexical units and grammatical forms serve as means of representing this ideologeme. The semantics of unity, aspiration to the future, the semantics of contrasting evaluations (ours is good, and theirs is bad), as well as grammatical forms of verbs expressing imperatives, indicating joint action, the use of possessive, personal, and definitive pronouns, repetition of certain lexical units contribute to the verbalization of the ideologeme ‘confidence’ on the pages of district newspapers.

Keywords: local newspapers, ideologeme, confidence, Great Patriotic War, lexemes, grammatical forms of verbs, imperative.

For citation: Krasovskaya, NA 2025, ‘Verbalization of the ideologeme ‘confidence’ in the local press at the beginning of the Great Patriotic War’, *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (24), pp. 169–177, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-4-169-177> (in Russ.)

Information about the Author: Nelly A. Krasovskaya – Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Director of the Institute of Russian as a Foreign Language, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, 125, Lenin Prospect, Tula, 300026, Russia.

Введение

Обращение к районным газетам 40-х годов XX в. дает много информации для наблюдений разного рода: над языком и стилем, над отражением бытовых особенностей того времени, над событиями военного периода. Обращение к языку районной прессы позволяет говорить о разнообразных явлениях, которые мы можем отнести к «духу времени», а именно к тому, что чаще всего определяют как идеологию.

По нашим наблюдениям, идеологическая составляющая пронизывает целый ряд публикаций районных газет военного времени и является доминирующей по количеству смыслов, которые ее выражают.

Актуальность обращения к материалам газет 40-х годов XX в. связана с целым рядом причин. Во-первых, как мы указали выше, средства массовой информации 40-х годов прошлого столетия формировали идеологические настроения и были сами их рупором, что, безусловно, отражает общую картину социальной жизни того времени. Во-вторых, при обращении к материалам прессы военного времени приходит понимание глубинных процессов в оценке и анализе победы советского народа в Великой Отечественной войне. В-третьих, местные СМИ 40-х годов XX в. позволяют рассмотреть языковые возможности формирования и выражения определенных идеологем.

Помимо этого, на наш взгляд, обращение к исследованию именно идеологемы «уверенность» закономерно, так как само понимание уверенной победы в войне формировалось у советских людей еще в довоенный период.

Идеология советского времени проявляется как открытым способом, то есть непосредственно через лексико-фразеологические единицы, которые отражают особенности советского строя, советской морали, так и завуалированно: через описание состояния дел, созданные и отраженные образы, метафоры.

Материалы и методы

На протяжении ряда лет мы обращаемся к изучению районной прессы. Нас интересуют как стилистические особенности в подаче материала, так и языковые, и содержательные. Мы писали об использовании слов в переносном употреблении, об особенностях составления авторских подписей, о структуре заголовков районных газет военного периода [9; 10; 11]. При этом нами часто фиксировались языковые обороты, которые отражали социальные настроения, эмоции.

К пониманию идеологем неоднократно обращались лингвисты. Можно проследить историю рассмотрения этого вопроса, которая уходит корнями в эпоху советского строя, затем актуализируется в связи с вопросами смены политического строя в России, формированием новой системы ценностей и новой совокупности взглядов. Надо отметить, что и в наши дни ряд идеологем не перестает интересовать исследователей.

В данном случае предметом нашего рассмотрения стала идеологема «уверенность». Надо отметить, что в условиях начала Великой Отечественной войны (кстати говоря, можно указать, что материалы исследуемых нами газет свидетельствуют о том, что в период военных действий слово «великая» не употреблялось для называния идущей войны, в материалах газет встречается наименование «отечественная война»), безусловно, задачей партии и правительства было поддержать на высоком уровне уверенность у советских людей в безусловной победе над фашизмом.

Для формирования определенных направлений идеологии много делала и делает журналистика. Об этом в докторской диссертации пишет Д. Л. Стровский: «Журналистика советского времени... стала хранителем и выразителем упрочившихся ... духовных и политических приоритетов. Все это позволило стать самой журналистике не только эмоционально близкой потребностям массовой аудитории, но и в определенной степени генерировать ее идеи и настроения...» [15, с. 9]. Автор также

подчеркивает, что журналистика непосредственным образом связана с исторической реальностью. Именно журналистика и транслирует многочисленные идеи, являющиеся важными для социума.

Идеологемы неоднократно становились центром внимания разных исследователей. О том, что в языкоzнании имеется несколько подходов к пониманию идеологем, пишет А. Ч. Рыжкович. Ученый указывает на то, что есть когнитивный и функционально-коммуникативный подходы в понимании идеологем [14, с. 65]. Когнитивный подход связан с пониманием ментального концепта, т. к. идеологема – это «многоуровневый концепт». При функционально-коммуникативном подходе важно понять, как именно через язык выражаются политические установки, которые значимы для социума: «...идеологемы актуализируют в речи определенные политico-идеологические ценности» [14, с. 65]. В. М. Амиров и Д. С. Колчин утверждают, что «существует большое количество научных подходов к термину “идеологема”, но в основе всех их – соотнесенность с идеологией» [2, с. 20].

В диссертационном исследовании С. А. Журавлева находим следующее: «Идеологема – конкретная цельная единица синкетической лингво-семиотической природы; это знаковое образование идеологического метауровня; это дискурсивная единица, значимость которой определяется метаконтекстуально» [6, с. 7]. Далее исследователь предлагает свою классификацию идеологем, построенную на основе разнообразных историко-функциональных признаков: «1) общие (или диахронические) идеологемы – такие единицы, значимость которых является универсальной, т. е. их внешнее и внутреннее содержание будет ценностно актуализовано на любой стадии социально-политического развития общества (Бог, власть, держава, народ, партия, революция, свобода и т. д.)... 2) частные (синхронические) идеологемы – такие единицы, значимость которых будет иметь место только в пределах аксиосферы конкретной эпохи (император, комиссар, самиздат, самодержавие, славянофильство, сменовеховство, советский и т. д.). ...3) описательные идеологемы – вспомогательные дискурсивные единицы, которые, как правило, несут в себе логическую оценку и используются как средство предикации ... в пропагандистском разъяснении роли других идеологем (буржуазный, консервативный, контрреволюционный, мелкобуржуазный, меньшевистский, оппортунистический, реакционный и т. д.)» [6, с. 10–11].

Надо подчеркнуть, что и другие лингвисты неоднократно останавливались на анализе идеологем советского периода. Например, И. Н. Агейкина рассматривает идеологему «нация» в публицистике советского периода, Г. Ч. Гусейнов изучает советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х годов и дает достаточно подробное описание разных идеологем в исторической ретроспективе [1; 5].

Результаты

Для рассмотрения идеологемы «уверенность» мы обратились к номерам районной газеты «Белёвская правда» [3], вышедшим в период с 23 июня 1941 г. по 22 июля 1941 г., нами было, таким образом, рассмотрено 23 номера. Газета в этот период выходила довольно часто, о чем и свидетельствует такое большое количество номеров, изданных в течение месяца.

Выбор именно этой районной газеты обусловлен личным интересом, связанным с тем, что на протяжении ряда лет мы занимаемся изучением материалов этого издания. Белёвский район Тульской области находится на ее юго-западе, имеет сложную и интересную историю. Некоторые населенные пункты указанного района вплоть до 1943 года были оккупированы.

Следует также сказать о том, что районная газета в этом случае – хороший источник для наблюдения. Она непосредственным образом репрезентирует идеи и установки центральной власти и центральной печати (хотя понятно, что масштаб одного района одной области несравним с масштабами всей страны, то есть аудито-

рия, на которую рассчитаны вербальные средства, заметно отличается от аудитории центральной прессы), а вот способы репрезентации идеологемы могут совпадать.

Отметим, что мы обращаемся к анализу заголовков, потому что, на наш взгляд, именно заголовки статей, заметок, общие заголовки рубрик играли ключевую роль в выражении того или иного мнения, той или иной позиции. Надо отметить, что нами было проанализировано 113 заголовков, выбранных методом сплошной выборки из указанных номеров.

В результате анализа мы пришли к следующим выводам.

Семантика уверенности напрямую связывается с семантикой сплочения, о чем свидетельствуют как лексические единицы, так и грамматические формы. В частности, нами были отмечены такие примеры заголовков, как *Теснее сплотимся вокруг большевистской партии* (23 июня 1941 (№ 98)), *Наш народ спложен* (6 июля 1941 (№ 107)). Наличие в указанных заголовках семантики сплочения подчеркивается формами глагола *сплотить – сплотиться*.

Идея сплочения реализуется также в особых формах глаголов 1 лица мн. ч., которые употребляются в будущем времени, но эта форма близка по выражаемому значению форме совместного действия в повелительном наклонении: *Нанесем сокрушительный удар по фашистским псам* (23 июня 1941 (№ 98)), *В ответ на бандитское нападение улучшим свою работу* (24 июня 1941 (№ 99)), *Защитим советскую родину* (25 июня 1941 (№ 100)), *Обеспечим победу Красной армии* (25 июня 1941 (№ 100)), *Защитим свои священные границы* (25 июня 1941 (№ 100)), *Уничтожим фашистских псов* (3 июля 1941 (№ 104)), *На удар ответим тройным ударом* (3 июля 1941 (№ 104)). Таких примеров очень много. Формы множественного числа 1 лица глаголов свидетельствуют о необходимости осуществления совместного действия. Будущее время в данном случае воспринимается как действие предполагаемое, то есть, видимо, форма 1 лица мн. ч. будущего времени используется для выражения ирреального повелительного наклонения.

Семантика единения также формируется за счет использования местоимений *все, всё, наш, мы: Наш ответ: смерть врагам! Наш лозунг: победа! Трудящиеся района отдадут все свои силы на защиту Родины!* (3 июля 1941 (№ 104)), *Победа будет за нами* (24 июня 1941 (№ 99)), *Защита страны – наше кровное дело* (1 июля 1941 (№ 102)), *Все – для фронта! Все силы – на защиту отечества, на разгром и уничтожение врага!* (5 июля 1941 (№ 106)), *Все в ряды народного ополчения!* (16 июля 1941 (№ 115)). Эти местоимения позволяют осознать происходящие события как очень близкие, свои, наши.

Помимо вербализации семантики единения, в выражении идеологемы «уверенность» присутствует вербализация оценки. Оценка осознается как дуальная, противоположная. С одной стороны, дается положительная оценка действиям и устремлениям советских людей, советской власти, Красной армии, с другой стороны, дается отрицательная оценка врагу. Причем в выражении оценки присутствует как лексика, которая выражает оценку непосредственно, так и лексика, которая выражает оценку опосредованно, например, через метафору, переосмысление образов животных или хтонических существ: *Нанесем сокрушительный удар по фашистским псам. Обнаглевший враг будет уничтожен. Мужество и отвага советских людей* (23 июня 1941 (№ 98)), *В ответ на бандитское нападение улучшим свою работу. Фашистские разбойники жестоко поплатятся* (24 июня 1941 (№ 99)), *Ответ озверельым фашистам. Защитим свои священные границы* (25 июня 1941 (№ 100)), *Клеймим позором фашистских бандитов* (30 июня 1941 (№ 101)), *Защита страны – наше кровное дело* (1 июля 1941 (№ 102)), *Будем работать самоотверженно* (2 июля 1941 (№ 103)), *Красная армия – родное детище советского народа. Отличная стрельба*

зенитчиков. Стalinские соколы (2 июля 1941 г. (№ 103)), *Уничтожим фашистских псов. Проучить зарвавшихся разбойников* (3 июля 1941 (№ 104)).

Одним из способов выражения уверенности является семантика требования, настоятельного призыва, которая выражается в использовании глаголов в форме повелительного наклонения: *Проучить зарвавшихся разбойников* (инфinitив в значении повелительного наклонения) (3 июля 1941 г. (№ 104)), *Работайте на оборону, товарищи!* (6 июля 1941 (№ 107)), *Бить врага до полного его уничтожения* (инфinitив в значении повелительного наклонения) (13 июля 1941 (№ 113)), *Беспощадно бить врага. Крепите тыл* (18 июля 1941 (№ 117)).

Формированию семантики уверенности способствуют и обращения, которые создают ощущение живого диалога и становятся непосредственными призывами к той или иной части социума: *Работайте на оборону, товарищи!* (6 июля 1941 (№ 107)), *Работники сельского хозяйства! Быстрее мобилизуем все силы для победы над фашизмом* (10 июля 1941 (№ 110)), *Колхозницы, на трактор и комбайн!* (13 июля 1941 (№ 113)), *Вперед, товарищи, за родину, за нашу счастливую жизнь!* (22 июля 1941 (№ 120)).

Важным фактором в вербализации идеологемы «уверенность» становится лозунговость самих заголовков (это могут быть неполные предложения, восклицательные, построенные по модели синтаксического параллелизма): *Все – для фронта! Все силы – на защиту отечества, на разгром и уничтожение врага!* (5 июля 1941 (№ 106)), *Все в ряды народного ополчения!* (16 июля 1941 (№ 115)), *Честно и самоотверженно работай на своем посту – этим ты помогаешь Красной армии! Вперед, товарищи, за родину, за нашу счастливую жизнь! Агитацию – на службу отечественной войне!* (22 июля 1941 (№ 120)).

Выражение уверенности формируется за счет повторения определенных лексических единиц и конструкций с ними. Особенно часто используются слова *победа, враг, разбит, советская родина, Красная армия, будет: Победа будет за нами* (24 июня 1941 (№ 99)), *Враг будет разбит. Обеспечим победу Красной армии. Победа будет за нами. Защитим советскую родину. С чувством советского патриотизма. Обеспечим победу Красной армии* (25 июня 1941 (№ 100)), *Наш ответ: смерть врагам! Наш лозунг: победа!* (3 июля 1941 (№ 104)), *Самоотверженным трудом будем ковать победу над врагом* (8 июля 1941 (№ 1018)), *Коварный враг будет разгромлен!* (9 июля 1941 (№ 109)), *Дадим своей Родине все необходимое. Поможем Красной армии разгромить врага. До конца разгромим фашизм* (11 июля 1941 (№ 111)).

Дискуссия

Л. Р. Закирова, анализируя концепт «уверенность» в русском и английском языках, пишет о том, что уверенность – это индивидуальное чувство: «В концептуальном пространстве УВЕРЕННОСТЬ ... ядро составляет слово-репрезентант уверенность, к ядерным элементам относятся убежденность, вера, доверие, ближе к ядру расположены решительность и твердость...» [7, с. 13].

Однако материалы газет военного периода показывают, что, видимо, в это сложное для страны время необходимо было сформировать коллективную уверенность, уверенность в победе над врагом. Интересно отметить, что, согласно такому подходу, идеологема «уверенность» из первого классификационного разряда, который предложил С. А. Журавлев, может переходить во второй или даже в третий.

Однако такое тяжелое потрясение, как начало большой войны, требует особых морально-нравственных усилий. Материалы газет свидетельствовали о том, что через самое непродолжительное время после начала агрессии стало понятно, что победа, даже если она произойдет в ближайшее время, будет не из легких. Например, газета постоянно публикует сводку военных действий, из которой ясно, что война

развернулась на огромной территории и что больших успехов наступательного характера у Красной армии нет. Именно поэтому уверенность необходимо было поддерживать и развивать. Таким образом, идеологема «уверенность» из общих, универсальных (по классификации С. А. Журавлева) переходит в группу идеологем, которые важны именно в данную эпоху, то есть в эпоху происходящей войны, при этом указанная идеологема из индивидуальной превращается в коллективную.

В понимании идеологемы мы также согласны с Т. В. Романовой, которая указывает на то, что «идеологемы как ценностно мотивированные знаковые образования являются формой воплощения концептуальной идеи, ценности, концептуальной сущности...» [13, с. 6].

На наш взгляд, идеологема «уверенность» отражает систему таких ценностей, как вера в правое дело, вера в свободу, патриотизм и патриотический дух. Надо заметить, что анализ научных источников дает основания говорить о том, что ученые видят корни формирования уверенности еще в довоенный период, во второй половине 30-х годов XX в., когда формировалась убежденность в том, что война неизбежна и что завершится победой: «Уверенность советских граждан в неизбежности войны базировалась на сформированном пропагандой представлении о том, что ярую ненависть капиталистических государств к Советскому Союзу вызывают его неоспоримые успехи на путях строительства нового общества» [8, с. 116].

Идеологемы получают вербализацию различными языковыми средствами. Так, о вербализации идеологемы «национальная идея» Гуань Цзюньбо пишет следующее: «Идеологема “национальная идея” – это сложное ментальное образование, которое вербализуется в языке в виде лексико-семантического макрополя, в котором в концентрированном виде отражаются духовный облик, историческая миссия и культурная самобытность государства и общества» [4, с. 11]. О вербализации идеологем пишет и Н. А. Купина, которая, рассматривая идеологему, отмечает, что это единица, которая имеет обязательную вербализацию [12, с. 46].

Репрезентационные средства идеологемы «уверенность», по нашему мнению, находятся на разных языковых уровнях.

Заключение

Таким образом, можно говорить о том, что с самых первых дней Великой Отечественной войны в местной прессе формируется идеологема «уверенность». По нашему мнению, данная идеологема представляет собой совокупность нескольких семантических блоков, которые выражаются как лексическими, так и грамматическими средствами. Например, к таким семантическим объединениям можно отнести сплочение, советское хорошее – фашистское плохое, будущее. Конкретными средствами вербализации являются повторяющиеся лексические единицы, использование оценочной лексики, местоимений определительных, личных, притяжательных, глаголов в форме 1 лица мн. числа, глаголов в повелительном наклонении и в инфинитиве (для выражения императива), лозунговых конструкций.

По нашим наблюдениям, в первый месяц войны идеологема «уверенность» развивалась в условиях реального положения дел на фронтах. Сама основа уверенности в близкой войне и быстрой победе были заложены еще в довоенный период достаточно убедительно, однако в период начала войны это идеологема должна была охватить массовое, коллективное сознание и стать ведущим фактором в подъеме патриотизма.

Список источников и литературы

1. Агейкина И. Н. Идеологема "нация" в советской публицистике 1917-1953-х гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Агейкина Ирина Николаевна. М., 2010. 309 с.

2. Амиров В. М., Колчин Д. С. Функционирование идеологемы «постсоветское пространство» в российских политических медиатекстах: ностальгия и прагматика // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 2 (48). С. 18–24.
3. Белёвская правда. 1941. 23 июня (№ 98 (2046)). Электрон. копия печ. изд. URL: https://data.tularlic.ru/newspaper/Belevskaya_pravda/1941/384/ (дата обращения: 15.10.2025). Доступ на сайте Тульский край. Исторический портал.
4. Гуань Цзюньбо. Идеологема «национальная идея» в русской православной проповеди (лингвокультурологический аспект): дис. ... канд. филол. наук : 5.9.5 / Цзюньбо Гуань. СПб., 2023. 183 с.
5. Гусейнов Г. Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х гг.: дис. ... д-ра культурологии: 24.00.01 / Гусейнов Гасан Чингизович. М., 2002. 503 с.
6. Журавлев С. А. Идеологемы и их актуализация в русском лексикографическом дискурсе : автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.02.01 / Журавлев Сергей Александрович. Казань, 2004. 23 с.
7. Закирова Л. Р. Языковая презентация концепта confidence/уверенность в английском и русском языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.20.20 / Закирова Луиза Рифгатовна. Казань, 2008. 150 с.
8. Ковалёва Н. Н. Основные идеологемы советской пропаганды предвоенного времени // Вторая мировая война и послевоенное устройство мира: материалы Междунар. науч. конф., посвящ. 65-летию победы стран антигитлеровской коалиции во Второй мировой войне, Брест, 27–28 сентября 2010 г. Брест: БрГТУ, 2010. С. 115–119. Электрон. версия печ. публ. URL: <https://rep.bstu.by/handle/data/36488?show=full> (дата обращения: 10.11.2025). Доступ на сайте Репозиторий Брестского гос. техн. ун-та.
9. Красовская Н. А. Авторские подписи как явление антропонимики (на материале региональных газет военного времени) // Ономастика Поволжья: материалы XXII Междунар. конф. (Саратов, 26–29 сентября 2024 г.). Саратов: Изд-во Саратов. гос. мед. уни-та им. В. И. Разумовского, 2024. С. 109–113.
10. Красовская Н. А. Лексика, вышедшая из употребления, как факт знакомства с историей России (на материале региональных газет 40-х гг. ХХ в.) // От слова к дискурсу: материалы Междунар. науч. конф. (Минск, 15–17 мая 2025 г.). Минск: Изд-во Минского гос. лингвистич. ун-та, 2025. С. 225–227.
11. Красовская Н. А. Региональная пресса военной поры: тематическое разнообразие // Текст в системе обучения русскому языку и литературе: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (Евразийский национальный университет, Нур-Султан, 15 июня 2021 г). Екатеринбург: Урал. гос. горн. ун-т, 2021. С. 169–174.
12. Купина Н. А. Идеологема «иностранный агент»: три дня в июле 2012 года // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). С. 43–48.
13. Романова Т. В. Идеологемы и аксиологемы русского языкового сознания как отражение констант и динамики национальной ментальности: монография. Н. Новгород: ДЕКОМ, 2019. 120 с.
14. Рыжкович А. Ч. Идеологема советская эпоха в текстах СМИ: семантические и синтаксические особенности // Гуманитарные науки. Филологические науки. 2025. № 2 (74). С. 65–68.
15. Стровский Д. Л. Отечественные политические традиции в журналистике советского периода (1917–1985 гг.): автореф. дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / Стровский Дмитрий Леонидович. Екатеринбург, 2001. 43 с.

References

1. Ageykina, IN 2010, Ideologema “natsiya” v sovetskoy publitsistike 1917- 1953-kh gg (The Ideologem ‘Nation’ in Soviet Journalism of 1917-1953), PhD thesis, Moscow. (In Russ.)
2. Amirov, VM & Kolchin, DS 2023, ‘Funktzionirovaniye ideologemy «postsovetskoye prostранstvo» v rossiyskikh politicheskikh mediatekstakh: nostalgiya i pragmatika’ (The Functioning of the Ideologem “Post-Soviet Space” in Russian Political Media Texts: Nostalgia and Pragmatics), Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija, no. 2 (48), pp. 18–24. (In Russ.)

3. ‘Belyovskaya Pravda’, *Geroy gazetnoy polosy* (Hero of the Newspaper Strip), viewed 15 October 2025, https://data.tularlic.ru/newspaper/Belevskaya_pravda/1941/?_gl=1 (In Russ.)
4. Guan, J 2023, Ideologema “natsionalnaya ideya” v russkoy pravoslavnoy propovedi (lingvokulturologicheskiy aspekt) (The Ideologem ‘National Idea’ in Russian Orthodox Sermons (Linguacultural Aspect)), PhD thesis, St. Petersburg. (In Russ.)
5. Guseynov, GCh 2002, Sovetskiye deologemy v russkom diskurse 1990-kh gg. (Soviet Ideologemes in Russian Discourse of the 1990s), doctoral thesis (abstract), Moscow. (In Russ.)
6. Zhuravlev, SA 2004, Ideologemy i ikh aktualizatsiya v russkom leksikograficheskem diskurse (Ideologemes and Their Actualization in Russian Lexicographical Discourse), PhD thesis, Kazan. (In Russ.)
7. Zakirova, LR 2008, Yazykovaya reprezentatsiya kontsepta confidence / uverennost v angliyskom i russkom yazykovom soznanii (Linguistic representation of the concept of confidence in English and Russian linguistic consciousness), PhD thesis, Kazan. (In Russ.)
8. Kovaleva NN, ‘Osnovnyye ideologemy sovetskoy propagandy predvoyennogo vremeni’ (Main ideologemes of pre-war Soviet propaganda), *Brestskiy gosudarstvennyy tekhnicheskiy universitet* (Brest State Technical University), viewed 10 November 2025, <https://rep.bstu.by/bitstream/handle/data/36581/115-119.pdf?sequence=1&isAllowed=y> pp. 115–119. (In Russ.)
9. Krasovskaya, NA 2024, ‘Avtorskiye podpisi kak yavleniye antroponimiki (na material regionalnykh gazet voyennogo vremeni)’ (Author’s signatures as a phenomenon of anthroponymy (based on regional wartime newspapers)), *Onomastika Povolzhya: materialy XXII Mezdunarodnoy konferentsii* (22nd International scientific conference “Onomastics of the Volga region”), Saratov, Saratov State Medical University, 26–29 September 2024, Izd-vo Saratovskogo gosudarstvennogo meditsinskogo universiteta im. V. I. Razumovskogo publ, Saratov, pp. 109–113. (In Russ.)
10. Krasovskaya, NA 2025, ‘Leksika, vyshedshaya iz upotrebleniya, kak fakt znakomstva s istoriyey Rossii (na material regionalnykh gazet 40-kh gg. XX v.)’ (Vocabulary that has gone out of use as a fact of acquaintance with the history of Russia (based on the material of regional newspapers of the 1940s)), *Ot slova k diskursu: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii* (From word to discourse: materials of the International scientific conference), Minsk, Minsk State Linguistic University, 15–17 May 2025, Izd-vo Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta publ, Minsk, pp. 225–227. (In Russ.)
11. Krasovskaya, NA 2021, ‘Regionalnaya pressa voyennoy pory: tematicheskoye raznoobrazhiye’ (Regional Press during the Wartime: Thematic Diversity), *Tekst v sisteme obucheniya russkomu yazyku i literature: materialy IX Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* (Text in the System of Teaching Russian Language and Literature. Proceedings of the 9th International Scientific and Practical Conference), Nur-Sultan, Eurasian National University, 15 June 2021, Uralskiy gosudarstvennyy gornyy universitet publ, Yekaterinburg, pp. 169–174. (In Russ.)
12. Kupina, NA 2012, ‘Ideologema “inostranny agent”: tri dnya v iyule 2012 goda’ (Ideologem: “foreign agent”: 3 days in July 2012), *Politicheskaya linguistika* (Political Linguistics), no. 3 (41), pp. 43–48. (In Russ.)
13. Romanova, TV 2019, *Ideologemy I aksiologemy russkogo yazykovogo soznaniya kak otrazheniye constant i dinamiki natsionalnoy mentalnosti* (Ideologemes and Axiologemes of Russian Linguistic Consciousness as a Reflection of the Constants and Dynamics of National Mentality), DEKOM publ, Nizhny Novgorod. (In Russ.)
14. Ryzhkovich, ACh 2025, ‘Ideologema sovetskaya epoka v tekstakh SMI: semanticheskiye i sintaksicheskiye osobennosti’ (Ideologeme Soviet era in media texts: semantic and syntactic features), *Gumanitarnyye nauki. Filologicheskiye nauki* (Humanities.Philological sciences), no. 2 (74), pp. 65–68. (In Russ.)
15. Strovsky, DL 2001, Otechestvennyye politicheskiye traditsii v zhurnalistike sovetskogo perioda (1917–1985 gg.) (Domestic political traditions in journalism of the Soviet period (1917–1985)), doctoral thesis (abstract), Yekaterinburg. (In Russ.)