

УДК 81-11

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ СРЕДСТВАМИ ЯЗЫКА СМИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ В 2018-2022 Г.Г.

Т.К. Иванова¹

Доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики
иностранных языков
e-mail: tatiana.ivanova@kpfu.ru

Н.В. Аржанцева²

Кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков в сфере
международных отношений
e-mail: natalia.arj@mail.ru

Н.В. Антонова³

Кандидат исторических наук, доцент кафедры юридических
и социально-экономических дисциплин
e-mail: natallin1710@hotmail.com

^{1,2} Казанский федеральный университет

³ Сочинский филиал ВГУЮ (РПА Минюста России)

Актуальность работы обусловлена особой ролью средств массовой информации, которые в силу своей распространённости и легкодоступности оказывают определенное влияние на формирование общественного мнения; а также обусловлена спецификой развития языка СМИ, постоянной его изменчивостью и растущим интересом науки к данному направлению. Цель статьи – провести подробный анализ лексических, лексико-грамматических и стилистических средств создания образа России в западных СМИ в 2018-2022 годах и изучить роль подбираемых журналистами языковых средств и приёмов для создания определенного образа России. Соответственно, ведущим методом в исследовании является метод лексического, стилистического и компонентного анализа, позволяющий выявить особенности употребления журналистами или политическими лидерами тех или иных языковых единиц. Основным результатом исследования является анализ материалов англоязычных журналов и газет, показывающий разнообразие приемов (эпитеты, метафоры, антитеза, анадиплозис, лексические единицы с ярко выраженным денотативным и коннотативным значением и др.), используемых авторами для создания определенного образа России в западных СМИ.

Ключевые слова: политическая лингвистика, медиакоммуникация, язык СМИ, Россия, Запад.

Введение

Коммуникацию всегда рассматривали как неотъемлемое качество, присущее обществу, все исследователи приходили к выводу, что человеческие отношения и социальная жизнь невозможны без коммуникативного процесса и что только при развитой коммуникации может осуществляться общение [Луман 1995, Соколов 2002, Яковлев 2009].

Мировой и отечественный опыт ярко свидетельствует о том, что в настоящее время уже сформировался базис науки о коммуникации, который, по исследованиям профессора Д.П. Гавры, инкорпорирует различные аспекты коммуникации, а именно общую теорию коммуникации, межличностную деловую коммуникацию, теорию массовой коммуникации и т.д. [Гавра 2011: 25]. Средства массовой информации играют отдельную роль в осуществлении коммуникации, поэтому в данной статье мы рассматриваем коммуникацию в виде формирования образа отдельной страны.

Образ какого-либо государства очень четко отражается в средствах массовой информации других стран. Все исследователи отмечают, что средства массовой информации играют двоякую роль в современном обществе. С одной стороны, первостепенная задача СМИ - информирование и просвещение аудитории. С другой стороны, средствами массовой информации легко пользуются близкие к политическим кругам люди для формирования определенных нарративов. И особенности языка СМИ этому очень эффективно помогают.

Основной функцией средств массовой информации в первую очередь является передача информации, и практика показывает, что этот процесс редко бывает абсолютно объективным. Очень часто информация передается журналистом либо редакцией субъективно и сопровождается завуалированным или прямым выражением собственного мнения и оценки. Чаще всего это отношение передается с помощью речевых приемов и языковых средств с целью вызвать у аудитории определенную реакцию на информацию.

Языковые средства отбираются с учетом воздействия на нейтральную читательскую аудиторию. Газетный или журнальный текст должен восприниматься легко независимо от профессии, возраста и образования читателя. Соответственно, четкость, ясность и простота понимания языковых средств должны быть постоянными атрибутами в деятельности журналиста [Соколов 2002: 38].

К особенностям современной англоязычной прессы относится тот факт, что она обладает чертами стиля печатных СМИ всего мира, ярко проявляющимися в последние несколько десятилетий: стремление к краткости, доступности и так называемой разговорности. Журналист должен писать так, чтобы быть понятным каждому читателю, а статьи не должны требовать глубокой образованности, знания какой-либо терминологии или осведомленности в определенной сфере. Одновременно с этим в СМИ используется большое количество неологизмов и оригинальных лексических единиц [Володина 2008: 56].

Все лексические единицы используются через призму отношения говорящего к ситуации и оценки места ситуации в реальном мире, то есть через систему оценки и ирреальности. Так проявляется модальность в

языке СМИ. На протяжении многих лет специалисты спорят о том, который из этих двух описательных факторов (оценка или ирреальность) важнее. Кто-то из них считал важнейшим фактором оценку, кто-то, наоборот, – ирреальность. В итоге ученые пришли к выводу, что модальность нужно изучать комплексно, учитывая оба эти понятия. То есть, модальность – это семантическая категория, выражающая отношение говорящего к содержанию его высказывания, целевую установку речи, отношение содержания высказывания к действительности. В нашей работе мы будем рассматривать все выявленные нами примеры с точки зрения передачи такой модальности: отношения говорящего к действительности и определение роли самой ситуации в мире.

Методы и принципы исследования

В настоящей работе исследуются лексические единицы, использованные журналистами в западных СМИ, которые отражают отношение авторов к России. В процессе исследования применялись следующие методы: метод сплошной выборки из английских и американских газет и журналов «Politico», «The New York Times», «The Guardian» и др., которые и послужили материалом и источниками исследования. Контекстологический анализ позволил выявить особенности авторского употребления тех или иных лексических единиц в газетных и журнальных статьях, стилистический анализ применялся с целью понимания роли использования стилистических приемов в оказании эффективного воздействия на аудиторию. Семантический анализ лексических единиц способствовал выявлению денотативного и оттенков коннотативного значений исследуемых единиц.

Основные результаты

В данном исследовании мы рассмотрим примеры модальности на основе отрывков из статей англоязычных западных СМИ. Как было указано выше, мы опираемся на статьи и интервью, взятые из англоязычных газет и журналов «Politico», «The New York Times», «The Guardian» и др.

В своих статьях о России зарубежные журналисты чаще всего пишут об авторитаризме руководства страны, внутренней, в частности, социальной политике России, коррупции в различных сферах общественной жизни российского общества, особенно в высших эшелонах власти, именно эти аспекты жизни российского общества чаще других подвергаются критике со стороны западных СМИ.

Внешняя политика России также часто становится предметом обсуждения, и она подается как чрезвычайно агрессивная, милитаристски настроенная, имперская:

1. *For Finland, the membership conversation was all about security: Russia had become an **unreliable and brutal** neighbour, and only Nato's collective defence would be enough* (The Guardian, 2022).

Для Финляндии вопрос о членстве (в НАТО) был исключительно вопросом безопасности: Россия стала **ненадежным и жестоким** соседом, и только коллективной обороны НАТО было бы достаточно (The Guardian, 2022).

2. *It is ... an existential struggle against a new but familiar **Russian imperialism*** (Guardian, 2022).

Это... экзистенциальная борьба против нового, но уже знакомого **российского империализма** (The Guardian, 2022).

Описывая деятельность России, СМИ часто используют лексические единицы, передающие идею агрессии:

*White House blocked efforts to condemn Russia for **seizing** Ukraine ships, Congress told* (The Guardian 2019).

Белый дом заблокировал попытки осудить Россию за **захват** украинских кораблей, заявил Конгресс (The Guardian, 2019).

Активный глагол «*seize*» несет в себе негативную оценку действий России, «захватившей» украинские корабли, передавая коннотативно значение агрессии.

Про действия России в Крыму всегда пишут с использованием слова «аннексия». Приведем пример:

*Photographs of the mosaic, leaked last week, showed Putin, his defence minister, and other politicians and top brass in a crowd of people rallying in support of the 2014 **annexation** of Crimea* (The Guardian, 2020).

На фотографиях мозаики, просочившейся в СМИ на прошлой неделе, были запечатлены Путин, его министр обороны, другие политики и высшее руководство на фоне толпы людей, сплотившихся в поддержку **аннексии** Крыма в 2014 году (The Guardian, 2020).

Аннексия в международном праве – это насильственное присоединение государством всей или части территории другого государства в одностороннем порядке. Аннексия является одним из видов агрессии и в настоящее время влечёт международно-правовую ответственность. Но в случае с Крымом был проведен референдум, на котором жители полуострова проголосовали за присоединение к России, и этот факт западные СМИ упускают. А подбираемые журналистами лексические единицы формируют у читателей СМИ образ России как страны, которая осуществляет агрессивную политику по отношению к другим, в первую очередь соседним, государствам, которая выражается в захвате новых территорий.

В статьях СМИ США и Великобритании при создании представления о России масштабно используются лексические единицы, которые обладают негативной коннотацией в любой стране или культуре. Так,

американские журналисты довольно часто указывают, что Россия ставит своей задачей распространять ложные сведения. Например:

*The question is extremely important, as the United States and Europe grapple with the onslaught of **disinformation** and **opinion manipulation*** (Politico, 2017).

Вопрос чрезвычайно важен, поскольку Соединенные Штаты и Европа борются с потоком дезинформации и манипулирования общественным мнением (Politico, 2017).

Лексические единицы типа «дезинформация» (*disinformation*) и «манипуляция мнением» (*opinion manipulation*) несут в себе отрицательный денотативный компонент в любых языках и подсознательно влияют на формирование негативного отношения к происходящему.

Еще пример:

*As noted in special counsel Robert Mueller's recent indictment of 13 Russians and three companies, Putin's goal is to create **chaos, fear and distrust** of official narratives* (Politico, 2018).

Как отмечается в недавнем обвинении спецпрокурора Роберта Мюллера в отношении 13 россиян и трех компаний, цель Путина – вызвать хаос, страх и недоверие к официальной информации (Politico, 2018).

Так мы видим, что американское издание оценивает действия России как стремление посеять «хаос», «страх», «недоверие» (*chaos, fear, distrust*). Во всех указанных словах четко просматривается негативный оценочный компонент.

Даже сфера культуры и искусства, которая должна максимально оставаться вне времени и политики, полна оценочных компонентов, характеризующих Россию не в самом приглядном свете:

*1. Mr. Medinsky is a longtime official in Vladimir V. Putin's government and a staunch promoter of the **myths that have shaped the official narrative of Russia's past** since Mr. Putin's ascension to power in 2000* (The New York Times, 2018).

*Г-н Мединский является давним чиновником в правительстве Владимира Путина и убежденным сторонником **мифов, которые сформировали официальный нарратив в отношении к прошлому России** с момента прихода г-на Путина к власти в 2000* (The New York Times, 2018).

*2. Meanwhile, the Russian government has bankrolled dozens of "**patriotic**" films as part of its campaign to advance a positive image of Russia's past, and World War II in particular* (The New York Times, 2018).

*Тем временем российское правительство профинансировало десятки **«патриотических»** фильмов в рамках своей кампании по продвижению позитивного образа прошлого России и, в частности, Второй мировой войны* (The New York Times, 2018).

3. *But it's quite another for the west to deny refuge to those fleeing Russian dictatorship* (The Guardian, 2022).

Но совсем другое дело, когда запад отказывает в убежище тем, кто бежит от российской диктатуры (The Guardian, 2022).

Последний пример взят из статьи, призывающей не отказываться от русской культуры, а помогать тем деятелям культуры, которые хотят уехать из России, тем не менее, вместо конкретных событий февраля 2022 года, автор дает оценку всему государственному устройству страны.

Как видим из приведенных выше примеров, западные журналисты используют слова с прямым негативным денотативным значением, что в итоге представляет Россию необъективной даже в восприятии собственного исторического опыта, пытающейся насильно сформировать «правильное» отношение к прошлому своей страны, что последовательно дискредитирует российское правительство и всю страну в глазах западных обывателей.

Рассмотрим тропы, используемые журналистами для создания определенного образа России.

Эпитеты призваны давать описательную характеристику любому объекту, но в отличие от обычного имени прилагательного, функция которого заключается в том, чтобы дать объекту максимально объективную характеристику, эпитет несет в себе еще и оценку описываемого объекта.

Пример: ... *this strategy of regional fracture has shaped Russia's foreign policy in Eurasia over the past two decades. At its core, regional fracture is a divide-and-conquer policy* (The New York Times, № 7, 2019).

...стратегия регионального раскола сформировала внешнюю политику России в Евразии за последние два десятилетия. По своей сути региональный раскол – это политика «разделяй и властвуй» (The New York Times, № 7, 2019).

Фразовый эпитет «*divide-and-conquer*» применяется журналистом для того, чтобы описать внешнюю политику России и ее действия относительно бывших республик СССР; то есть, фактически, журналист пишет о том, что Россия ссорит между собой близлежащие страны для того, чтобы обладать в них единоличной властью.

Рассмотрим другие примеры:

Russia has been playing a canny game in the Middle East, but can it continue? ... Fearing that both democracy and free and fair economies represent an existential threat to his corrupt authoritarian regime, Putin's Russia is increasingly responsible both for indiscriminate destructive cyber-attacks and for harboring cybercriminals who harm the global online economy (The New York Times, № 5, 2020).

Россия ведет хитрую игру на Ближнем Востоке, но может ли она продолжаться? ... Опасаясь того, что и демократия, и свободная и справедливая экономика представляют реальную угрозу его

коррупционному авторитарному режиму, Россия несет все большую ответственность как за повсеместные разрушительные кибератаки, так и за укрывательство киберпреступников, наносящих ущерб глобальной онлайн-экономике (The New York Times, № 5, 2020).

Используемый эпитет «*sanny*» вызывает у читателя довольно негативный образ России – Россия представлена страной, которая ведет свою игру с другими государствами, не стесняясь манипуляций. Вторая приведенная выдержка из статьи также содержит эпитеты с негативной коннотацией: современная власть в России описывается как «коррупционная и авторитарная» (*corrupt authoritarian*), а российское правительство поддерживает «разрушительные» (*destructive*) атаки российских хакеров на компьютерные системы Америки, тем самым вмешиваясь во внутренние дела США.

Таким образом, эпитеты в статьях представляют собой чрезвычайно эффективное средство формирования определенного образа страны. В исследуемых нами зарубежных статьях были выявлены эпитеты, которые ярко подчеркивают, что руководство России жадно стремится к власти во всем мире, авторитарно монополизировав власть в стране и нивелируя демократию. Более того, Российское государство представлено как коварный манипулятор в отношениях с ближними и дальними соседями.

Помимо эпитета язык СМИ часто прибегает к использованию метафоры. Политическая метафора служит языковым средством для манипуляций сознанием общества, которое воздействует на реципиента относительно незаметно, и выявить которое может только специалист. При помощи метафоры журналист фактически переносит характерные черты одного объекта на другой, при этом в сознании реципиента один объект будет ассоциироваться с другим, что открыто используется СМИ для формирования необходимого отношения к определенным ситуациям в обществе.

Разберём пример. 2018 год. Представитель России Александр Прокопчук подает документы на пост руководителя Интерпола. В американской и британской прессе была развернута активная кампания против него с использованием всех возможных средств. В газете «The Washington Post» была напечатана статья «*There is a wolf at Interpol's door*», в которой главное действующее лицо представлено в образе волка, и метафора была использована, чтобы сделать этот образ особенно ярким [The Washington Post, 2016]. Следует отметить, что во многих культурах волк имеет образ защитника и ревнителя, но наряду с этим он также символизирует темные силы, ему свойственна жестокость и алчность, символ волка обозначает зло, пожирающую страсть и ярость [Эл.ресурс «Символы..», 2011]. А в данном случае образ волка стал образом гражданина России, претендующим на

должность главы международной организации со штаб-квартирой во Франции.

Еще одно обвинение в адрес России – обвинение в открытом желании руководства страны «подорвать верховенство права» (*to undermine the rule of law*) или «подорвать демократию» в мире. Используемая метафора «подрыва» характеризует Россию как врага и формирует у зарубежных читателей образ России как страны, власти которой сознательно и целенаправленно противопоставляют себя западным ценностям и стремятся разрушить ту демократическую систему, которая была создана западными странами и эффективно проявила себя в интересах людей.

The way to undermine a democracy, the Russians have reminded us, is to destabilize a common sense of reality and decency so that we can't trust facts or each other... (The New York Times, № 7, 2019).

*Русские напомнили нам, что **подорвать демократию** – значит дестабилизировать здоровое чувство реальности и порядочности, чтобы мы не могли доверять фактам или друг другу...* (The New York Times, № 7, 2019).

Таким образом, метафора активно используется в качестве отличного способа создания как положительного, так и отрицательного образа. Проанализированные выше примеры показывают, что метафоры, используемые зарубежными журналистами для создания образа России в СМИ, часто ассоциируют её с чем-то опасным и угрожающим устоявшемуся строю и процветанию западных государств. Подобная характеристика способствует закреплению представления об авторитарном российском режиме, где государство изображено как силовое, чьи действия игнорируют права и свободы граждан.

Еще один прием, выявленный нами при анализе газетных отрывков – антитеза. Антитеза представляет собой стилистический прием, который состоит в противопоставлении понятий, образов и создает эффект контраста. Этот прием способствует лучшей передаче противоречий, помогает более ярко противопоставить явления, и, конечно же, относится к способам выражения авторского взгляда на описываемые явления, образы и т.д.

Рассмотрим пример:

*«Mr. Kerry said, “I would simply appeal for **calm and reasonableness** at a moment when we don't need to raise the level of confrontation over something as frankly basic and normal as this”»* (The Guardian, № 7, 2018).

*«Г-н Керри сказал: “Я просто призываю к **спокойствию и разуму** в тот момент, когда нам не нужно поднимать уровень конфронтации из-за чего-то откровенно простого и обычного, как это»* (The Guardian, № 7, 2018).

Мы рассматриваем лексемы *calm and reasonableness* как лексемы, используемые для достижения эффекта противопоставления. В случае, когда человек призывает к спокойствию, то, вероятнее всего, он воспринимает своего оппонента как человека, ведущего себя абсолютно противоположным образом, в чем и проявляет себя антитеза.

Обсуждение результатов

Вопросами особенностей языка СМИ занимаются как отечественные, указанные выше, так и зарубежные ученые с достаточно давнего времени – А. Белл, Т.А.Ван Дейк, Р.Фаулер и др. [Bell 1991, Van Dijk 1998, Fowler 2001]. Они исследуют его особенности и отличительные черты, влияние на язык в целом и общество. В частности, категорию модальности в языке детально исследовал М. Люгинбуль. Он сделал обзор работ по медиалингвистике, отдельно изучив ее сопряженность с медиальностью и «культурностью», а также он рассмотрел категорию мультимодальности, определяемую экстралингвистическими и паралингвистическими факторами, которая входит в сферу изучения социосемиотики [Luginbühl 2015].

Выводы

В проанализированных статьях при изучении языковых особенностей СМИ нами были выявлены многочисленные случаи использования тропов. Лексические средства, использованные журналистами, играют яркую роль в оказании определенного воздействия на реципиента, поскольку основная информация передается посредством лексической наполняемости подбираемых журналистом лексических единиц более, чем особенностями их грамматического использования. При оценке лексической составляющей мы анализировали используемые оценочные конструкции и модальность, отражающую отношение автора к описываемой ситуации.

Многие специалисты отмечают, что модальность нужно исследовать комплексно, и модальные значения могут не иметь четко обозначенных границ, а быть связанными между собой пограничными переходами, следовательно, локализованные в противоположных областях модальной зоны значения могут вообще не иметь между собой ничего общего, что однозначно усложнит процесс распознавания модальных значений и их описания. Модальность нужно изучать комплексно, принимая во внимание множество факторов, что мы и представили в данной работе.

Образ России, передаваемый с помощью этих категорий модальности, отражен в западных СМИ при помощи выразительных средств, которые позволяют передать характеристики страны абсолютно противоположной США. Такой вывод мы делаем на основе того,

что среди выявленных языковых единиц преобладающим стало негативное значение. В проанализированных нами примерах преобладают эпитеты, метафоры, антитеза, анадиплозис и др., непосредственно формирующие образ страны.

Заключение

Средства массовой информации в любые времена играли особую роль в формировании общественного сознания, но происходить это формирование может не всегда однозначно. С одной стороны, главная роль СМИ заключается в том, чтобы объективно информировать и просвещать аудиторию. Но, поскольку СМИ могут занимать и субъективную позицию, они оказываются «формирователями» определенного отношения и выполняют функцию убеждения, чем оказывают непосредственное воздействие на формирование ценностных ориентаций своих зрителей, слушателей и читателей, воспроизводят и нередко сами создают культурные мифы, характерные или, наоборот, несвойственные для определенного общества. Образ России, как и большинство образов, строится на системе сложившихся стереотипов. Они в свою очередь исходят как из представлений народа, так и из специфики языка, используемого в СМИ.

Кроме того, в создании определенного образа особую роль играют и стилистические средства выражения авторского мнения, когда коннотативное значение играет ведущую роль, а также важнейшее значение для описания событий в другом государстве имеет подбор лексики.

Библиографический список

Волк как символ в культурах народов мира [Электронный ресурс] // Символы в культурах народов мира. 2011. URL: <https://wolf.ua/ru/blog/volk-kak-simvol-v-kulturah-raznyh-narodov-mira> (дата обращения: 03.06.23).

Володина М.Н. Язык средств массовой информации. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. 760 с.

Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб: Питер, 2011. 288 с.

Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. 1995. С. 114-124.

Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 461 с.

Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. СПб: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. 192 с.

Bell A. The Language of News Media. London: Blackwell, 1991. 562 p.

Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. London: Routledge, 2001. 361 p.

Luginbühl M. On Mediality and Culturality [Electronic source] // *Medialinguistics*. 2015. URL: http://10plus1journal.com/wp-content/uploads/2015/09/00_OPENER_Luginbuehl.pdf (дата обращения: 03.06.23).

Politico [Electronic source]. 2017-2022. URL: <https://www.politico.com> (дата обращения: 03.06.23).

The Guardian [Electronic source]. 2018-2022. URL: <https://www.theguardian.com> (дата обращения: 03.06.23).

The New York Times [Electronic source]. 2018-2020. URL: <https://www.nytimes.com> (accessed: 03.06.23).

The Washington Post [Electronic source]. 2018. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата обращения: 03.06.23).

Van Dijk T.A. News as discourse. New York: Hillsdale, 1998. 678 p.

References

Volk kak simbol v kul'turax narodov mira [E'lektronny`j resurs] // *Simvolny` v kul'turax narodov mira*. 2011. URL: <https://wolf.ua/ru/blog/volk-kak-simvol-v-kulturah-raznyh-narodov-mira> (дата обращения: 03.06.23).

Volodina M.N. *Yazyk sredstv massovoj informacii*. M.: Akademicheskij Proekt; Al'ma Mater, 2008. 760 c.

Gavra D.P. *Osnovy` teorii kommunikacii*. SPb: Piter, 2011. 288 c.

Luman N. Chto takoe kommunikaciya? // *Sociologicheskij zhurnal*. 1995. С. 114-124.

Sokolov A.V. *Obshhaya teoriya social`noj kommunikacii*. SPb: Izd-vo Mixajlova V.A., 2002. 461 c.

Yakovlev I.P. *Osnovy` teorii kommunikacij*. SPb: IE`O SpbUTUiE`, 2009. 192 c.

Bell A. *The Language of News Media*. London: Blackwell, 1991. 562 p.

Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge, 2001. 361 p.

Luginbühl M. On Mediality and Culturality [Electronic source] // *Medialinguistics*. 2015. URL: http://10plus1journal.com/wp-content/uploads/2015/09/00_OPENER_Luginbuehl.pdf (дата обращения: 03.06.23).

Politico [Electronic source]. 2017-2022. URL: <https://www.politico.com> (дата обращения: 03.06.23).

The Guardian [Electronic source]. 2018-2022. URL: <https://www.theguardian.com> (дата обращения: 03.06.23).

The New York Times [Electronic source]. 2018-2020. URL: <https://www.nytimes.com> (accessed: 03.06.23).

The Washington Post [Electronic source]. 2018. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата обращения: 03.06.23).

Van Dijk T.A. News as discourse. New York: Hillsdale, 1998. 678 p.