

А. К. Кучинская

*Институт национальной безопасности Республики Беларусь
Минск, Республика Беларусь
e-mail: inb@kgb.gov.by*

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ В СМИ (НА ПРИМЕРЕ США И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)

В работе рассматриваются лексические средства формирования образа России в американских СМИ и образа США в русскоязычной прессе. Целью работы является изучение лексических способов формирования образов на примере Интернет-новостей и британской службы BBC. Результаты исследования могут быть использованы в теории и практике перевода, лексикологии, медиалингвистике.

Ключевые слова: лексико-синтаксические средства; типология; образ; лексическая реализация; СМИ.

A. Kuchinskaya

*The Institute of National Security of the Republic of Belarus
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: inb@kgb.gov.by*

LEXICAL MEANS OF FORMING THE IMAGE OF THE COUNTRY IN THE MEDIA (THE USA AND RUSSIAN FEDERATION)

The article examines the lexical means of forming the image of Russia in the American media and the image of the United States in the Russian-language press. The aim of the research is to study the lexical ways of forming images on the example of Internet news and the BBC. The results of the research can be used in the theory and practice of translation, lexicology, and media linguistics.

Keywords: lexical and syntactic means; typology; image; lexical implementation; mass media.

На сегодняшний день СМИ являются важнейшим средством получения информации о событиях, происходящих в стране и мире. У них есть возможность обратиться к общественности напрямую, что позволяет в полной мере реализовать функцию воздействия. Средства массовой информации оказывают влияние на индивидуальную картину мира каждого, играют важную роль в формировании общественного сознания и регулировании общественного мнения, затрагивая практически все сферы и институты общества, включая политику, образование и религию. Они являются одним из главных ресурсов, с помощью которых общественность узнает о политических событиях, формируются образы государства и власти.

На сегодняшний день СМИ фактически формируют представления, предпочтения, формат бытового и потребительского поведения.

В качестве экстралингвистических средств формирования образа страны отмечают размывание и подмену понятий, манипуляции числом и мерой, внушение чувства страха и жалости, тщательный отбор событий, сенсационность.

В целом, в западных англоязычных СМИ создаётся скорее негативный образ России, а основными языковыми средствами формирования этого имиджа служат оценочная лексика, метафоры и языковая игра [1].

Если говорить об используемых приёмах номинации Российской Федерации, то считаем важным заметить, что все названия негативно окрашены. Например, *military involvement* 'военное вмешательство', *mobilization for invasion* 'мобилизация в целях завоевания', *disguised warfare* 'скрытые военные действия', *mystery tanks* 'таинственные танки'. Исходя из мнения американского читателя, можно сформировать предположение, что все русские связаны с преступным миром, на каждом шагу встречается коррупция, можно услышать многочисленные истории о взятках, которые они сами давали или брали. «*It's impossible to find a job in Russia without paying a bribe*» [2] 'В России невозможно найти работу, не дав взятку'.

Неудивительно, почему чаще всего в описании образа России встречаются прилагательные с отрицательной коннотацией:

Following the fall of the Soviet Union, Vladimir Putin undertook the formidable task of uniting a restless and disorganized Russia [3] 'После распада Советского Союза Владимир Путин взял на себя трудную задачу объединения беспокойной и дезорганизованной России'.

At best, Russia is a weakened and insulted country looking to sow disruption in the West but whose worst tendencies will fall away as subsequent generations assume control and the wounded memory of the Soviet Union fades deeper into history [4]. 'В лучшем случае Россия – это ослабленная и оскорбленная страна, стремящаяся посеять хаос на Западе, но чьи худшие тенденции исчезнут, когда последующие поколения возьмут власть в свои руки, а раненая память о Советском Союзе еще глубже погрузится в историю'.

Постоянно освещаемой темой в англоязычных СМИ является экономическая сфера. В текстах на эту тему регулярно встречаются такие слова и словосочетания, как: *output* 'производство', *production* 'производство', *agreement* 'соглашение', *sustainable growth* 'устойчивый рост', *global economic activity* 'глобальная экономическая активность' [5; 6].

Наравне с экономикой, жители Америки любят затрагивать военную и политическую сферу. В таких статьях очень часто можно заметить военную метафору: «*Russia: A Besieged Fortress*» 'Россия: осажденная кре-

пость' [6], говоря о сторонниках В. В. Путина и стране, которую он обороняет.

Тематическое пространство текстов о США в русскоязычных СМИ можно разделить на несколько блоков: политика, экономика, культура, общество. Сравнительно малое внимание оказывается таким темам, как спорт, криминал, наука. Авторы изданий чаще всего освещают жизнь США через призму политики – этот блок самый многочисленный в СМИ, что закономерно, поскольку она по области информационного внимания относится к типу общественно-политических изданий.

При проведении данного исследования был сделан анализ лексических средств, используемых для конструирования образа государства в российских СМИ. В результате можно выявить ключевые характеристики, которые формируют образ США в России.

Часто в статьях указывается на то, что США занимают суровую позицию по отношению к ряду стран, вовлеченных в военные, политические конфликты, а также противоречащих интересам США.

При ближайшем рассмотрении в информационном пространстве снова намечается конфронтация США и Китая [7].

США не в первый раз угрожают Мадуро [8].

Опишем средства, которые помогают американскому автору создать образ «чужого» в статьях о России через призму тропов, исходя из классификации тропов по И. Р. Гальперину.

Таблица

Образ «чужого» в статьях о России

Средства создания образа «чужого»	Процентное соотношение
Негативно-коннотированная лексика	36 %
Нейтральная лексика с определенной негативной импликацией	25 %
Экспрессивно-образная лексика	15 %
Метафора	12 %
Сравнение	8,3 %
Фразеологизмы	3,3 %
Нейтральная лексика	0,4 %

Согласно данным представленным в таблице, авторы новостных статей чаще используют такие средства как негативно-коннотированную лексику, метафоры, сравнения.

В первую очередь, ведущей чертой, которую российские СМИ формируют, становится агрессивный образ США. В проанализированных статьях чаще всего встречаются лексические единицы, которые описыва-

ют США, как государство, ведущее агрессивную политику и не заботящееся о широких политических и стратегических последствиях своих действий. Например, в более чем половине проанализированных нами статей встречаются такие номинативные единицы, как «агрессор», «атака», «образ врага», «ядерная триада», «положили ноги на мировой стол».

Образ врага: как США готовятся к «ядерной войне» в Европе [9].

Что касается лексических средств формирования образа США в русскоязычной прессе, можно сказать, что частотность употребления лексических средств: метафор, завышенных фраз составляет около 15 %, нейтральной лексики с определенной негативной импликацией 17 %, негативно-коннотированной лексики около 45 %, сравнений 8,3 %, фразеологизмов 2,7 %, экспрессивно-образной лексики 12 %.

Как показал анализ языковых средств политических газетных текстов, большинство метафорических концептов репрезентируют необходимую картину мира в определенной политической ситуации, воздействующую на понимание и интерпретацию окружающей действительности, в основном вызывающую отрицательные эмоции, способствующую формированию в сознании обеих наций отрицательного образа другого и даже пробуждения ненависти.

Показательно, что и в российских, и в американских публикациях наиболее продуктивным и универсальным источником концептуализации политической жизни оказываются метафоры, актуализирующие кризисное состояние общества, пессимизм и тревогу относительно будущего. Все лексические средства, выбранные для освещения различных тем, в какой-то мере оказывают манипулятивное воздействие на читателя, побуждая рисовать у себя в голове тот образ страны, который подают СМИ. Тем не менее, метафорический образ России в американском политическом дискурсе более насыщен негативными лексическими средствами, чем образ США в российском политическом дискурсе. Это свидетельствует о таких глубоких культурно-исторических особенностях американцев, как нетерпимость к соперникам, стремление подавить любые потенциальные угрозы со стороны, индивидуализма.

В результате проведенного анализа лексических средств формирования образа России в американской прессе и образа США в русскоязычной прессе, мы пришли к следующим выводам:

1. Экспрессивность, эмоциональность и оценочность общественно-политических лексических и терминологических средств, используемых для формирования образа России, определяется желанием авторов СМИ убедить массовую аудиторию в реальности и серьезности угрозы со стороны.

2. Также для формирования представления о России, как о стране-агрессоре, живущей по тоталитарным законам, используются такие стилистические средства как эпитеты, перифразы, сравнения, аллюзии.

3. В качестве лексических средств модальности, которые позволяют адресанту сообщения СМИ передать свое отношение к сообщаемой информации, чаще всего использовались наречия (*purportedly* 'предположительно', *allegedly* 'предположительно', *probably* 'вероятно', *obviously* 'очевидно' и др.), прилагательные (*necessary* 'необходимый', *evident* 'очевидный' и др.), модальные фразы со значением вероятности и предположения (*to be possible* 'представляется возможным', *to make possible* 'для обеспечения возможности'). Модальность, представляющая собой наставление, передается модальными глаголами, выражающими долженствование, разрешение (*ought* 'должен', *should* 'следует', *must* 'обязан', *have to* 'нужно') и используется авторами статей для навязывания адресату определенных образов и значений.

4. Метафоры и стереотипы поддерживают и внушают читателям образ страны зачастую в негативном контексте, что формирует ошибочное и преувеличенное об обычных среднестатистических жителях России мнение. Таким способом, в обществах выстраиваются коммуникативные барьеры и мешает международному сотрудничеству.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. Архив 23 марта 2005. [Электронный ресурс] / Т. Э. Гринберг. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/252>. – Дата доступа: 12.01.2021.
2. Russia country profile [Electronic resource] // BBC. – 2019. – 26 April. – Mode of access: <https://www.bbc.com/news/world-europe-17839672>. – Date of access: 14.04.2019.
3. Putin and patriotism: national pride after the fall of the Soviet Union [Electronic resource] // OUPblog. – 2018. – 5 January. – Mode of access: <https://blog.oup.com/2018/01/putin-patriotism-national-pride-fall-soviet-union-excerpt>. – Date of access: 14.04.2019.
4. Outrage Grows as Russia Grants Passports in Ukraine's Breakaway Regions [Electronic resource] // The New York Times. – 2019. – 25 April. – Mode of access: <https://www.nytimes.com/2019/04/25/world/europe/russia-citizenship-ukraine.html>. – Date of access: 14.04.2019.
5. Is Russia trying to sway the European elections? [Electronic resource] // BBC. – 2019. – 20 May. – Mode of access: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-48296557>. – Date of access: 20.05.2019.
6. Russia: A Besieged Fortress [Electronic resource] // Medium. – 2019. – Mode of access: <https://medium.com/@patboduch/russia-a-besieged-fortress-b05cb98a846d>. – Date of access: 14.04.2019.
7. Новая система: каким будет мир после пандемии [Электронный ресурс] // Газета.ru. – 2020. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2020/04/26_a_13063171.shtml. – Дата доступа: 29.04.2020.

8. \$15 млн за поимку: США обвинили Мадуро в наркотерроризме [Электронный ресурс] // Газета.ru. – 2020. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/social/2020/03/26/13023949.shtml>. – Дата доступа: 02.04.2020.
9. Образ врага: как США готовятся к «ядерной войне» в Европе [Электронный ресурс] // Газета.ru. – 2020. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/army/2020/02/25/12975823.shtml>. – Дата доступа: 02.04.2020.