

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**ОБРАЗ РОССИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ**  
АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ  
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 3 курса 301 группы  
направления 44.04.01 Педагогическое образование  
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»  
факультета иностранных языков и лингводидактики

Маненовой Камилы Самигуловны

Научный руководитель  
доцент кафедры английского языка и  
методики его преподавания  
канд. филолог. наук

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Т.М. Метласова

Зав. кафедрой  
английского языка  
и методики его преподавания  
канд. пед. наук, доцент

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Г.А. Никитина

Саратов 2022 год

**Введение.** Средства массовой информации являются одним из самых значимых институтов современного общества. СМИ оказывает влияние на мировоззрение человека, формирование общественного сознания и регулирование общественного мнения, включая многие основные сферы и институты общества.

Российская федерация развивается через разветвленные связи с зарубежными странами и расширение границ сотрудничества и внешних связей со странами мирового сообщества. Именно в процессе развития механизмов взаимодействия России со странами мира формировался ее имидж. В течение нескольких веков имидж страны укреплялся и менялся в соответствии с действующими изменениями и условиями. Для каждого государства является важным, как воспринимается его образ народом и за рубежом.

Существуют различные факторы, оказывающие влияние на образ страны. Одни из них – государственная политика, международные отношения, СМИ и т.д. Значительную роль при создании образа страны играют лингвистические средства.

В условиях современной геополитической ситуации, глобального экономического кризиса и напряженной международной обстановки, в которой Россия занимает одну из ключевых позиций, ее образ активно эксплуатируется в зарубежных средствах массовой информации, нередко приобретая негативный характер и способствуя формированию отрицательного представления общественности о ней. Изучение современного образа России в англоязычных средствах массовой информации на языковом уровне способствует пониманию современных тенденций в зарубежном медиа-дискурсе и обуславливает *актуальность* лингвистического исследования.

**Объект** исследования – статьи зарубежных англоязычных СМИ о России, собранные за период 2019 – начала 2022 года.

**Предмет** исследования – образные лингвистические средства формирования образа России в англоязычных статьях.

**Целью** работы является изучение лингвостилистических средств формирования образа России в зарубежных СМИ на материале англоязычных Интернет-публикаций.

Вышеназванная цель реализуется в решении следующих **задач**:

1. Рассмотреть лингвистические особенности современного медиа-дискурса.
2. Выявить роль языковых средств выразительности в формировании языкового образа.
3. Изучить языковой образ России на примере статей американских и британских СМИ.
4. Проанализировать особенности языкового образа В. В. Путина, олицетворяющего образ России в англоязычных СМИ.
5. Рассмотреть культурную составляющую образа России в англоязычных СМИ.

**Гипотеза:** В условиях современной внешнеполитической обстановки средствами формирования негативного образа России в англоязычных СМИ на лингвистическом уровне являются языковые средства выразительности, среди которых особое место занимают аллюзия, эпитет, гипербола, метафора и метонимия, риторический вопрос, фразеологизмы и эмоционально окрашенная лексика.

**Методы исследования,** используемые в данной работе: 1) метод обобщения теоретического материала; 2) метод сплошной выборки; 3) метод лингвистического наблюдения и описания; 4) стилистический анализ текста; 5) контент-анализ.

**Методологической и теоретической базой** послужили работы С. А. Алексеевой, Н. Д. Арутюновой, Б. М. Гаспарова, М. Джонсона, Т. Г. Добросклонской, Д. Н. Замятина, В. В. Колесова, В.И. Карасика, А.

Соломоника, Дж. Лакофф, Дж. Миллера, З. Д. Попова, И. А. Стерниной, Я. Н. Ронжина, Л. Б. Никитиной и др.

**Материалом исследования** послужили текстовые примеры Интернет-публикаций таких средств массовой информации, как «TheGuardian», «TheNewYorkTimes», «USAToday», интернет-сайты «Russiamatters», «RUSSIAINSIDER» на языке оригинала.

**Научная новизна** данного исследования заключается в получении новых результатов исследования образа России в англоязычных статьях 2019-2022 года. Исследуемая проблема в магистерской работе является перспективной и открыта для дальнейших исследований, поскольку национальный образ, как и его лингвистическая репрезентация, могут меняться в зависимости от исторических и социально-политических условий.

**Теоретическая значимость** данной работы состоит в дальнейшем обобщении существующих в современной лингвистике подходов к исследованию проблемы лингвистического образа в медиа-дискурсе.

**Практическая значимость** исследования обусловлена тем, что его результаты могут применяться в таких учебных курсах и дисциплинах, как стилистика английского языка, общее языкознание, теория дискурса, лингвистика текста, лингвокультурология.

**Апробация** исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с сентября 2019 г. по февраль 2021 г. на факультете иностранных языков и лингводидактики.

Материалы исследования были представлены на научном круглом столе «Иностранные языки в контексте современной культуры» 15.05.2020.

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

**Во введении** обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его научная новизна.

*В первой главе* исследуются лингвистические особенности современного медиа-дискурса, раскрывается сущность понятий «языковой образ» и «художественный образ», изучены его составляющие на языковом уровне, выявлена роль языковых средств выразительности в формировании языкового образа.

*Во второй главе* проводится анализ результатов лингвостилистического исследования образа России в англоязычных статьях газет «TheGuardian», «TheNewYorkTimes» и «USAToday», а также интернет-сайтах «Russiamatters», «RUSSIAINSIDER».

*В заключении* подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

**Основное содержание.** В первой главе рассматриваются теоретические основы изучения языковой образности в СМИ. Как полагают многие ученые, медиа-дискурс – достаточно новое явление, образующее связанное информационное поле СМИ, оказывающее свое, зачастую формирующее, влияние на различные социальные группы аудитории. На морфологическом и синтаксическом уровнях среди основных признаков новостного текста выделяют следующие: 1. большое количество глагольных словосочетаний; 2. широкая распространённость пассивных форм и безличных конструкций; 3. принцип экономии языковых средств; 4. присутствие устойчивых текстообразующих элементов – фраз-связок, ссылок на источник информации, форматирующих текст словосочетаний, включая оформление цитат. Т. Г. Добросклонская рассматривает лексикофразеологические особенности новостного текста и делает выводы на основе анализа новостных текстов. На лексико-фразеологическом уровне следует выделить следующие свойственные признаки: 1. содержание большого количества клишированных словосочетаний; 2. практическое отсутствие коннотативных словосочетаний за исключением словосочетаний с политико-оценочным компонентом; 3. ограниченное использование идиоматических соединений, особенно в контекстах цитирования; 4. наличие большого количества

словосочетаний, маркированных в плане категории культурной специфичности; 5. применение словосочетаний, маркированных в плане категории идеологической модальности, и передающих мировоззренческий оттенок текста.

В первой главе также были изучены такие понятия, как «языковой образ» и «художественный образ». Несмотря на большое количество различных дефиниций понятий «образ» и «языковой образ», все исследователи сходятся в одном мнении: представление человека об окружающем его мире с древнейших времен и до сих пор в первую очередь основывается на образах, а в языковых образах оно реализуется с помощью языка, т. е. через языковые знаки и их комбинации. Понятие «образ» определяется как объект, возникающий в сознании человека и отражающий предметы/явления окружающей действительности. Определение образ прежде всего включает в себя художественный образ. Основной особенностью образов является языковая составляющая, т.е. лингвистические средства, с помощью которых он создается. Важно отметить, что образ определяется как продукт восприятия и понимания мира. В рамках речемыслительного процесса речь идет о языковом образе: образ в рамках речевого дискурса приобретает ассоциативную функцию, чтобы отразить с помощью языка явления национальной культуры, представить языковую картину мира в виде образных представлений.

Публицистика занимает значительное место в системе функциональных разновидностей языковой коммуникации. Экспрессивно-эмотивные задачи позволяют публицисту использовать весь необходимый арсенал языковых средств. Данные тропы позволяют не только транслировать политические, социальные, культурные события, моделировать ценности, но и отображать образ, формировать языковую картину мира. Одними из наиболее распространенных в СМИ языковых средств выразительности являются метафоры, аллюзии и эпитеты. Метафорам присущи эмотивно-оценочная, оценочная, функция создания

образности, номинативная и познавательная функции. Аллюзия играет большую роль в усилении эмоционального эффекта и передачи информации с засвидетельствованными фактами культуры. Эпитеты также широко применяются в медиа-дискурсе и выполняют функцию конкретизации качеств предмета, выражения эмоциональности и оценивания. Одно из сложных явлений – ирония. Данный прием активно употребляется в статьях, так как позволяет выразить отношение автора к различным событиям, используя юмор.

Во второй главе проводится анализ результатов лингвостилистического исследования образа России в англоязычных статьях газет «TheGuardian», «TheNewYorkTimes» и «USAToday», а также интернет-сайтах «Russiamatters», «RUSSIAINSIDER». От того, как общество воспринимает главного политического деятеля страны, зависит и восприятие самой страны в целом. В газетах США и Великобритании часто упоминают В. В. Путина, формируя как позитивное, так и негативное представление. Однако в настоящий момент в зарубежных СМИ намного больше публикаций с негативным подтекстом. В. В. Путин представляется западными СМИ в мрачных тонах. В ходе анализа медиаобраза В. В. Путина, созданного англоязычными СМИ при помощи тропов, были выделены следующие лексические доминанты имиджа: диктатор – «*PutinReallyIsaDictator*»; последователь идей СССР – «*Aloyalservantoftheunion*»; агент КГБ – «*aformeragentoftheSovietUnion'sKGBsecurityservices*», «*PutinwasaprettyKGBOfficer*»; лидер (патриот, популярный у своего народа) – «*Russianleader*», «*theleadingpolitician*», «*Russia'sleader*», «*theonlyleaderofagreatpower*»; противник, враг – «*aworthyadvisor*», «*infact, evenasPutinisheldoutaspublicenemynumberone*».

Многие журналисты транслируют образ Путина как старого шпиона СССР, офицера КГБ, проворачивающего злоумышленные действия против других стран, остальные публицисты определяют его как властного, сильного агрессора, бесконечного правителя нации, но в то же время лукавого, умного

лидера, с которым нелегко иметь дело. Лингвистические образные средства служат созданию подобного образа российского президента. Были выявлены следующие наиболее часто употребляемые языковые средства: метафоры, метонимии, сравнения, неологизмы, прием иронии, риторические вопросы в заголовках.

Опираясь на анализ статей, можно утверждать, что Россия в западных СМИ больше отражена в негативном аспекте, нежели в позитивном. Образ России формируется в виде отсталой, агрессивной и вражеской страны с мощным президентом, в котором еще остались черты бывшего члена КГБ, шпиона СССР. Такие языковые средства как метафора, сравнение, метонимия, ирония, эпитеты, оценочная лексика и прямая речь помогли определить образ страны в американских и британских СМИ. Что касается внутренней политики, то здесь стоит отметить, что большое количество оценочной лексики выделяет нестабильность, экономический спад, недовольство общества правлением президента. Внешняя политика также раскрыта с негативной стороны: постоянные конфликты с западом, нападение на Украину, нестабильность на мировой арене. Приведенные примеры разных языковых средств показали их важность и особенность в формировании образа России в зарубежных СМИ, поскольку они позволяют эмоционально передать новости, ярко описать политического лидера, вызвать интерес и легко навязать свое мнение.

Проанализировав газетные статьи, можно утверждать, что тема российской культуры освещается крайне редко. Журналисты описывают Россию как самобытную страну с богатым культурным наследием, но не очень глубоко освещают ее достижения в искусстве. Лексика употребляется здесь зачастую с положительной коннотацией. Россия – большая многонациональная страна с различными традициями и обычаями. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что при выявлении образа российской культуры в англоязычных СМИ, использовались эпитеты, метафоры, аллюзия, оценочная лексика. Как и все страны, Россия имеет свои стереотипы

культуры за рубежом, которые создают ее образ. С помощью эпитетов и прилагательных в превосходной степени сравнения, спортивные, научные достижения россиян представлены в положительном аспекте. Одним из важных признаков русской культуры СМИ считают русскую душу. Аллюзия способствовала пояснению событий с исторической стороны и помогала лучше понять культурный образ страны.

**Заключение.** В ходе работы с теоретическими источниками были рассмотрены лингвистические особенности современного политического дискурса. В теоретической части были раскрыты понятия «языковой образ» и «художественный образ». Были изучены трактовки дефиниций Д. Н. Замятина, А. Соломоника, Дж. Лакоффа, М. Джонсона, Дж. Миллера, З. Д. Попова, И. А. Стерниной, Н. Д. Арутюновой, В. В. Колесова, В.И. Карасика, Б. М. Гаспарова, Я. Н. Ронжина, Л. Б. Никитиной, Ф. Шиллера.

Кроме того, были изучены языковые средства выразительности, используемые в современных СМИ. В результате анализа литературы по проблеме, было выяснено, что наиболее частотными средствами репрезентации образов в масс-медиа сегодня являются метафоры, сравнения, аллюзии, метонимии, ирония, тесно связанные с ними прецедентные феномены, а также оценочная лексика.

Полученные теоретические знания мы применили для анализа британского медиа дискурса на предмет языковых средств, формирующих образ России. Изучив современные британские и американские СМИ и резюмируя проведенные исследования, можно отметить, что образ России складывается из многих факторов. В качестве материала для анализа образа России были использованы газеты «TheGuardian», «TheNewYorkTimes», «theUsaToday», интернет-сайт «Russiamatters», американская платформа Youtube. Данные источники СМИ пользуются огромной популярностью и успехом, а также являются одними из самых востребованных. Результаты исследования показали, что имидж РФ носит в основном негативный характер. Образ президента РФ, несомненно, имеет прямую связь с образом

страны. Путина изображают как нечестного политика, мошенника, противника демократических идей, диктатора, сравниваемого со Сталиным, Гитлером и Иваном Грозным. Но с другой стороны, журналисты возвышают мощь, силу Путина, поскольку он является одним из самых стабильных и обсуждаемых лидеров государств и политических деятелей. Россия ассоциируется в газетах запада с агрессором, врагом и оппонентом. В представлении британских и американских журналистов она всегда находится в конфликтных ситуациях с разными странами, завоевывая и угрожая им. Что касается экономической ситуации, то в условиях кризиса, Россия имеет неустойчивое состояние на внешнеэкономическом рынке. Такие языковые средства как метафора, сравнения, аллюзии, метонимии, эпитеты, ирония, а также оценочная лексика, прецедентные феномены позволяют передать отрицательную коннотацию и сформировать негативный образ страны.

Культура России представлена многообразно, но не обсуждается часто, по сравнению с политикой страны. В ходе анализа СМИ наиболее значимыми средствами, передающими культурный аспект образа, являются метафоры, аллюзия и эпитеты.

Таким образом, решив поставленные задачи, можно прийти к заключению, что язык современных британских и американских СМИ характеризуется наличием прямых или скрытых оценок освещаемых событий, выражаемых посредством языковых образных средств выразительности (метафор, аллюзий, эпитетов, фразеологизмов, прецедентных феноменов, метонимии и других). Таковые преимущественно формируют негативный образ России в соответствии с внешнеполитическим курсом современных государств, противопоставляющих себя России.