

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
Учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт лингвистики и международных коммуникаций
Кафедра международных отношений, политологии и регионоведения

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, к. т. н.,
доцент

_____ Л. И. Шестакова
« _____ » _____ 2019 г.

**ОБРАЗ РОССИИ В АНГЛОСАКСОНСКИХ СМИ
(НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО КОРПУСА)**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ–41.03.05.2019.247. ПЗ ВКР**

Руководитель работы, д. ф. н.,
доцент

_____ Н.Н. Кошкарлова
_____ 2019 г.

Автор работы
студент группы ЛМ-426

_____ А. С. Шилкина
_____ 2019 г.

Нормоконтролер, к.и.н.,
доцент

_____ Р.Н. Бондаренко
_____ 2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Шилкина А.С. Образ России в англосаксонских СМИ (на материале Британского национального корпуса). – Челябинск: ЮУрГУ, ЛМ-426, 70 с., 3 рис., библиогр. список – 55 наим.

Настоящее исследование посвящено анализу средств создания образа России в англосаксонских СМИ. Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью изучения влияния средств массовой информации на формирование образа страны в сознании целевой аудитории с целью выработки комплекса мер по противодействию манипулятивному характеру такого воздействия. Объектом исследования выступает образ России, формируемый англосаксонскими СМИ. Предмет исследования – репертуар средств, используемых англосаксонскими СМИ для создания образа России. Материалом для исследования послужили материалы из англосаксонских источников, полученные из Британского национального корпуса с выборкой по ключевому слову «Россия».

Делается вывод о том, что к самым продуктивным приемам относятся на лингвопрагматическом уровне – стратегия конфронтации, на когнитивно-дискурсивном уровне авторы материалов активно используют различные метафорические модели. Идеологемы XXI века, моделирующие образ России, сменили вектор направления с темы коммунизма и плановой экономики в сторону военизированного поведения. На сегодняшний день образ России в мире воспринят как страна-агрессор, которая достигает своих целей путем военной подготовки и военного развития страны, где все вопросы решаются силой.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В АНГЛОСАКСОНСКИХ СМИ.....	9
1.1 Политический дискурс как особый тип институционального общения.....	9
1.2 Концептуальная оппозиция «свой-чужие» как базовая категория политического дискурса.....	16
1.3 Информационно-психологическая война как разновидность деструкции дискурса.....	23
1.4 Корпусная лингвистика как метод изучения реальной языковой ситуации.....	30
2 СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В АНГЛОСАКСОНСКИХ СМИ.....	37
2.1 Причины влияния англосаксонских СМИ на процесс создания образа России.....	37
2.2 Стратегии, тактики и приемы создания образа России.....	41
2.3 Ключевые идеологемы при создании образа России.....	49
2.4 Метафорическое моделирование образа России в англосаксонских СМИ.....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
БИблиОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	65

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития человечества и коммуникации между странами все большее значение приобретают средства массовой информации (СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК). Информационное поле XXI характеризуются широким спектром представленных точек зрения, богатым арсеналом используемых стратегий и тактик для воздействия на целевую аудиторию, возрастающим манипулятивным характером. Информация создается и моделируется таким образом, чтобы оказать влияние на сознание обывателя в выгодном для адресанта русле. В результате потребитель информации формирует представления о мире и происходящих в нем событиях в соответствии с установками и пресуппозициями создателя и производителя новостей.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью изучения влияния средств массовой информации на формирование образа страны в сознании целевой аудитории с целью выработки комплекса мер по противодействию манипулятивному характеру такого воздействия. Средства массовой информации на сегодняшний день рассматриваются в качестве «четвертой власти», стоящей вслед за исполнительной, судебной и законодательной ветвями любого государства. Законодательно не имея фактической власти на самом деле, СМИ сегодня – самый эффективный и быстрый способ движения информации, которая способна моделировать как положительные оценки и образы, так и давать негативные характеристики, которые способны запятнать чей-нибудь статус или разрушить образ страны или ее лидера.

Актуальность исследования определяет его цель и задачи. Цель работы состоит в выявлении арсенала средств, используемых англосаксонскими СМИ для создания образа России. Достижению поставленной цели способствует решение следующих задач:

1. изучить теоретическую основу исследования образа России в англосаксонских СМИ;

2. выявить причины влияния англосаксонских СМИ на процесс создания образа России;

3. определить стратегии, тактики и приемы создания образа России;

4. рассмотреть ключевые идеолеммы при создании образа России;

5. представить метафорический образ России в англосаксонских СМИ.

Объектом исследования выступает образ России, формируемый англосаксонскими СМИ.

Предмет исследования – репертуар средств, используемых англосаксонскими СМИ для создания образа России. Материалом для исследования послужили материалы из англосаксонских источников, полученные из Британского национального корпуса с выборкой по ключевому слову «Россия». Корпус – это определенная группа текстов, собранных в одном месте, которые можно легко искать по концептам или употреблению, проводить анализ дистанционно и значительно экономить время, не затрачивая его на ручной сбор данных в архивах.

Указанные цель и задачи определили выбор основных методов исследования. Наряду с общенаучными методами сбора, анализа и обобщения применялись такие методы, как когнитивно-дискурсивный анализ, метод метафорического моделирования, описательный метод.

Методологическую основу исследования составили труды по политическому дискурсу (А.Н. Баранов, Э.В. Будаев, А.П. Чудинов), теории и практике информационно-психологической войны (Г.А. Копнина, Лингвистика информационно-психологической войны, А.П. Сквородников, Г.Г. Почепцов, Е.Г. Прилукова, Ю.Р. Тагильцева), корпусной лингвистике (В.П. Захаров, О.В. Нагель, О.А.Солопова), метафорическому моделированию (Р.Д. Керимов, Р.И. Зарипов, Ю.Б. Феденева).

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В АНГЛОСАКСОНСКИХ СМИ

1.1 Политический дискурс как особый тип институционального общения

Дискурс в широком смысле представляет собой человеческое общение. По своей природе это любое использование языка в различных ситуациях во время коммуникации. Однако стоит разграничивать такие понятия как язык, речь и собственно дискурс. Дискурс располагается между ними, представляя собой целостную систему, обладающую внутренней организацией, в которой можно синонимично использовать понятия жанра, стиля и вида. Язык, дискурс и речь представляют собой процесс деятельности, однако если язык – это универсальная система, то дискурс – это конкретная микросистема. Эту микросистему можно также определить как речь, которую наделили социальными и культурными измерениями или же как язык, который был преобразован говорящим субъектом и включенный им в определенный социально-культурный процесс [44, с. 433].

Определение дискурса относят к такой активности в языке, которая относится к специфической языковой сфере и имеет специфическую лексику. Кроме того, строение дискурса происходит по определенным правилам синтаксиса и с определенной семантикой. Таким образом, дискурс продуцируется в определенном смысловом поле и нацелен передавать определенные смыслы, воздействуя на коммуникационный акт со своей прагматикой. Основопологающим критерием дискурса становится особая языковая среда, в которой создаются языковые конструкции.

Под дискурсом, как правило, понимается язык в «многомерном пространстве», «погруженный в жизнь», контекст, или ситуацию общения; язык, организованный в соответствии со структурами, присущими, высказываниям в различных сферах социальной жизни [30, с. 1].

Существует ряд дискуссий по поводу разграничений дискурса на различные типы как внутри его, так и вовне. Важно найти границу между различными дискурсами. Периодически возникают ситуации, когда разные дискурсивные

типы пересекаются. Например, Л. Филлипс в своем исследовании дискурса рассматривал классификацию дискурса на конкретной экологической проблеме в Дании и предпринятых политических акциях по поводу ее решения на основе интервью и высказываний [55]. Перед автором возникла проблема определения данной темы в ряды политического дискурса или же научно-популярного или экологического.

Более того, Н. Фэркло выделил, помимо военного дискурса, дискурс военного нападения, а также, внутри дискурса военного нападения выделил дискурс фиктивного военного нападения [53, с. 95].

Таким образом, получается, что помимо сложности в самой классификации дискурса, один сюжет/ситуация могут затрагивать несколько типов дискурса или же создавать новый. Как следствие, дискурсивный материал можно разделить на бесчисленное множество типов дискурса [30, с. 1].

Исходя из этого, стоит отметить, что сам термин «дискурс» требует соответствующего определения в зависимости от конкретной сферы его реализации: «политический дискурс», «педагогический дискурс», «рекламный дискурс» и другие. Исходя из этого понимания, дискурс рассматривается как «язык в языке», а именно это определенная лексика, семантика, прагматика и синтаксис, показывающие себя в актуальных коммуникационных актах, речах и текстах [25].

Некоторые исследователи советуют опираться на цели проводимых работ, чтобы определить точно тип дискурса. Также необходимо учитывать и социальные институты, социальные организации, деятельность которых описывают и анализируют ученые-представители различных научных направлений, так как мы анализируем речь в разных сферах социальной жизни общества, что подталкивает нас к выводу о том, что одна из важнейших характеристик дискурса – институциональность.

Дискурс отображает коллективный речевой акт, который является институционализированным, то есть связанными с относительно устойчивыми

типами и формами социальной практики, посредством которых организуется общественная жизнь, обеспечивается устойчивость связей и отношений в рамках социальной организации общества [49, с. 227]. В общем виде дискурс – это консеквентные высказывания, последовательность которых обусловлена как внутренними, так и внешними факторами. [32, с. 296].

Характерные особенности дискурса как особого типа институционального общения можно проследить в ходе его реализации в политической коммуникации, поскольку человеческая деятельность в сфере политики носит преимущественно дискурсивный характер. Ни одно политическое выступление, политические переговоры и даже политический режим не обходятся без коммуникации. Политики умело пользуются языком, который помогает им исполнять определенные функции, давать указания, убеждать и так далее.

Политическая речь состоит из ряда символов, которые в конечном итоге должны найти «правильный» отклик в сердцах слушателей. В противном случае, если эти символы остались непонятыми или не нашли отголоска в массовом сознании, данная политическая речь не будет эффективной.

Несмотря на тот факт, что в соответствии с областью реализации, дискурс приобретает определенную окраску речи, политический дискурс должен оставаться понятным обществу. Составляющими политического дискурса являются различные жанровые формы, которые, с одной стороны характеризуются агитационными, яркими высказываниями, а с другой стороны, использованием научной терминологии и стилистических фигур речи. Все это помогает одновременно сохранять формальный стиль политической речи и осуществлять главную функцию – побуждать и убеждать.

Некоторые исследователи и ученые сводят понимание политической деятельности к языковой, так как природа большинства политических действий является речевой. Более того, все больше набирает тенденция рассмотрения языка как одной из частей сферы политики [47].

Отличительный критерий языка политики как подязыка – это его всеобъемлющая доступность массам, как уже было сказано выше, то есть язык политики доступен для понимания практически всем членам языкового сообщества. Данную гипотезу можно доказать тем фактом, что общение в политике ориентированно на массы.

Политический дискурс является институциональным, поскольку это тип дискурса, который осуществляется через общественные институты. Общение здесь представляет собой неотъемлемую часть.

Установление и поддержание власти, а также миропорядка относится к деятельности политических институтов, которые в свою очередь являются одними из важнейших социальных институтов, таких как правительство, парламент, политические партии и др. Правомочные лица наделены определенными социальными ролями, в которых раскрываются их функции. Для данного института характерны такие роли как монарх, президент, лидеры партии и другие.

Данный тип институционального дискурса обладает рядом типичных для политической сферы речевых событий, типичных моделей поведения для различных социальных ролей института, определенные темы разговора, специфические направленности. Схема институционального общения отличается от межличностного, например, потому, что первая носит статусно-ориентированный характер. Институциональное общение предполагает наличие непосредственно института (власть, сотрудники) и клиента. К клиентам можно отнести общество, которое нуждается в услугах «сотрудников», то есть это общество, население. Характерной особенностью политической коммуникации будет являться то, что «клиент», как правило, массовый или же групповой, совсем редко – индивидуальный. В свою очередь, в том же педагогическом дискурсе картина иная.

Основной характеристикой институционального дискурса будет не сообщение о чем-либо, а создание социальных смыслов, то есть дискурс является способом

существования институтов [19, с. 96-106]. Институциональный дискурс является собой конвенциональное, культурно-обусловленное, нормативное речевое взаимодействие людей, возлагающих на себя определенные социально-значимые роли в пределах какого-либо социального образования, специально созданного для удовлетворения определенных потребностей общества [32, с. 296].

Гражданин, как личность, обладая правами и обязанностями, практически никогда не выступает один на один в диалоге с институтом. А если подобные ситуации и встречаются, то схема выглядит так: гражданин → институт [47]. В качестве политических организаций как социальных институтов можно выделить политические лобби, организации по защите прав потребителей, движения за экологию и другие.

Доказательством того, что политический дискурс институционализирован является и тот факт, что мы имеем непосредственно наличие самих «услуг», которые осуществляет, например, государство как политический институт. В данном случае услугами могут выступать функции самого государства, то есть защита своей территории, защита прав и свобод граждан, отстаивание своих интересов на международном уровне и т.д.

Коммуникация по схеме гражданин → институт может осуществляться через телеграммы, письма, обращения с жалобами, запись на индивидуальные встречи (например, в случае предвыборных кампаний местные депутаты и главы администраций часто выходят на контакт с рядовыми гражданами). Однако эта схема может все-таки выглядеть и наоборот: во-первых, в индивидуальном случае, когда например местный представитель власти награждает вас почетной грамотой или во-вторых, когда речь идет уже о массовых обращениях, что происходит в политическом дискурсе гораздо чаще, поскольку политический язык и политическая речь по ее природе направлена на массы и их «подчинение».

В политическом дискурсе весомую роль отводят и характеристике информированности. Более высокий статус института или его представителя базируется на доступе к информации, что является так же показателем власти.

Этой информацией и, как следствие, властью необходимо научиться правильно использовать для возможной дальнейшей манипуляции сознанием и действиями клиента.

Существует множество жанровых форм, через которые выражается политический дискурс. В общем смысле все эти формы можно разделить на две основные группы: монолог и диалог. Так называемая форма монолога происходит через, например, новостные жанры (новостная заметка, интервью-монолог и т.д.); книги, политическую рекламу, инаугурационную речь, послания президента, политические прогнозы и иное. К диалогическим жанрам относим пресс-конференции, телевизионные дебаты, интервью, круглый стол.

С точки зрения наличия различных жанров политического дискурса, можно выделить ряд параметров, которые позволяют его структурировать. Это зафиксировано в работе Е.И. Шейгал «Семиотика политического дискурса». В качестве этих параметров она выделяет институциональность, субъектно-адресатные отношения, социокультурную дифференциацию, событийную локализацию, полевою структуру и жанровую интенцию.

Тем не менее, время неумолимо движется вперед, и все явления претерпевают ряд изменений, в том числе происходят и трансформации политического коммуникативного пространства. Это влияет на перечень жанров политической речи. Язык политики включает в себя все специализированные знаки: и вербальные, и невербальные. То есть относим к языку политики всю политическую терминологию, свойственные политике символы, риторiku политической деятельности и так далее [47].

Функции политического дискурса как одного из видов институционального дискурса, можно представить с двух сторон: 1. выполнение общеязыковых функций; 2. системообразующая интенция в сравнении с другими типами дискурса. Некоторые исследователи, такие как К. Бюлер и Р.Якобсон выделяют следующие функции политического дискурса: а) апеллятивная, она же конативная, т.е. функция, направленная на адресата; б) экспрессивная в)

репрезентативная г) коммуникативная д) фатическая, т.е. установление контакта е) метаязыковая, т.е. толкование и раскрытие языка и языковых явлений. Все эти функции по своей природе являются составляющими языка в целом. Своеобразие форм дискурсов указывает лишь на то, на какую функцию сделан в основном упор в языке.

Таким образом, дискурс отличен по своей природе и практике от таких понятий, как речь и язык. Дискурс находится в рамках жанра, его использование зависит от определенной ситуации. В зависимости от этой же ситуации выделяют несколько видов дискурса. В зависимости от условий и ситуации дискурс может быть разбит на виды, тем самым, помогая сориентироваться, какие высказывания и речевые методы подходят в зависимости от сюжета.

Политика – область деятельности по воздействию на человека, массу людей, то есть на рядовых граждан посредством языка. Политическая речь реализуется через политический дискурс, который обладает определенным набором стилистических и жанровых специфик, позволяющих добиваться поставленных целей. Наиболее важная цель для политика – убеждение. Независимо оттого идет речь о подписании договоров, предвыборной речи политиков, дача комментариев на определенные происходящие ситуации и действия.

Политический дискурс не является обыкновенным результатом, это процессы деятельности, направленные на изменение социальных сюжетов у «клиентов», которыми, как мы выяснили, являются рядовые граждане. Политический дискурс носит статусно-ориентированный характер, поскольку одна из основных его характеристик – это институциональность. Политический дискурс реализуется через институты, представляя их, а так же поддерживая их существование. Тип институционального дискурса зависит от носителя (источника), участников, целей, стратегий, имеющегося набранного материала и ряда других факторов. Общение постоянно происходит в определенной сфере деятельности человека. Таким образом, это определенная специальная площадка, социальное

пространство. Оно может быть определено как политический дискурс, мидискурс, рекламный дискурс и т.д.

Институциональность политического дискурса выражается не только в том, что дискурс здесь выступает как набор моделей и отражение каких-то социальных сюжетов и аспектов. Дискурс в данном случае конструирует и реконструирует социокультурную реальность, позволяя влиять на настроение масс, их отношение к различным событиям, на их чувства, создавая определенную картину.

1.2 Концептуальная оппозиция «свои-чужие» как базовая категория политического дискурса

На современном этапе развития миропорядка отдельное место занимает концептуальная оппозиция политического дискурса «свои-чужие». Через призму «своих-чужих» можно выстроить целостную и ценностную, что важно, картину мира. Одним из ключевых противопоставлений в устройстве общества и системы жизни является данная оппозиция. К. Юнг определял ее «как набор вечных бессознательных коллективных образов и сюжетов» [50, с. 230]. В свою очередь основным источником формирования образов других культур выступает государство как один из акторов международных отношений. Государство обладает своим собственным набором установок и ценностных приоритетов, которые связаны как с ориентирами проведения внутренней политики, формами ее реализации, так и с деятельностью государства на мировой арене. На базе формирования образа «своих» и образа «чужих» в политическом дискурсе происходит сравнение и столкновение систем ценностей различных культур. В.Е. Чернявской установлено, что «оппозиция «свои-чужие» может ... рассматриваться как ключевой фактор формирования внутригрупповой идентичности («своих») посредством противопоставления антагонистическому образованию («чужие») [46, с. 32]. При этом обычно в качестве синонимов «чужих» принято выделять такие слова, как «не наш», «враг», «чужой» [33, с. 3].

Таким образом, политикам удастся влиять на настроения масс, формируя определенные ситуации и отклик на них.

Концептуальная оппозиция «свои-чужие» имела место быть еще с периода великих географических открытий. Период, когда люди только начинают узнавать о существовании не просто других жилых территорий, а более отдаленных районов, где люди говорят на другом языке и подчиняются другим правилам жизни, другим законам. Противопоставляемые сюжетные линии между «своими» и «чужими» отражались как на уровне передаваемых мифов, сказаний и предположений, так и особенно на уровне представления тех или иных обществ через глаза самого государства и его составляющих, то есть через институты власти (правитель, правительство и т.д.).

Так, например, в течение долгого времени люди, населявшие европейскую часть Земли, были запуганы набегами викингов, населявших северную Европу. Существовало много сказаний о викингах, но прежде всего, их действия, поведение и образ жизни были представлены как варварские, зверские и, как следствие, неправильные. Никаких разговоров о мире и дружбе речи не шло, потому что викинги были «чужими». Было логично представлять в глазах уже и так запуганных «европейцев» еще более тяжелую и пагубную картину действий викингов. Это помогало не только держать население «в узде», которое при любых возможных контактах с «чужими» обязательно бы сообщило государству о происходящем, но и выгодно оправдывало неумение оказать защиту местному населению и их имуществу, чего не удавалось добиться долгое время. Однако, исходя из исторических фактов, викинги имели свою систему управления общинами; конунга во главе; негласные законы; правила поведения и жизненного уклада; не являлись людоедами больше, чем «европейцы» в годы массовых голодовок. Таким образом, данные факты позволяют сделать вывод о том, что на самом деле викинги не являлись такими дикими (как синоним слову «варвар»), как об этом говорили.

Для того чтобы организовать возможность регулировать модели поведения человека, необходимо создать такую ситуацию, которая бы вызвала определенные эмоции и чувства. Экспрессивно-оценочные номинации как один из способов выражения лексическими единицами образов «своих-чужих», позволяет формировать массовое сознание, представление о других культурах, идеологические позиции и т.д.

Более того, можно проследить насколько эффективно оппозиция «свои-чужие» работала в период Холодной войны, когда субъекты международных отношений активно использовали экспрессивно-оценочные номинации, чтобы дать оценку своим «врагам» или «коллегам», тем самым, запятнав чей-то статус или, наоборот, представляя даже пагубные политические действия как единственно верные и необходимые решения в сложившейся ситуации. Мир условно делился на два лагеря, каждый из которых пытался представить своего «противника» («чужого») в невыгодном свете и убедить в своей правоте.

С периодом окончания идеологических войн приходит новое время и новый миропорядок. Идеологический ориентир сменяется экономическим. Акцент смещается на такие понятия как благоустройство страны, уровень жизни населения, развитие науки и другое. Государства продолжают выстраивать образы себя и «других», пытаясь занять лидирующую позицию. Взаимоотношения между субъектами международных отношений не становятся проще, не смотря на наличие уже общепринятых норм различных субъектов отношений, подписания множества договоров о сотрудничестве, появлением интернета и т.д. Следовательно, оппозиция «свои-чужие» как являлась базовым инструментом политического дискурса, так и не утрачивает своей актуальности и в наши дни.

Экспрессивно-оценочные номинации являются одними из ключевых форм представления «инородности» [20, с. 2]. Основная характеристика такой лексики – эмотивность. Она позволяет более красочно и ярко репрезентировать то или

иное событие, явление, сюжет. К экспрессивно-оценочным номинациям относятся эвфемизмы, эпитеты, дисфемизмы, метафоры, ключевые слова и др.

Во время создания текста и коммуникации между двумя «культурами», при реализации оппозиции «свой-чужие» можно пользоваться тактикой моделирования образа как «врага», так и «союзника». В первом случае формируется так называемый круг «чужих» через отчуждение определенных агентов от деятельности группы «своих» [46, с. 63]. В политическом дискурсе важность приобретает использование ярлыков с пейоративной семантикой: *dictator, terrorist, tyrant*. Часто в текстах встречаются прилагательные, описывающие какое-то зло (*evil*); номинации с семами «криминальный» или «незаконный»; а так же группа номинаций, связанная с концептами «убийство» или «лишение жизни».

Например, в 90-х годах главным врагом США был Садам Хусейн. “...*this brutal dictator [Saddam Hussein] set out to wipe another country from the face of the Earth*” (G.H.W. Bush 1990). Анализируя эту цитату, мы сразу видим такие слова как «brutal» и «dictator», а также помимо лексических единиц, эмотивность выражается и через синтаксис и композицию. Характеристика действий Садама Хусейна, исходя из этого отрывка, говорит о том, что он «уже стирал страны с лица Земли» и не остановится, следовательно, тут же мы видим призыв действовать и нацеленность вызвать негативную модель образа человека, о котором идет речь. А если как человек он представлен в невыгодном свете, будучи главой государства, то и его политика неправильна.

Интерпретация процесса межкультурного общения множественна. Многое также зависит от того, как расшифрует, преподнесет и адаптирует принимающая «чужая» сторона аспект интеракции. Это зависит от лингвистической предпосылки, а также от исторических, ценностных и иных отличий.

Бывают ситуации, когда одна из сторон использует оценочные номинации, пересекающиеся с инвективной лексикой. Целью такой лексики является унижение или оскорбление адресата. Например, высказывание Найджела

Фараджа 25 февраля 2010 года относительно личности главы ЕС Хермане ван Ромпее того периода: *«Нам говорили, что когда у Евросоюза появится президент, это будет значительная личность, лидер планетарного масштаба, стоящий во главе 500 миллионов человек, а вместо этого мы получили вас. И после вот этого вашего выступления – мне не хочется быть грубым, но действительно у вас харизма мокрой половой тряпки и вид мелкого банковского служащего».*

Через данный пример показана реализация тактики оскорбления. Однако само явление оскорбления может быть интерпретировано не только с лингвистической точки зрения, но и юридической. На эти выводы указывают работы А.Н. Баранова [3] и М.А. Осадчего [29]. Понятие «оскорбление» в общем смысле подразумевает нанесение психологической травмы, унижающей достоинство личности. При этом нанести оскорбление можно не только словом, но и жестами, намеками и т.д.

Интерпретация отношений в обществе играет важную роль для политики. Правильность выбора слов и выражений – один из инструментов политических деятелей, посредством которых они моделирует ту реальность, о которой идет речь, но в свою пользу. Если мы говорим о выборах президента, кандидатам важно возвысить свою кандидатуру и запятнать «чужую». Если речь о диалоге между двумя странами, скорее всего, «свое» государство подберет такие лексические единицы, чтобы оправдать свои ошибки и даже сквозь них указать на множество недостатков «чужой» страны, тем самым пытаясь улучшить статус работы местных органов в глазах своих граждан.

Субъект «свои» направлен на сплочение единомышленников, а компонент «чужие» имеет ассоциацию со словом инакомыслие и борьба с ней. В политическом дискурсе эта оппозиция – прагматическая доминанта, которая реализуется через жанры текстов межкультурной направленности [25, с. 5].

Издревле известно свойство вида Homo sapiens группироваться так, чтобы можно было противопоставить себя и «своих» (иногда близких, а часто довольно далеких) всему остальному миру. Противопоставление «мы – они»

(*conditio sine qua non est*) характерно для всех эпох и стран: эллины и варвары, иудеи и необрезанные, китайцы (люди Срединного государства) и ху (варварская периферия, в том числе и русские), арабы – мусульмане во время первых халифов и «неверные»; европейцы – католики в средние века (единство, называемое «христианским миром») и нечестивые.

Тем не менее все мы являемся частью мира и находимся в частичном или постоянном контакте с другими культурами, народами, то есть с «чужими». В эпоху интернета и глобализации соприкосновение и взаимодействие особенно ярко прослеживается в жизни людей. Возможность идентифицировать себя заключается в связи с «чужими». Сопоставляя «других», мы можем осознать границы «себя». Будучи частью этого мира, мы зависим от него, соотносим себя с ним и находимся в постоянном взаимодействии.

Оценивание и разделение «своего» и «чужого» – одна из исторически сложившихся проблем положения людей на планете. Люди обогащены культурой и способны не только приспосабливаться к окружающим условиям, как это свойственно животным, но и создавать свою реальность. Человек способен рассуждать, а значит «выходить» в мир «других» и делать выводы. Суть создания «своей» культуры заложена в двух противоречащих факторах: ограничение «себя» от «чужих» и открытия «себя» «другим» в процессе познания.

Проблема «свои-чужие» в современном мире актуализирована в новом ключе. В эпоху глобализации и стандартизации многие пытаются «отделять» себя, сохраняя «свою» культуру от всеобщего мира и его влияния. Также каждый участник международных отношений стремится занять лидирующие позиции, укрепив свое влияние и распространив «свое» видение, то есть культуру. Это порождает конфликты, словесные перепалки даже на уровне международных отношений или внутри государства между представителями политической элиты, недовольства и все большее желание осуществить национальную идею.

Таким образом, проблема «свой-чужой» стала не только философским или историческим вопросом, но политическим, превратившись в концепт политической оппозиции «свои-чужие».

Несмотря на происходящие процессы унификации многих сфер жизни людей, позволяющие сделать нашу жизнь проще и больше узнать друг о друге, стать терпимей, концептуальная оппозиция «свои-чужие» актуальна как никогда. На современном этапе развития человечества мы наблюдаем, как многие «культуры» остаются закрытыми для «большинства» (к которому мы относимся, реализуя концепт «свои», поскольку нас все устраивает и мы согласны с положением большинства происходящих вещей) или стараются оградить «свой» мир от мира «чужих».

Концептуальная оппозиция «свои-чужие» является базовой составляющей политической деятельности. Особенность данной оппозиции – разделения границы между «своим», что более близко, и «чужим», то есть инородным, другим, а, следовательно, неправильным. Данная оппозиция затрагивает как базовые установки проведения внутренней и внешней политики, так и характеристику оппонентов при определенных сюжетах. Реализация разделения на «своих» и «чужих» проходит путем поиска союзников (которые являются «своими» или будут таковыми являться) и формирования образов «других». Данная оппозиция – одна из ключевых сил противопоставления мира. На базе построения образов происходит оценивание, сравнение и столкновение.

Одним из главных источников формирования тех или иных образов выступает государство, поскольку именно оно является одним и важнейших акторов международных отношений, который находится в постоянном взаимодействии со всем остальным миром, так же считающийся «чужим». Обладая определенным набором образов при различных протекающих сюжетных линиях государство формирует образ «врага» в глазах населения своей страны, материка, объединения и так далее. Разделяя мир на «чужих» и «своих», политикам удается оправдывать свои действия и действия союзников, а так же определенные

неудачи, ход событий; взывают к определенным эмоциям и действовать на наше мировоззрение.

Использование оппозиция «свои-чужие» в политике является актуальной темой в современной XXI веке, который подвержен влиянию унификации, то есть соприкосновению и взаимодействию между культурами и различными членами мирового сообщества. Несмотря на завершение идеологических войн, конфликты остались и вызваны они на почве разделения между «своими» и «чужими». Данная оппозиция существовала с ранних времен исторического развития человечества. Люди всегда были подвержены сравнивать друг друга, это особенность нашего развития. Концепт «свои-чужие» прошел длительную историю, однако его основные характеристики, актуальность и цели не претерпели значительных изменений. Мы все еще являемся частью этого быстро развивающегося мира, находясь в столкновении культур и различных мнений политиков.

1.3 Информационно-психологическая война как разновидность деструкции дискурса

Каждый день, мы, будучи обычными рядовыми гражданами нашего государства, сталкиваемся с большим потоком информации. Информационное поле в современном мире очень широко. Перед каждым человеком предстает большое число источников с различными данными на одну и ту же ситуацию. Современная политическая картина мира такова, что нас окружает все больше информации, связанной с межкультурным общением акторов международного пространства. И каждый из источников уличает или обвиняет одного из субъектов коммуникации в «неправильности» позиции. Таким образом, нам приходится каждый день сортировать прочитанную информацию и фильтровать тексты.

Современная политика – не поле для физической атаки, однако агрессивный характер средств массовой информации набирает обороты [21]. Через СМИ легче влиять на подсознание людей и управлять их решениями. Более того,

современный человек всегда старается быть в курсе всех последних новостей. Политический дискурс, объединяя в себе множество жанров, перерастает в конфликтогенный. Информационное пространство становится не просто полем получения и снабжения данными, но и возможностью отстоять свою позицию, задев оппонента.

Анализируя речевой материал современных западных СМИ, таких как *Daily Express*, *Press TV*, *Newsweek* и *Independent*, можно убедиться в факте деструкции дискурса. Под деструкцией дискурса подразумеваются «нарушения кодирования/декодирования информации, влияющие на процесс восприятия и интерпретации мировых событий и обусловленные культурными различиями, этноцентризмом, стереотипами, свойственными участникам коммуникации» [21, с. 127].

Деструкцию дискурса можно отнести к разряду ценностнопорождающего события, под которым понимается такое «положение дел, которое заслуживает внимания, является ценностно мотивированным и допускает переосмысления» [15, с. 74-75]. Г.И. Авцинова в своей работе «Тенденции информационной войны против России» указывает на то, что информационная война состоит в навязывании противнику своих ценностей, стиля и образа жизни, а в конечном итоге – изменения всей социально-политической системы. В данной ситуации распространение определенной информации, которая в свою очередь направлена на массы, не является фактом начала войны, но означает информационное противоборство, под которым заложены основы информационно-психологической войны.

В нынешних условиях развития межкультурных взаимоотношений все чаще одним из инструментов политики становятся средства массовой информации, через информационное поле которых передается агрессивный характер высказываний тех или иных субъектов международной коммуникации.

Большое влияние на диалог между странами оказывает такое явление как глобализация и процесс интернационализации. Их самостоятельное и уже в

современных рамках неконтролируемое развитие и влияние сказываются на культурах не только положительным образом. Важно понимать, что с глобализацией и интернационализацией пришла и унификация различных сфер деятельности людей, начиная культурой и заканчивая законами. В попытках сохранять свою идентичность, а, следовательно, ценности и идеологию, каждый старается не только отстоять свою правоту, но и навязать ее. Таким образом, создается конфликтная среда. Основным ее источником становится ситуация, когда «одна сторона пытается изменить определенные представления, которые были до этого введены и активно защищаются другой стороной» [31, с. 51].

Другим ключевым моментом является наступление «невоенного времени», когда участники коммуникации пытаются задеть оппонента и унижить его при помощи слов и текста, то есть информационного поля. Через него же гораздо легче внушить массам определенную точку зрения, используя специальные лингвистические и композиционные методы убеждения.

Получается, что на сегодняшний день специалистам различных областей и рядовым гражданам современная политическая и общественная ситуация кажутся источниками большого числа примеров возникновения агрессивной информационной среды.

Существует ряд методов развертывания информационно-психологической войны [39, с. 176]. Создается так называемый акцент совпадения интересов с аудиторией. Сделать это можно через «сближение» посредством общего прошлого, настоящего, целей и т.д. Необходимо найти «авторитет», который бы выдал нужное сообщение. То сообщение, которое выдается от лица авторитета, выдается как мнение масс, то есть большинства. Делается это посредством «все так думают» или «все так считают». Мнение противника представляется как мнение меньшинства. По правилам, меньшинство не может быть правым. Предлагается оптимальное прогрессивное решение. Характеристика оппонента сугубо негативная, чтобы дать понять аудитории, кто «плохой человек». А плохой человек, в свою очередь, не может говорить правильные вещи.

К другим приемам, свидетельствующим о деструкции дискурса, относят цензуру, изменение аксиологических приоритетов, идеологические преследования инакомыслящих и другие. С прогрессом увеличилось число информационных техник и технологий, следовательно, увеличивается репертуар методов информационной политики. Она же в современном виде предстает как информационно-психологическая война.

Цель психологической войны – достижение устойчивого результата в формировании общественного мнения, закладывание установок и паттернов поведения в подсознание масс; в последствие, при воздействии на такие установки, происходит управление массовым психическим сознанием. [13]. Для достижения целей информационно-психологической войны используется масса различных способов, среди которых идеологическая обработка местного населения, цензура, различные способы пропаганды и другие. Информационная «война» в сравнении с обычной физической атакой с использованием танков и оружия является гораздо эффективней. Она охватывает большее количество людей, направлена на прямое воздействие на психику человека, дешевле. Современные исследователи не отделяют психологическую войну от информационной, поскольку они связаны в своих целях и направленностях.

В современных условиях распространить информацию достаточно легко. Это можно сделать благодаря элементарно преимуществам интернета. Интернет как глобальная сеть содержит в себе бесчисленное множество сайтов, форумов и чатов, где постоянно происходит обмен информацией.

Формирование общественного мнения происходит на стыке информационно-психологических войн политиков, что позволяет им формировать определенные настроения у народа. В последствие это можно использовать в свою выгоду и против оппонента(ов). Влияя на подсознание людей, можно менять их установки, образы, устои.

«Сила привычки миллионов и десятков миллионов – самая страшная сила», писал В.И.Ленин. Воздействие на массы существует с момента образования

первых государств. Особенно ярко информационно-психологические войны стали проявляться и развиваться в XX и XXI веках, когда коммуникативные технологии перешли на новый уровень.

Примером информационно-психологической войны в политическом дискурсе может быть противостояние СССР и Запада. Начиная с революции 1917 года, затем факт образования СССР в 1922 году, устрасало Запад. Новая воздвигнутая идеология и наперекор идущие ее цели не были ему по нраву. Западу было невыгодно распространение идеалов социализма и коммунизма и потому отношения были всегда в напряженном состоянии, что в последствие выливается в Холодную войну между СССР и США.

Хорошо известна директива 1945 года Алена Даллеса в отношении СССР. «Правительство вынуждено в интересах развернувшейся ныне политической войны наметить более определенные и воинственные цели в отношении России, — писал А.Даллес. —...Наши основные цели в отношении России, в сущности, сводятся всего к двум: а) Свести до минимума мощь и влияние Москвы; б) Провести коренные изменения в теории и практике внешней политики, которых придерживается правительство, стоящее у власти в России. ... наша цель — свержение Советской власти... Мы должны ожидать, что различные группы предпримут энергичные усилия, с тем чтобы побудить нас пойти на такие меры во внутренних делах России, которые свяжут нас и явятся поводом для политических групп в России продолжать выпрашивать нашу помощь. Следовательно, нам нужно принять решительные меры, дабы избежать ответственности за решение, кто именно будет править Россией после распада советского режима» [10].

При вступлении в должность президента США в 1961 году Джон Кеннеди сказал: «Мы не можем победить Советский Союз в обычной войне. Это неприступная крепость. Мы можем победить Советский Союз только другими методами: идеологическими, психологическими, пропагандой, экономикой» [10].

По данным Д.А.Волкогонова [9], свыше 80% информации, поступающей в эфир и на газетные страницы, дают четыре крупнейших телеграфных агентства капиталистического Запада: *Associated Press, United Press International, Reuters и Agence France-Presse*. В общем объеме выше 40 миллионов слов за сутки выдают эти данные информационные агентства среди 110 стран мира. И хотя эти данные относятся к концу прошлого столетия, актуальность приведенных сведений не потеряла силы и в XXI веке.

Выделяя такие понятия, как СМИ (Средства Массовой Информации) и СМК (Средства Массовой Коммуникации), следует провести различия между ними. Если классическими составляющими СМИ являются радио, печать и телевидение, то СМК помимо этих 3 пунктов включают в себя еще такие средства коммуникации, как театр, кино, рекламу и идеологические плакаты в общественных местах. Более того, к средствам коммуникации можно отнести и любые видео и аудио носители, книжные издания. Все эти методы передачи информации воздействуют на подсознание обычных людей (масс) с целью сравнения и переориентации у масс знаний на ту картину мира, которая соответствует определенным установкам и собственным сюжетам власти (государства).

В современном мире ничего не делается «просто так». Всегда, когда перед сознанием масс проходит какая-либо установка (в виде видео-образа, посредством ТВ-вещания, или иным каким способом массового воздействия, те же плакаты-растяжки на улицах, например, как еще одни из средств массовой коммуникации), это означает, что есть некто, кто заинтересован в том, чтобы «донести» до сознания масс информацию подобного рода. В качестве заинтересованных лиц могут выступать бизнес и власть (в России эти понятия взаимосвязаны).

«Телевидение, хотя и не является химическим вторжением, тем не менее, в такой же мере способствует и пристрастию и точно так же вредно физиологически, как и любой другой наркотик. Совсем не отличаясь от наркотиков или алкоголя, телепереживание позволяет своему участнику

вычеркнуть мир реальный и войти в притягательное и пассивное состояние. Тревоги и заботы с помощью поглощенности телепрограммой куда-то вдруг исчезают, так же как при выходе в «путешествие», вызванное наркотиками или алкоголем» [27, с. 69].

Таким образом, благодаря развитию технологий и общему мировому прогрессу жизнь людей стала гораздо проще, нежели столетия назад. Посредством интернета, теле и радиовещания мы легко узнаем новости, можем уточнять детали событий и обмениваться данной информацией друг с другом через современные девайсы в «два клика». СМИ и СМК претерпели так же развитие и стали прогрессивней, однако основной характер и цели изменились. На первый фон выходит не только стремление информировать массы о событиях и людях, но и эмоционально-окрашенные сюжеты, которые уже заранее создают настроение и реакцию людей. СМИ удастся влиять на наше восприятие даже через заголовки статей, рекламу, фотографии с мест событий.

В нынешних условиях развития и существования мира важно не только воспринимать всю информацию, доходящую через СМИ И СМК, но и уметь ее фильтровать, делать независимые выводы. Современное информационное поле стало носить агрессивный характер, нацелившись вызвать не только определенные эмоции при чтении, например, но и заранее спроецировать в нашем сознании запланированный сюжет, тем самым, разрушая поле дискурса. Политика также прогрессировала и в нынешней ситуации приоритет отдается не началу военных конфликтов, что дорого и неэффективно, а развитию СМИ. Через информационное поле легко влиять на настроения масс, донести «нужные» данные, объяснить и внушить свою позицию, объяснить, почему данная политика правильна, а «чужая» - нет. Более того, информационное поле проходит через каждого человека на планете, что значительно упрощает главную задачу политики – убеждение.

Однако подобный ход событий развивает заранее агрессивный характер среди масс к определенным протекающим событиям и людям, превращая политический

дискурс в конфликтогенный, усложняя его работу и впоследствии разрушая. Язык становится главным оружием политиков, используя средства которого в определенных сюжетах, удастся добиться гораздо больше разрушений и привнесения суматохи и неурядицы в жизни людей.

1.4 Корпусная лингвистика как метод изучения реальной языковой ситуации

Актуальность использования различных корпусов в последнее десятилетие набирает обороты. Все больше корпуса текстов используются для проведения анализа или освещения тех или иных вопросов, проблем, ситуаций. Практическое использование корпусов в лингвистике позволяет избежать ряда проблем в виде затраченного времени, дистанционного доступа, заменяет громоздкие объемы ручных трудов в архивах и так далее. Использование лингвистических корпусов в наши дни позволяет быстрее и эффективнее проводить исследования, как языкового характера, так и иных форм; составлять словари и грамматики языков.

Корпуса текстов начинают использоваться исследователями в своих работах все чаще с процессом развития компьютерных технологий. Корпусная лингвистика появляется и начинает развиваться с производством компьютеров. «Открытие» интернета лишь ускорило процесс поисков нужной информации, позволило получать эту текстовую информацию дистанционно с любой точки нахождения, увеличило объемы данных. В свою очередь компьютер в данной области выступает сугубо как инструмент, через который корпусная лингвистика способна выполнять свои функции: хранить, обрабатывать информацию и т.д.

Важно разграничить роль компьютера и самого корпуса как отдельного раздела лингвистики, поскольку «некоторые ученые несколько сужают понимание дисциплины, ограничивая ее рамками компьютерной лингвистики [24, с. 230]. По мнению этих исследователей, корпусная лингвистика – это «раздел компьютерной лингвистики, занимающийся разработкой общих принципов построения и использования лингвистических корпусов (корпусов текстов) с использованием компьютерных технологий» [11, с. 48]. Вместе с тем корпусная

лингвистика представляет собой «широкую область использования компьютерных инструментов – программ, компьютерных технологий организации и обработки данных – для моделирования функционирования языка в тех или иных условиях, ситуациях, проблемных областях, а также сфера применения компьютерных моделей языка не только в лингвистике, но и в смежных с ней дисциплинах» [4, с. 13]. Из этого следует вывод, что корпусная лингвистика использует обширные возможности компьютера и компьютерных технологий для выполнения сугубо практических целей инструмента; однако в современном мире компьютерные технологии стоят на службе в любой отрасли человеческого знания, что не делает их частью дисциплины, которая получила название *computer science*.

«Корпус – это собранный и обработанный согласно необходимым законам массив текстов, применяемый, как база для изучения языка. Корпус применяется при статистическом анализе и для анализа статистических гипотез, изучения лингвистических правил в языке» [38].

Корпусная лингвистика – это особый раздел языкознания, занимающийся разработкой и формированием корпусов текстов на различных языках. Корни корпусной лингвистики восходят к словарным картотекам, которые представляли собой собрания выдержек текстов, записанных на карточках и содержащих определенное слово; затем эти карточки систематизировались в соответствии с ключевым словом.

К основным задачам корпусной лингвистики можно отнести: разработку теоретических основ составления и изучения языков корпусов; исследование практического опыта использования корпусов текстов и полученных с их помощью данных в различных областях человеческой деятельности; формулирование требований к составлению корпусов текстов; создание новых корпусов на различных языках с целью проведения исследования и выполнения практических задач; разработку эффективных методов и методик применения корпусов для решения эмпирических задач.

История корпусной лингвистики начинается с образования Брауновского корпуса (The Brown Standard Corpus of American English) в 1963 году. Объемы данных корпуса представляли собой порядка миллиона словоупотреблений, это около 500 текстов по 2000 словоупотреблений каждый. Появление Брауновского корпуса предзнаменовало разработку новых моделей и теорий по сбору текстов и их хранение.

Еще одним ярким примером лингвистического корпуса является Британский Национальный Корпус. Этот корпус содержит в себе на сегодняшний день письменные и устные образцы британского английского языка из 100 миллионов слов. Он начал функционировать с 1994 года, благодаря совместной работе Британской библиотеки, Оксфордского и Ланкастерского университетов, а так же трех издателей (Издательство Оксфордского университета, Longman и Chambers).

Несмотря на все преимущества развития технологий и в свою очередь корпусной лингвистики, существует ряд нерешенных проблем, связанных с использованием корпусов. Так, к недостаткам корпусных исследований Ю.В. Богоявленская относит отсутствие валидной методики проверки репрезентативности корпуса, позволяющей определить *«необходимое-достаточное количество текстов, обеспечивающих решение исследовательских задач»*.

Иными словами, проблема выявления достоверности полученных с помощью корпусов данных является одним из ключевых при рассмотрении методологических вопросов корпусной лингвистики. С целью проверки достоверности полученных данных ученые-лингвисты используют широкий арсенал методов: интуитивный, теоретический и эмпирический способы. В подобной ситуации корпусная лингвистика является частью языкознания, *«обеспечивающая эмпирическое обоснование достоверности исследований, а принцип достаточности опыта как методологическая основа корпусной лингвистики»* [24, с. 232].

Корпуса текстов используются в различных областях. Наиболее популярными в связи с областью деятельности и функциями корпусной лингвистики являются лингвистическая (шире филологическая) и педагогическая. О.В. Нагель отмечает, что «становится повседневной практикой использование корпусных данных в качестве эмпирической составляющей лекционных курсов, студенческих заданий и самостоятельных проектов» [26, с. 54]. В наши дни сфера применения корпусов расширяется, польза и эффективность их применения помогают анализировать различные ситуации (в том числе аксиологически маркированные), сюжеты. Предметная область корпусной лингвистики в лингвистическом измерении – это «область реализации языка, содержащая феномены, подлежащие лингвистическому описанию» [3, с. 114].

В контексте политического дискурса корпусный анализ позволяет выделить и выявить реальные словоупотребления в естественной среде языка и произвести исследование, анализ всего массива текстов. «Корпусный подход позволяет быстро получить большую выборку материала, проанализировать аспекты употребления языковых единиц и сделать вывод, основываясь на конкретных статистических данных» [36, с. 37]. Методы корпусной лингвистики позволяют производить анализ работы/исследования более эффективно, экономя время, силы и деньги, благодаря автоматизированной системе отбора текстов в реальном времени в любой точке местонахождения того, кто совершает запрос. Однако, как уже отмечалось ранее, корпуса текстов имеют ряд своих недостатков. Во время совершения исследования стоит помнить о том, что компьютер самостоятельно производит анализ текстов, идентифицирует нужные цитаты/слова, интерпретирует найденный материал и делает вывод. Тем не менее, при этих недостатках разработаны ряды методов, позволяющие облегчать работу и решать данные вопросы. Например, для извлечения определенного ряда эпитетов или слов-мишеней или любого другого определенного текстового материала, исследователь может пользоваться методом сплошной выборки, методом поиска лексических единиц и т.д.

Для определения образа какой бы то ни было страны, например, хорошо работает корпусно-дискурсивный метод, позволяющий выявить особенности построения и интерпретации образа заданной страны, обусловленных лингвокультурной особенностью и дискурсивными факторами. «Синтез идей «язык как когниция» и «употребление языка как дискурс» позволяет исследователю изучать языковые явления на пересечении двух перспектив: когнитивной и дискурсивной» [36, с. 37].

Таким образом, в последнее время применение корпусов находит отражение во многих работах. Исследователи чаще прибегают к методу выборки текстов или конкретных словоупотреблений через лингвистические корпуса благодаря развитию компьютерных технологий, значительно упростивших процесс анализа. Сам по себе корпус представляет собой определенную группу текстов, собранных в одном месте, которые можно легко искать по концептам или употреблению, проводить анализ дистанционно и значительно экономить время, не затрачивая его на ручной сбор данных в архивах.

Корпуса текстов различаются по языкам и наполнению. Они «выросли» из словарных картотек, превратившихся в электронную библиотеку, доступ к которой можно получить из любой точки земного шара. На сегодняшний день, чтобы провести анализ определенной политической ситуации, деятельности политиков, дать характеристику или собрать оценки по определенным сюжетам того или иного события, проанализировать их, можно воспользоваться данными лингвистических корпусов. Отбор текстов происходит автоматически при введении необходимых для получения данных по ключевым словам, концептам и тому подобное.

Благодаря использованию Британского Национального корпуса, например, легко создать образ определенной заданной страны в глазах остального мира, провести анализ и воссоздать образ через полученные результаты, используя корпусно-дискурсивный метод оценивания.

Выводы по главе 1

В результате исследования теоретических основ анализа образа России в англосаксонских СМИ мы пришли к выводу о том, что дискурс отличен по своей природе и практике от таких понятий, как речь и язык. Политический дискурс носит статусно-ориентированный характер, поскольку одна из основных его характеристик – это институциональность. Институциональность политического дискурса выражается не только в том, что дискурс здесь выступает как набор моделей и отражение каких-то социальных сюжетов и аспектов. Дискурс в данном случае конструирует и реконструирует социокультурную реальность, позволяя влиять на настроение масс, их отношение к различным событиям, на их чувства, создавая определенную картину.

Несмотря на происходящие процессы унификации многих сфер жизни людей, позволяющие сделать нашу жизнь проще и больше узнать друг о друге, стать терпимей, концептуальная оппозиция «свои-чужие» актуальна как никогда. Концептуальная оппозиция «свои-чужие» является базовой составляющей политической деятельности. Особенность данной оппозиции – разделения границы между «своим», что более близко, и «чужим», то есть инородным, другим, а, следовательно, неправильным. Использование оппозиция «свои-чужие» в политике является актуальной темой в современной XXI веке, который подвержен влиянию унификации, то есть соприкосновению и взаимодействию между культурами и различными членами мирового сообщества.

В условиях противопоставления «своих» и «чужих» язык становится главным оружием политиков, используя средства которого в определенных сюжетах, удастся добиться гораздо больше разрушений и привнесения суматохи и неурядицы в жизни людей. Современное информационное поле стало носить агрессивный характер, через которое легко влиять на настроения масс, донести «нужные» данные, объяснить и внушить свою позицию, объяснить, почему данная политика правильна, а «чужая» - нет. Более того, информационное поле

проходит через каждого человека на планете, что значительно упрощает главную задачу политики – убеждение.

Процесс анализа текстов с целью изучения характера такого убеждения возможен с помощью метода выборки текстов или конкретных словоупотреблений через лингвистические корпуса. Корпус – это определенная группа текстов, собранных в одном месте, которые можно легко искать по концептам или употреблению, проводить анализ дистанционно и значительно экономить время, не затрачивая его на ручной сбор данных в архивах. Благодаря использованию Британского Национального корпуса, например, легко создать образ определенной заданной страны в глазах остального мира, провести анализ и воссоздать образ через полученные результаты, используя корпусно-дискурсивный метод оценивания.

2 СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В АНГЛОСАКСОНСКИХ СМИ

2.1 Причины влияния англосаксонских СМИ на процесс создания образа России

Процесс глобализации затронул абсолютно все сферы жизни современного человека. Одним из доказательств такого явления является распространение английского языка. На сегодняшний день каждый 5 человек на планете владеет базовыми знаниями английского языка, преподавание в школе иностранным языкам сместилось с ориентира немецкого языка на английский, основные переговоры компаний и договорная часть проходят так же на английском языке. В современном мире английский язык приобрел статус мирового, что можно проследить из ряда практик человеческой деятельности. Во-первых, большинство научных работ переводятся с языка оригинала на английский или изначально пишутся на нем, во-вторых, когда мы едем в другую страну, мы надеемся, что нам окажут помощь, в случае если мы будем изъясняться на английском и в-,третьих, страны, в которых английский язык является официальным языком, имеют определенное главенствующее влияние на мировой арене, подкрепив свою силу развитой системой экономики и благоустройством страны, что придает статусу английского языка еще большее значение, а англосаксонским СМИ в общем статус честных и независимых.

К англосаксонским СМИ относят любой материал, изданный на английском языке. Особое влияние имеют США и страны Западной Европы, поскольку англосаксонская модель журналистики была составлена именно исходя из опыта этих двух «держав», а так же исходя из того факта, что они являются главными носителями английского языка. Именно поэтому в данной работе в качестве эмпирического материала используются статьи, опубликованные в СМИ Соединенных Штатов Америки и Великобритании.

И США, и Европа выступают за свободу СМИ, слова, информации; демократизацию всех сфер жизнедеятельности людей, что подкупает изначально читателя, поскольку он доверяет данным источникам. На протяжении

практически всего развития истории эти две державы проявили себя как демократические лидеры, где установлена ценность прав и свобод человека и их соблюдение. Так принято думать исторически, благодаря разным социально-политическим процессам, протекавшим в данных странах, в ходе борьбы за свободу прав, равенство всех перед законами, выхода Билля о правах, Конституций и так далее. И до сих пор имидж и статус Великобритании и Соединенных Штатов Америки в мире воспринимается очень высоко. В случае конфликтов и решения глобальных проблем эти две державы имеют практически главенствующую роль на пространствах Европы и Запада, поэтому их мнение зачастую перевешивает остальные точки зрения.

Влияние США в мире оценивается масштабно. Страна обладает большим запасом собственных ресурсов, что позволяет ей придерживаться статуса независимого государства. Это позволяет сдерживать рост зависимости от внешних источников, что придает больше свободы внешнеполитическим действиям США, а так же возвышает статус страны на мировой арене. Другие страны видят в США выгодного партнера, а также экономическую и политическую помощь. Особенно это касается развивающихся стран и стран третьего мира, которым Соединенные Штаты способны оказывать поддержку. Западная Европа и США находятся на одной ступени развития и преследуют одинаковые цели. США занимают определенное место в международных отношениях по своему научно-техническому, политическому, финансовому и производственному потенциалу, который опережает даже потенциал Евросоюза. Американцам принадлежит около 40 % совокупного мирового богатства [54].

Роль Великобритании в мировой системе также считается экспертами высокой. Это индустриальное высокоразвитое государство, к мнению которого общественность прислушивается всегда. Великобритания является участницей многих международных организаций и занимает там ключевую роль.

Исходя из вышеперечисленных факторов, можно сказать, что статус Великобритании и Соединенных Штатов очень высок, к их мнению

прислушиваются, а для политиков быть голосом народа, особенно на мировой арене, очень важно. В политической сфере данные условия ценятся, они позволяют быстрее и эффективнее добиваться результатов и поставленных задач.

Массовые коммуникации – еще одна важная составляющая политической деятельности. СМИ являются одними из звеньев политических процессов. Политика – это голос, а голос легче всего распространять через средства массовой информации. Метод распространения информации через СМИ и СМК наиболее дешевый, эффективный и действенный, как отмечалось уже ранее, в данной работе. Более того, результаты материалов всегда можно найти на сайтах изданий, доступных всем с доступом в Интернет.

Статус СМИ США и Великобритании, как и статус самих стран, находится на высоком уровне. Изначально, поскольку материалы издаются на английском языке, а он же является массовым, это возвышает англосаксонские СМИ на фоне остальных источников. Общество склонно верить англосаксонским источникам, поскольку доверяют данной информации. А также именно англосаксонские СМИ выпускают новости одними из самых первых, отслеживая все последние события, находясь по всем позициям впереди.

Лингвистами отмечено, что «образ России является знаковой моделью, которая определяет представления о государстве через доступные обывателю сознанию понятия и суждения и не всегда соответствует объективным показателям национального развития» [36, с. 32].

В число важных политических задач любого государства входит формирование своего положительного имиджа на международной арене. Положительный имидж страны позволяет ей выступать в международных отношениях лидером, добиваться успехов с международными партнерами, вызывает доверие населения и мировой общественности. В случае, каких бы то ни было нарушений, замеченных за страной с положительным имиджем, высока вероятность, что общественное мнение либо забудет, либо не станет атаковать правительство государства, а международные партнеры пойдут на уступки,

потому что страна с положительным имиджем автоматически имеет большой авторитет и силу.

На протяжении многих веков уровень интереса к России со стороны мирового сообщества, будь она империей, а потом союзным государством, поддерживался на высоком уровне. Данный интерес со стороны других стран, международных организаций и рядовых граждан носил как положительный характер, так и отрицательный.

«Положение страны, занимавшей «шестую часть обитаемой суши планеты» (фактор территории), обладавшей значительной долей мировых запасов полезных ископаемых и природных богатств (фактор естественных ресурсов) и мощным военным потенциалом, поддерживало, независимо от отношения к советскому политическому опыту, её статус великой державы и соответственно высокий уровень влияния в мире» [35].

Таким образом, существует ряд причин, исходя из которых, большая часть мира склонна прислушиваться к мнению Запада. Влияние США и Великобритании в современном мире неоспоримо высоко. Данные государства находятся в тесных связях практически со всеми странами мира, являются участниками многих интеграционных процессов, занимают передовые позиции в международных организациях и способны независимо от других вести международную политику, не опасаясь определенных последствий. США и Великобритания являются одними из двигателей решения глобальных проблем, имея большой запас собственных ресурсов, что возвышает их «независимое» мнение в глазах мировой общественности. Уровень благосостояния и развития экономики позволяет Штатам и Великобритании диктовать выгодные условия, оставаясь либеральными странами, но действующими в своих целях, как и любое государство на международной арене. В условиях глобализации, демократизации и иных главенствующих современных трендов в мире влияние Соединенных Штатов и Великобритании признано сильным. Таким образом, отношение общественности к информации, получаемой со стороны Запада, в большинстве

случаев лояльное. Англосаксонские СМИ занимают такие же передовые позиции, как и сами страны-носители английского языка.

2.2 Стратегии, тактики и приемы создания образа России

В современном мире формирование имиджа и образа страны занимают отдельную составляющую работы политика. С научно-техническим прогрессом и процессом развития такого тренда, как глобализация, страны переходят на новый уровень кооперации друг с другом – сотрудничество, партнерство. Данный тип кооперации носит финансовый, стратегический, гуманитарный, военный и иной характер.

Важно оставаться конкурентоспособными в условиях развития рынка и продвижения капитала. Конкуренция между странами возрастает. Если государство по каким-то признакам (научно-техническая база, социальное благосостояние и др.) не может выйти на передовой уровень самостоятельно, страны объединяются в союзы и организации, чтобы добиваться успеха совместными усилиями. Это происходит по категории географического расположения (НАФТА, Союз Беларуси и России), объединения экономического пространства (ЕврАзЭС), военно-политических блоков (НАТО) и другое. Таким образом, объединяя усилия, более независимые и сильные государства способны поддерживать более слабые и выводить их на новый уровень международной кооперации и развития, улучшая их имидж и создавая положительный образ.

Весомую роль в процессе разработки внешнеполитических действий играет управляемый имидж страны. Саймоном Анхольтом, одним из самых популярных современных «имиджмейкеров» и консультантов по страновому «брендингу» родом из Великобритании, было сказано, что «создание национального бренда состоит на 80% из координации, на 15% из коммуникации и на 5% из вдохновения» [52]. Одним из первых людей, кто начал продвигать страну, как бренд, стал Дэвид Огилви (создатель рекламного агентства Ogilvy & Mather, копирайтер, он же признается «отцом» рекламы во всем мире). Дэвид Огилви

начал работу над имиджем Пуэрто-Рико (латиноамериканское государство) в 1954 году, сделав страну более популярной и привлекательной для туристов и мировой общественности. Выпустив рекламную кампанию, разработанную Огилви, страна превратилась из нестабильного, беспокойного государства в государство с богатой историей и стала привлекательной для потенциальных туристов.

Под «брендом» страны можно понимать «сложившееся представление о стране, стратегический капитал, который позволяет привлекать инвестиции, продвигать страну и товары собственного производства за рубежом, это результат работы над имиджем государства». [Клименко 2009: 166].

Необходимо разделить определения «образа» и «имиджа».

«Образ – стихийно складывающееся представление о стране, имидж – спланированная работа над образом в заданном направлении» [18, с. 166].

«Образ государства/страны приобретает статус одного из основных ресурсов, предопределяющий его перспективы – политические, рыночные и даже цивилизационные» [5, с. 64].

На сегодняшний день, исходя из политической картины мира, Россия находится в центре внимания СМИ. СМИ, в особенности западным, удается не просто выстраивать картину событий, но и мира, то есть, в том числе формировать представления о России, составляя ее образ для глаз мирового сообщества.

Как было раскрыто выше, политики свободно оперируют языком в контексте политического дискурса, предоставляя только ту информацию и так, чтобы ситуация обернулась в сторону политических структур. СМИ также известны в современном мире как «четвертая власть», не обладая при этом реальной властью, поскольку они не имеют законных оснований к принуждению. Однако на практике СМИ давно стали «левой рукой» любого политического режима и строя. Благодаря развитию технологий и развитию таких явлений в современном мире, как СМИ и СМК, возможность предоставлять информацию быстро, качественно, эффективно и дешево настолько высока, что на утро, когда рядовой

гражданин любой страны просыпается и заходит проверить социальные сети, его окружают десятки новостных событий. Эти события, так или иначе, характеризуют позиции и «поведение» различных государств и их лидеров.

«Образ России – это фрагмент языкового сознания, существующий, как социальный автостереотип у русских и как национальный предрассудок у иностранцев» [40, с. 69].

«С образом, возникающим в СМИ, тесно связана категория оценки». [48, с. 457]. При помощи «оценки» возникает аксиологическая модель социума, которая закрепляет в сознании масс идеологические, социальные, морально-правовые и иные ценности. Словарь «Общей психологии» дает следующее определение термину «образ»: «...это субъективная картина мира или его фрагментов, включающая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий».

Таким образом, образ – сумма субъективных знаков о чем-либо, доносящаяся опосредованно, не всегда отражая действительность таковой, какова ее природа на самом деле.

«Для американцев образ России в большей мере привязан к историческому прошлому страны» [48, с. 457]. До сих пор каждый шестой проводит ассоциацию между Россией и коммунизмом, располагая знаниями о периоде «холодной войны» и конфронтацией с Западными ценностями.

Для ожидаемого и действенного воздействия через СМИ на мнение социума задействуются популярные методы и способы организации информации в пространстве медиа. При доминировании использования определенных тактик создания образа удастся вызвать усиление эффекта Монро. Эффект Монро, он же кумулятивный эффект – «это концентрация действия взрыва в одном определенном направлении» [2].

В отношении России в современном мире, учитывая все экономические и политические ситуации, по большей части будет применяться конфронтационная стратегия. Конфронтационная стратегия заключается в создании агрессивной

обстановки, заведомо настраивая оппонента на импульсивный ответ. Имеет выражение через оскорбления, создание атмосферы угрозы, требования; создает косвенные и прямые помехи тем, на кого направлена реализация стратегии. Обычно предполагает сильное противоборство и противостояние, во время чего происходит столкновение идей, ценностей, взглядов.

При анализе различных отрывков из таких источников, как англосаксонские СМИ, при помощи Британского национального корпуса, было установлено, что стратегия конфронтации западных СМИ в отношении России реализуется через следующие тактики:

- тактика провоцирования;
- тактика критики действий своего оппонента и руководимой (или представляемой) им страны;
- тактика описания собственных чувств и эмоций как не совсем удовлетворяющих определённым стандартам;
- тактика тенденциозного цитирования мнения третьей стороны;
- тактика защиты;
- тактика несогласия;
- тактика красноречивого умалчивания;
- тактика принятия нейтралитета.

По ключевому слову «Russia» в Британском национальном корпусе был сделан запрос, и было найдено и рассмотрено сто тематических групп с этим словом. (рис.1).

SEARCH		
82	<input type="checkbox"/>	NORWAY
83	<input type="checkbox"/>	BRICS
84	<input type="checkbox"/>	KAZAN
85	<input type="checkbox"/>	ALEXANDER
86	<input type="checkbox"/>	MEDDLED
87	<input type="checkbox"/>	SERGEI
88	<input type="checkbox"/>	FINLAND
89	<input type="checkbox"/>	INTERFERE
90	<input type="checkbox"/>	DEALINGS
91	<input type="checkbox"/>	LAVROV
92	<input type="checkbox"/>	PENINSULA
93	<input type="checkbox"/>	DIPLOMATS
94	<input type="checkbox"/>	SERGEY
95	<input type="checkbox"/>	ACCUSES
96	<input type="checkbox"/>	ARCTIC
97	<input type="checkbox"/>	SLOVAKIA
98	<input type="checkbox"/>	FLYNN
99	<input type="checkbox"/>	ISOLATE
100	<input type="checkbox"/>	BROKERED
		TOTAL

(рис.1)

Наиболее часто употребляемыми и острыми темами, связанными с Россией, являются следующие наименования: China, Cup, Trump (рис.2).

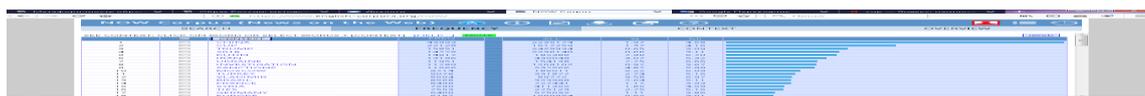
	<input type="checkbox"/>	CONTEXT	FREQ	ALL
1	<input type="checkbox"/>	CHINA	43993	2235174
2	<input type="checkbox"/>	CUP	22128	1617259
3	<input type="checkbox"/>	TRUMP	15851	2429934
4	<input type="checkbox"/>	2018	14775	2236140
5	<input type="checkbox"/>	PUTIN	14517	182386
6	<input type="checkbox"/>	IRAN	13196	430049
7	<input type="checkbox"/>	UKRAINE	11951	154138
8	<input type="checkbox"/>	INVESTIGATION	11780	1209102
9	<input type="checkbox"/>	SANCTIONS	11566	237566
10	<input type="checkbox"/>	MOSCOW	9714	186011
11	<input type="checkbox"/>	TURKEY	9078	331877
12	<input type="checkbox"/>	VLADIMIR	8604	89772
13	<input type="checkbox"/>	BRAZIL	8568	323988
14	<input type="checkbox"/>	FRANCE	8498	727441
15	<input type="checkbox"/>	SYRIA	7590	411365
16	<input type="checkbox"/>	TIES	7553	275123
17	<input type="checkbox"/>	GERMANY	6400	575032
18	<input type="checkbox"/>	EUROPE	6187	1000954
19	<input type="checkbox"/>	MUSCLE	6148	764384

(рис.2)

Среди всего списка встречаются такие тематические группы, как Investigation, Sanctions, Intelligence, Imposed, Annexed, Annaxation, Tensions, Colluded, Hacking, Blamed, Interfere, Accuses, Meddling. Большинство тем носят негативную окраску в контексте образа России, что видно по их названиям. Помимо перечисленных

результатов, поиск Британского национального корпуса также выдал тематические группы с наименованиями стран (China, Ukraine, Iran, Syria, Brazil, France, Germany, Korea, Kazakhstan, Belarus) и названиями событий и организаций (FIFA, NATO, ОПЕС).

Самое большое количество употреблений образа России было задействовано по тематике China. (рис.3).



(рис.3)

During the interview, Clinton remarked that if the Justice Department was not going to hold Russia accountable for interfering in the election, maybe China could get away with it, too. She posed a hypothetical scenario -- imagine a 2020 Democratic presidential nominee employs China, instead of Russia, to help them win. " So why should Russia have all the fun? And since Russia is clearly backing Republicans, why don't we ask China to back us? " she said in a tongue-in-cheek manner [CBS News, October 14, 2018].

Другие контексты:

The continuing reverberations from the Mueller investigation into collusion between Russia and the Trump campaign added to suspicions of a very dark nexus. Trump's astonishingly subservient press conference with Vladimir Putin, in which he parroted the Russian president's line on interference with US elections -- " I have asked President Putin; he just said it's not Russia. I don't see any reason why it would be " -- gave us another kind of new normal in the international pecking order [The Irish Times, December 28, 2018].

Since Russia annexed the Crimean Peninsula from Ukraine, Russian authorities repeatedly warned of a terrorism threat from unnamed Ukrainian nationalists and ethnic Tatars, an indigenous Crimean people [ABC News, October 18, 2018].

The Russian operation to target Hillary Clinton: ...The troll house in St. Petersburg is believed to be active as well [Washington Top News, September 19, 2018].

A sudden reminder to the world that while the Russian Bear may be slinking back into its cave, the American Eagle can still scream through the skies” [The Guardian, March 25, 2014].

Russian invasion of the Ukrainian region of Crimea; The occupation of Crimea; Russian aggression [The Los Angeles Times, March 15, 2014].

Putin is unlikely to grab more of Ukraine [The Los Angeles Times, August 16, 2017].

Renowned Russian military expert [Pavel Felgenhauer](#), who in June 2008 predicted Russia's August 2008 assault on Georgia, warns that this project and the general buildup of the Russian army could lead to an open Russian invasion into mainland Ukraine [Newsweek, May 7, 2017].

Putin will hold Ukraine in stranglehold [The Los Angeles Times, June 12, 2015].

Приведенные контексты с использованием негативно-оценочной лексики (*assault, invasion, interference*) выступает как один из наиболее сильных способов выражения замысла авторов и придает убедительность и эмотивность статьям, представляющим образ России. Этот образ выстраивается с достаточно негативной оценкой, представляя Россию как «агрессора» и «тирана». «СМИ намеренно используют определенные когнитивные установки для формирования в сознании адресата образа России, который соответствует их целям, создавая у адресатов виртуальную реальность, где собственная эмпирическая практика элиминируется посредством предлагаемых когнитивных схем». [37, с. 42].

Таким образом, образ страны – ключевой момент в развитии взаимоотношений государства с другими акторами международных отношений. Образ является предметом субъективной оценки, эмоционально окрашивая государства по разному роду характеристик. Он складывается стихийно и должен поддаваться равномерному динамическому контролю со стороны правительства страны. Выстраивая внутреннюю и внешнюю политику, политическим деятелям необходимо помнить о формируемом образе своего государства и работать на его улучшение.

Позитивная оценка действий любого государства или ее политической элиты позволяет правительству этой страны находить новых стратегических партнеров по большому числу вопросов, поскольку выстраивает образ страны в глазах мирового сообщества с выгодной стороны. Негативный или «запачканный» образ политической элиты страны влекут за собой негативные оценки, на основе которых выстраивается отрицательный образ страны. Вслед за негативными оценками следуют порицание мировой общественности, «коллег», санкции и т.д.

В современном мире наиболее эффективным способом распространения информации является, так называемая, «четвертая власть», на деле не обладающая властными полномочиями. Однако, располагая различной информацией и сведениями, СМИ способны влиять на массы населения любой страны в глобальных масштабах. Современный человек живет в потоке информации, не всегда успевая ее контролировать и грамотно анализировать. Человеческий мозг попадает под атаку СМИ и, так или иначе, поддается заранее спланированному образу, который СМИ хотели донести в массы.

Современные международные отношения базируются на главенстве либеральных и демократических основ. Однако даже в этой связи, сильные государства (с уже развитой стабильно функционирующей экономикой и демократическим режимом) способны своим влиянием и главенством притеснять остальные государства и диктовать удобные себе положения.

На нынешнем этапе развития взаимоотношений остального мира и Российской Федерации, Россия делает упор на налаживание связей на постсоветском пространстве, с Китаем и иными международными участниками. Взаимоотношения России и Запада находятся на натянутом уровне. Страны Запада и РФ остаются партнерами по ряду экономических вопросов, в сфере борьбы с терроризмом и научно-технической кооперации. Однако образ России на Западе представлен не в самом выгодном ракурсе, что затормаживает развитие отношений России и стран Евросоюза, например.

Взаимоотношения России и США остаются на уровне натянутых со времен окончания Холодной войны, но их можно так же одновременно назвать партнерскими, поскольку оба государства имеют большое влияние в своем регионе местоположения, имеют постоянное членство и право Вето в ООН, обладают равным военным потенциалом и т.д. В данной ситуации в современном мире, где слово «война» в физическом ее понимании заменяет «медийная борьба», наблюдается серьезная конфронтация между Западом и Россией, что можно проследить через анализ публикаций англосаксонских СМИ.

2.3 Ключевые идеологемы при создании образа России

По М.М. Бахтину (философ языка и литературовед), который впервые использовал термин «идеологема» в своей работе в 1975 году, затем в 1994 и т.д., данное понятие обозначает экспликацию, способ репрезентации любой идеологии. Как таковая идеологема – это знак, символ, который отражает сущность той или иной идеологии.

Термин «идеологема» вытекает из сути термина идеология, раскрывая ее в смысловых конъектурах. Идеологема раскрывается через все уровни вербальной и невербальной передачи смысловых задумок. Идеологемы – концептуальные маркеры, выраженные от меньшей единицы языка – буквы, падежа до цитирования – например, речей Сталина или Лаврова.

В понимании родного языка существует несколько подходов в трактовке идеологем. В современной лингвокультурологии и политической лингвистике интерес к феномену идеологемы связан прежде всего с изучением и описанием специфических языковых и концептуальных черт тоталитарного советского периода и тоталитарного языка советской эпохи. [24, 41, 28 и мн. др.].

Для того чтобы понять сущность природы идеологемы, можно выделить широкое и узкое значение в контексте собственного языка. Так, Е.А. Земская определяет тоталитарный язык как «систему идеологем», выражающую способ мысли идеологизированного советского человека. Можно выделить и

макроидеологему советской идеологии через призму анализа акцента русского языка в СМИ, кино, театральных постановках и т.д. [14]. В более узком смысле «идеологема – это мировоззренческая установка (предписание), облаченная в языковую форму [22, с. 43].

Идеологема – ключевой эмоционально-окрашенный феномен, воздействующий на массовое сознание. Целенаправленное, спланированное использование идеологем подразумевает создание легко запоминающихся образов, создающих иллюзию понимания субъекта объектами. Идеологемы также можно подразделить на положительно окрашенные и носящие негативную окраску.

В контексте изучаемой темы, идеологемы, связанные с образом России на Западе, окрашены в основном негативным смыслом. Исторически самыми популярными и широко известными идеологемами XX века, например, являются «кулак», «культ личности», «выполнение плана», «репрессии», «дефицит».

Идеологемы XXI века, моделирующие образ России, сменили вектор направления с темы коммунизма и плановой экономики в сторону военизированного поведения. На сегодняшний день образ России в мире воспринят как страна-агрессор, которая достигает своих целей путем военной подготовки и военного развития страны, где все вопросы решаются силой.

European Union and Russian leaders are headed for a major showdown at their summit in Brussels starting Thursday [The Wall Street Journal, December 16, 2015].

Russians are the “Great Bear” or that they’re the enemy.... [The Washington Post, June 12, 2016].

People attend a rally and concert marking the fourth anniversary of Russia's annexation of Crimea [Daily Mail, March 18, 2018].

Putin has promised to use his new term to beef up Russia's defenses against the West.... [Daily Mail, March 18, 2018].

Из заключений о собственной стратегической безопасности при моделировании образа России в англосаксонских СМИ доминируют темы

санкций; переговоров между Россией и ее союзниками в целях объединения и защиты от западных партнеров; агрессии; нечестного проведения Зимних Олимпийских игр и Чемпионата мира по футболу, где Россия была принимающей стороной; аннексия Крыма; причастность России к покушению на убийство Скрипалей и т.д.

1. Дело в Солсбери – отравление бывшего советско-российского разведчика Сергея Скрипаля и его дочери Юлии Скрипаль в городе Солсбери, Великобритания 4 марта 2018 года. По заявлениям британского правительства российская сторона была причастна к данному покушению, в ходе которого Сергей Скрипаль, его дочь, а так же другие случайные прохожие попали под отравление нервно-паралитического газа «Новичок».

...Russia's record of conducting state-sponsored assassinations; and our assessment that Russia views some defectors as legitimate targets for assassinations; the Government has concluded that it is highly likely that Russia was responsible for the act against Sergei and Yulia Skripal. Mr Speaker, this was a direct act by the Russian State against our country [Theresa May at her report about this case in The House of Commons, March 12, 2018].

Donald Trump has pledged “solidarity” with Britain over the Salisbury spy poisoning and demanded “unambiguous answers” from Russia over its involvement [The Telegraph, March 13, 2018].

UK authorities believe two Russians smeared the highly toxic chemical on the door handle of Mr Skripal's home, leaving the pair critically ill [Premier, October 5, 2018].

Only one state and/or its agents had a motive for assassinating Sergei Skripal and to do so in a manner where the method speaks so clearly. Skripal, a former Russian intelligence officer who became a British mole, had been swapped for the " Anna Chapman " spy ring in the US; Russia also added three other Russian turncoats, including the man who blew Chapman's cover. At that time, Vladimir Putin himself warned that the Russian intelligence services would settle those scores at a time of their choosing [Hotair, December 14, 2018].

2. Допинговые скандалы, а так же «нечестно проведенные» Зимние Олимпийские игры и Чемпионат мира по футболу, в которых Россия выступала принимающей стороной.

Rather than do this, Denisov - who was presumably unhappy at the mere thought that a Russian athlete would dope - opted to insult the doping control inspector using a series of profanities written on the form [Joe, April 21, 2018].

The former Moscow lab director said that he helped Russian athletes dope during the Games and that, with the assistance of the Federal Security Service (FSB), he swapped out dirty urine samples for clean ones to avoid athletes testing positive [USA Today, July 19, 2016].

A comprehensive strategy was designed to ensure that Russia, as the host country, was able to win as many medals as possible by allowing its athletes to dope up to and in some cases, through the Games [Daily Mail, December 9, 2016].

Russia should be stripped of 2018 World Cup as punishment for the systematic cheating which has tarnished two Olympic Games [Daily Mail, December 7, 2016].

3. Внешнеполитическое развитие отношений России и других участников международных отношений в контексте «борьбы с врагами и поиска союзников».

Vladimir Putin's Russia are enemies of liberty, democracy and the rule of law [The Wall Street Journal, September 14, 2014].

The West must make Mr. Putin pay for Russia's aggression and crime [The Washington Post, June 12, 2016].

It's a marriage based on needs: Russia's to break out of the isolation.... [Foreign Policy, June 12, 2016].

Ukraine buys into a reluctant marriage with the Russians [Washington Times, June 12, 2016].

4. Личность президента Российской Федерации, как отождествление всех процессов, протекающих в стране, олицетворение русского народа и образа страны в целом.

Putin proves he is still father of the nation [Financial Times, December 17, 2014].

The regime of Vladimir Putin has altered the boundaries of Europe by force, deployed a nerve agent in an assassination attempt in a British city, and entrenched the despotism of Bashar al-Assad in Syria [The Times, March 31, 2019].

Let us not mince words: Vladimir Putin is a delusional thug [The New York Times, June 12, 2016].

5. Векторы жестокости и агрессии в отношении к остальному миру. Частое употребление фраз «военизированной агрессии» со стороны России.

And yesterday Nato marked its 70th anniversary at a meeting in Washington DC - its place of birth - with renewed calls to tackle Russian aggression [Daily Mail, April 5, 2019].

To be sure, Russian military aggression poses a major threat to Ukraine [Politico, February 19, 2019].

...as well as the long-delayed sale of anti-tank Javelin missiles to Georgia -- has slackened the country's fear of Russian military aggression and reduced the urgency of its demands for NATO membership [Politico, February 19, 2019].

As well as the long-delayed sale of anti-tank Javelin missiles to Georgia -- has slackened the country's fear of Russian military aggression and reduced the urgency of its demands for NATO membership [BBC, October 10, 2018].

Проведенный анализ группы текстов Британского национального корпуса на запрос «Россия» репрезентирует следующие результаты работы. Образ России на сегодняшний день, транслируемый через англосаксонские СМИ с упором на СМИ Великобритании и США, выстраивается через агрессивные высказывания, представляя Россию как агрессора, который стремится увеличить свою территорию; играет нечестно даже для такого поля действия, как международная политика; навязывает свою тактику. И все перечисленные процессы происходят под главенством президента РФ.

Создание образ России – один из наиболее активно разрабатываемых вопросов современных западных СМИ. Особенно актуальным этот тезис будет в отношении англосаксонских СМИ, поскольку Россия всегда была далека от

«европейского» пути развития, а также не была близка и к «восточному», поэтому на протяжении всей своей истории так ярко привлекает внимание мировой общественности, вызывая вокруг себя много вопросов, исходя из которых появляется множество субъективных оценок как положительных, так и отрицательных.

Ключевыми идеологемами при создании образа России выступают: как «агрессия», «военный», «Путин», «хакерство», «вмешательство», «аннексия» и ряд других. Наиболее активно используются данные идеологемы в контексте событий, получивших наибольшую огласку на мировом уровне. Среди данных событий – отравление Скрипалей, проведение спортивных мероприятий на международном уровне, встречи президента Российской Федерации на высшем уровне в других странах и в Москве по вопросам решения международных конфликтов и борьбы с терроризмом, присоединение Крыма к территории России. Данные события прямо или косвенно привлекли участие и внимание России, что в свою очередь привлекло внимание мировых СМИ.

Наибольшее влияние в мире имеет именно англосаксонская модель ведения освещения новостей, которая заключается в тактике «облачения» врага и концентрации на конфликтах. Россия по своей истории и природе всегда была отлична от своих коллег с Запада, а так же имела другие векторы развития, нежели партнеры с Востока. Не учитывая все нюансы развития государства невозможно дать его объективную оценку.

Образ страны – явление стихийное и постоянно развивающееся. Различных взгляд на вещи помогает оценить и проанализировать ситуацию со всех сторон, взвесив все плюсы и минусы. О любом государстве существуют как негативные новости, так и положительные. И те, и другие однако связаны с разными сферами человеческой жизнедеятельности. Россия до сих пор остается одной из наиболее духовно развитой страной, с наибольшим числом читающего населения, которое чтит и любит свою историю, культуру и традиции.

Вектор моделирования образа России в последнее время напрямую связан с областью ведения внешней политики элитой страны. Россия – сильное государство, действующее независимо от давления со стороны других таких же сильных государств, по некоторым показателям преуспевающим, нежели показатели РФ. Однако независимая позиция Российской Федерации в отношении практических всех международных проблем и явлений не дает покоя многим другим «правительствам», желающим сохранять свое международное влияние и мощь.

2.4 Метафорическое моделирование образа России в англосаксонских СМИ

На сегодняшний день в силу течения разного характера политических и экономических процессов Россия расположена в фокусе средств массовой информации как нельзя близко. Особенно это касается Запада, внимание к которому со стороны России также имеет волнообразный характер.

Метафоризация политических событий через призму политического дискурса остается проблемой актуальной на всех этапах развития коммуникации между странами. Немало исследователей (Р.Д. Керимов, Ю.Б. Феденева, А.А. Федосеев, Н.А. Санцевич и другие) поднимают вопрос политической метафоры в своих работах и выводят данное явление на новый уровень понимания.

Материалом для изучения также служит корпус текстов англосаксонских СМИ, основанный в данной работе на выборке текстов из американских и британских средств массовой информации.

«Политический дискурс как «тонкая контактирующая поверхность, сближающая язык и реальность» [45, с. 65], является богатным материалом для анализа эффективности речевого воздействия через СМИ, основная цель которого – не просто описать, а убедить (создать почву для убеждения) и побудить адресата к действию» [17, с. 33].

Метафора является ключевым способом создания образа, который способен создавать ассоциативную связь между явлениями и предметами. Согласно

Аристотелю, «метафора – это имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род, или с вида на вид» [6, с. 32].

Благодаря метафоре индивиды способны концептуализовать и категорировать современный мир политических явлений. «Концептуальная метафора является одним из важнейших средств концептуализации, категоризации и оценки политической реальности» [17, с. 33]. Она выстраивает образ России в глазах читателей всего мира.

Влияние и значение англосаксонских СМИ в современном мире уже доказывалось и показывалось при анализе в данной работе. Именно основываясь на базе текстов Британского национального корпуса статей британских и американских СМИ проводится анализ метафорического моделирования образа России.

«Метафора – не только образ, интерпретивная, эпистемологическая категория, обладающая креативной ролью в структурировании и раскрытии мира, в ряде случаев она служит средством намеренного искажения действительности» [12, с. 46].

Эффективный анализ метафорического моделирования образа России стоит начать с разных исторических век. Так, например, в советское время в 40-е годы «образ России представлен такими концептами, как *cloudy*, а *puzzling nation*, *impervious country*» [17, с. 34]. СССР был достаточно закрытым государством, правительство лично рассматривало, какие вопросы могли быть допущены до мировой общественности. Образ России был связан также и с постепенно нарастающей гонкой с США, будучи двумя сверхдержавами при двусторонних отношениях в мире. “Russia keeps USA racing.” [Time, 1952]. “Russia still is giving American industry quite a race.” [The New York Times, 1951]. Частое употребление слов *race* и рассмотрение образа России в паре с США.

О временах Российской Империи можно найти такие метафоры, как “the rainbow-colored “Firebird” is old Russia” [The New York Times, 1980] или “the wind covers these feathers with leaves” из этого же отрывка статьи.

Период обострения отношений между СССР и США, которые вытекают в «холодную войну» привносят новые метафоры в англосаксонских СМИ. «В период «холодной войны» в The Washington Post появляется следующий образ человека из СССР: “a powerful human striving to grow”, при этом подчеркивается его отрицательные черты – агрессивность, стремление к экспансии и т.д. [17, с. 34].

Период распада СССР ознаменован в прессе англосаксонских СМИ, как период освобождения людей от гнета. Несмотря на окончание «холодной войны» между СССР и США, на сегодняшний день явно прослеживается противостояние между Западным миром и Россией. Оно выражается в ходе информационных войн.

Использование Британского национального корпуса позволяет получить метафорическую репрезентацию образа Российской Федерации, ее лидера и политического режима. Был создан запрос на поиск контекстов к слову «Россия», проанализирован пласт фреймов и сделан вывод.

Корпусный анализ стал возможен благодаря проведению ручной выборки метафорических контекстов. Проведение корпусно-дискурсивного анализа, при помощи которого возможно свести воедино «язык как когницию» и «язык как дискурс», что позволяет проследить суммарное количество характеристик, интерпретирующих образ России. Определение наличия и частотности фреймовой структуры стало возможно благодаря методу метафорического моделирования, что позволило проследить характер концептуальных векторов, уровень эмотивности и изложение конкретных политических ситуаций по отношению заданного поиска слова.

При создании образа страны используется три основных литературных средства: метафора, эпитет и гипербола. Метафора служит основной частью составления образа, являясь главным инструментом воздействия.

Despite a chorus of disapproving clucks from the West, Putin has shackled the press, muted the opposition, jailed tycoons who don't pledge fealty. [The New York

Times]. Данный отрывок иллюстрирует тактику критики действий оппонента, то есть речь идет об эмотивной окраске по отношению к внутренней политике Владимира Владимировича Путина.

Сама Россия так же часто предстает в образе хищного зверя, а именно медведя. Связано это с принятием и укоренением мифов о традициях и характеристиках стран. Скрытое сравнение России с таким хищным зверем как медведь говорит о негативной окраске. Хищный зверь нерассудителен, агрессивен, опасен.

The wily predator has fooled the U.S. over and over and over. [The Los Angeles Times]. Таков эпиграф к статье под названием *Beware the Russian bear*.

Рассмотрим три главных составляющих образа страны: люди, лидер и само государство.

В англосаксонской прессе можно встретить следующее:

1. В отношении президента России.

The New Tsar: The Rise and Reign of Vladimir Putin – название книги Стивена Ли Майерса, посвященной карьерному росту и личности Владимира Владимировича Путина.

Такое же название имеет статья The New York Times от 2 ноября 2015 года, написанная Гэлом Бекермэном.

President Putin – An Enigma – еще одно название статьи от 18 марта 2018 года в Gumshoe News. В этой же статье встречаются такие высказывания, как *Vladimir Putin is sure to be elected, again, Almost every politician in the UK, US, and Australia are Putin-bashing and calling him “dangerous.”*

Every measure Putin has taken has been po-trayed by the Russophobes as the work of a sinister totalitarian [The Guardian, December 4, 2006].

However, Mr. Putin has reasserted the Kremlin’s authority by riding roughshod over the rights of others, including businessmen, journalists and regional governors [The Financial Times, December 4, 2016].

2. По отношению к русскому народу.

The Russians would eat snow if they had to survive [The Washington Post, June 15, 2017].

Economic sanctions have caused Russians to “rally around the flag” rather than turning against the government [The Washington Post, June 15, 2017].

3. Противостояние России «западным ценностям».

President Obama ramped up his criticism of what he see as Mr. Putin’s backsliding on democracy [The Washington Times, May 11, 2016].

So what Russia has now is an infantile democracy built through Soviet tools, and the freedom to shop... It takes only a moment for the fragility to show [The Guardian, August 3, 2015].

4. Образ государства в целом.

...any Russian involvement in the affairs of its neighbors has been spun as an attempt to recreate the “evil empire” [The Guardian, December 4, 2006].

So Russia in some ways appears a little like China, where the economy flourishes with new freedom but politics remain tightly controlled. Or in other ways, it seems like Hugo Chavez’s Venezuela. Or Augusto Pinochet’s Chile. Or all of the above. There was a reason the old monarch was called the Czar of All Russia [The Washington Post, December 25, 2006].

Исходя из приведенного анализа, можно сделать вывод о том, что в англосаксонских СМИ наблюдается развитие метафорической прагматики по следующим категориям: демократия РФ находится на стадии своего рождения или же ее совсем нет; президент РФ – властный лидер, держащий страну в строгом режиме; русские люди – терпеливый и сильный народ.

Метафорические модели, репрезентирующие российскую реальность в области англосаксонских СМИ, позволяют сделать вывод о том, что интерес запада к внутренней и внешней политике России остается на высоком уровне. Однако приведенные отрывки иллюстрируют лишь экспрессивную оценку о тех или иных реалиях России и русских людей, что значит, что это только поверхностное субъективное мнение. В основном все события, освещаемые

американскими и британскими СМИ, затрагивающие образ России, связаны с оценкой лидерских способностей ее президента, его личность и политические приоритеты.

В контексте освещения событий при участии в них России статьи наполнены метафорами эпитетами, что так же говорит об эмотивности суждений. Моделирование образа России в англосаксонских СМИ связано с широким употреблением метафор на всех уровнях, реализованных в метафорические модели.

Выводы по главе II

Анализ средств создания образа России в западных СМИ позволяет нам сделать вывод о том, что к самым продуктивным относятся: на лингвопрагматическом уровне – стратегия конфронтации, которая реализуется через следующие тактики: – тактика провоцирования; – тактика критики действий своего оппонента и руководимой (или представляемой) им страны; – тактика описания собственных чувств и эмоций как не совсем удовлетворяющих определённым стандартам; – тактика тенденциозного цитирования мнения третьей стороны; – тактика защиты; – тактика несогласия; – тактика красноречивого умалчивания; – тактика принятия нейтралитета.

На когнитивно-дискурсивном уровне авторы материалов активно используют различные метафорические модели. Метафорические модели, репрезентирующие российскую реальность в области англосаксонских СМИ, позволяют сделать вывод о том, что интерес запада к внутренней и внешней политике России остается на высоком уровне. Однако приведенные отрывки иллюстрируют лишь экспрессивную оценку о тех или иных реалиях России и русских людей, что значит, что это только поверхностное субъективное мнение. В основном все события, освещаемые американскими и британскими СМИ, затрагивающие образ России, связаны с оценкой лидерских способностей ее президента, его личности и политических приоритетов.

В совокупности указанные средства позволяют формировать в сознании обывателей культурные феномены, именуемые в политической лингвистике идеологемами. Идеологема XXI века, моделирующая образ России, сменила вектор направления с темы коммунизма и плановой экономики в сторону военизированного поведения. На сегодняшний день образ России в мире воспринят как страна-агрессор, которая достигает своих целей путем военной подготовки и военного развития страны, где все вопросы решаются силой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ экстралингвистических и когнитивно-дискурсивных условий формирования образа России в англосаксонских СМИ позволяет нам сделать следующие выводы.

Дискурс отличен по своей природе и практике от таких понятий, как речь и язык. В контексте политической деятельности политический дискурс обладает такими отличительными характеристиками, как институциональность и статусно-ориентированность.

Прогрессируя со временем и развиваясь, физическое значение «борьбы» и «войны» между странами/народами приобретает новый уровень и значение. Международная арена становится полем информационных войн, блокад и конфронтации. Заведомо спланированные сюжеты заставляют нас формировать ожидаемое поведение. Поэтому деятельность СМИ на сегодняшний день – важный инструмент политики, позволяющий защищать интересы своего государства и политической элиты страны, оправдывающий собственные неудачи и моделирующий образ остального мира. Политическая деятельность напрямую связана с языковой деятельностью, позволяющей убеждать массы. Именно исходя из этого утверждения, многие исследователи связывают между собой политику и язык, репрезентирующихся в политическом дискурсе, который по своей природе является институционализированным. В XXI веке конфронтация между странами усугубляется в процессе «борьбы» за влияние на мировую общественность, рынки сбыта, ресурсы и др. Данная конфронтация в мире развития науки и технологий ежедневно реализуется через СМИ при помощи использования стратегии «свои-чужие» как базовой оппозиции политики собственного правительства и остального мира. Современное информационное поле стало носить агрессивный характер, через которое легко влиять на настроения масс, донести «нужные» данные, объяснить и внушить свою позицию, объяснить, почему данная политика правильна, а «чужая» – нет.

В контексте политического дискурса корпусный анализ позволяет выделить и выявить реальные словоупотребления в естественной среде языка и произвести исследование, анализ всего массива текстов. Особое влияние на сегодняшнем этапе мирового развития на формирование общественного мнения имеют США и страны Западной Европы, поскольку англосаксонская модель журналистики была составлена именно исходя из опыта этих двух «держав», а так же исходя из того факта, что они являются главными носителями английского языка. К англосаксонским СМИ относят любой материал, изданный на английском языке. Именно поэтому в данной работе в качестве эмпирического материала используются статьи, опубликованные в СМИ Соединенных Штатов Америки и Великобритании.

На протяжении практически всего развития истории эти две державы проявили себя как демократические лидеры, где установлена ценность прав и свобод человека и их соблюдение. И до сих пор имидж и статус Великобритании и Соединенных Штатов Америки в мире воспринимается очень высоко. На сегодняшний день, исходя из политической картины мира, Россия находится в центре внимания СМИ. СМИ, в особенности западным, удается не просто выстраивать картину событий, но и мира, то есть, в том числе формировать представления о России, составляя ее образ в глазах мирового сообщества.

Для ожидаемого и действенного воздействия через СМИ на мнение социума задействуются популярные методы и способы организации информации в пространстве медиа. В отношении России в современном мире, учитывая все экономические и политические ситуации, по большей части применяется конфронтационная стратегия. Конфронтационная стратегия заключается в создании агрессивной обстановки, заведомо настраивая оппонента на импульсивный ответ.

К самым продуктивным приемам относятся: на лингвопрагматическом уровне – стратегия конфронтации, которая реализуется через следующие тактики: – тактика провоцирования; – тактика критики действий своего оппонента и

руководимой (или представляемой) им страны; – тактика описания собственных чувств и эмоций как не совсем удовлетворяющих определённым стандартам; – тактика тенденциозного цитирования мнения третьей стороны; – тактика защиты; – тактика несогласия; – тактика красноречивого умалчивания; – тактика принятия нейтралитета. На когнитивно-дискурсивном уровне авторы материалов активно используют различные метафорические модели.

Метафорические модели, репрезентирующие российскую реальность в области англосаксонских СМИ, иллюстрируют лишь экспрессивную оценку тех или иных реалий России и россиян, затрагивают образ России, связанный с оценкой лидерских способностей ее президента, его личности и политических приоритетов. Идеологемы XXI века, моделирующие образ России, сменили вектор направления с темы коммунизма и плановой экономики в сторону военизированного поведения. На сегодняшний день образ России в мире воспринимается как страны-агрессора, которая достигает своих целей путем военной подготовки и военного развития страны, где все вопросы решаются силой.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авцинова, Г.И. «Тенденции информационной войны против России» / Г.И. Авцинова // Обозреватель. 2011. №7. С. 37 – 49. URL: observer.materik.ru/№7_2011/037_049.pdf. (дата обращения 05.05.2019).
- 2 Академик / Словари и энциклопедии // Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/polytechnic/4600> (дата обращения 04.05.2019).
- 3 Баранов, А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика / А.Н. Баранов // учеб. пособие /// 3-е изд. – М.: Флинта: наука. - 2011. – 592 с.
- 4 Баранов, А.Н. Корпусная лингвистика. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов /// Учебное пособие. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 347 с.
- 5 Берендеев, М.В. Медиадискурсы и образы стран в условиях политики постправды / М.В. Берендеев // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС, 2017. – с. 64-71.
- 6 Будаев Э.В. Метафора в политическом интердискурсе: монография / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Екатеринбург: УрГПУ, 2006. – 215 с.
- 7 Бюлер, К. Теория языка. Репрезентативная функция языка / К. Бюлер. – М.: Прогресс, 1993. – 501 с.
- 8 Величковский Б.М. Образ. Общая психология. Словарь. / Б.М. Величковский, ред.-сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского // Психологический лексикон : энцикл. слов. : в 6 т. –М. : ПЕР СЭ, 2005.
- 9 Волкогонов, Д. А. Борьба идей и воспитание молодежи: монография / Д.А. Волкогонов. – М.: Изд-во ДОСААФ, 1982. – 79 с.
- 10 Даллес, А. Директива 20/1 СНБ США от 18 августа 1948 г. (электронный ресурс) / А. Даллес. URL: <https://kprf.ru/party-live/opinion/139745.html>. (дата обращения: 24.05.2019).

11 Захаров В.П. Корпусная лингвистика: учеб. Для студентов гум. вузов / В.П. Захаров, С.Ю. Богданова // Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2011. – 153 с.

12 Зарипов, Р.И. Когнитивные аспекты метафорического моделирования в политическом дискурсе (на материале французских политических метафор образа России) / Р.И. Зарипов: дис. ... к. филол. н. – М., 2015. – 262 с.

13 Зелинский, С.А. Информационно-психологические войны (Современные психотехнологии манипулирования) / С.А. Зелинский. URL: <https://psyfactor.org/lib/zln3.htm>. (дата обращения 23.05.2019).

14 Земская, Е.А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества / Е.А. Земская // Вопросы языкознания. – 1996. – № 1. – С. 67-79.

15 Карасик, В.И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира / В.И. Карасик // Журнал Политическая лингвистика, 2014. С.74 - 75.

16 Керимов, Р.Д. Артефактная метафорика в политическом дискурсе ФРГ: учеб. пособие / Р.Д. Керимов. Кемерово: Кузбассвуиздат, 2008. – 168 с.

17 Клещина, Н.Н. Метафоричность образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ прошлого и настоящего / Н.Н. Клещина // Власть, 2017. – № 9. – С. 32- 36.

18 Клименко, Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России) / Д.А. Клименко // Вестник Московского университета. Серия 10 Журналистика. – 20109. – № 1. – С. 165-182.

19 Кожемякин, Е.А. Институциональные дискурсы: программа сравнительных исследований / Е.А. Кожемякин // Человек. Сообщество. Управление. – Краснодар, 2007. - №2. – С. 96 – 106.

20 Кошкарова, Н.Н. Экспрессивно-оценочные номинации как средство экспликации оппозиции «свой-чужие» в межкультурном политическом

пространстве / Н.Н. Кошкарлова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017 – № 2(24). – С. 134-138.

21 Кошкарлова, Н.Н. «Как слово наше отзовется»: почему информационная политика может перерасти в информационно-политическую войну / Н.Н. Кошкарлова // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. – 2015. – Т. 10. – № 3. – С. 85-88.

22 Купина, Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции / Н.А. Купина. – Екатеринбург-Пермь, 1995. – 143 с.

23 Купина, Н.А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем / Н.А. Купина // Русский язык сегодня. Вып. 1. / РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. [Отв. ред. Л.П. Крысин]. – М.: «Азбуковник», 2000. – С. 182-189.

24 Мамонтова, В.В. Корпусная лингвистика в современной языковедческой парадигме / В.В. Мамонтова // Журнал Актуальные вопросы современной науки. – 2010. – № 12. – С.230 – 238..

25 Можейко М.А. Дискурс. Гуманитарная энциклопедия / М.А. Можейко, Г.Б. Гутнер, А.П. Огурцов, Т.Х Керимов // Центр гуманитарных технологий (электронный ресурс). 2002–2019 // URL: <https://gtmarket.ru/concepts/6987> (дата обращения 25.08.2018).

26 Нагель, О.В. Корпусная лингвистика и ее использование в компьютеризированном языковом обучении / О.В. Нагель // Язык и культура. – 2008. – № 4. – С. 53-59.

27 Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования / М.М. Назаров // - М.: Наука, 1999. - 487 с.

28 Одесский, М.П. Идеологема «патриот» в русской, советской и постсоветской культуре / М.П. Одесский, Д.М. Фельдман // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 109-123.

29 Осадчий, М.А. Судебно-лингвистическая параметризация экстремистского призыва / М.А. Осадчий // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – №11(19). – 2012. Режим доступа: <file:///C:/Users/1/Downloads/sudebno-lingvisticheskaya-parametrizatsiya-ekstremistskogo-prizyva.pdf> (дата обращения: 15.02.2019).

30 Перельгут, Н.М. О структуре понятия «политический дискурс» / Н.М. Перельгут, Е.Б. Сухоцкая // Вестник Нижневартского государственного университета, 2013. – № 2. – С.35-41.

31 Почепцов, Г.Г. Психологические войны / Г.Г. Почепцов.– М.: Рефл-Бук и Ваклер, 2000. – 528 с.

32 Попова, Т.П. Характеристики институционального дискурса / Историческая и социально-образовательная мысль. – 2015. – Т. 7. – С. 295 – 300.

33 Сейранян, М.Ю. Оппозиция «свой-чужой» как конфликтоген в политическом дискурсе / М.Ю. Сейранян // Фундаментальная наука вузам. – № 2. – 2012. – с. 310-314.

34 Санцевич, Н.А. Метафорические модели и оппозиция «свой-чужой» как способ описания языковой картины мира России в немецкой периодической печати / Н.А. Санцевич // Материалы Междунар. конф. по компьютерной лингвистике «Диалог-21» (Москва, 2002). Т.1: Теоретические проблемы. URL: <http://www.dialog-21.ru/en/digest/archive/2002> (дата обращения: 15.04.2019).

35 Семенов, И.С. Образ России в глобальном мире / И.С. Семенов. Интернет-издание Общественные науки. URL: <https://socialnauki.prosv.ru/article/1885> (дата обращения: 30.05.2019).

36 Солопова, О.А. Лингвополитическая прогностика: сопоставительное исследование моделей будущего России в политических дискурсах России, США и Великобритании XIX в. (1855-1881) и XXI в. (2000-2014): дис. ... д-ра филол. наук / О.А. Солопова. – Екатеринбург, 2016. – 606 с.

- 37 Солопова О.А. Корпусное исследование метафор со сферой-мишенью «Россия» (на базе современного американского дискурса) / О.А. Солопова Г.Р. Валиева М.Б. Ворошилова // Журнал Вестник Южно-Уральского государственного университета. сер.: Лингвистика, 2017. – с. 37-43.
- 38 Столяров, А.И. Словарь-конкорданс и его применение в рамках корпусной лингвистики / А.И. Столяров // Гуманитарные научные исследования. URL: <http://human.snauka.ru/2017/02/21074> (дата обращения: 07.02.2019).
- 39 Тагильцева, Ю.Р. Кто не скаче, той москаль / Ю.Р. Тагильцева // Политическая лингвистика. – 2015. – № 2(48)– С. 175 – 178.
- 40 Тарасов, Е.Ф. Образ России: методология исследования / Е.Ф. Тарасов // Вопросы психологии. – 2006. – № 4. –С. 69-73.
- 41 Торохова, М.В. Идеологема «Террор» в ивритоязычной палестинской периодике 1946-1948 гг. / М.В. Торохова: дис. канд. филол. наук. – М., 2006. – 189 с.
- 42 Феденева, Ю.Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90-х гг. XX века / Ю.Б. Феденева: диссертация ... кандидата филологических наук. – Екатеринбург, 1997. – 181 с.
- 43 Федосеев, А.А. Метафора как средство манипулирования сознанием в предвыборном агитационном дискурсе / А.А. Федосеев: автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.19. – Челябинск, 2004. – 20 с.
- 44 Философия: энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина - М. Гардарики, 2004. – 1072 с.
- 45 Фуко, М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко. – М.: Прогресс, 1977. – 487 с.
- 46 Чернявская, В.Е. Молодыченко Е.Н. История в дискурсе политики: лингвистический образ «своих» и «чужих» / В.Е. Чернявская, Е.Н. Молодыченко. – М.: Ленанд, 2014. – 200 с.
- 47 Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2000. – 413 с.

- 48 Шишканова, Ю.С. Образ России в американских СМИ / Ю.С. Шишканова // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира: материалы IX Международной студенческой научно-практической конференции. – 2018. – С. 457-460.
- 49 Энциклопедический социологический словарь / Общ. ред. Г.В. Осипова. М.: ИСПИ РАН, 1995. – 940 с.
- 50 Юнг, К.Г. Душа и Миф. Шесть архетипов / К.Г. Юнг / Пер. с англ. – Москва-Киев: Порт-Рояль-Совершенство. – 1997. – 384 с.
- 51 Якобсон, Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. – С. 193–230.
- 52 Anholt, S. Brand New Justice: The Upside of Global Branding / S. Anholt. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003. – 180 p.
- 53 Fairclough, N. Media discourse / N.Fairclough. – London: Edward Arnold, 1995. – 214 p.
- 54 Global Wealth Databook 2016. Credit Suisse Research Institute. URL: [global-wealth-databook-2016.pdf](#) (дата обращения 26.05.2019).
- 55 Philips, L. Mediated communication and the privatization of public problems discourse on ecological risks and political action / L. Philips // European Journal of Communication, 2000. 15(2). – pp. 171-207.