

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт лингвистики и международных коммуникаций
Кафедра лингвистики и перевода

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой,
д.филол.н., доцент
_____ /Т.Н.Хомутова/

**КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА СССР В
АМЕРИКАНСКОМ ДИСКУРСЕ 30-Х - 50-Х ГОДОВ ХХ ВЕКА**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ - 45.03.03.2020.128.ВКР

Руководитель,
д.филол.н., проф.
_____ /О.А. Солопова /
« ___ » _____ 2020г.

Автор
студент группы ЛМ-437
_____ /Т.С. Пеганова/
« ___ » _____ 2020г.

Нормоконтролер,
к.филол.н., доцент
_____ /О.И. Бабина/
« ___ » _____ 2020г.

Работа защищена с оценкой

« ___ » _____ 2020г.

Челябинск
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОГНИТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА СССР В АМЕРИКАНСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ 30-Х–50-Х ГОДОВ ХХ ВЕКА.....	6
1.1 Когнитивное моделирование как метод познания в научных исследованиях	6
1.2 Понятия «имагология» и «имиджелогия» в современной лингвистике	11
1.3 Публицистический дискурс как тип институционального дискурса.....	19
Выводы по главе 1	26
ГЛАВА 2 КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА СССР В АМЕРИКАНСКОМ ДИСКУРСЕ 30-Х–50-Х ГОДОВ ХХ ВЕКА: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	29
2.1 Методика сопоставительного когнитивного исследования моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов ХХ века	29
2.2 Сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР 30-х–50-х годов ХХ века на материале американского публицистического дискурса	34
2.3 Сопоставительный анализ общих для трех периодов и наиболее частотных единиц, выявленных при когнитивном моделировании образа СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов ХХ века.....	41
Выводы по главе 2	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	47
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	52

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире при проведении различного рода исследований в области когнитивистики и дискурса исключительной важностью наделяется процесс установления связи рассматриваемых специалистом языковых явлений с работой человеческого сознания, с нашей ментальной деятельностью, и наблюдения за тем, как именно мы используем то или иное языковое явление при коммуницировании друг с другом. Е. С. Кубрякова, понимающая под дискурсом "когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения" [14], в своих работах отмечала, что в любом речевом акте, осуществляемом нами, прослеживается некое «конструирование мира». Оно выражается, во-первых, в процессе категоризации предметных и признаковых сущностей объекта, а во-вторых, в выборе той перспективы, по отношению к которой характеризуется данный объект или ситуация, а потому дискурс следует воспринимать, как нечто способное создать новые "возможные миры" [16]. В таком случае те языковые формы, которые мы при этом используем, играют немаловажную роль – они служат построению такого мира. Рассматриваемые в ходе настоящего исследования процессы, такие как моделирование образа в теории имагологии и имиджелогии, а также дискурса, доказывают исключительную необходимость проводить еще более глубокий анализ связи речевых актов с результатом их восприятия адресатом. Эти процессы представляются крайне важными для изучения, поскольку являются составной частью коммуникации не только межличностной, но и межкультурной, что обуславливает актуальность представленной работы.

Объектом исследования является образ СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов XX века.

Предмет исследования – динамика моделируемого образа СССР в американском публицистическом дискурсе довоенного (1930-1939 гг.), военного (1939-1945 гг.) и послевоенного (1945-1959 гг.) времени.

Цель исследования – определить и проанализировать динамику когнитивного моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе указанных периодов.

В соответствии с целью, объектом и предметом исследования были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы для проведения исследования по обозначенной теме.
2. Собрать выборку контекстов для работы в ходе ведения практической части исследования.
3. Выделить в материале необходимые для исследования единицы.
4. Провести сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов XX века.

В качестве гипотезы мы приняли следующее: образ СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов XX века был различным в три периода: до Второй мировой войны, в ее время и после ее завершения; это обосновано событиями, происходившими в обозначенные временные промежутки на мировой арене.

Теоретической базой исследования являются научные исследования в области теории дискурса и когнитивной лингвистики следующих авторов: В. И. Карасик, Е. С. Кубрякова, С. Г. Тер-Минасова, К. В. Костина, В. Я. Белобрагин, П. Линдсей, С. Л. Рубинштейн, Е. Г. Беляевская, В. А. Маслова, Н. Д. Арутюнова и др.; в ходе исследования привлекались также работы по психологии, имиджелогии и имагологии.

При проведении исследования были использованы следующие методы: метод сплошной выборки, метод когнитивного моделирования, метод контекстуального анализа, метод анализа словарных дефиниций, метод дефиниционной трансформации, метод компонентного анализа; метод сопоставительного анализа; также привлекались статистические методы.

Научная новизна работы определяется тем, что в ней впервые было проведено исследование когнитивного моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов XX века на англоязычном материале прессы США, а полученные результаты были сопоставлены с историческими фактами.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии теории дискурса, когнитивной лингвистики, имагологии и имиджелогии.

Практическая значимость работы состоит в возможности применять данные и результаты исследования в рамках курсов по дискурсу, когнитивной лингвистике, имиджелогии, имагологии и истории.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целями и задачами исследования, логикой изложения материала и состоит из введения, двух глав, в каждой из которых содержится 3 пункта и подведение итогов в выводах по главе, заключения и библиографического списка. Общий объем работы составляет 54 страницы.

Материалы данного исследования были представлены на конкурс «Лучшая студенческая научно-исследовательская работа по лингвистике, международным коммуникациям, политологии» в номинации «Лучшая студенческая научно-исследовательская работа по лингвистике, международным коммуникациям, политологии среди специалистов и бакалавров» и отмечены дипломом III степени.

На основе представленной работы была написана статья «Когнитивное моделирование образа и имиджа страны в публицистическом дискурсе» для межвузовского сборника трудов молодых ученых “Studium Juvenis”, которая на данный момент находится в публикации; при этом материалы и результаты работы прошли апробацию в рамках проекта РФФИ 19-012-00192. Также автором исследования была осуществлена подготовка материалов к выставкам «Урал в годы Великой Отечественной войны» в 2019 и 2020 годах.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОГНИТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА СССР В АМЕРИКАНСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ 30-Х–50-Х ГОДОВ XX ВЕКА

1.1 Когнитивное моделирование как метод познания в научных исследованиях

При проведении исследований в области когнитивистики перед специалистами прежде всего ставится задача изучить природу когнитивных способностей человека, то есть сознательно рефлексирующего субъекта коммуникации, который, выстраивая в своем сознании картину окружающего мира в виде модели, анализирует результаты собственного реагирования на самые разные ситуации и явления, а также довольно часто применяет моделирование как таковое в различных сферах жизнедеятельности.

Принимая во внимание определения когнитивного моделирования в самых разных сферах человеческой деятельности, можно вывести наиболее общее определение - это мысленное создание некоей системы, или модели, наделенной важными для исследования определенными свойствами изучаемых объектов.

П. Линдсей и Д. Норман придерживались в своих работах позиции, что именно когнитивное моделирование той или иной ситуации, стремление так или иначе ее мысленно интерпретировать, определяют всю суть такого сложнейшего и важнейшего явления, как человеческое мышление [20]. Действительно, человек даже в ходе ведения своей повседневной жизни беспрестанно вовлечен в процесс как сознательного моделирования реальности, например, во время того, что мы называем мечтанием, так и бессознательного, отражающего полученный нами прямо или косвенно опыт

для решения самых разных проблем: от социально-бытовых до профессиональных и научных. Стоит отметить, что моделирование, основанное на опыте и имеющее место чаще всего в бытовых ситуациях, можно приравнять к обдумыванию результата наличия или отсутствия той или иной ситуации, совершения или не совершения каких-либо действий. В то же время построение когнитивной модели может быть и основой мысленного эксперимента, являющегося эффективным способом получения знаний и применяемого многими исследователями, в числе которых можно назвать Н. Бора, М. Планка, А. Эйнштейна, С. И. Вавилова, Ч. Шеррингтона и других. В. И. Ленин в своих трудах также отметил связь науки и фантазии, являющейся неотъемлемой частью когнитивного процесса [18]. "Напрасно думают, - писал он, - что она (фантазия – прим. авт.) нужна только поэту. Это глупый предрассудок. Даже в математике она нужна, даже открытие дифференциального и интегрального исчисления невозможно было бы без фантазии. Фантазия есть качество величайшей ценности..." [19].

С. Л. Рубинштейн описал суть мысленного эксперимента таким образом: во-первых, признано, что проведение любого эксперимента крайне тесно связано с деятельностью воображения экспериментатора; во-вторых, ученым было отмечено, что при осуществлении эксперимента ищется не абстрактная идея, которая могла бы дать все ответы на вопросы, а нечто конкретное, реальное; в-третьих, мысленный эксперимент, базирующийся на построении когнитивных моделей, должен пройти путь от простой идеи, угадывания общего принципа решения задачи, до определенно выраженной схемы, а затем и до чего-то конкретного, например, изобретатель от замысла изобретения переходит к созданию чертежа, графического изображения, а после к конструированию самого изобретения. [31].

Когнитивное моделирование в некоторых случаях является единственным возможным методом познания, например, если объект исследования слишком мал или велик, слишком сложно устроен или не существует в

принципе. Спроектированная мысленная модель успешно может заменить его, будучи возможной для изучения и наделенной только важными для проведения исследования свойствами. Исходя из последней изложенной мысли, стоит сказать, что не стоит, однако, и переоценивать роль когнитивного моделирования как метода научного познания в том смысле, что модель, обладая лишь некоторыми свойствами исходного объекта, не воспроизводит весь прототип детально, а потому не может дать ответы на абсолютно все вопросы, поставленные исследователем, а в ином случае может даже привести его к ложным выводам.

Мысленный эксперимент в отличие ограничен исключительно рамками человеческого сознания, в то время как для осуществления реального нужны должный уровень развития знания, техники, а иногда и большие расходы. Сочетание в мысленном эксперименте творческого воображения и логического мышления ученого с экспериментальной и теоретической базой, позволяет временно отойти от окружающего мира и перейти к его воображаемому, виртуальным конструктам с целью более глубокого понимания и исследования природы наблюдаемых объектов и явлений.

Как писал С. Л. Рубинштейн в "Основах общей психологии", "воображение может, ... предвосхищая будущее, создать образ, картину того, чего вообще не было" [30, с. 347]. Действительно, при реализации мысленного эксперимента как результата когнитивного моделирования представляется возможным помещать объект исследования в самые разные условия, вводить его во взаимодействие с другими объектами или осуществлять принципиально новый вид взаимосвязи между его составными элементами, а это в свою очередь открывает новые горизонты, например, возможность наблюдать новые причинно-следственные отношения, пространственно-временные и иные изменения, которые виртуально совершаются в объекте, сравнивать их с начальными условиями и связями. Помимо этого, при создании когнитивной модели ситуации, явления или

предмета в ходе исследования специалист может вернуться к началу своей работы и вернуть объект в исходное состояние, если поставленная гипотеза не подтвердилась или вывод оказался ошибочным. В итоге исследователь получает или не получает подтверждение своих предположений об объекте, находит его новые, ранее неизвестные свойства, однако нельзя не отметить, что мысленный эксперимент не может быть единственным основанием для совершения научного открытия, ведь научная абстракция обязательно должна быть подтверждена реальным применением результатов такого исследования на практике. Иными словами, теоретические интеллектуальные операции, то есть построение когнитивной модели, воспринимаются как нечто первичное, что происходит на уровне сознания, а затем на этой базе осуществляется уже конкретная деятельность [30, с. 392].

Отметим, что В. Гарвей, применяя возможности когнитивного моделирования в своей научной деятельности, построил модель, демонстрирующую замкнутость круга кровообращения, однако практически доказать эту теорию оказалось возможным позже лишь при дальнейших реальных экспериментах в условиях более развитой технической оснащённости с получением наглядных примеров. Похожая ситуация имела место при развитии нейрофизиологических знаний, когда потребовались действительные доказательства наличия мысленно созданного некоего скрытого механизма, обуславливающего задержку при передаче возбуждения с нерва на мышцу, причем теоретические когнитивно смоделированные предположения подтвердились и закрепились в науке опять же при реальном детальном исследовании вышеупомянутого механизма.

В добавление ко всему вышесказанному стоит сделать акцент на том, что когнитивное моделирование хоть и стоит, как мы видим, истоками у точных наук, в настоящее время активно используется и в сфере гуманитарных наук, в том числе в лингвистике [9]. За обозначение когнитивного моделирования именно в лингвистической науке можно взять определение, которое

предлагает Е. Г. Беляевская: она подразумевает под этим понятием "создание гипотетической модели явления с последующей верификацией этой модели на языковом материале" [3]. Именно когнитивное моделирование можно назвать основным методом познания в такой науке, как когнитивная лингвистика, ставящей перед собой цель изучить человеческий язык в совокупности с тем, как он связан с нашей мыслительной деятельностью. В этой связи модель, создающаяся лингвистом-когнитивистом в процессе его научной деятельности, считают главным механизмом, который обеспечивает как обработку, так и хранение информации о мире в человеческом сознании [21]. Е. С. Кубрякова и В. З. Демьянков выразили мысль, что такую модель можно воспринимать в нескольких смыслах: это и концепция, предполагающая считать язык одним из видов когнитивного процесса, и модель того, как мы понимаем текст, являющийся результатом естественной обработки информации, и характеристика процесса категоризации воспринимаемого [15].

Нельзя не отметить тот факт, что роль построения когнитивной модели в рамках лингвистической науки исключительна ввиду того, что изучаемые как языковые явления или процессы, так и когнитивные тесно связаны друг с другом, многоаспектны, имеют тенденцию к динамичности и изменениям во времени.

Область применения знаний в лингвистике в целом, полученных благодаря построению когнитивных моделей в рамках когнитивистики, не ограничивается только лишь дальнейшими теоретическими разработками в пределах последней. Например, лингводидактика активно использует результаты деятельности когнитивистов, что продиктовано тесной связью конечных целей этой науки с "моделированием языковой способности человека" [4]. Кроме того, когнитивное моделирование играет не последнюю роль в случаях, когда требуется перевести произведение из числа художественной литературы на другой язык. Это обусловлено широким

использованием концептов, как связанных с культурой определенного народа, так и авторских, которые могут быть не совсем понятны иноязычным читателям. Е. А. Огневой подтверждено, что именно когнитивно-сопоставительное моделирование может помочь читателю или переводчику, не являющемуся носителем языка оригинала произведения, правильно, в соответствии с намерениями автора воспринять "когнитивные образования и репрезентирующие их языковые структуры, формирующие концептосферу текста-оригинала" [25].

Также, принимая во внимание второй вариант интерпретации понятия когнитивной модели по Е. С. Кубряковой и В. З. Демьянкову (см. выше) и факт непрерывного крайне активного развития средств массовой информации, нельзя проигнорировать то, как важно полностью изучить проблемы, связанные с передачей и особенно восприятием информации человеком. В этой связи стоит уделить немалое внимание связи восприятия публицистического дискурса, о котором пойдет речь в третьей части первой главы, с такими науками как имагология и имиджелогия, суть которых будет раскрыта в следующем пункте.

1.2 Понятия «имагология» и «имиджелогия» в современной лингвистике

Термины «имидж» и «образ» неразрывно связаны с областью изучения имагологии. Несмотря на сравнительно недавнее появление этой научной дисциплины, она динамично прогрессирует в сфере гуманитарных наук.

Выдающийся российский литературовед А. Р. Ощепков подходит к изучению имагологии со стороны гуманитарных дисциплин. Эти дисциплины, в свою очередь, занимаются изучением образного отображения «чужого». В данном контексте подразумеваются чужие народности и государства в литературном, культурном и общественном сознании определенной исторической эпохи [26].

Образное понятие «чужого» подвергается изучению со стороны имагологии в контексте предубеждения национального самосознания. Это означает рассмотрение обобщенно-образного, эмоционально насыщенного и стабильного понимания «чужого», сформированного в контексте социально-исторической среды.

Из этого следует вывод: имагология раскрывает образа «чужого», описывая и характеризуя воспринимающий субъект. Восприятие происходит за счет результатов оценки и заимствования чужих культурных, исторических или социологических форм. При этом имагология передает национальную самоидентификацию и определенную систему ценностей [27].

Фундаментальная база имагологии была основана благодаря трудам двух французских литературоведов: неоценимый вклад в науку внесли Мариус-Франсуа Гийяр и Жан-Мари Карре. В 1951 году они представили сообществу свою совместную работу «Сравнительное литературоведение», которая посвящена компаративистике – сравнительно-историческому литературоведению. В книге «Сравнительное литературоведение» авторы изучили и детально разобрали образ с точки зрения «другого». М. Гийяр и Ж. Карре уделили внимание образованию и развитию образов в виде изображения других народов и наций на уровнях индивидуального и коллективного сознания.

Следует отметить повышенную заинтересованность имагологической тематикой в России. О данном факте ярко свидетельствуют научные труды таких авторов, как: Е. В. Папилова, Н. П. Михальская, А. Ф. Строев, Е. Ю. Артемова, В. П. Трыкова и В. Е. Багно. Они сходятся во мнении, что имагология характеризуется как одно из направлений изучения литературных аналогий, при этом задачей данного направления является исследование образа другой страны, народа и культуры.

Имагологические исследования уделяют серьезное внимание методологическим подходам и инструментарию ряда филологических и

гуманитарных наук. К этим дисциплинам относятся: лингвистика, лингвостилистика, лингвокультурология, культурология, литературоведение, фольклористика, этнопсихология, концептология, а также антропология.

При рассмотрении лингвистической имагологии кандидат филологических наук, доцент К. В. Костина формулирует ее определение, как раздел науки, который занимается изучением и анализом речевых особенностей, а также способами действия конкретно взятого государства в определенном рассуждении [13].

Следует отметить согласие ряда лингвистов по поводу того, что имагология представляет собой науку об образе в целом. К базовой функции лингвистической имагологии относится репрезентативное отображение специфики языка для различных индивидов. В этом случае весьма значительным становится понимание того, что сутью лингвистической имагологии является изучение стереотипов, которые носители одного языка относят к другому языку или же к «чужим» формам языка собственного.

Автор ряда научных диссертаций С. К. Милославская предлагает вниманию читателей работу, которая строится на широких направлениях теоретических исследований и подразумевает особенность формирования образов на основе стихийного возникновения. С. К. Милославская отмечает, что процесс «образотворения» «может быть наиболее органичным в длительной межэтнической контактной коммуникации, с возможностью стихийного формирования образа «другого»» [23].

Литературовед А. Р. Ощепков в статье «Имагология» отмечает совершенно новую, ранее не отмеченную область изучения внутри ранее упомянутой науки [26]. По мнению ученого, данным направлением современной имагологии можно считать культурную иконографию (“*imagerieculturelle*” — от фр. “*imagerie*” — создание картинок, гравюр; совокупность образов; обработка, техника получения изображений). Французский ученый Даниель Анри Пажо признан основоположником

культурной иконографии, целью же «культурной иконографии» считается познание сложного механизма создания имиджей и образов «чужого» под воздействием исторических, социокультурных, политических и других факторов.

А. Р. Ощепков предлагает рассматривать образ «другого» совместно с исследованием ментальных структур. К данным структурам относятся ценностные системы и культурные модели, которые свойственны изучаемой культурно-исторической эпохе. Эти модели определяют критерии отбора материала и принципы развития образа «чужого», а это, в свою очередь, предполагает изучение образов других стран и народов в широком историко-культурном контексте.

Следует отметить зарубежный вклад в изучение образа и имиджа и их проблем. Среди наиболее видных исследователей отметим следующих: Э. Тоффлер, И. Рейн, С. Анхольт, К. Асплунд, М. Кастельс, Ф. Котлер, Д. Хайдер, С. Бурстин. В научных работах данных авторов термины «образ» и «имидж» не дифференцируются, т.к. слово «image» трактуется в виде «идеи, мнения, визуальности, представления». Стоит отметить, что на сегодняшний день в зарубежной научной литературе нет единого определения понятия «имидж». в среде иностранных ученых отношение к имиджу отличается формальным и довольно пространственным характером. Проблема имиджа в большей мере подверглась исследованию в экономике, социологии, политике и иных смежных отраслях знаний, но не в лингвистике [7].

По мнению американского философа Э. Тоффлера, «имидж» напрямую относится к живым людям, которые в глазах общественности приобретают статус носителя имиджа. При этом подобные личности становятся для сторонних наблюдателей важным социальным ориентиром, влияя на повседневную жизнь обывателей. Данные носители имиджа формируют

паттерны поведения, другие же люди начинают делать собственные заключения о своей жизни на основе данных шаблонов.

Идеи Э. Тоффлера показывают, что имидж неразрывно связан с постоянной сменой символических лидеров, так как происходящее вокруг является непрерывным изменением образов. Эти самые образы формируют человеческое поведение, но их появление неизбежно ускоряется с течением времени [38].

Российские ученые рассматривают образ и имидж как синонимичные понятия, в другом же случае образ считается параметром, который формируется для имиджа. Зачастую образ подразумевает субъективно воспринятое отражение чего-либо, представление о чем-либо [8].

Рассматривая термин «имидж», можно предположить, что он обладает целостным свойством и ни одна из его черт не находится во взаимном противоречии. Таким образом, каждый отдельно взятый элемент имиджа способен сформировать определенные представления о наблюдаемом объекте или личности. Имидж становится своего рода показателем того, как объект или личность воспринимаются при взгляде со стороны.

Известный в научных кругах доктор психологических наук Л. В. Матвеева определяет имидж следующим образом: это «целенаправленно создаваемый особого рода образ-представление, которое посредством ассоциаций наделяет объект (явление, личность, товар и т.д.) дополнительными ценностями (социальными, политическими, социально-психологическими, эстетическими) и, благодаря этому, способствует более эмоциональному восприятию объекта» [22].

Российские исследователи В. Я. Белобрагин и В. В. Белобрагин также изучили понятие «имидж» и пришли к следующему выводу: образ представляется семантической основой весомой доли трактовок понятия «имидж» [2].

Нельзя не отметить происходящую в этом случае оценку имиджа как эмоционально окрашенного стереотипного образа. К такому образу можно отнести идеализированную модель элементов общества, которая формируется с целью приобретения социальных, политических выгод.

Следует отметить точку зрения, которая с позиции социальной психологии считает имидж разновидностью образа, возникающего в результате социального познания [28].

По мнению кандидата психологических наук О. П. Горбушиной, имидж отличается следующими особенностями:

- 1) имидж динамичен;
- 2) имидж имеет ассоциативную природу;
- 3) имидж проще объекта-носителя;
- 4) имидж обладает незавершенным характером [8].

Российский исследователь А. К. Семенов определяет следующие особенности имиджа: динамичность, которая подразумевает изменяемость в соответствии с переменами в носителе имиджа или массовом сознании, а также активность, которая является способностью воздействовать на сознание, эмоции, деятельность и поступки людей [32].

Проблема идентификации понятий «образ» и «имидж» заключается в следующем факторе: дословный перевод “image” («имидж») с английского языка на русский как раз и означает «образ». Сам образ при этом более цельный, чем имиджа, а имидж, в свою очередь, максимально сосредотачивает внимание лишь на определенных чертах различных объектов или явлений.

По мнению видного деятеля российской науки Д. И. Тер-Минасовой, хоть в специализированной литературе «имидж» интерпретируется как «образ», эти два понятия не являются идентичными. Их отличия заключаются в том, что «имидж формируется и начинает представлять интерес только в тех случаях, когда объект (носитель имиджа) становится публичным» [37].

Таким образом, фундаментальной основой имиджа являются позитивные характеристики рассматриваемого объекта, так как формируемое о нем мнение базируется на представлении объекта в наиболее выгодном для него свете, сам имидж при этом объект-носитель формирует для себя сам или с помощью лиц-специалистов в этой сфере, в то время как образ создается либо независимо от объекта-носителя, либо сторонними объектами без условия интенции объекта-носителя.

Из этого можно сделать следующее заключение: имидж специальным образом строится для решения определенных задач, одновременно с этим он является эффективным инструментом для продвижения определенного лица или объекта, будь то публичная личность или какой-либо рекламный продукт. Это доказывает субъективность имиджа [37].

Современный медиадискурс формирует имидж именно таким, каким его должен увидеть конечный получатель, используемые при этом манипуляции приводят к созданию определенного впечатления о наблюдаемом объекте или личности, данное впечатление со стороны кажется реальным положением вещей.

Вышеизложенные данные говорят о том, что современная лингвистика уделяет огромное внимание понятиям «образ» и «имидж», данные термины, в свою очередь, изучаются имиджелогией и имагологией. Имагология в лингвистике предполагает детальное изучение образа, а также речевых особенностей формирования и функционирования образа конкретного государства в определенном дискурсе. В противовес этому имиджелогия изучает механизмы формирования образа, которые носят теоретический и практический характер. Прикладной фактор дает возможность рассмотреть историческую имагологию с новых научных ракурсов.

Имагология как наука пристально изучает динамический, настоящий и естественный образа чужой культуры, который сформировался исторически. Особый интерес к результатам деятельности в русле своих исследований

получила именно историческая имагология. Благодаря проведению работ в сфере такой отрасли науки предоставляется возможность проследить за тем, как, например, менялся образ той или иной страны с течением времени в глазах остального мира, сравнить такие образы одной и той же страны, описанные различными исследователями, сопоставить факты, полученные из разных описаний для объяснения политических и социальных явлений, а в глобальном плане – вписать образ рассматриваемой страны в общеисторический контекст, что предоставляет шанс смоделировать полную историческую картину мира определенного периода, потому как описание образа страны каким-либо автором является в меньшей степени его субъективным мнением, в большей же – продуктом массового сознания.

Фундаментальным принципом российской имагологии является тот факт, что после изучения чужого образа следует изучение образа отечественной культуры. Следовательно, это максимально эффективно способствует межкультурному обмену и взаимопониманию, что отвечает требованиям проведения межстрановой политики, нацеленной на укрепление коммуникации культур.

Имиджелогия же занимается исследованием искусственного и целенаправленно создаваемого образа кого-либо или чего-либо с помощью плюрализации пропаганды. Принимая во внимание сферу возможного применения знаний имиджелогии, ее подразделяют на самые разные виды: личностную, управленческую, корпоративную, педагогическую, а также в числе многих других политическую и историческую.

Учитывая постоянно возрастающую тенденцию к практически непрерывному состоянию нахождения различных объектов в процессе коммуникации, стоит отметить возникшую потребность в профессионалах по части создания имиджа – имиджмейкерах. Если говорить о создании имиджа целой страны, что входит в компетенцию практического аспекта политической имиджелогии, в этом случае для устойчивого признания и

авторитета используются наиболее эффективные инструменты, среди них: реклама, средства массовой информации, связи с общественностью и т.д.

Именно здесь, останавливаясь на средствах воздействия на общественность, стоит отметить связь двух рассмотренных выше наук с темой, обозреваемой в третьей части первой главы, – с публицистическим дискурсом.

1.3 Публицистический дискурс как тип институционального дискурса

Термин «дискурс» изначально возник в лингвистике, где Э. Бенвенист употребил в своих трудах слово “discours”, которое переводилось с французского как «речь». Исследователь добавил данному понятию терминологическое значение, понимая под дискурсом индивидуальную речь говорящего [5].

Вплоть до настоящего времени термин «дискурс» представляется одним из наиболее важных понятий в коммуникативной лингвистике и иных науках, в связи с чем он предполагает возможность использования большого количества научных интерпретаций. Четкого и универсального определения дискурса, которое затрагивало бы все варианты его использования, не существует. Данное понятие включает традиционные представления о речи, тексте, диалоге, стиле и даже языковой системе. В некоторых исследованиях можно встретить довольно узкие определения дискурса, которые были введены определенными авторами.

Современные ученые рассматривают дискурс в качестве одной из наиболее важных форм обыденной жизненной практики человека и в качестве сложного явления коммуникации, в которое входят, помимо текста, и некоторые факторы из экстралингвистики (знания об окружающей действительности, мнения, установки, цели адресата), которые важны для смыслового понимания текста.

Ю. С. Степанов под понятием «дискурс» понимает выражение языковой и социокультурной действительности. Данное понимание основано на том, что дискурс представляет собой специфический способ использования языка с целью выражения ментальности, что находит свое отражение в характерной грамматике и лексических правилах и, в конечном результате, способствует созданию особого «ментального мира» [35].

Исследуя дискурс в качестве предмета лингвистики текста с использованием метода дискурсивного анализа, Т. М. Николаева понимает дискурс в качестве многозначного термина, который используют некоторые исследователи в практически омонимичных значениях, и на основании предложенных ими определений исследователь формулирует основные характеристики дискурса: во-первых, его диалогичность, во-вторых, его принадлежность к устно-разговорным формам текста, в-третьих, возможность рассматривать его в качестве группы высказываний, связанных между собой определенными смыслами, и, в-четвертых, исключительную и обязательную связность дискурса как текста [24].

С позиции итога, дискурс можно рассматривать в качестве комплекса текстов, которые появляются в ходе коммуникативного процесса. При анализе дискурса в качестве процесса, его можно понимать в смысле вербализуемой (по принципу «здесь и сейчас») речемыслительной деятельности. Еще одним фактором возникновения дискурса представляется изучение его социального статуса. Следовательно, можно говорить о речи, которая рассматривается в качестве целенаправленного социального действия, определенного компонента, принимающего участие в процессе взаимодействия людей и механизмах сознания, иными словами, в процессах когнитивной направленности, а потому дискурс можно считать речью, «погруженной в жизнь» [1].

Согласно мнениям социолингвистов, дискурс является процессом коммуникации людей, который необходимо рассматривать с позиции их

отнесения к определенной социальной группе или конкретной типичной речеповеденческой ситуации, в качестве примера здесь можно привести институциональное общение [10]. Следовательно, социолингвистический подход к изучению дискурса подразумевает восприятие участников коммуникации как представителей конкретной социальной группы и исследование обстоятельств общения с учетом широкого социокультурного контекста.

С точки зрения социолингвистики, В. И. Карасик определяет два главных типа дискурса: персональный (лично-ориентированный) и институциональный [11]. При первом варианте адресант выступает в качестве самостоятельной личности во всей широте своего внутреннего мира, при втором – в качестве представителя конкретного социального института.

Институциональный дискурс является в широком смысле общением в конкретных рамках статусно-ролевых отношений. В. И. Карасик отмечает, что по отношению к современному обществу можно классифицировать следующие формы институционального дискурса: политический, дипломатический, юридический, военный, религиозный, мистический, деловой, рекламный и др. [11]. При этом, по мнению исследования, вышеприведенный список можно расширить или видоизменить, так как общественные институты имеют ряд кардинальных отличий друг от друга и не могут рассматриваться в качестве однородных явлений, помимо этого, они исторически могут изменяться, сливаться друг с другом и появляться как разновидности в рамках конкретного типа.

Институциональный дискурс является специализированной клишированной разновидностью коммуникации между людьми, которые могут быть незнакомы, но должны общаться по нормам конкретной социальной группы или коллектива. Безусловно, любая коммуникация отличается многомерным, партитурным характером, и его виды

определяются с широкой степенью условности. Полная ликвидация личностного начала может превратить участников институционального общения в манекенов, наряду с этим можно говорить об интуитивно ощущаемой оппонентами границе, выход за которую является угрозой основы существования конкретного общественного института.

По мнению исследователей, необходимо выделять институциональный дискурс в соответствии с двумя системообразующими признаками: цель и участники коммуникации [11; 33; 34]. Например, цель политического дискурса заключается в завоевании и удержании власти, цель педагогического дискурса – в социализации нового участника группы и т.д. Главными участниками институционального дискурса выступают представители института (агенты) и люди, которые к ним обращаются: педагог и ученик, политик и избиратель. Участники институционального дискурса имеют ряд различных черт по своим качествам и предписаниям поведения: отношения между рядовым военнослужащим и генералом имеют большое количество принципиальных отличий, к примеру, от отношений между педагогом и учащимся средних классов.

Говоря о видах институционального дискурса, особого внимания заслуживает изучение медийного (публицистического) дискурса. Н. И. Клушина определяет его как воздействующий тип дискурса, который, ставя своей целью реализовать интенцию убеждения, оказывает тем самым на получателя информации огромный перлокутивный эффект, важнейшей частью такого дискурса при этом является публицистический текст [12].

Прежде всего, важно отметить, что все публицистические тексты предполагают наличие определенных лингвистических особенностей. Публицистический текст в большинстве случаев строится в качестве рассуждения: выдвигается важная общественная проблема, анализируются и оцениваются вероятные пути ее решения, создаются обобщения и выводы,

материал располагается в строгой логической последовательности, часто употребляется общенаучная терминология.

Также в большинстве публицистических текстов отражаются главные идеологемы и стереотипы общества, тиражирование которых осуществляют СМИ. Максимально часто используемые слова данного вида дискурса превращаются в своеобразные символы, маркеры эпохи. Именно по ним можно делать выводы об особенностях конкретного временного отрезка. Даже простое перечисление таких слов (например, «терроризм», «бюджет», «выборы»), способствует созданию своеобразной картины мира. Следовательно, такие слова составляют концептуальную основу публицистических текстов.

Для лексики публицистических текстов специфично употребление образных средств, косвенного значения слов, слов с яркой эмоциональной окраской: «баланс политических сил», «инфляция совести», «атмосфера доброжелательности», «паразитировать на теле общества». В публицистическом дискурсе достаточно широко используется общественно-политическая лексика, а также лексика, обозначающая понятия морали, этики, медицины, экономики, культуры, или отражающая внутреннее состояние, переживания человека [6].

Для синтаксиса исследуемого дискурса специфично введение однородных членов, вводных слов и предложений, причастных и деепричастных оборотов, сложных синтаксических конструкций. В частности, в процессе построения дискурса немаловажное значение приобретает синтаксическая организация. Единство связей в тексте обуславливается тесной синтаксической спаянностью некоторых структурных частей, которые представляют собой сверхфразовые единства, и фраз, из которых данные единства состоят. Данная синтаксическая связь способствует актуализации преподносимой информации. С целью привлечения внимания используются

риторические вопросы, восклицания, вопросно-ответная форма начала текста.

При выборе организационной структуры важно также учитывать следующие факторы: подбор членов предложения (причем не только главных, но и второстепенных); типы предложений как по цели высказывания, так и по количеству грамматических основ; длину предложения, потому как слишком длинные предложения могут привести автора к коммуникативной неудаче; использование прямой речи и косвенной; размер текста, который должен быть достаточно большим, чтобы осветить все необходимые вопросы и позволить автору выразить прямо или скрыто свое мнение, реализовать все свои намерения в отношении адресата текста, но и не слишком объемным, чтобы не перегружать читателя информацией.

Именно правильный выбор такого рода слагаемых публицистического текста в большой степени помогает достичь конечной цели публицистического дискурса – воздействовать на адресата в нужном русле, информировать его о чем-либо.

Помимо этого, для воздействия на читателей или снабжения их необходимой информацией в публицистических текстах широко используются вставки и всевозможные языковые трансформации знакомых всем прецедентных текстов. Такого рода «тексты в тексте», являющиеся по своей сути результатом языковой игры – игры со смыслами – достаточно частотны в рассматриваемом типе дискурса, так как отражают общую, ставшую уже привычной тенденцию к карнавализации языка средств массовой информации. Прецедентные феномены применяются как в заголовках, так и в самом тексте. При этом они чаще всего даются без кавычек, «вплавляясь» в авторский текст, стараясь таким образом имитировать свою принадлежность автору, однако их общеизвестность настолько велика, что цитатность не вызывает сомнений. А тот факт, что понятие публицистический

текст становится уже практически невозможно без преодоления элементарности, простоты и линейности восприятия, вполне очевиден для всех, кто оказывается адресатом таких текстов.

В заключение стоит сказать, что публицистический дискурс является крайне важным предметом для изучения, ведь с момента своего появления он оправдывает изначальную цель своего существования – воздействовать массово на сознание общественности. Именно это объясняет самые разные общественные явления, среди которых особо стоит отметить появление стереотипов в плане отношения общества к различным социальным группам, культурам, странам, национальностям, причем далеко не всегда даже те же стереотипы небезосновательны – интенция автора текста совсем не обязательно может быть воспринята адресатами ровно так, как должна быть, вследствие, например, неправильного подбора вышеперечисленных слагаемых публицистического текста или неверной экспликации фоновых знаний целевой аудитории, что знаменует собой коммуникативную неудачу. Принимая во внимание прагматическую направленность как обязательный компонент публицистического дискурса, а также его огромный манипулятивный потенциал, реализуемый через все названные выше средства, стоит отметить, что публицистический дискурс должен всегда оставаться не обделенным вниманием исследователей по той причине, что общество, находясь под воздействием коммуниканта-доминанта, которым является автор той или иной единицы рассматриваемого вида дискурса в силу обладания большим количеством знаний по обозреваемой теме, не стремится установить действительную истинность или ложность освещенных фактов, принимая их в большей части как истинные в случае успеха коммуникации авторских идей и читательского сознания именно благодаря тому, что публицистический дискурс за время своего существования выработал целую систему правильного воздействия.

В свою очередь, появление неверных представлений у адресатов о чем-либо, знакомом им исключительно по единицам публицистического дискурса, может привести к самым непредсказуемым результатам, например, к враждебному отношению населения одной страны к населению другой, что является результатом выброса в общество информации с ложными, искаженными или преувеличенными фактами.

Выводы по главе 1

Когнитивное моделирование можно рассматривать в качестве достаточно эффективного способа познания, который применим практически во всех научных областях, в том числе в сфере лингвистики. Формирование гипотетической модели явления с последующей верификацией ее на языковом материале можно считать основным инструментом когнитивной лингвистики, который позволяет изучать язык в его тесной связи с интеллектуальной деятельностью человека, однако стоит еще раз отметить, что когнитивная модель не может в полной мере заменить изучаемые предмет или явление ввиду своей неполной наделенности всеми характеристиками, определяющими исследуемый объект.

Нельзя не отметить тот факт, что роль построения когнитивной модели в рамках лингвистической науки невозможно переоценить ввиду того, что изучаемые как языковые явления или процессы, так и когнитивные тесно связаны друг с другом, многоаспектны, динамичны и изменяемы во времени.

Область применения знаний в лингвистике в целом, полученных благодаря построению когнитивных моделей в рамках когнитивистики, не ограничивается только лишь дальнейшими теоретическими разработками в пределах последней.

Также, принимая во внимание один из вариантов интерпретации понятия когнитивной модели по Е. С. Кубряковой и В. З. Демьянкову и факт непрерывного крайне активного развития средств массовой информации,

нельзя проигнорировать то, как важно полностью изучить проблемы, связанные с передачей и особенно восприятием информации человеком.

Если говорить о когнитивном моделировании образа, которое является темой данного исследования, необходимо принять во внимание направление деятельности таких наук, как имагология, которая занимается изучением динамического, настоящего и естественного образа чужой культуры, сформированного исторически, и имиджология, занимающаяся исследованием искусственного, целенаправленно создаваемого образа кого-либо или чего-либо с помощью плюрализации пропаганды.

Кроме того, при проведении различного рода исследований в русле этих наук или при изучении уже проделанных работ стоит уделить понятиям "имидж" и "образ", которые, с одной стороны, некоторые исследователи рассматривают их в качестве синонимов, а с другой – не являются взаимозаменяемыми в том смысле, что образ более полон, чем имидж, концентрирующий внимание только на определенных чертах объекта или явления.

С образом и имиджем в рамках данной работы исключительно тесно связан публицистический дискурс. В соответствии с мнениями авторов, изучающих сферу дискурса, последний принято разделять на персональный (лично-ориентированный) и институциональный, причем публицистический дискурс относится ко второй группе. Под публицистическим дискурсом понимается такой тип дискурса, который направлен на воздействие, на реализацию интенции убеждения, то есть имеющий в своей основе перлокутивный акт, причем важнейшей частью здесь является публицистический текст. Последний, соответственно, имеет ряд особенностей, например, он в большинстве случаев строится в качестве рассуждения, а именно: для изучения предлагается некий важный вопрос, обсуждение которого найдет отклик в обществе, рассматриваются возможные пути решения анализируемой проблемы, что предполагает

создание каких бы то ни было обоснованных выводов. Для этого при организации материала обычно имеет место строгая логическая последовательность. Также в большинстве публицистических текстов отражаются главные идеологемы и стереотипы общества. Максимально часто используемые слова данного стиля превращаются в своеобразные символы, маркеры эпохи. Именно по ним можно делать выводы об особенностях конкретного временного отрезка. Для лексики публицистических текстов специфично употребление общенаучной терминологии, прецедентных феноменов, образных средств, косвенного значения слов, слов с яркой эмоциональной окраской; также достаточно широко используется общественно-политическая лексика и лексика, обозначающая понятия морали, этики, медицины, экономики, культуры или отражающая внутреннее состояние, переживания человека. В процессе построения публицистического типа дискурса немаловажное значение для достижения главной его цели приобретает синтаксическая организация. Для синтаксиса исследуемого дискурса специфично введение однородных членов, вводных слов и предложений, причастных и деепричастных оборотов, сложных синтаксических конструкций, риторических вопросов, восклицаний, вопросно-ответной формы начала текста.

Принимая во внимание прагматическую направленность как обязательный компонент публицистического дискурса, а также его огромный манипулятивный потенциал, реализуемый через все названные выше средства, стоит отметить, что публицистический дискурс должен всегда оставаться не обделенным вниманием исследователей также по той причине, что общество, находясь под воздействием коммуниканта-доминанта, которым является автор той или иной единицы рассматриваемого вида дискурса в силу обладания большим количеством знаний по обозреваемой теме, не стремится установить действительную истинность или ложность освещенных фактов, принимая их в большей части как истинные в случае

успеха коммуникации авторских идей и читательского сознания именно благодаря тому, что публицистический дискурс за время своего существования выработал целую систему правильного воздействия.

В свою очередь, появление неверных представлений у адресатов о чем-либо, знакомом им исключительно по единицам публицистического дискурса, может привести к самым непредсказуемым результатам, например, к враждебному отношению населения одной страны к населению другой, что является результатом выброса в общество информации с ложными, искаженными или преувеличенными фактами.

В заключение стоит сказать, что, учитывая, что главная задача данного типа дискурса, как было указано выше, – эмоционально воздействовать на читателя с помощью самых разных доводов, привить ему определенное мнение, заставить мыслить в нужном русле, создание образа или имиджа в единицах публицистического дискурса заслуживает особого внимания при проведении самых разных лингвокогнитивных исследований.

ГЛАВА 2 КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА СССР В АМЕРИКАНСКОМ ДИСКУРСЕ 30-Х–50-Х ГОДОВ XX ВЕКА: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

2.1 Методика сопоставительного когнитивного исследования моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов XX века

Изучение как советской, так и зарубежной истории позволило выявить следующий факт: одними из важнейших участников событий Второй мировой войны были Союз Советских Социалистических Республик и Соединенные Штаты Америки. Действительно, две крупнейшие в плане территории и сильнейшие в плане развития самых разных направлений организации жизни государства, в том числе и военной мощи, страны не могли остаться в стороне в то время, когда в мире происходило столь значимое событие, даже несмотря на то, что Советский Союз в первые военные годы сохранял нейтралитет. В соответствии с вышеназванным фактом в последующих разделах будет представлено проведенное нами изучение когнитивного моделирования образа СССР в публицистическом дискурсе США.

Сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР в американском дискурсе 30-х–50-х годов XX века заключался в следующем. В ходе работы решено было изучить три когнитивно смоделированных образа Советского Союза: первый соответствует образу СССР в американском публицистическом дискурсе в период до объявления Второй мировой войны, то есть с 1 января 1930 года до 1 сентября 1939 года; второй был призван показать образ Союза в названном дискурсе в период самой войны, то есть с 1 сентября 1939 года по 2 сентября 1945 года; третий же был сконструирован, чтобы когнитивно воссоздать образ СССР в печатном медиадискурсе США в послевоенный период (с 3 сентября 1945 года по 31 декабря 1960 года).

В ходе исследования было решено остановиться на печатных образцах американского публицистического дискурса, то есть на газетной продукции, так как именно их оказалось возможным найти в свободном доступе на следующих электронных ресурсах: CDNC: California Digital Newspaper Collection (режим доступа: <http://cdnc.ucr.edu/cgi-bin/cdnc>) и NYS Historic Newspapers (режим доступа: <http://nyshistoricnewspapers.org>).

В соответствии с установленными для каждого периода временными рамками для изучения когнитивного моделирования образа осуществлялась выборка статей из представленных на ресурсах источников, среди которых: Calexico Chronicle, Coronado Journal, The Colusa Herald, The Desert Sun, Eagle Rock Sentinel, The Healdsburg Tribune, The Healdsburg Enterprise, The Healdsburg Tribune and Enterprise, The Lompoc Review, Madera Daily Tribune and Madera Mercury, Mill Valley Record, Organized Labor, Palos Verdes News, San Pedro News Pilot, San Bernardino Daily Sun, Santa Cruz Sentinel News, Sausalito News, The Sun-Telegram (San Bernardino), Blue Lake Advocate, Hollywood Rivera Tribune, Madera Daily News Tribune, The Herald Of Hobart And William Smith Colleges, The Hilton Record, Endicott Daily Bulletin, The Dundee Observer, Argus, Ogdensburg (N.Y.) Journal, Glens Falls Times, The Colonial News, The Eagle Bulletin, North Country Catholic Edition, The Fulton Patriot, Northport Journal и The Granville Sentinel. Кроме строго оговоренных временных рамок, другими важными и обязательными критериями для отбора материала были, во-первых, наличие в статье таких лексических единиц, как “Russia”, “Soviet Russia”, “USSR”, “Union of Soviet Socialist Republics” или “Soviet Union”; во-вторых, присутствие в статье единиц с положительной или отрицательной оценочной коннотацией, характеризующих вышеназванные лексические единицы или их синонимы, предложенные в рамках использованного материала. Под единицами, которые и будут использованы для исследований в рамках данной работы, мы сейчас и далее подразумеваем такие отрезки выбранных контекстов, которые не только выполняют описательную

функцию при той или иной характеристике СССР, но также содержат в структуре своего значения (в том числе общего, совокупного значения нескольких лексических единиц в составе одной анализируемой единицы), как было сказано ранее, положительную или отрицательную оценочную коннотацию. Так как коннотативные значения не включены в явном виде в значение самой единицы, мы использовали для их выделения предложенный И. А. Стерниным прием трансформации дефиниции, который предполагает преобразование «дефиниции значения в условную фразу, завершающуюся компонентом “и это хорошо/плохо”» [36], при этом источником дефиниций стал толковый словарь Longman Dictionary of Contemporary English (LDOCE) [39].

Рассмотрим подробнее применение такого приема на конкретных примерах с коннотативными значениями обоих полюсов оценочности. Контекст “this great ally is going to have a lot to say in the reconstruction of the world” (Sausalito News, 19.08.1943, “War mongers in the making”) содержит в себе единицу “great”, которая выполняет описательную функцию по отношению к лексической единице “ally”. Опираясь на предложенный контекст, в строгом соответствии с ним мы выбрали из списка возможных дефиниций, предложенных в словаре Longman Dictionary of Contemporary English, следующую: “Excellent, very good” [39]. Используя метод трансформации дефиниции с добавлением завершающего компонента, из двух предложенных сем мы можем составить условную фразу «great – это отличный и очень хороший, и это хорошо» и таким образом вывести оценочную коннотацию с положительной окраской.

Возьмем иной контекст “Lenin is dead but his influence remains potent and keeps Russia an outcast among nations” (San Pedro News Pilot, 07.01.1930, “Soviet Honor”), который в своем составе содержит единицу “outcast”, описывающую лексическую единицу “Russia”. Longman Dictionary of Contemporary English предоставил такое определение: “Someone who is not ac-

cepted by the people they live among” [39], однако такого определения недостаточно для однозначного выявления коннотации, тогда найдем там же определение лексической единицы из предоставленной дефиниции, которое несет смысловую нагрузку, то есть единственную имеющуюся в словаре форму “accepted” – “accept”: “Think somebody/something is good enough”. Трансформируем эту дефиницию: «accept – это когда кто-то или что-то достаточно хорошее, и это хорошо». Тогда “not accept – это когда кто-то или что-то недостаточно хорошее, и это плохо». Таким образом, получаем следующее: «Outcast – это тот, кого не посчитали достаточно хорошим (посчитали достаточно плохим) окружающие, и это плохо», следовательно, единица “outcast” содержит отрицательную оценочную коннотацию.

Далее, в рамках проведенного исследования для изучения когнитивного моделирования образа Советского Союза в американском дискурсе, который относится к довоенному периоду, было отобрано 50 единиц; исследование когнитивного моделирования образа СССР в печатном медиадискурсе США периода Второй мировой войны осуществлялось на основе 54 единиц, а послевоенного периода – на основе 50.

После этапа нашего исследования, предполагающего проведение непосредственно когнитивного моделирования образа Союза в публицистическом дискурсе США каждого временного промежутка, мы перешли к анализу извлеченных данных, итоги обработки которых будут представлены ниже в последующих пунктах. Анализ проводился путем применения статистических методов, обеспечивающих получение наиболее объективных результатов, а также способом описания некоторых выбранных единиц, то есть самых часто встречаемых в американском печатном медиадискурсе каждого обозначенного периода единиц, речь о которых пойдет в последующих разделах.

2.2 Сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР 30-х–50-х годов XX века на материале американского публицистического дискурса

Перед тем, как провести сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе выбранных временных промежутков, стоит охарактеризовать когнитивное моделирование образа Союза трех вышеуказанных периодов по отдельности и выделить ключевые единицы с оценочной коннотацией для каждого из них.

Когнитивное моделирование образа Советского Союза, которое относится к периоду до начала Второй мировой войны, построено на основе, как упоминалось ранее, 50 единиц как с положительной, так и с отрицательной оценочной коннотацией, причем единиц с негативной оценкой значительно больше – 65,08% от общего количества, в то время как положительно окрашенных – всего 34,92%, что показано на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Процентное соотношение единиц с положительной и отрицательной коннотациями (период до Второй мировой войны)

Среди единиц с положительной оценочной коннотацией, выбранных из источников, изданных в довоенный период, наиболее часто встречалась единица “great”, именно таким образом в американском публицистическом дискурсе периода до Второй мировой войны был описан СССР в 6% случаев из всех предложенных. На долю остальных единиц с указанной выше

характеристикой пришлось по 2% , и среди них были: “omnipotent”, “stronger today than it ever has been”, “going forward”, “the land of mystery”, “the strongest and the most important nation”, “the world power”, “most mysterious of all”, “firmer ally”, “a most important element”, “hospitable”, “friendly”, “interested”, “curious”, “stronger than Russia of yesterday”, “the great northern bear”, “the greatest nation in the world”, “dominating importance”, “holds the trump card”, “the great Russian bear”.

Что касается отрицательно окрашенных единиц, выбранных для когнитивного моделирования образа Союза довоенного периода, в 6% случаев встретилась единица “tyranny”; по 4% пришлось единицы “no freedom”, “poverty” и “starvation”; среди остальных оказались “devilment”, “oppressive tyranny”, “does not permit free speech, or thought, or assembly, or press”, “tyrant-state”, “ready promiser”, “termites”, “hunger”, “land of soldiers”, “land of contradictions”, “squalid conditions”, “mental and moral degeneracy”, “stench and filth”, “no liberty”, “not even freedom of thought and speech”, “subjugation of human liberties”, “mass liquidation of the people”, “cheerful” (саркастично – прим. авт.), “carefree” (саркастично – прим. авт.), “free land” (саркастично – прим. авт.), “ignorant”, “having nothing”, “foxes in the field of diplomacy”, “outcast”, “abject poverty”, “beggars”, “drunkards”, “fail to find happiness”, “dense ignorance”, “insolent”, “an example of unblushing bad faith”, “fascist state”, “dictatorship”.

Рассмотрим несколько наиболее ярких представленных примеров в их контекстах. Контекст “And Russia, instead of being the workers’ state it has been pictured, is finally emerging in its true colors – a fascist state, dominated by a dictatorship more ruthless than anything yet devised by Hitler or Mussolini”, опубликованный в газете “San Pedro News Pilot” в теле статьи “What Others Think” от 17 марта 1938 года, содержит в себе единицу “fascist state” с явно выраженной отрицательной коннотацией. Данную единицу в полной мере можно назвать метафорической – сферой-мишенью здесь является, очевидно,

СССР, а сферой-источником – некое государство, в котором царит фашистский режим, причем режим этот намного жестче, чем установленный А. Гитлером или Б. Муссолини. Принимая во внимание советскую внутреннюю политическую ситуацию времен публикации предложенного материала, а также одно из определений слова “fascist”, данное в LDOCE и звучащее как “someone who is cruel and unfair and does not like people to argue with them (informal)”, интенция автора вышеуказанной статьи использовать именно такую метафору становится вполне ясна – хотя в Советском Союзе фашистский режим никогда не был установлен, руководящие страной чины действительно были довольно жестоки и бесчестны по отношению как к самим людям, так и к человеческим жизни, правам и свободам как таковым.

Другой контекст, “The two little pigs are begging for help from the great Russian bear”, опубликованный 12 мая 1939 года в теле статьи “Review Of Events By John J. Knezevich” (источник “Palos Verdes News”), содержит метафорическую единицу “the great Russian bear”, охарактеризованную нами выше наличием положительной коннотации. Сфера-источник здесь – медведь, большой, могучий, сильный, бесстрашный, единственный, кто может защитить «двух поросят» – Великобританию и Францию – от «двух волков» – А. Гитлера и Б. Муссолини, что действительно соответствует реальным историческим фактам – именно СССР удалось успешно противостоять фашистским силам. Стоит отметить, что метафора «Россия – это медведь» в целом является довольно примечательной и часто используемой, практически классической [17; 29].

Теперь перейдем к рассмотрению когнитивного моделирования образа Советского Союза, которое проведено на основе 54 единиц, извлеченных из источников американского публицистического дискурса периода Второй мировой войны. Моделирование образа здесь характеризуется наличием трех четвертей положительно окрашенных единиц и только четвертью, соответственно, отрицательно окрашенных, как показано на рисунке 2.2.

Чаще всего, а именно в 27,78% от всех отобранных для данного временного промежутка примеров, среди единиц с положительной оценкой СССР встречалась единица “victorious”, далее по частоте (14,81%) – “mighty”; на третьем месте по встречаемости – “powerful” (7,41%).

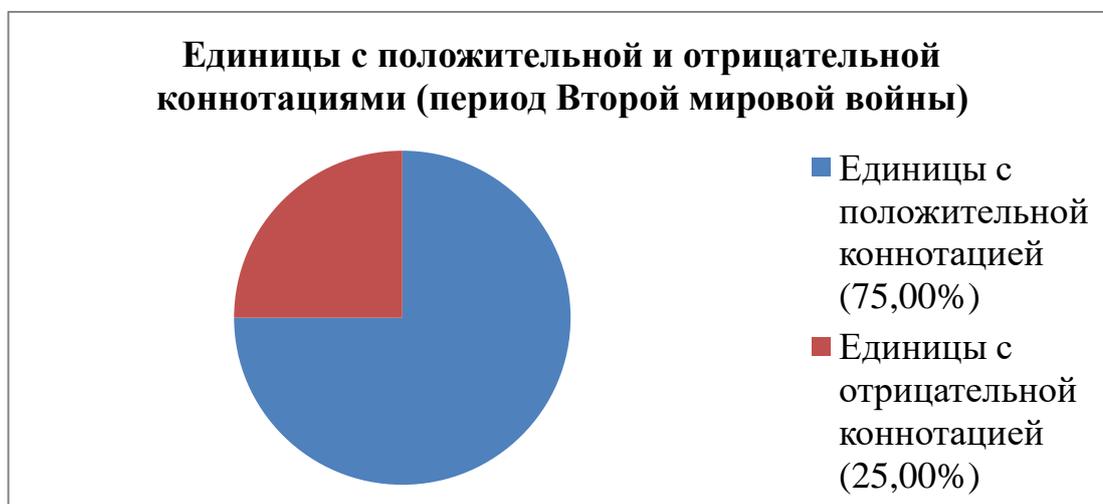


Рисунок 2.2 – Процентное соотношение единиц с положительной и отрицательной коннотациями (период Второй мировой войны)

Остальные единицы представлены следующими: “rational intelligence”, “enigmatic”, “mighty Goliath”, “strong”, “great”, “holds the trump cards”, “courageous and worthwhile ally”, “great ally”, “trustworthy and profitable neighbor”, “guardian of the remodeled world”, “tenacious”, “self-sacrificing”, “brave”, “mighty good, fighting ally”, “amazing”, “entitled to our respect”, “heroic”, “single-minded”, “glorious”, “great victorious power”, “dominant power”. Что касается единиц с отрицательной оценкой Союза, формирующих образ последнего, 3,7% из них приходится на “lone wolf” и по 1,85% на следующие: “alone”, “awkward giant, big but clumsy”, “strongly nationalistic”, “unpredictable”, “cornered animal”, “unknown”, “vulnerable”, “no freedom”, “chaos”, “resentful”, “bled white”, “great European dilemma”, “tired”, “bleeding”.

Продемонстрируем применение подобных единиц в конкретных речевых примерах. Контекст “They have proved themselves tenacious, self-sacrificing and brave in battle” (San Pedro News Pilot, 02.01.1943, “Nazi Peace Rumors”) содержит эпитеты “tenacious”, “self-sacrificing” и “brave”. Действительно,

советский народ показал себя именно таким – упорным в борьбе, самоотверженным и храбрым. В контексте “It was popularly supposed to be an awkward giant, big but clumsy on its feet and unable to stand up against the repeated body blows of the smaller but efficient German war machine” (The Healdsburg Tribune and Enterprise , 11.05.1945, “1941 Saw America Plunged Into War As Japan Struck”) мы встречаем метафорическую единицу “an awkward giant, big but clumsy” со сферой-источником «гигант». Если в некоторых случаях образ большой, могучей России был охарактеризован наличием положительной оценочной коннотации, то теперь «гигант» оказывается неуклюжим, неповоротливым и неспособным противостоять врагу, что, однако, в ходе развития военных событий не доказало свою истинность и дает нам теперь право не согласиться с релевантностью применения подобной метафорической модели по отношению к образу СССР.

И, наконец, перейдем к рассмотрению когнитивного моделирования, призванного воссоздать образ Советского Союза в американском публицистическом дискурсе в период после окончания Второй мировой войны. Количество единиц с положительной оценочной коннотацией здесь оказалось равно 22,81% от общего количества примеров, извлеченных из источников американского печатного медиадискурса указанного времени; количество же единиц с отрицательной коннотацией, соответственно, равно 77,19%, что и демонстрирует рисунок 2.3.

Наиболее частотными единицами с положительной оценочной коннотацией здесь можно назвать “great” и “mighty” – на каждую пришлось по 6% от общего количества, среди оставшихся, занявших по 2%, оказались: “enormously powerful”, “victorious”, “mysterious”, “good Samaritan”, “the most powerful nation”, “a class A minus nation” и “the mightiest of the mighty”.

Что касается единиц с отрицательной коннотацией, чаще других встречались “aggressor” (6%), “two-faced” (4%) и “threat” (4%), остальные представлены следующими: “funny old Russia”, “hypocritical”, “bully”, “sin-

ning most of all”, “great antagonist force”, “not a peace loving nation”, “ruthless aggressor”, “big bully”, “usurper of other people’s rights”, “culprit”, “brutal”, “a cloud, dark and silent”, “storm cloud”, “dishonorable”, “Soviet monster”, “insolent”, “insolence”, “the post-war problem child”, “stumbling block”, “not sincere”, “enemy of human freedom”, “impotent”, “hypocrisy”, “enemy”, “could not be trusted”, “savagery”, “aggressive”, “confident”, “extremely unpopular”, “hated”, “extremely proud”, “the John L. Lewis of the nations”, “mighty communist empire”, “suspicious”.

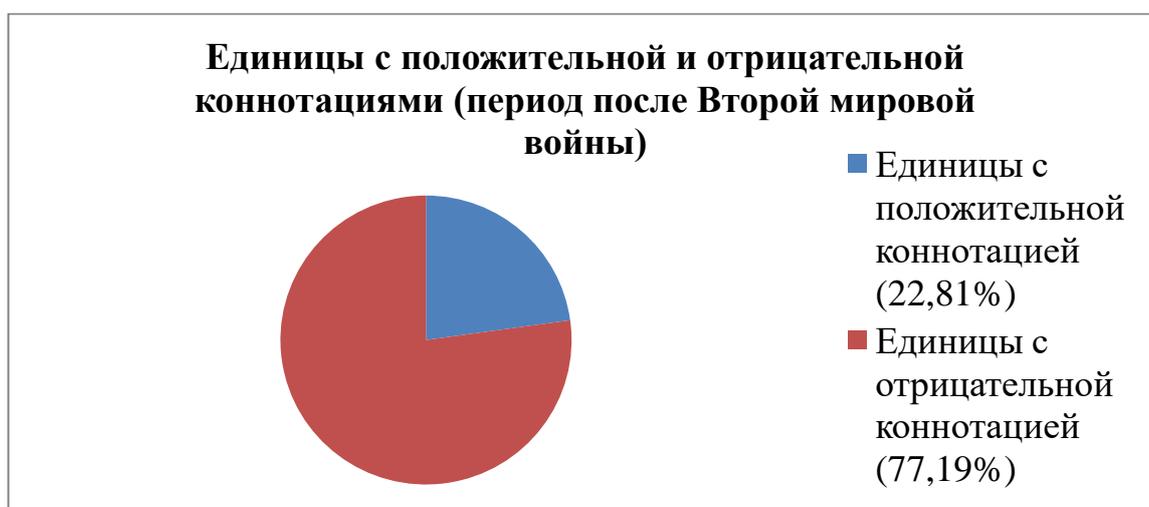


Рисунок 2.3 – Процентное соотношение единиц с положительной и отрицательной коннотациями (период после Второй мировой войны)

Проиллюстрируем некоторые речевые примеры для рассматриваемого временного промежутка. Контекст “Russia, the one who hated and battled Germans the most has taken the role of the good Samaritan” (The Palos Verdes News, 14.08.1946, “Review Of Events”) содержит метафорическую единицу “good Samaritan”, окрашенную в плане коннотативного значения положительно. Сфера-источник для данной метафорической модели – «добрый Самаритянин», герой одноименной притчи о милосердном человеке, бескорыстно помогавшем нуждающимся; такой же была и Советская Россия сразу после завершения войны по отношению к Германии, когда принималось решение о принудительном разделении территории последней для уменьшения военной мощи и возможностей этой страны в целом. Другой

контекст, “The big bully, the usurper of other people’s rights ... is to pay humble homage to its former servant and stooge, Tito” (Hollywood Rivera Tribune, 26.05.1955, “Review ... of Events”), содержит в себе отрицательно окрашенные в плане коннотации метафорические единицы “big bully” и “usurper of other people’s rights”, для которых сферами-источниками являются «задира» и «узурпатор прав» соответственно.

Сопоставительный анализ всего представленного и описанного выше когнитивного моделирования позволил выявить то, насколько разительно отличался образ СССР в публицистическом дискурсе США в довоенное, военное и послевоенное время, что отражено на рисунке 2.4.

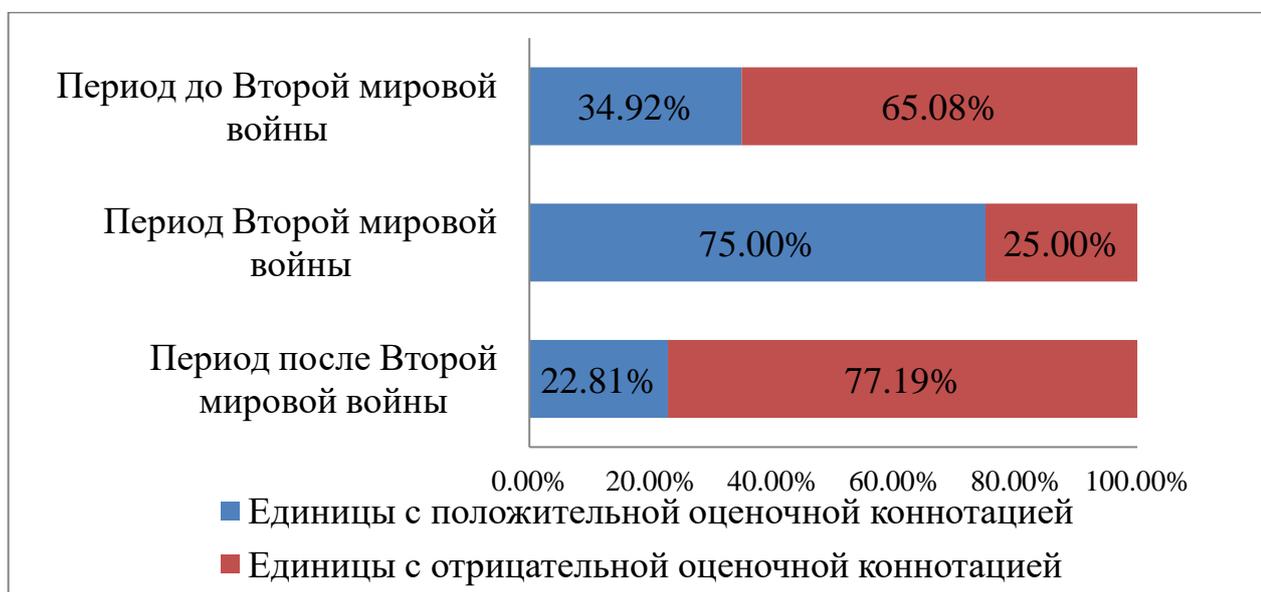


Рисунок 2.4 – Данные сопоставительного анализа когнитивного моделирования образа СССР в периоды до Второй мировой войны, во время нее и после нее

До Второй мировой войны в американском дискурсе Союз был описан с крайне негативной стороны, что вполне закономерно – русско-американские отношения всегда были довольно сложными, начиная с колонизации Америки царской Россией и заканчивая нежеланием Америки признавать Советский Союз вплоть до 1933 года, даже несмотря на союзничество этих стран в Первой мировой войне; к тому же дипломатические отношения

между США и Советской Россией были направлены в большей степени на получение выгоды странами друг от друга в ходе торговли, Россия при этом выступала в роли покупателя товаров, а это давало Америке возможность безнаказанно критиковать своего торгового партнера, называя его «государством-тираном», в котором «нет свобод», но царят «нищета», «пьяницы» и «грязь». Тот же факт, что США и СССР пришлось стать союзниками в ходе Второй мировой войны, а Союз проявлял себя в ходе ведения военных действий как прекрасный боец, делает в высшей степени очевидным то, как резко изменилась ситуация в плане отражения образа Советской России в американском публицистическом дискурсе – исходные данные проведенного нами в ходе данного исследования когнитивного моделирования на три четверти состоят из положительно окрашенных единиц, большая часть из которых восхваляет СССР как союзника, называя его «великим», «могучим» и «сильным»; не забывалось, однако, отмечать, что в этой стране все так же «нет свобод» и господствует «хаос».

Далее, после окончания Второй мировой войны и вне условий вынужденного сотрудничества, отношения Союза и настроенных решительно антикоммунистически Штатов вновь ухудшились, что отражает проведенное нами когнитивное моделирование, основа которого практически полностью состоит из негативно окрашенных единиц: Америка видела в СССР не только соперника, но и «агрессора», «угрозу», «заносчивого», «жестокоего» и «бесчестного» «задиру».

2.3 Сопоставительный анализ общих для трех периодов и наиболее частотных единиц, выявленных при когнитивном моделировании образа СССР в американском публицистическом дискурсе 30-х–50-х годов XX века

Анализируя описанное выше когнитивное моделирование образа СССР в американском публицистическом дискурсе довоенного, военного и послевоенного периодов и суммируя полученные результаты, можно сделать

вывод, что когнитивное моделирование образа Союза позволило выявить несколько наиболее частотных для каждого периода единиц, которые должны в наибольшей мере акцентировать наше внимание при рассмотрении различных смоделированных вариантов образов Советской России: это “great”, “tyranny”, “no freedom”, “poverty” и “starvation” для первого рассмотренного периода, “victorious”, “mighty”, “powerful” и “lone wolf” – для второго, “great”, “mighty”, “aggressor”, “two-faced” и “threat” – для третьего, причем каждый набор таких единиц полностью соответствует приведенным несколько ниже историческим данным по соответствующим временным рамкам. Приведем в качестве примеров некоторые контексты: “It indicates a turning point in the mass liquidation of the people by starvation” (Madera Daily Tribune and Madera Mercury, 13.12.1934, “Russia And Bread”), “I have never seen such abject poverty in the world, never so many beggars or so many drunkards in any European or American city, as I saw in these Russian cities of Leningrad and Moscow” (San Pedro News Pilot, 10.09.1930, “Life in Russia”) для довоенного периода; “However, it is marked by the vital difference that now a powerful and victorious Russia...” (San Pedro News Pilot, 19.02.1944, “The World Today”), “Meanwhile mighty Russia, whose victorious armies stand on the alert at the northern gateway to the Balkans, is pressing Bulgaria to desert Hitler” (San Pedro News Pilot, 26.05.1944, “The War Today: Bulgaria Unrest Grows as Allies Meet Increasing Success in Italy”) для военного периода; “Russia was then an ally, where she is a threat today” (The Argus, 28.03.1949, “Point of View”), “... the truth on how two-faced Russia mistreats those who fall into its clutches” (Glens Falls Times, 12.08.1950, “America Will Lose Allies Unless Russian “Big Lie” Propaganda Is Soon Replaced With “Big Truth””) для послевоенного времени.

Более того, несмотря на столь большую разницу в плане контекстного состава, когнитивное моделирование образа для каждого периода, тем не менее, имеет в своей основе две общие единицы, например, положительно

окрашенную единицу “great”, что доказывает рисунок 2.5. Действительно, страна, которая была более, чем в два раза больше США, не может не быть «великой», а в период Второй мировой войны СССР стал «великим» уже дважды: не только благодаря своей поистине огромной территории, но также по причине своих героических подвигов во время военных действий на мировой арене, когда, однако, образ просто «великой» страны превратился в образ «победоносной», «могучей» и «сильной» державы.

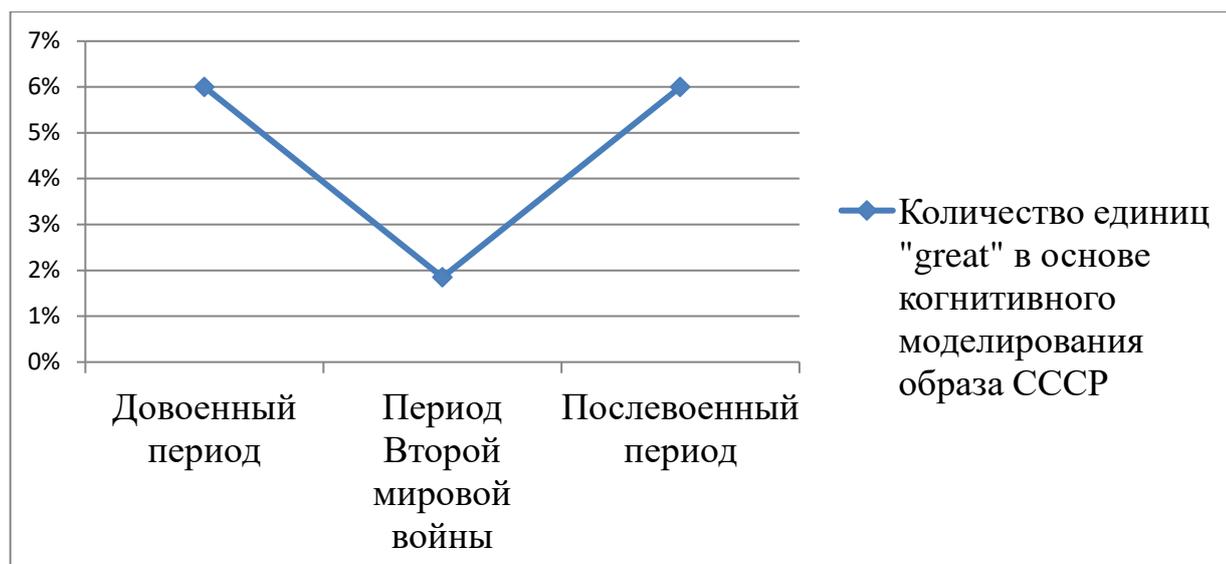


Рисунок 2.5 – Процентное соотношение количества единиц “great” в основе когнитивного моделирования образа СССР трех периодов

Эти подвиги не были забыты даже в послевоенный период, когда отношения США и СССР как двух сверхдержав крайне обострились – Советская Россия тем не менее все еще оставалась великой для некоторой доли американцев, как было выявлено при проведении когнитивного моделирования образа Союза после войны.

Для когнитивного моделирования образов оказались общими и другие синонимичные или полностью тождественные единицы со смыслом, передающим отсутствие свобод человека в стране, то есть примеры теперь уже с отрицательной оценочной коннотацией – “no freedom”, “no liberty”, “does not permit free speech, or thought, or assembly, or press”, “not even freedom of thought and speech”, “subjugation of human liberties” для первого указанного

периода; “no freedom” для второго; “usurper of other people’s rights” и “enemy of human freedom” для третьего (см. рисунок 2.6). Вполне закономерным кажется именно такое распределение количества подобных единиц: если в период до Второй мировой войны США позволяли себе активно критиковать внутреннюю жизнь своего крупного торгового и дипломатического партнера, заявляя в достаточно большом количестве образцов печатного медиадискурса о том, что Советская Россия отнюдь не может похвастать соблюдением прав человека и наличием любых свобод, то в период непосредственно военных действий Штатам стало не до того – страна была вовлечена не только в войну с Германией и ее союзниками, но также в сотрудничество на этом поприще с СССР, в адрес которого стало несколько неуместно использовать такие высказывания, как в довоенное время.

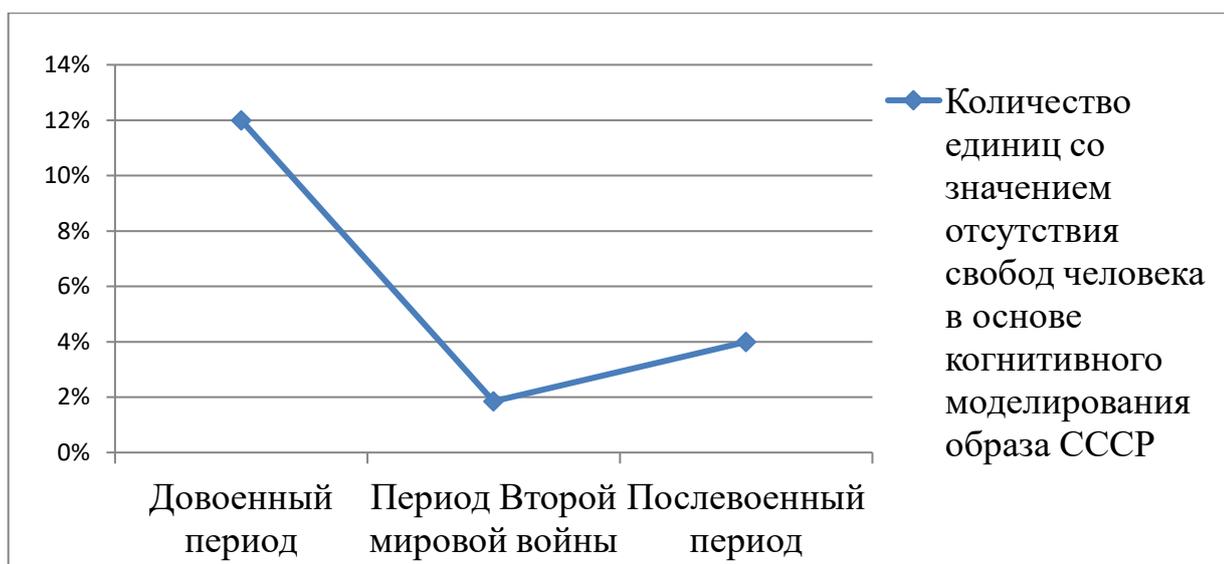


Рисунок 2.6 – Процентное соотношение количества единиц со значением отсутствия свобод человека в основе когнитивного моделирования образа СССР трех периодов

События послевоенного же времени, когда появилось уже соперничество между двумя великими на тот момент сверхдержавами, переросшее в холодную войну, дали США повод при нелестном комментировании Союза акцентировать внимание на недостатках внешней и внутренней политики

последнего, что наверняка должно было в большей мере объективизировать негативное оценочное мнение Штатов о Советской России.

Выводы по главе 2

В представленной выше второй главе нами был проведен сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе. Во-первых, было проведено когнитивное моделирование образа Союза в период до того, как началась Вторая мировая война. Во-вторых, мы осуществили когнитивное моделирование, чтобы продемонстрировать образ Советской России в американском печатном медиадискурсе времен самой войны. И, наконец, когнитивное моделирование способствовало нашему представлению об образе послевоенного Союза, каким его тогда демонстрировали в публицистическом дискурсе США.

Прежде всего, мы последовательно и подробно описали когнитивное моделирование образа Союза для каждого периода, рассмотрев, наличие каких и скольких именно единиц с положительной или отрицательной коннотацией помогли его провести. Далее мы сопоставили полученные результаты и сделали следующие выводы: образ СССР в американском публицистическом дискурсе действительно был разным в три указанных временных отрезка. Лишь в одном случае из трех – при когнитивном моделировании образа Союза времен Второй мировой войны – результаты оказались основаны в большей части на анализе единиц с положительной оценочной коннотацией, таковых было 75% от предложенных 54 образцов исследуемого типа дискурса, что связано с тем фактом, что обе страны в необходимости союзничества объединились против фашистской Германии и ее приспешников. Далее, когнитивное моделирование образа СССР довоенного и послевоенного периодов, характеризуется преобладанием единиц с отрицательной оценочной коннотацией. В первом случае их было 65,08% от всех извлеченных единиц, во втором – 77,19%, что опять же ни в

коей мере не противоречит событиям на мировой арене соответствующих периодов и, более того, подтверждает их: до того, как наступила Вторая мировая война, отношения между США и СССР были в большей степени характеризуемы как нейтральные ввиду тесного торгового партнерства этих двух стран, а тот факт, что Советская Россия была в этих отношениях куда больше зависимой стороной, чем Штаты, позволял последним критиковать внутреннюю политику Союза. То же, что во втором случае отрицательно окрашенных единиц, отобранных для когнитивного моделирования образа, было больше 77%, подтверждает такой факт, что сразу же после завершения Второй мировой войны две великие на тот момент мировые сверхдержавы не только стали соперниками, но вступили в холодную войну друг против друга, прекратив и союзничество, и партнерство.

Таким образом, проведя когнитивное моделирование образа Союза Советских Социалистических Республик в публицистическом дискурсе Соединенных Штатов Америки периодов до Второй мировой войны, в ее время и после ее окончания, мы смогли не только сформировать понимание того, каким образом в американском дискурсе характеризовался Советский Союз в три обозначенных периода, но также сумели сопоставить полученные в ходе исследования результаты с реальными историческими фактами и убедиться в достоверности своих выводов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретическая часть данной работы, представленная первой главой, позволила нам сделать следующие выводы. Когнитивное моделирование – это достаточно эффективный способ познания, который можно считать основным инструментом когнитивной лингвистики, позволяющим изучать язык в его тесной связи с интеллектуальной деятельностью человека. Важность когнитивного моделирования в рамках лингвистической науки невозможно переоценить ввиду того, что изучаемые как языковые явления или процессы, так и когнитивные тесно связаны друг с другом, многоаспектны, динамичны и изменяемы во времени. Область применения знаний в лингвистике, полученных благодаря построению когнитивных моделей в рамках когнитивистики, не ограничивается только лишь дальнейшими теоретическими разработками в пределах последней. Например, лингводидактика активно использует результаты деятельности когнитивистов, что продиктовано тесной связью конечных целей этой науки с попытками описать и искусственно воссоздать языковые способности человека.

Если говорить о когнитивном моделировании образа, которое является темой данного исследования, необходимо принять во внимание направление деятельности таких наук, как имагология, которая занимается изучением динамического, настоящего и естественного образа чужой культуры, сформированного исторически, и основным принципом которой является то, что после изучения чужого образа следует изучение образа отечественной культуры, что способствует межкультурному обмену и взаимопониманию, и имиджелогия, занимающаяся исследованием искусственного, целенаправленно создаваемого образа кого-либо или чего-либо с помощью плюрализации пропаганды.

Особый интерес к результатам деятельности в русле своих исследований получила именно историческая имагология. Благодаря проведению работ в

сфере такой отрасли науки предоставляется возможность проследить за тем, как, например, менялся образ той или иной страны с течением времени в глазах остального мира, сравнить такие образы одной и той же страны, описанные различными исследователями, сопоставить факты, полученные из таких описаний для объяснения самых разных политических и социальных явлений, а в глобальном плане – вписать образ рассматриваемой страны в общеисторический контекст, что предоставляет шанс смоделировать полную историческую картину мира определенного периода, потому как описание образа страны каким-либо автором является в меньшей степени его субъективным мнением, в большей же – продуктом массового сознания.

Кроме того, при проведении различного рода исследований в русле этих наук или при изучении уже проделанных работ стоит уделить внимание понятиям "имидж" и "образ", которые, с одной стороны, некоторыми исследователями рассматриваются в качестве синонимов, а с другой – не являются взаимозаменяемыми в том смысле, что образ более полон, чем имидж, концентрирующий внимание только на определенных чертах объекта или явления.

С образом и имиджем в рамках данной работы исключительно тесно связан публицистический дискурс. Под публицистическим дискурсом понимается такой тип дискурса, который направлен на воздействие, на реализацию интенции убеждения, то есть имеющий в своей основе перлокутивный акт, причем важнейшей частью здесь является публицистический текст. В большинстве публицистических текстов отражаются главные идеологемы и стереотипы общества. Максимально часто используемые в данном виде дискурса слова превращаются в своеобразные символы, маркеры эпохи. Именно по ним можно делать выводы об особенностях конкретного временного отрезка. Для лексики публицистических текстов специфично употребление общенаучной терминологии, прецедентных феноменов, образных средств, косвенного

значения слов, слов с яркой эмоциональной окраской; также достаточно широко используется общественно-политическая лексика и лексика, обозначающая понятия морали, этики или отражающая внутреннее состояние, переживания автора текста.

Принимая во внимание прагматическую направленность как обязательный компонент публицистического дискурса, а также его огромный манипулятивный потенциал, стоит отметить, что публицистический дискурс должен всегда оставаться под пристальным вниманием исследователей по той причине, что общество, находясь под воздействием коммуниканта-доминанта, которым является автор той или иной единицы рассматриваемого вида дискурса в силу обладания большим количеством знаний по обозреваемой теме, не стремится установить действительную истинность или ложность освещенных фактов, принимая их в большей части как истинные в случае успеха коммуникации авторских идей и читательского сознания именно благодаря тому, что публицистический дискурс за время своего существования выработал целую систему правильного воздействия. В свою очередь, появление неверных представлений у адресатов о чем-либо, знакомом им исключительно по единицам публицистического дискурса, может привести к самым непредсказуемым результатам, например, к враждебному отношению населения одной страны к населению другой, что является результатом выброса в общество информации с ложными, искаженными или преувеличенными фактами.

Во второй главе, она же практическая часть данной работы, нами был проведен сопоставительный анализ когнитивного моделирования образа СССР в американском публицистическом дискурсе до начала Второй мировой войны, в ее время и после ее окончания.

Прежде всего, мы последовательно и подробно описали когнитивное моделирование образа Союза для каждого периода, рассмотрев, наличие каких и скольких именно единиц с положительной или отрицательной

коннотацией помогли его провести. Далее мы сопоставили полученные результаты и сделали следующие выводы: образ СССР в американском публицистическом дискурсе действительно был разным в три указанных временных отрезка. Лишь в одном случае из трех – при когнитивном моделировании образа Союза времен Второй мировой войны – результаты оказались основаны в большей части на анализе единиц с положительной оценочной коннотацией, таковых было 75% от предложенных 54 образцов исследуемого типа дискурса, что связано с тем фактом, что обе страны в необходимости союзничества объединились против фашистской Германии и ее приспешников. Далее, когнитивное моделирование образа СССР довоенного и послевоенного периодов, характеризуется преобладанием единиц с отрицательной оценочной коннотацией. В первом случае их было 65,08% от всех извлеченных единиц, во втором – 77,19%, что опять же ни в коей мере не противоречит событиям на мировой арене соответствующих периодов и, более того, подтверждает их: до того, как наступила Вторая мировая война, отношения между США и СССР были в большей степени характеризуемы как нейтральные ввиду тесного торгового партнерства этих двух стран, а тот факт, что Советская Россия была в этих отношениях куда больше зависимой стороной, чем Штаты, позволял последним критиковать внутреннюю политику Союза. То же, что во втором случае отрицательно окрашенных единиц, отобранных для когнитивного моделирования образа, было больше 77%, подтверждает такой факт, что сразу же после завершения Второй мировой войны две великие на тот момент мировые сверхдержавы не только стали соперниками, но вступили в холодную войну друг против друга, прекратив и союзничество, и партнерство.

Таким образом, проведя когнитивное моделирование образа Союза Советских Социалистических Республик в публицистическом дискурсе Соединенных Штатов Америки периодов до Второй мировой войны, в ее время и после ее окончания, мы смогли не только сформировать понимание

того, каким образом в американском дискурсе характеризовался Советский Союз в три обозначенных периода, но также сумели сопоставить полученные в ходе исследования результаты с реальными историческими фактами и убедиться в достоверности своих выводов, а значит, подтвердить обозначенную ранее гипотезу исследования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2000. – С. 136–137.
2. Белобрагин, В. Я. Некоторые вопросы формирования имиджологии как науки [Электронный ресурс] / В. Я. Белобрагин, В. В. Белобрагин. – 2004. Режим доступа: <http://www.koism.rags.ru/publ/misc/belobragin.doc>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус. – (Дата обращения: 27.12.2019).
3. Беляевская, Е. Г. К проблеме моделирования полисемии (межъязыковые соответствия как основание изучения принципов формирования семантической структуры слова) / Е. Г. Беляевская // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2008. – № 544. – С. 14–22.
4. Беляевская, Е. Г. Когнитивная лингвистика и преподавание иностранных языков / Е. Г. Беляевская // Вестник МГИМО. – 2013. – №5(32). – С. 76–83.
5. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М. : Прогресс, 1974. – 446 с.
6. Бирюкова, Т. Г. Анализ и синтез текста : уч. пособие / Т. Г. Бирюкова. – Елец. : ЕГУ, 2007. – 98 с.
7. Болдуинг, К. Общая теория систем – скелет науки / К. Болдуинг // Исследования по общей теории систем. – М. : Прогресс, 1969. – С. 106–124.
8. Горбушина, О. П. Имидж страны: структура и факторы формирования / О.П. Горбушина // Журнал прикладной психологии. – 2006. – №2. – С. 26–29.
9. Каменская, О. Л. Текст и коммуникация. / О. Л. Каменская. – М. : Высшая школа, 1990. – С. 20.

10. Карасик, В. И. Дискурс / В. И. Карасик // Социальная психолингвистика: Хрестоматия / сост. К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2007. – С. 162–196.
11. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 389 с.
12. Клушина, Н. И., Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 – 2008 гг.) : дис. ... д-ра. филол. наук : 10.01.10 / Клушина Наталья Ивановна. – М., 2008. – 352 с.
13. Костина, К. В. Аксиологический аспект языковой репрезентации образа России в современном немецком медиадискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10. 02. 04 / Костина Ксения Викторовна. – Иркутск, 2011. – С. 28.
14. Кубрякова, Е. С. Виды пространства текста и дискурса / Е. С. Кубрякова, А. В. Александрова // Категоризация мира, пространства и времени. – М. : Диалог-МГУ, 1997. – С. 3–13.
15. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина / под ред. Е. С. Кубряковой. – М. : Издательство МГУ, 1996. – С. 56–57.
16. Кубрякова, Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
17. Лазари, А. де. Русский медведь в польской сатирической графике межвоенного периода (1919-1939) /А. де Лазари, О. Д. Рябов // Границы: Альманах Центра этнических и национальных исследований ИвГУ. – Иваново : ИвГУ, 2008. – Вып. 2: Визуализация нации. – С. 162–182.
18. Ленин, В. И. Полное собрание сочинений. Т. 29. / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М. : Издательство политической литературы, 1969. – С. 330.
19. Ленин, В. И. Полное собрание сочинений. Т. 45. / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М. : Издательство политической литературы, 1970. – С. 125.

20. Линдсей, П. Переработка информации у человека. Введение в психологию / П. Линдсей, Д. Норман. – М. : Мир, 1974. – 550 с.
21. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учебное пособие / В. А. Маслова. – 5-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – С. 58.
22. Матвеева, Л. В. Рекламный имидж в бизнесе и политике / Л. В. Матвеева // Реклама. – М., 1994. – №5–6. – С. 88.
23. Милославская, С. К. Русский язык как иностранный в истории становления европейского образа России / С. К. Милославская. – М. : Флинта : Наука, 2012. – С. 138.
24. Николаева, Т. М. Краткий словарь терминов лингвистики / Т. М. Николаева. – М. : Прогресс, 1978. – С. 467.
25. Огнева, Е. А. Когнитивное моделирование концептосферы художественного текста / Е. А. Огнева. – 2-е изд., дополн. – М. : Эдитус, 2013. – С. 7.
26. Ощепков, А. Р. Имагология / А. Р. Ощепков // Энциклопедия гуманитарных наук. – 2010. – №1. – С. 251.
27. Папилова, Е. В. Имагология как гуманитарная дисциплина / Е. В. Папилова // Рема. – 2011. – №4. – С. 31–39.
28. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа : учебное пособие / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект пресс, 2002. – 223 с.
29. Россомахин, А. А. Россия как Медведь: Истоки визуализации (XVI-XVIII века) / А. А. Россомахин, Д. Г. Хрусталева // Границы : Альманах Центра этнических и национальных исследований ИвГУ. – Иваново : ИвГУ, 2008. – Вып. 2: Визуализация нации. – С. 123–161.
30. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии. Т. 1. / С. Л. Рубинштейн. – М. : Педагогика, 1989. – 488 с.
31. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии. Т. 2. / С. Л. Рубинштейн. – М. : Педагогика, 1989. – С. 54–55.

32. Семенов, А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учебное пособие / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. – М. : Дашков и К, 2006. – С. 185.
33. Солопова, О. А. Архитектоника светлого будущего в зарубежных военно-публицистических дискурсах периода Второй мировой войны / О. А. Солопова, М. С. Салтыкова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Лингвистика. – 2019. – Т. 23, № 3. – С. 762–783.
34. Солопова, О. А. Гибридные форматы дискурса: проблемы классификации / О. А. Солопова, К. А. Наумова // Филологический класс. – 2018. – №4(54). – С. 15–21.
35. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца XX века. – М. : Институт языкознания РАН, 1995. – С. 35–73.
36. Стернин, И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин; под ред. З. Д. Поповой. – Воронеж : Издательство Воронежского университета, 1985. – С. 71.
37. Тер-Минасова, Д. И. Об особенностях трактовки термина «имидж» в русском языке / Д. И. Тер-Минасова // Вестник МГУ. Серия 19 Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – №2. – С. 67.
38. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер; пер. с англ. Е. А. Рудневой, Л. В. Бурмистровой, К. Т. Бурмистрова, И. А. Москвиной-Тархановой, А. Д. Микиши, В. В. Кулагиной-Ярцевой, Н. А. Хмелик, Е. Б. Комаровой. – М. : Издательство АСТ, 2002. – 557 с.
39. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ldoceonline.com>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ. – (Дата обращения: 16.04.2020).