



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)

Институт медиа и социально-гуманитарных наук
Кафедра «Журналистика, реклама и связи с общественностью»

ОБРАЗ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ В СМИ ЗА РУБЕЖОМ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ

ЮУрГУ–42.03.02.2020.013.ПЗ.ВКР

Автор ВКР

студент группы СГ-521

_____Ю. Ф. Ягода

«_____»_____2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Образ современной России в СМИ за рубежом – Челябинск: ЮУрГУ,
СГ-521, 2020. – 64 с., библиогр. список –75 наим.,
презентация.

Ключевые слова: медиаобраз, медиaprостранство, медиаобраз России, средства массовой информации.

Объект исследования – образ России в западных средствах массовой информации.

Предмет исследования – особенности формирования образа России в зарубежных СМИ (на примере англоязычных СМИ).

Цель исследования – проанализировать особенности создания образа России в западных СМИ.

Задачи исследования:

1. изучить научные подходы к понятию «образ», «медиаобраз»,
2. определить исторические особенности создания образа России в зарубежных СМИ,
3. проанализировать специфику восприятия России в американском медиа,
4. выявить репрезентацию образа России в английских медиа

Новизна данной работы заключается в попытке проследить динамику развития медиаобраза России в западных средствах массовой информации и их связь с событиями в политике в последнем десятилетии XXI века. Также предпринята попытка осуществления подробного анализа основных составляющих образа России в СМИ, а также выявление доминирующих тем, которые характерны для каждой составляющей. Кроме того, проведен количественный анализ ключевых слов в текстах, которые вносят значительный вклад в формирование образа России в американских и английских (британских) медиа.

ANNOTATION

The image of modern Russia in the media abroad - Chelyabinsk: SUSU,
SG-521, 2020. – 64p., Bibliogr. list –75 num.,
presentation.

Key words: media image, media space, media image of Russia, mass media.

The object of research is the image of Russia in the Western media.

The subject of the study is the peculiarities of the formation of the image of Russia in foreign media (on the example of English-language media).

The purpose of the study is to analyze the features of creating the image of Russia in the Western media.

Research Objectives:

1. to study the scientific approaches to the concept of "image", "media image",
2. determine the historical features of creating the image of Russia in foreign media,
3. analyze the specifics of perception of Russia in the American media,
4. identify the representation of the image of Russia in the English media

The novelty of this work lies in the fact that the paper presents an attempt to trace the dynamics of Russia's media image in the Western media in connection with the political events of the last decade of the 21st century. Including an attempt was made to analyze in detail the main components of the image of Russia in the media, as well as to identify the dominant topics that are characteristic of each component. A quantitative analysis of keywords in the texts forming the image of Russia in American and English (British) media is carried out.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 6 |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «ОБРАЗ» И «МЕДИАОБРАЗ» | 9 |
| 1.1 Понятие «образ»: определения и основные характеристики | 9 |
| 1.2 Классификация понятия «образ» и «медиаобраз» в теории журналистики..... | 13 |
| 2 ПОНЯТИЕ «ОБРАЗ» В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ | 19 |
| 2.1 Основные особенности, образы России в дореволюционную эпоху | 19 |
| 2.2 Специфика формирования образа России в советскую эпоху | 24 |
| 3 ОБРАЗ РОССИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ | 41 |
| 3.1 Особенности восприятия России в американских медиа | 41 |
| 3.2 Репрезентация образа России в английских медиа | 46 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 53 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 57 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы заключается в безусловной важности роли СМИ в процессе формирования общественного сознания. Более того, интерпретация и целостное восприятие важнейших государственных и мировых событий и явлений осуществляется с непосредственным участием средств массовой информации.

Современное мировое сообщество подчиняется жесткому правилу: реальное событие значительно только при условии широкого упоминания в средствах массовой информации. Необходимо подчеркнуть, что в число особенностей СМИ входит и способность формирования образа не только конкретной личности (политика, активиста), но и страны в целом.

Ввиду такой степени влияния СМИ на восприятие конкретной страны в целом (ее политика и культура) изучение трансформации медиа-имиджа государства (в нашем случае - Российской Федерации) и его характеристик всегда актуально.

В зарубежном медийном пространстве мифы о России и связанных с ней фобиях были сформированы в течение долгих лет холодной войны. Важно выяснить, изменился ли подход к освещению современного образа России и российской действительности в западных СМИ в XXI веке.

Степень научной разработанности темы. Имидж страны вызывает особый интерес среди научного общества. Благодаря этому интересу организуются круглые столы, конференции и т.д. Рождаются новые публикации на данную тему.

В данной работе мы опирались на некоторые материалы, которые были представлены на конференции «Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры». Большинство исследований посвящено особенностям представительства России в зарубежных СМИ (А.Б. Бушева, Е.А. Галумов, О.С. Драгачева, М.Р. Желтухина, Р. Царукян). Анализ имиджа России в отечественных СМИ представлен в исследованиях

А.А.Баранова, К.И. Белоусова, Ю.С. Патисова, А.П. Чудинова.

Однако, несмотря на достаточную научную базу научных исследований, создание образа современной России в западных СМИ по-прежнему актуально, и это связано с современной политической ситуацией нашей страны на мировой арене: война в Сирии, Донецке и Луганске с участием российских войск, присоединение Крыма и др.

Именно на основе политических событий последних десятилетий складывался негативный образ России в западных СМИ. Таким образом, актуальность данной темы неоспорима.

Объект исследования – образ России в западных средствах массовой информации.

Предмет исследования – особенности формирования образа России в зарубежных СМИ (на примере англоязычных массмедиа).

Гипотеза исследования – образ России, формируемый в западных СМИ динамичен, и во многом зависит от мировой политической ситуации.

Цель исследования – проанализировать особенности создания образа России в западных средствах массовой информации.

Задачи исследования:

1. изучить научные подходы к понятию «образ», «медиаобраз»;
2. определить исторические предпосылки создания современного образа России в зарубежных СМИ;
3. проанализировать специфику восприятия России в американском медиа;
4. выявить репрезентацию образа России в английских медиа.

Основными **методами** для написания данной работы выступили: анализ научной литературы по теме исследования, историко-аналитический, интерпретация и дискурсивный анализ, контент-анализ, контекстуальный анализ.

Эмпирической базой для написания данной работы выступила качественная пресса США и Британии: «TheDailyTelegraph», «TheTimes»,

«TheUSAToday», «TheNewYorkTimes».

Новизна данной работы заключается в попытке проследить динамику медиаобраза России в западных СМИ в связи с событиями, происходящими в политике, в последнем десятилетии XXI века. Кроме того, осуществлена попытка подробного анализа основных составляющих образа России в средствах массовой информации, и выявлены преобладающие темы, характерные для каждой из указанных составляющих. Проведен количественный анализ ключевых слов в текстах, формирующих образ России в американских и английских (британских) медиа.

Практическая значимость данной работ заключается в том, что полученные результаты могут послужить основой для более детального исследования образа России в западных СМИ. Так же основные выводы могут быть использованы в процессе обучения студентов.

Структура исследования включает введение, три главы, заключение, список источников и приложения.

В первой главе «Теоретические аспекты репрезентации образа в СМИ» изучены теоретические подходы к понятию «образ» в теории журналистики, рассмотрена классификация понятия «образ» и «медиаобраз» в теории журналистики.

Во второй главе «Исторический аспект понятия «образ» представлен исторический анализ репрезентации образа России в дореволюционную и советскую эпохи.

В третьей главе «Образ России в современном медиапространстве» представлен анализ англоязычных (американских и британских) медиа.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «ОБРАЗ» И «МЕДИАОБРАЗ»

1.1 Понятие «образ»: определения и основные характеристики

Рассмотрим понятие «образ» с различных точек зрения.

«В философии образ является результатом отражения объекта в человеческом разуме. На сенсорной стадии познания образы представляют собой ощущения, восприятия и идеи, на уровне мышления - понятия, мнения и выводы. Образ объективен по своему источнику - отражает объект, а субъективен по способу (форме) его существования. Особенность образа в том, что это нечто субъективное»¹.

В литературоведении, «образ – форма классового отражения действительности, которая, во-первых, отражает общественные отношения через показ человека в его связи с обществом и природой; во-вторых, отражает эти отношения обобщенно, типизируя, что в частности приводит к художественному вымыслу; в-третьих, дает это обобщенное отражение общественных отношений в чувственных очертаниях, индивидуализировано»².

Вторая половина XXвека ознаменовалась началом работы над понятием «образа», относительно журналистских текстов. Стала очевидной неприменимость термина «художественный образ» к исследованиям материалов нехудожественного характера. «Публицистический образ» было введено в научный виток. Как отмечает П. П. Каминский, понятия «публицистика» и «журналистика» в советское время нередко применялись как синонимы³.

¹Ожегов, С.И. Словарь русского языка: Ок. 53 000 слов/ С. И. Ожегов; под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. – М.: Издательский дом ОНИКС 21 век: Мир и Образование, 2013. –С. 442.

²Эпштейн, М.Н. Образ художественный // Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – С. 252- 257.

³ Каминский, П.П. Принципы исследования публицистики на современном этапе/ П. П. Каминский// Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2007. – №1. – С. 97-105.

А.Я. Пархоменко акцентировал внимание на разнице: «Только наличие реального и конкретного факта в основе пути делает образ журналиста, отличает его от образов других видов творчества»⁴.

Это специфичное свойство журналистского образа стало ведущим основной дискуссии в научном обществе, развернувшейся в 70–80-х годах прошлого столетия. Сущность вопроса заключалась в том, как бегло корреспондент имел возможность допустить для себя обращаться с фактами.

В.В. Ученова, упоминает о том, что «журналистский способ документализма ориентирован на то, дабы запечатлеть нынешние действия такими, какие они есть, «фактически»⁵.

М.И. Стюфляева в начале беседы о журналистском образе остановилась на обзоре мнений своих коллег - В.В. Ученовой, Е.П. Прохорова. Общая идея базируется на способности использования образов во всех жанрах журналистики, избегая при этом нарушений критериев документализма⁶.

М.В. Гаврилова сопоставила журналистский и рекламный образ. Поддерживая идею документализма, исследователь назвала образы журналистики «документальными принтами, которые моделируют фрагменты реальности на уровне мышления в соответствии с конкретными целями творческого процесса»⁷.

Н.Н. Болдырев в журналистском образе видел только вспомогательный инструмент. «Если в искусстве образ является способом мышления и творчества, то в журналистике его начинают иллюстрировать, дополнительно обосновывать идею, делать его объективно осязаемым»⁸.

Термин «медиаобраз» начал использоваться относительно недавно.

⁴ Пархоменко, Я.А. Публицистическая составляющая медийного образа / Я. А. Пархоменко// Вестник электронных и печатных СМИ. – 2015. – №1 (23). – С. 31-49.

⁵Ученова, В.В. Творческие горизонты журналистики. К характеристике профессиональных методов. / В.В. Ученова. – М.: Мысль, 1976. – С. 21.

⁶Стюфляева, М.И. Поэтика публицистики. / М.И. Стюфляева. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1975. – С. 88

⁷ Гаврилова, М. В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике/ М. В. Гаврилова. – СПб.: С.-Петербург. ун-т, 2002. –С. 12.

⁸ Болдырев, Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.

Впервые это понятие появилось в 2007 году в диссертации Е.Н. Богдан - «Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурные и функциональные характеристики». Автор пишет о «медиазации» общественной жизни, о растущем влиянии СМИ на все сферы жизни. Медиа формируют образ социального мира в медиaprостранстве. «Медиаобраз России — это образ страны, выраженный в медийном пространстве, созданный СМИ в сотрудничестве с различными сферами творчества, который отражает особенности текущего момента реальности»⁹.

Различные определения понятию медиаобраз даются в работах современных журналистов:

– «медиаобраз - особый образ реальности, представляемый медиаиндустрией»¹⁰;

– «медиаобраз - совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ»¹¹;

– «образ, создаваемый в сознании при участии СМИ по конкретному вопросу»¹²;

– «образ, который создаётся средствами массовой информации и является выражением общественного сознания в медиaprостранстве»¹³.

И.А. Балужева дает следующее определение понятию медиаобраз – это «структурный визуально-эмоциональный компонент, представляющий собой медийную модель объективного бытия, запечатленную на информационных носителях и общественном сознании»¹⁴.

⁹ Богдан, Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2007. – № 4. – С. 122–127.

¹⁰ Пархоменко, Я.А. Публицистическая составляющая медийного образа / Я. А. Пархоменко // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2015. – №1 (23). – С. 31-49.

¹¹ Артамонова, Ю.Д. Текст СМИ в современной культуре: опыт философского анализа // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / Ю. Д. Артамонова; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2004. – С. 235–254.

¹² Кравченко, А. В. Является ли язык репрезентативной системой? // StudiaLinguisticaCognitiva: вып. I. Язык и познание. Методологические проблемы и перспективы/ А. В. Кравченко. – М.: Гнозис, 2006. – С. 135–156.

¹³ Чичерина, Н. В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности [Электронный ресурс] / Н.В. Чичерина // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. Серия: Общественные и гуманитарные науки (философия, языковедение, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология). – 2007. – № 9. URL: <https://goo.gl/qNs8mD>

¹⁴ Балужева, И.А. Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоправления в информационном обществе / И. А. Балужева // Право и управление. XXI век. – 2014. – №4(33). – С. 86–91.

«Медийный образ – образ, создаваемый в сознании реципиентов информации при участии СМИ и других информационных институтов, который впоследствии отражает комплекс представлений участников информационного сообщества по конкретному вопросу»¹⁵.

Т.Н. Галинская, рассматривая медиаобраз как лингвистический феномен, определяет его как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ», как «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией»¹⁶.

А.А. Баранова пишет, что медиаобраз можно воспринимать и в широком значении, как образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве (профессиональными журналистами, блоггерами, интернет пользователями и т. д.)»¹⁷.

Делаем вывод, что медиаобраз – это определённый тип действительности, создаваемый способами массовой информации¹⁸.

¹⁵ Александрова, О.В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / О. В. Александрова; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. – С. 210–220.

¹⁶ Галинская, Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – №11. – С. 91–94.

¹⁷ Баранова, А.А. Способы репрезентации России как политического субъекта в программах радиостанций «Радио России» и «Эхо Москвы» / А. А. Баранова // Политическая коммуникация: материалы междунар. науч. конф. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – С. 23 – 30.

¹⁸ Ворожбитова, А.А. Теория текста: Антропоцентрическое направление: учеб. пособие / А.А. Ворожбитова. – М.: Высшая школа, 2005. – С. 23.

1.2 Классификация понятия «образ» и «медиаобраз» в теории журналистики

В теории журналистики появилось несколько классификаций понятий «образ» и «медиаобраз».

У.С. Захарова выделила несколько уровней:

- элементарный уровень, на котором медиаобраз представляет собой «сочетание мысли и образа, репрезентации и значения»¹⁹.
- средний уровень – медиаобраз представлен как изображение – деталь,
- высокий уровень, на котором медиаобраз представляет собой целую картину.

Широко известна классификация М.И. Стюфляевой. Автор выделила три типа изображений в журналистике: образ-факт, образ-модель, образ-концентрат.

Автор определил первую группу следующим образом: «В узком смысле слова образ-факт - это эпизод, персонаж, деталь, которые имеют символическое значение; в широком смысле образ-факт - это любой документальный образ в журналистике, созданный методом типизации: персонаж, картина природы, крылатое слово, не потерявшее авторства»²⁰.

Вторая группа – так называемые «образы-модели», ставшие продуктом аналитического мышления; образующиеся, когда корреспондент «прочерчивает общие магистрали, «прорезивая» единичную, случайную».

При разработке третьей группы («образы-концентраты»), М.И. Стюфляева основывалась на уже введенных исследователями (В.И. Здорова, М. С. Черепанов, Л.Е. Кройчик) определениях «образ-тезис» и «образ-понятие». Образ-концентрат получил следующее определение: «Это художественные формулы, сосредоточившие смысл определенной ситуации

¹⁹ Захарова, У.С. Анализ национальных особенностей культур: к проблеме синтеза теории ключевых слов и теории культурных доминант/ У. С. Захарова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – № 3 (7). – С. 15–18.

²⁰ Стюфляева М.И. Поэтика публицистики. / М.И. Стюфляева. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1975. – С. 62.

или явления, замещающие понятие (или суждение) и в качестве такого заместителя имеющие хождение как в литературе, публицистике, так и в обыденном общении»²¹.

Е.Н. Богданом выявлены следующие виды медиаобраза:

- знаково-символический – вся совокупность символов и знаков, которые оформляют единство медиа-объекта;

- понятийный – система мнений, культурных значений, ценностей, мыслей, вербализованных психологических состояний, скрывающих за собой знаки и символы;

- смысловой – многообразие индивидуальных смыслов, переживаний, мыслей, чувств, образов, мотивов, опыта.

При изучении образа России в средствах массовой информации необходимо учитывать события в стране и мире, к которым наша страна имеет непосредственное отношение. Образ страны формируется как совокупность различных факторов: экономических, социально-политических, исторических и других. Значительное влияние на образ государства оказывают сложившиеся стереотипы и представления в стране и за рубежом.

В сложившейся ситуации образ страны становится важным ресурсом «мягкой силой» государства, с помощью которого может продвигать свои национальные интересы. Действительно, на международной арене государство стало неким информационным и медийным продуктом. Фактически внутренние ресурсы страны существенно влияют на формирование ее образа за рубежом. По мнению Н.Н. Болдырева, образ территории очень важен для создания представлений о стране посредством информации в СМИ, конструируя медиаобраз²²

В медиаобразе страны также важны национальные или этнические

²¹Богдан, Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан// Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2007. – № 4. – С. 122–127.

²²Болдырев, Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.

стереотипы, а также их устойчивые представления людей о себе и устойчивые представления о людях другой национальности и другого государства. Часто поверхностные или искаженные представления о другой стране, культуре и традициях связаны с национальными и культурными особенностями определенного народа или этнической группы.

Таким образом, все эти составляющие - стереотипы, идеологии, архетипы и менталитет - существенно влияют на формирование образа страны.

Тип страны во многом находится в зависимости от его интерпретации в средствах глобальной информации. База формирования сего вида - процессы идентификации и индивидуализации государства. Конструкция ее вида формируется из 3-х элементов.

1-ый — середина вида, включающий в себя весь исходный материал о государстве: его геополитическую суть, особенности государственного самовосприятия, солидарности и идентичности, объединяющих нацию. То, как государство ведет себя в публичном пространстве, дает основания предполагать ее собственный стиль и манеру поведения, а также содержательные поведенческие репертуары и приёмы для воплощения трансляции образов, процесс формирования свежих смыслов и освоения символического пространства.

2-ой — это состояние образа как заявленной позиции, то есть способность исходного материала к видоизменению корректировке позиционирования в мировом сообществе, то есть, определение его иной роли в моделируемом смысловом пространстве, самоотождествление с различными ценностями и символическими смыслами.

3-й — адекватное информационное сопровождение, актуализация и продвижение созданного вида государства в критериях информационного шума и растущего давления.

Таким образом, с одной стороны возможно рассматривать образ в качестве комплекта конкретных качеств, которые ассоциируются с объектом, а с иной стороны — как тип, который способен давать характеристики, не

свойственные определённому явлению, превращая их в ключевые элементы внутреннего образа, при этом конструктивно изменяя представления о внешнем образе.

Наружный образ государства тесно связан с внутренним. Они сосуществуют по принципу проективности и предполагают собой конкретные начальные границы, соблюдение коих позволяет выдерживать линию анализа имиджевых превосходств, реализовывать личный подход к позиционированию и ребрендингу государства. В связи с этим, дальнейшее определение внутренних и наружных элементах образа позволяет принимать решение о том, как донести до населения моделируемый информационный продукт, какие шаги помогают одолеть вероятную полосу отчуждения в восприятии, собственно что несомненно поможет сделать достоянием общности внешние и внутренние имиджевые элементы и их модификации. Данный этап создаёт «новую идентичность», которая имеет возможность рассматриваться как система символов и знаков, отражающих оригинальность страны. Ее роль –отблеск миссии, геополитической стратегии и притязаний государства, она считается историческим и культурным продуктом, итогом синтеза взоров различных слоев общества и отражением их целостного понятия.

От действительности вида государства во многом находится в зависимости от уровня реализации ее государственных интересов, цивилизационный выбор и инвестиционная привлекательность²³.

Частью объективного образа страны непосредственно является отражение его в средствах массовой информации других государств. СМИ в этом смысле занимают неоднозначное положение. С одной стороны, их призванием считается информирование и просвещение аудитории — передача беспристрастной инфы. Занимая в некоторой степени субъективную позицию, массмедиа выполняют функцию убеждения, тем

²³Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы международ. науч. конф. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2010. – С. 73.

самым непосредственно влияя на составление ценностных ориентацией своей аудитории создавая и обеспечивая воспроизведение культурных легенд, свойственных представленному обществу.

Таким образом, образ государства будет во многом зависеть от точности подачи информации в СМИ.

Итак, под медиаобразом страны понимается субъективное изображение страны, освещенное средствами массовой информации.

Для стран политическим орудием становится язык, он может помочь формулировать собственные интересы, демонстрируя их всему миру при поддержке СМИ. Превращая все происходящие действия в слова, создатели преследуют разные цели – где представляют объект или явление в подходящем свете. «Выбор слов и стилистические предпочтения ориентируется политическими и идейными установками»²⁴ – указывает Я.А. Пархоменко.

Под идеологией в нашей работе в общем обличье понимается совокупность политических убеждений и установок, которая вербализуется в текстах СМИ в обличье комплекта идеологем²⁵.

Идеологема – это ключевое слово, которое актуализируется при помощи лексических, синтаксических и стилистических средств, воздействует на эмоционально-оценочное восприятие адресата и закрепляется в виде ментального стереотипа.²⁶ На основании этого можно сделать следующий вывод, что идеологема становится эффективным оружием информационной войны в медиaprостранстве.

Все идеологемы имеют ряд свойств. Для начала, дабы регулировать восприятие информации реципиентом, ориентируя его в нужную сторону в рамках оценочной шкалы «свое - чужое», надо придать объектам или

²⁴Пархоменко, Я.А. Публицистическая составляющая медийного образа / Я. А. Пархоменко// Вестник электронных и печатных СМИ. – 2015. – №1 (23). – С. 31-49.

²⁵Собиянэк, К.Л., Образ России и стереотипы ее восприятия в Польше (по материалам публикаций Анджея де Лазари)/ К.Л. Собиянэк // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2010. – № 4 (34). – С. 166–171.

²⁶Кузина, О.А Идеологема как ключевая категория медиадискурса в период информационной войны/ О.А. Кузина// Вестник электронных и печатных СМИ. – 2018. – №8 (86). – ч.1. С. 110-115.

явлениям аксиологическую значимость, дабы владеть эмоционально-оценочной составляющей.

Далее, идеологема содержит конкретные временные рамки (темпоральность) собственного существования.

И наконец, чтобы стать частью картины мира и влиять на его восприятие, идеологема нуждается в периодической и поочерёдной актуализации.

В формировании образа страны СМИ играют значимую роль. С помощью средств массовой информации создается особая реальность - медиа-картина мира. Речевые методы и языковые средства влияют на мировоззрение адресата и могут навязать положительную или отрицательную оценку события. Важным принципом анализа имиджа страны, на наш взгляд, является выявление смысловой доминанты, которая реализуется различными лингвистическими способами. Ключевые слова (идеологемы), в текстах СМИ активно участвуют в формировании образа страны.

2. ПОНЯТИЕ «ОБРАЗ» В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

2.1 Основные особенности, образы России в дореволюционную эпоху

Для России важен образ, через который страну воспринимают за рубежом, принципиальна определённая мысль, а не то, чем она считается на самом деле. В то же время информации о России остаётся небольшое количество. Для сего были причины. Более конкретную причину, с нашей точки зрения, можно найти в предисловии к описанию путешествия Кунраада фон Кленки в XVII веке: «К сожалению, никто не описал Московию или Россию должным образом. Большинство путешественников, которые приезжают туда, — это люди, которые больше обращают внимание на преимущества, чем на точное описание каких-либо мест, более того, если бы они даже имели в виду последнее, они вряд ли бы нашли время. Это связано с тем, что торговля в России, настолько поспешна, что суды едва успевают загружаться ...»²⁷.

Европейцы, за исследуемый период пытаются сравнить то, что они видят, с работами, написанными их предшественниками, которые побывали в Московском государстве. Представители разных классов и стран посещали Россию во все времена.

Для нас же, более актуальным возможно считать воспоминания послов и путников. Эрцгерцог Фердинанд создал руководство, где рекомендовал послам проверять всю ими полученную информацию, особенно призывал, проявлять наблюдательность. «Мы обязываем вас тщательно исследовать содержание их веры и обычаев, как в церковных, так и в мирских вопросах»²⁸.

Послы не имели возможность выяснить всю интересующую их

²⁷Стрейс, Я.Я. Три путешествия. / Я.Я. Стрейс. - М.: СоцЭКГИЗ, 1935. - С. 210.

²⁸Герберштейн, С. Записки о Московии. / С. Герберштейн. - М.: Изд-во МГУ, 1988. - С. 88.

информацию вследствие того, что не имели открытого доступа к ней.

А вот у зарубежных путников была совершенно противоположная ситуация, вероятность изучить обитателей России всех классов, была значительно выше. Тут способ исследования подходил куда лучше, чем какой-либо другой и давал больше шансов узнать всё более детально. Петр Юрченко стал первым переводчик голландского путешественника Я. Стрейса, смысл этих статей заключается в том, что «путешественники не были удалены, как посланники, их секретари и свита из людей даже во время путешествия»²⁹.

Исходя из этого можно сделать вывод о том, что европейцы и русские не всякий раз обладали беспристрастной информацией друг о друге, чаще всего она была разрозненная, взятая из не всегда объективных источников. Патриархат, отсутствие образовательных организаций, тираническая власть и многое другое, что было необычно для западного человека, поражала европейцев.

Русь XV-XVII вв. сильно отличалась от западной Европы. На Россию оказали огромное влияние Византия и Золотая Орда. В отличие от России формирование образа жизни Запада строилось на основе германо-романского наследия. Но это относится не только к России. По мнению А. Р. Вильямса, «с самого начала путешественники с Запада оценивали мораль и обычаи более широкого мира только презрительно, оценивая их худшим образом»³⁰.

Европейцы передают читателям субъективную и часто искаженную информацию о нравственности и психологии русского народа. Её ценность для исследователя культуры довольно велика.

Создается некий стереотип о России. Все иностранцы видят в русских неумолимых пьяниц, которые с презрением относятся к тем, кто недостаточно употребляет или же вообще не пьет. Собственно, что понижает имидж русской культуры. Но, можно утверждать, что это не более чем

²⁹Стрейс, Я.Я. Три путешествия. / Я.Я. Стрейс. - М.: СоцЭКГИЗ, 1935. - С. 219.

³⁰Вильямс, А.Р. Сенаторы заблудились. Россия глазами иностранцев. Сборник статей. / А. Р. Вильямс. - М.: ГИХЛ, 1932. – С. 82.

преувеличение. Проанализировав большую численность работ зарубежных путников, послов и т. д. можно увидеть, что создатели работ указывают на запрет употребления любых алкогольных напитков в непростые дни в России. Беспристрастные оценки были от авторов, которые разочаровались в поездке в Россию и в собственных работах предвзято писали о государстве в целом; таких, как Джайлс Флетчер³¹.

Европейцы нередко рисовали картины благополучия и процветания, в это же время имелась информация о проблемах с обеспечением россиян товарами первой необходимости и продуктами; были войны, восстания, массовые волнения и иные страшные действия.

Иностранцы смотрели на Россию сквозь призму своих ценностей. И нет ничего необычного в том, что их видение России было довольно предвзятым и в целом негативным. В связи с этим Екатерина II отметила, что «нет людей, в которых было бы так много лжи, нелепостей и клеветы, как в русском народе»³².

Так, например, еще в XVII веке немецкий ученый и путешественник Адам Олеарий писал, что москвичи «хитры, упрямы, раздражительны и смелы ... и не знают ни стыда, ни совести; они ставят власть над здравым смыслом и растоптанной добродетелью во всех ее проявлениях»³³.

Швед Йохан Джерне, посетивший Санкт-Петербург в 1725 году, оценил пьянство, воровство, жадность, нечестность, двуличие, предательство, жестокость и нечестность русских людей, одинаково простых и знатных. И он пришел к выводу, что лучший способ управлять такими людьми - жесткое самодержавное правление. По его словам, для русских было бы лучше оставаться в варварском государстве, «потому что, если они станут цивилизованными, они осознают свои силы и создадут угрозу для своих соседей, поскольку у них нет недостатка ни в людях, ни в материалах».

³¹Флетчер, Дж. О государстве Русском. / Дж. Флетчер. - М.: Захаров, 2002. -С. 55

³²Захарова У. С. Анализ национальных особенностей культур: к проблеме синтеза теории ключевых слов и теории культурных доминант/ У. С. Захарова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – № 3 (7). – С. 15–18.

³³Герберштейн С. Записки о Московии. - М.: Изд-во МГУ, 1988. -С. 84.

Отношение иностранцев к России, конечно, зависело от того, какие отношения были у правителей западных стран. Поэтому Россия казалась далекой и загадочной страной. Не случайно Екатерина II полагала, что для многих иностранцев Россия была пробным камнем: «Тот, кто преуспел в России, мог быть уверен в успехе всей Европы»³⁴.

Французская художница Элизабет Виджи-Лебрюн, путешествовавшая из Петербурга в столицу в 1800 году, заметила: «Вряд ли можно даже проехать по этому пути, потому что полы из бревен постоянно дрожат, создавая такое же ощущение, что волны на море. Моя коляска, катаясь на полколеса в грязи, толкалась и бросалась во все стороны, и в любой момент я могла отдать свою душу Богу»³⁵.

Нередко иностранцы обращали внимание на неадекватность провинциальных городов, «убогие хижины», «заброшенные дворы», «грязные, полуразрушенные магазинчики», контраст между богатством и бедностью. Иногда их раздражали бытовые неудобства, в том числе жуки в отелях и тараканы.

Маркиз де Кюстин, писал об отеле на почтовом дворе: «Я пишу вам из дома, который поразительно отличается изяществом от скучных домов в окрестных деревнях. Это и почта, и бар, и здесь почти чисто. Дом похож на жилище какого-то зажиточного землевладельца, аналогичные станции, хотя и менее ухоженные, чем в Померании, построены вдоль всей дороги»³⁶.

Немецкий путешественник Фридрих Мейер, посетивший Россию примерно в то же время, что и Кюстин, отметил, что ведущими чертами русского государственного нрава считаются такие достоинства, как «порядочность, готовность помочь, спартанская выносливость и добровольный отказ от жизненных потребностей, смелость, негибаемость

³⁴Захарова У. С. Анализ национальных особенностей культур: к проблеме синтеза теории ключевых слов и теории культурных доминант/ У. С. Захарова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – № 3 (7). – С. 15–18.

³⁵Иностранцы о древней Москве (Москва XV-XVII вв.). - М.: Столица, 1991. –С. 72.

³⁶Вильямс, А.Р. Сенаторы заблудились. Россия глазами иностранцев. Сборник статей. / А. Р. Вильямс. - М.: ГИХЛ, 1932. – С. 42.

выносливость, непоколебимая устойчивость». Он считал, что наиболее характерные качества россиян «превосходят негативные аспекты, приписываемые им национальным характером этого народа»³⁷.

Следует также отметить, что иностранные путешественники в России, с одной стороны, представляли свою культуру местным жителям, а с другой - формировали образ России в Европе, что повлияло на принятие политических и экономических решений. Например, в начале XVI века европейский коммерчески-доходный дом Фуггера предпринял активную деятельность по расширению торговли с Россией. А английские купцы сделали шаг в направлении развития русско-английской торговли в Северной Европе. Всё произошло благодаря влиянию произведений Матвея Меховского и Сигизмунда Герберштейна.

Взаимное недопонимание и подозрения вызвал тот факт, что многие приезжие не знали языка, в связи с чем было большое количество искажений в именах, заглавиях и написании прочих незнакомых слов.

В чужих глазах русские выглядели варварами, и европейские авторы пробовали оправдать собственные надежды. Вследствие этого европейские авторы стремились узнать обо всех особенностях русской жизни и рассказать о тех, которые казались наиболее экзотичными.

Труды жителей других стран, независимо от цели, считаются необходимым источником для исследования жизни россиян в этот период. Как писал исследователь XIX века К.М. Оболенский о личных записках иностранцев: «Эта информация не всегда верна, поскольку иностранцы по большей части передают события, которые они видят, не понимая их истинного значения и часто восхищаясь тайной или очевидностью для нас недружелюбно; хотя они имеют значение как свидетельство современников и часто свидетелей»³⁸.

³⁷Иностранцы о древней Москве (Москва XV-XVII вв.). - М.: Столица, 1991. -С. 66

³⁸Оболенский К. М. Предисловие // Поражение москвитян и осада Вендена в 1579 г. // ЧОИДР -1847. - № 3.

2.2 Специфика формирования образа России в советскую эпоху

Трудно было бы назвать точное число британских, американских, французских и других журналистов, которые побывали в России в драматическом 1917 году, так как не все из них подписывали свои репортажи, и осталось всего несколько книг и мемуаров, но на самом деле их было много. Иностранцы часто упоминают друг друга в своих статьях, но всегда ненадолго. К сожалению, почти ничего не осталось от архивов, и большинство ценных фотографий потеряно. Всех этих людей объединяла определенная настойчивость, смелость, профессиональная страсть, они должны были чувствовать голод, холод и лишения, а иногда работать, рискуя жизнью. Помимо отчетов и фоторепортажей у этих людей остались воспоминания, мемуары, письма, которые являются наиболее интересным свидетельством той эпохи. Говоря об иностранных корреспондентах и писателях в России, следует отметить еще один важный факт: некоторые из них были вовлечены в сложные политические игры, были агентами спецслужб.

Надо сказать, что для иностранцев Россия всегда была страной экзотической, непостижимой, со своей особой атмосферой и судьбой. Несомненно, российские реалии на грани революции потрясли иностранцев. Приехав в Россию, иностранцы понятия не имели, что их ожидало. «Я спросил себя, что я думаю о России, и обнаружил, что я воспринимаю ее как мрачную страну (под впечатление о романе Достоевского «Преступление и наказание»), очень трагическая страна (в результате чтения романа Толстого «Воскресение»), например ужас (после прочтения «Сибири и связи» Джорджа Кеннана). У меня был беспорядок в голове, информация о нигилистах с бомбами, офицерах продаж, кровавом воскресенье, жестоких

казаках», - писал Арно Дош-Флеро.³⁹

Действительно, Россия начала в 1917 году встречать своих гостей холодной зимой, голодом, невероятными очередями, нехваткой топлива, забастовками. Прибыв в Петроград 13 февраля 1917 года, уже 18 февраля Дональд Томпсон и Флоренс Харпер могли наблюдать из окон «Астории» огромные очереди в пекарнях, волнения из-за массовой безработицы на Путиловском заводе. Американский репортер увидел полицейские призывы остановить любые демонстрации, которые были немедленно прерваны. Напряженность повисла в воздухе, и Томпсон, получивший разрешение на любую стрельбу, надеялся раздобыть сенсационный материал. Буквально пары дней репортеру хватило, чтобы понять весь масштаб надвигающейся катастрофы. В письме к своей жене он написал: «Если бы вы могли видеть эти очереди за хлебом и взгляды проходящих мимо них людей, вам было бы трудно поверить, что это происходит в двадцатом веке».⁴⁰

Еще одним драматическим эпизодом февральской революции, подробно описанным журналистами, было нападение революционной толпы на гостиницу «Астория». Там проживало большое количество иностранцев, в том числе Дональд Томпсон и Флоренс Харпер. Прямо в комнате Томпсона из окна был застрелен русский хозяин гостиницы, который в панике вбежал к нему в номер. По словам Роберта Уилтона, «только сами руки и мужество британских и французских офицеров позволили в этот день избежать массовых убийств русских генералов, женщин и детей»⁴¹.

Почти все крупные мировые газеты и журналы так или иначе отреагировали на это событие. Конечно, оценки того, что было сделано, в России были совершенно другими. Американская пресса в целом поддерживала свержение российской монархии и формирование нового правительства, но Бостонская расшифровка, например, писала, что

³⁹Dosch-Fleuret, Arno. Through war to revolution, London: John Lane, 1931. - P. 101.

⁴⁰Раппапорт Хелен. Застигнутые революцией. Живые голоса очевидцев/Хелен Раппапорт; [пер. с англ. А. Мовчан]. – Москва: Издательство «Э», 2017. –С. 320.

⁴¹ Robert Wilton, Russia's agony, London: Edward Arnold? 1919. - P. 124.

революция была «кошмаром на грудном вскармливании либеральным миром», в то время как новости из Далласа полагали, что революция дала политические и духовное единство союза противников Германии, которого все еще не хватало по той причине, что демократия находилась в одном ряду с самодержавием»⁴².

В западноевропейской прессе разброс мнений был не меньше. Например, было четкое мнение, что революция была антигерманским переворотом, осуществленным в патриотических целях под руководством Думы.

Журналисты старались оставаться верными идеям октября, они оставили свои воспоминания о революционной России: книги Луизы Брайант «Шесть месяцев в России» (Шесть месяцев в России, 1918) и «Зеркало Москвы» («Зеркала Москвы», 1923), Бесс Битти «Красное сердце России» (1918), А.Р. Уильямс «Ленин - человек и его дело» (Ленин. Человек и его дело, 1919), «Через русскую революцию» (1921) и «Темные люди» (1918) и другие.

Джон Рид был удивлен «полуголыми людьми», стоящими в длинных очередях возле пустых продуктовых магазинов, трагический контраст которых создавали «бесконечные витрины с цветами, корсетами, ошейниками для собак и париками»⁴³. Несмотря на голод, многие кафе, где подают горячий чай и бутерброды, были заполнены до отказа, были кинотеатры, кабаре, ночные клубы, в театре можно было слушать оперу или смотреть балет. Игровые клубы работали всю ночь, люди праздновали и веселились. Однако грабежи и насилие имели место на ночных улицах города⁴⁴.

Журналисты стали свидетелями захвата Зимнего дворца 25 октября (7 ноября) 1917 года и одними из первых вступили с повстанцами. Книга «Десять дней...» опровергает версию о штурме Зимнего дворца. С

⁴²Желтухина М. Р. Создание политического имиджа России в зарубежных СМИ: материалы междунаро. науч. конф. / М. Р. Желтухина, А. В. Омельченко. – Екатеринбург: ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2010. – С. 59–62.

⁴³Ключевский, В.О. Сказания иностранцев о Московском государстве. / В. О. Ключевский. - М.: Прометей, 1991. - - С. 211.

⁴⁴ Robert Wilton, *Russia's agony*, London: Edward Arnold? 1919. - P. 279.

беспристрастностью репортера Джон Рид описывает последующее разграбление дворцового имущества, в котором приняли участие, как Красная Армия, так и защитники нынешнего правительства. Рид и другие журналисты стали свидетелями ужасного варварства: толпа набросилась на многие ящики, «разбивая их прикладами и вытаскивая ковры, шторы, постельное белье, фарфор и стеклянную посуду. Кто-то положил на плечо бронзовые часы. Кто-то нашел страусиное перо и сунул его в шляпу»⁴⁵.

В начале двадцатого века Великобритания была военным союзником России в Первой мировой войне, кроме того, Россия была ее самым важным стратегическим и экономическим партнером. Поэтому революция в России стала шоком не только для нашей страны, но и оказала огромное влияние на всю геополитическую картину мира, на все основные европейские страны. Это связано с наивысшим интересом к союзным державам: России и особенно к Британии.

Два мемуара Джорджа Бьюкенена были впервые опубликованы в Лондоне в 1923 году под названием «Моя миссия в Россию и другие дипломатические воспоминания», затем в 1924 году они были переведены на русский язык, после того как некоторые сокращения превратились в одну книгу, которая стала называется «Воспоминания дипломата. Моя миссия в России»⁴⁶.

Читая его журналистские заметки, можно сделать вывод, что положение дипломатов в этот период было очень хрупким, их роль заключалась, прежде всего, в подчинении властям, этикете, маневрировании, а последний год его службы был опасен для жизни. Хотя главная цель Бьюкенена состояла в том, чтобы защитить интересы Великобритании, его работа в России стала для него важной вехой, нечто большее, чем просто дипломатическая служба, и разворачивающаяся на его глазах картина революционных событий, сохраненная им довольно точно, живо и представляет несомненный

⁴⁵ Рид Дж. Десять дней, которые потрясли мир. Библиотека всемирной литературы, Джон Рид. Восставшая Мексика, Десять дней, которые потрясли мир, Америка 1918.: пер. с англ. / Дж. Рид. М., 1968. – С.347.

⁴⁶ Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы/ С. А. Михайлова. – СПб.: Михайлова В. А., 2002. –С. 82.

многогранный интерес. Сам посол писал, оставляя страну охваченной революцией: «Почему Россия оказывает такое невыразимое мистическое влияние на всех, кто знает это, что даже сейчас, когда ее потерянные дети превратили свою столицу в живой ад, нам жаль уходить»⁴⁷.

Россия в начале XX века привлекла внимание, не преувеличивая весь мир своим беспрецедентным экспериментом - революцией и последовавшей за ней путем создания государства совершенно нового социалистического образования, воплотившего в себе все надежды угнетенного народа на «свободу, равенство, братство». Революция стала своего рода границей, разделила не только людей, которые изменили свои мысли и мнения, но и изменили мировой порядок, которые изменили структуру международных отношений. Такое отношение было как негативным, так и резко позитивным, что было обусловлено многими факторами. Разница в экономическом, культурном, духовном развитии, географической удаленности, все это сказывалось на объективности восприятия, породило стереотипные мнения, не соответствующие действительности. Если в 1917 году большевистская революция рассматривалась как освобождение от царского режима, то после 1918 года следующие события, связанные с гражданской войной, красным террором и т.д., заставили изменить отношение к октябрьским событиям, чтобы рассматривать их как абсолютно негативное историческое событие. Со страниц газет и журналов европейские и американские читатели были наводнены антисоветской информацией и пропагандой, которая привела к массовой истерии и ксенофобии.

Все, что писали о событиях в России, вызывало постоянный интерес, лекции о стране Советов были очень популярны. В 1920 году была создана Коммунистическая партия США, стали выходить левые журналы и газеты: «Масса», «Голос труда», «Революционный век» и т.д., но нельзя сказать, что в американском общественном мнении преобладало позитивное отношение к

⁴⁷ Джордж Бьюкенен. Моя миссия в России. Воспоминания английского дипломата. 1910-1918. – М.: Центрполиграф. 2006. - С. 383.

События октября левая радикальная пресса не пользовалась популярностью, большинство американцев читали традиционные «Нью-Йорк Таймс», «Бостон глобус», отличающиеся либеральной ориентацией.

Сегодня, после публикации книги Энтони Саттона «Уолл-стрит и большевистская революция», основанной на документальных материалах из архивов Государственного департамента США, личность коммуниста Линкольна Стеффенса можно рассматривать с другой точки зрения. Автор, основываясь на ряде документов, полагает, что без финансовой, дипломатической и политической поддержки, оказанной революционерами Троцкому и Ленину, их так называемым «соперникам» и фактически - союзникам, заинтересованным в революции, лидерам Уолл-стрит - русской революции не произошло бы. Еще в апреле 1917 года, когда на борту парохода, направлявшегося в Россию, знаменитые пассажиры знали, что Временное правительство обречено и станет «революцией». В своей книге «Уолл-стрит и большевистская революция» Энтони Саттон пишет, что американский коммунист Линкольн Стеффенс действовал как связующее звено между президентом Вудро Вильсоном, финансистом и политиком Чарльзом Крейном и революционером Львом Троцким.

Недоступность материалов делает невозможным дать полное описание британского социального понятия о Советской России в данный этап. Конечно, что британское правительство незамедлительно после революции относилось к большевикам отрицательно, советское правительство не признавалось, говорило о надобности военного вмешательства в Россию. Британский дипломат Роберт Брюс Локхарт вспоминал: «Среди консерваторов преобладали ненависть к революции и страх перед ее последствиями в Англии»⁴⁸.

Среди консервативных политических деятелей было твердое убеждение, что Ленин и Троцкий были немецкими агентами. Влиятельные британские

⁴⁸ Общественное мнение об СССР в 1920-1930 годов в США и Великобритании. [Электронный ресурс]. URL: - <http://biofile.ru/his/32961.html> .

газеты- «Таймс», «Обозреватель», «Дейли мейл» считали, что падение большевиков — это только вопрос времени. С другой стороны, основная масса лейбористов, поддерживающих их рабочих, сочувственно смотрели на Советскую Россию, настаивая на признании Советской России и прекращении интервенции. Английские социалисты были на стороне русской революции. В 1920 году была создана Коммунистическая партия Великобритании, хотя ее популярность была намного меньше, чем в Соединенных Штатах. После начала интервенции движение «Руки прочь от России!»⁴⁹.

Основным источником информации о Советской России для западных стран были газетные и журнальные периодические издания. В некоторых случаях просоветские журналы, такие как «Советская Россия сегодня», издающиеся с 1932 года, принимали активное участие в распространении информации о жизни советских людей о социалистическом строительстве с позитивной точки зрения.

А. Рис Уильямс писал: «Совхозы», «Колхозы» - эти новые слова стали появляться в американской прессе в 1929 году. Сначала газеты писали о коллективизации с улыбкой или презрением. А затем, спустя несколько месяцев, эти самые желтые газеты совершили самое бесстыдное вольт: они начали заявлять об обратном. Оказалось, что не коллективисты умрут от невозможности собрать нужное количество хлеба, а наоборот - смерть угрожает остальному миру, поскольку российские фермы будут производить слишком много хлеба. Эта путаница в Америке, на расстоянии десяти тысяч километров от Советского Союза, лично сказала мне, что что-то чрезвычайно важное и значимое действительно происходило там, в советской стране»⁵⁰.

Традиционно негативная риторика в отношении СССР в западных СМИ также все чаще начинает позитивно меняться. Например, американский журнал «Нация», в котором трудно было заподозрить сочувствие Советскому

⁴⁹ Там же.

⁵⁰ Вильямс, А.Р. Сенаторы заблудились. Россия глазами иностранцев. Сборник статей. / А. Р. Вильямс. - М.: ГИХЛ, 1932. – С. 393.

Союзу, писал в 1932 году, что «четырёхлетний пятилетний план в СССР принес с собой поистине замечательные достижения, а интенсивность работы сравнима с военным временем. В степях и пустынях возникли новые города, построены сотни электростанций, организовано массовое производство совершенно новых изделий: тракторов, комбайнов, высококачественных сталей, синтетического каучука, шарикоподшипников, мощных дизелей, турбин, телефонной аппаратуры, электромобилей и многое другое. Советская Россия добывала алюминий, магнезит... Были построены колхозы, вся деревня была электрифицирована, а сельскохозяйственная техника была более сложной, чем в Америке»⁵¹.

Британская экономическая газета «Файнэншл таймс», также не сочувствующая коммунистам, в том же 1932 году писала, что прогресс, достигнутый в машиностроении, огромен. В то же время английский журнал «Форвард» отметил, что советская страна находится на пути устойчивого прогресса, и ее масштабы являются явным вызовом враждебному капиталистическому миру.

Другая известная английская газета «Дейли мейл» заявила, что в СССР до начала 30-х годов производилось все оборудование для металлургической и электротехнической промышленности, создавалась собственная автомобильная промышленность, производство оружия, орудий труда и др.

«Новая Республика» опубликовала серию статей Джона Дьюи, посетившего СССР, в одной из своих публикаций он пишет: «Пожалуй, самое важное, что происходит сейчас в России, это не попытка экономических преобразований, а желание использовать эти экономические изменения. В интервью журналу «Nations Business» в статье «Почему я помогаю российской промышленности?»⁵². Генри Форд сказал, что его не интересует политическая составляющая, и русские были правы, подражая

⁵¹ Ярославцева, Я.А. Конструирование межнациональных отношений в жанрах внешнеполитического дискурса (на примере России и США) / Я.А. Ярославцева, Т.В. Дубровская // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2015. – № 3 (53). – С. 182 – 192.

⁵² Там же.

американским методам промышленного производства.

Столь быстрые темпы индустриализации в СССР вызывали естественную озабоченность, например, в журнале «Деловая неделя» была опубликована статья «Российская пятилетка наполняет Европу страхом», в которой высказывались опасения по поводу быстрого развития советской экономики и роста экспорта. Финансовый журнал «Barron`s» заявил, что СССР опасен как конкурент на экспорт пшеницы. Журнал Американского химического общества «Инженерная химия» писал, что жизни американских специалистов, которые работали в СССР, находятся в опасности, если пятилетний план провалится⁵³.

Корреспонденты крупных СМИ во многом повлияли на формирование общественного мнения о СССР. Но работа иностранного журналистского корпуса имела в СССР свою специфику, на формирование материала повлияло незнание языка, отсутствие обширных контактов и неспособность свободно передвигаться по стране, а также отражение кратковременного пребывания в стране. В СССР действовала мощная советская цензура. В 1920-х и 1930-х годах СССР имел четкие правила и отслеживал наличие зарубежных журналистов и был представлен народными комиссарами. Главное управление литературы и издательского дела (Главлит) контролировало произведения, ввозимые из-за границы, и произведения, ввозимые из-за рубежа. Поэтому западные читатели почти не имели точной информации о негативных сторонах советской действительности.

Единственным западным журналистом, имевший доступ в Кремль и имел возможность взять интервью у Сталина и его соратников, был руководитель русского бюро американской газеты «Нью-Йорк Таймс» в Москве, англичанин Вальтер Дюрант. С 1921 по 1940 год он освещал жизнь СССР, естественно, его публикации строились на советских пропагандистских материалах. Например, Дюрант знал, о массовом голоде, в своих статьях и

⁵³Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы междунаро. науч. конф. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2010. –С. 92

отчетах он был обязан категорически отрицать его, а также о репрессиях 30-х годов, дабы оправдать и одобрить. Руководство «NewYork Times» было склонно к такой позиции из-за страха потерять столь важный источник информации, а сам журналист оценил успешную и финансовую работу.

За серию эссе 1931 года о первой советской пятилетке в 1932 году Дюрант был удостоен высочайшей журналистской премии в США - Пулитцеровской премии.

Другим журналистом, который симпатизировал Советскому Союзу, был Айви Ли, который несколько раз посещал Советский Союз и был советником нефтяника Рокфеллера и других американских пресс-фирм. Он оказал большое влияние на американскую прессу и общественное мнение и провел широкую кампанию за признание СССР. Айви Ли также отметил растущий интерес к Советскому Союзу. И это внимание сосредоточено в первую очередь на индустриализации в стране. Также, был и другой американец, который посетил стройки советской промышленности. Г.Р. Никербокер был одним из первых иностранных корреспондентов, занявшийся этой стороной вопроса российской действительности. Во время строительства Челябинского тракторного завода он был впечатлен не увеличением количества выпускаемой продукции (до 50 000 тракторов в год), а возможностью перестроить производство в военных целях в кратчайшие сроки⁵⁴.

Работавший в Советском Союзе почти 12 лет, с 22 по 34 год, Уильям Генри Чемберлин, журналист «Christian Science Monitor», писал в книге «Железный век России», о невысоком уровне жизни советских трудящихся, что обязательной составляющей пятилетнего плана было использование принудительного труда и ликвидация безработицы, он объяснил существование всеобщего труда в СССР. Чемберлин полагал, что с началом индустриализации обычные советские граждане стали чаще приобретать

⁵⁴Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы международ. науч. конф. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2010. – С. 62.

профессию⁵⁵.

Можно сказать, что в середине 20-х и 30-х годах память о революционных событиях в России в Великобритании и США была сильной, советский эксперимент неизменно пленил глаза западного мира. Однако информации о ситуации в Советском Союзе было мало. Можно сказать, что негативное отношение, культивируемое правительственными периодическими изданиями, праволиберальной прессой, традиционно преобладало, в то время как многие либеральные газеты и авторы оставались нейтральными. Признавая быстрый рост экономики СССР, многие журналисты не могли молчать о таких негативных составляющих, как излишки коллективизации, отсутствие демократических свобод и так далее. То или иное мнение было продиктовано международной ситуацией, внутривосточной ситуацией западных стран. Со временем общее отношение к Советской России в Соединенных Штатах и Великобритании стало более благоприятным, чему способствовало не только признание успеха Советского Союза, но и строгое дозирование информации, получаемой западными журналистами.

С середины 20-х годов между западными странами и Советской Россией начался культурный обмен, в котором приняли участие журналисты, ученые, писатели, философы: Уильям Дюбуа, Роберт Вольф, Морис Хинду, Льюис Браун, Сэмюэль Харпер, Джон Дос Пассос, Бердасс Пассос, Эдмунд Уилсон, Сэмюэл Харпер, муж и жена Сидни и Беатрис Уэбб и многие другие.

Опять же, как и в первые послереволюционные годы, почтенные западные писатели, ставшие всемирно известными, стали приезжать в СССР, чтобы лично увидеть достижения Октябрьской революции и рассказать об этом в своих странах. В конце 1920-х и начале 1930-х годов англосаксонские писатели, такие как Теодор Драйзер и Герберт Уэллс, посетили нашу страну.

Для Уэльса революционное насилие неприемлемо, для Сталина это необходимость: «Насколько велико было сопротивление, сколько крови было

⁵⁵Общественное мнение об СССР в 1920-1930 годов в США и Великобритании. [Электронный ресурс]. URL: <http://biofile.ru/his/32961.html>

пролито, чтобы защитить Октябрьскую революцию от всех врагов, внутренних и внешних?». Мечты Уэллса о мировом порядке, построенном на идеях добра, являются несостоятельной утопией для Сталина, потому что: «... можно ли упустить из виду тот факт, что для того, чтобы переделать мир, нужна власть? В конце концов, что люди могут делать даже с самыми лучшими намерениями, если они не в состоянии поднять вопрос о захвате власти и не имеют власти в своих руках?»⁵⁶.

В СССР по приглашению советского правительства был приглашен еще один романист, Теодор Драйзер. Он прибыл в СССР 4 ноября 1927 года и уехал 13 января 1928 года. Драйзер изложил свои впечатления от поездки в Советский Союз в одиннадцати статьях по заказу Североамериканской газетной ассоциации, которые были опубликованы в ведущих американских и европейских газетах во второй половине марта 1928 года. Несколько эссе были опубликованы в журналах «The Saturday Night Post» и «Vanity Fair». Затем эти записи были объединены в книгу «Драйзер смотрит на Россию», которая была опубликована в США. Она еще не была опубликована в СССР и появилась в России только в период перестройки.

Масштабы его визита действительно впечатляют. Писатель посетил Москву на празднование десятой годовщины революции, Ленинград, Одессу, Тбилиси, Пермь, Баку, Киев, Харьков, Сталинград, Ростов, Нижний Новгород и другие города, а также встретился со многими политиками и деятелями культуры, такими как Маяковский. Мейерхольд, Таиров и Станиславский. Он ходил в музеи, театры, ездил по деревням, спускался к угольной шахте, посещал тюрьмы, разговаривал со священником православной церкви. Выражая сомнения, что в СССР ему продемонстрируют «потемкинские деревни», писатель смотрел за тем, чтобы его не пытались обмануть. Литературный критик, сопровождавший Драйзера

⁵⁶Раппапорт Хелен. Застигнутые революцией. Живые голоса очевидцев/Хелен Раппапорт; [пер. с англ. А. Мовчан]. – Москва: Издательство «Э», 2017. – С. 31.

во время его визита, вспоминал: «Он пришел к нам с твердым намерением, что большевики хотели его обмануть, он же в свою очередь, хотел обмануть их...» Романисту думалось, что ему станут показывать специально подготовленные детские дома, казармы, тюрьмы и т. д. Он был на заводах и фабриках и говорил с рабочими и специалистами, работниками сельского хозяйства, его вопросы касались условий жизни, работы, налогов. Он, без преувеличения, хотел увидеть жизнь советской страны изнутри со всеми ее плюсами и минусами.

Посещая различные учебные заведения, Драйзер приходит к выводу, что лучшее образование в мире было создано в Советской России, улучшилось благосостояние людей, созданы условия охраны труда, отдыха и медицинского обслуживания. Писатель был шокирован организацией системы труда на шахтах Донбасса и Сибири: «Я ничего не изобретаю, я видел это своими глазами», - с энтузиазмом восклицает он. Совершив поездку почти по всей России, Драйзер с уверенностью говорил: «Такое беспокойство распространяется практически на все категории рабочих - железнодорожников, судостроителей, лесорубов, водителей, работников, грузчиков Ташкента, бакинских нефтяников и рабочих рыбоконсервного завода на Черном море, Каспийском море⁵⁷.

Однако советский крестьянин не вписывается в эту систему, и Драйзер задается вопросом: «Однако мне не ясно, относится ли то же самое к крестьянам...»⁵⁸ - слова автора были пророческими, скоро крестьянство пострадает от коллективизации.

Первый в мире «социальный эксперимент», которым была Советская Россия, привлек внимание многих талантливых художников. И для писателя-фантаста, и для величайшего писателя-реалиста было большим соблазном не только изучить его поближе, увидеть его изнутри, но и представить, можно

⁵⁷ Драйзер Теодор. Жизнь, искусство и Америка. Статьи, интервью, письма. Сборник. Пер. с англ./Составление и предисловие Ю. Палиевской. Комментарий В. Толмачева. - М.:Радуга, 1988. -С. 220

⁵⁸ Там же - С. 219

ли его воплотить в других странах. Уэллс выступал за мировое господство, основанное на разумных принципах, постулируемых интеллектуальной элитой, и Драйзер увидел возможность перехода к социализму, приняв его наиболее эффективные принципы. Оба, как, оказалось, опровергли дальнейший ход истории. И здесь, конечно же, был Сталин, который сказал Уэллсу, что никакая власть не может быть взята и сохранена без кровопролитной борьбы.

Иностранные писатели, журналисты и политики «форматируют» свои мемуары и труды о революциях 1917 года и Советской России в зависимости от своих представлений и личных убеждений, а также под влиянием ряда внешних факторов, политического давления, обязательств перед своей страной, редакцией и другими. Причины, но их авторитетное мнение сформировало общественное мнение. Диапазон этих оценок и мнений действительно очень разнообразен: от особенно негативных, как у посла Джорджа Бьюкенена, до энтузиазма позитивных, как у «друзей Октября» Джона Рида, А. Р. Уильямса, Бесс Битти и т.д., которые рассматривали революцию как воплощение идеалов. «Свобода, равенство, братство». В то же время оба автора демонстрируют политическую близорукость: Бьюкенен, заинтересованный в продолжении войны, недооценивает власть большевиков, а Линкольн Стеффенс, например, считает варварские казни королевской семьи революционной необходимостью. На этом фоне выделяются известные писатели, такие как Теодор Драйзер, которые размышляют о достижениях как позитивного, так и негативного, а также некоторые журналисты, которые передумают под влиянием неблагоприятных фактов, такие как Юджин Лайонс, который в итоге занял антисоветскую позицию.

Все, что написано о революции, стало ценной исторической памятью, революционной хроникой прошлого, особенно свидетельства совершенно разных людей, а также иностранных граждан, чье представление об этом событии априори является «боковым видом», что очень важно. Как известно,

в дебатах рождается истина, символический «спор» разных людей и мнений, который демонстрирует и соотносит эту работу, может помочь объяснить восприятие событий столетней давности и их влияние на современный мировой порядок.

В двадцатом веке, тенденции отсталости и авторитаризма России, которые развивались ранее, усилились с появлением СССР, достигнув своего пика во время холодной войны. В западном дискурсе встречаются оппозиции «оборонительное наступление», «рыночный план», «рай-ад», «будущее-прошлое», которые характеризуют западные страны и Россию. Арон назвал политическую и экономическую систему СССР «до современной», что соответствовало идее ее положения между первым и третьим миром. Кроме того, СССР воспринимался на Западе как нестабильная ядерная сверхдержава, поскольку его статус не был поддержан руководством в других областях, в отличие от США⁵⁹.

Эпоха коммунизма в России рассматривалась как «огромный тупик нашего века», «дыра в русской и мировой истории». Сталинизм был приравнен к нацизму, а Россия характеризовалась как «тоталитарная и авторитарная». Преследование инакомыслящих и политика еврейской иммиграции также оказали негативное влияние на образ России. Постсоветская Россия с прозападной ориентацией была включена в «сообщество цивилизованных стран», но была недолгой. Либерализация России после холодной войны соответствовала идеям «ученика Европы» и «мессианской идеи» Соединенных Штатов.

Из-за политических взглядов разворачивался новый виток психологической войны. Как выразился Рейган СССР стала «империей зла», и пока эта страна не поглотила весь мир, пора организовывать «крестовый поход».

С одной стороны - свобода, процветание, достойная жизнь, а с другой

⁵⁹ Ярославцева, Я. А. Конструирование межнациональных отношений в жанрах внешнеполитического дискурса (на примере России и США) / Я. А. Ярославцева, Т. В. Дубровская // Политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2015. – № 3 (53). – С. 182 – 192

тоталитаризм, угнетение. Многое что происходило, рассматривалось через призму отношений СССР и США.

Противоречия СССР и США изображали картину альтернативой «или жизни (если вы с Америкой) - или смерти (если вы с СССР)».

Имидж СССР раскрывался через такие понятия, как «вооруженные силы», «затраты на вооружение».

После анализа тем статей, у нас не осталось сомнений, что больше всего, внимания было уделено именно военному противостоянию СССР и США.

СССР воспринималась как военное государство и потенциальный военный противник №1, и имела маниакальные склонности к постоянному расширению.

В 80-х началась перестройка, она повлияла на отношения между СССР и США. Всё это нашло непосредственное отражение в публикациях, темой которых была СССР. Советский союз начал оцениваться позитивно на международной арене, по большей части отношение стало нейтральным, или же стало взвешенным. Если в 1982 году публикации о СССР были приурочены проблемам и вопросам, связанным с военным противоборством между СССР и США, то в 1987 году их стало меньше. В то же время быстро возросла численность статей, посвященных вопросам промышленности и сельского хозяйства СССР, работу муниципальных органов, религии и морали, и другим аспектам жизни общества. Не менее важным считается тот факт, что советский человек на страницах газеты перестал быть абстрактной, бездушной составляющей «коммунистической системы».

Буквально нельзя было всецело преодолеть накопившиеся страхи и подозрения, все стереотипы холодной войны, по отношению друг к другу (США к СССР и наоборот).

США считает, что изменения, которые произошли в СССР это благодаря заслугам Запада. Проявленное давление и влияние США благополучно сказалось на позитивных изменениях в СССР. В период перестройки происходили резкие улучшения российско-американских отношений в

публикациях «New York Times», и иных СМИ. Идея первоначального экспансионизма и агрессии русских, их склонность подчинять и принимать тоталитарные формы правления широко использовались.

Распад Советского Союза и его изменяющаяся общественно-политическая система никак не могли повлиять на мнение западных СМИ и о том, как они представляли Россию на своих страницах.

Таким образом, мы рассмотрели формирование устойчивых представлений о России и их роль в современных представлениях о ней.

Категорический образ врага, сформированный годами Холодной войны, отошел на второй план в период «перестройки», возросло количество статей, посвященных вопросам промышленности и сельского хозяйства СССР, деятельности государственных органов, религии и морали, и другим аспектам жизни общества.

В образе России на Западе ключевыми стереотипами осталась, неспособность развиваться самостоятельно и слабость, стремление к влиянию в международных делах, соперничество с Западом. Они являются признаками осадочного дискурса, знание которого необходимо для дискурсивного анализа современных источников, к которому мы перейдем в следующем разделе.

3 ОБРАЗ РОССИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

3.1 Особенности восприятия России в американских медиа

Анализ состоял из трех аспектов: определение темы статей о России, контекст, в котором заключен образ «Россия» и его синонимичные образы; исследование основного словарного запаса, включая цели использования журналистами выразительных средств и выразительного и оценочного словарного запаса; классификация названий на основе словарного запаса и их структура.

Когда журналисты создают новостную статью, им движет реальный факт или событие. Некоторые темы поднимаются чаще, некоторые реже. От реалий политической жизни многое зависит, в том числе тема и содержание новостной ленты. Как раз вследствие сего мы начали наш анализ с деления заголовков на направленные на определённую тематику группы, дабы взять в толк, что корреспонденты часто пишут о России и какие темы освещаются.

Мы разделили статьи на 2 группы - внешняя и внутренняя политика.

Статьи, связанные с внешней политикой государства показывают отношения России с другими странами. В зависимости от того, какие страны упоминаются в названии, их можно разделить на следующие подгруппы.

1. Самая большая группа статей — это взаимоотношение с Сирией. Россию обвиняют в военных действиях, где в результате погибают люди и происходит усугубление ситуации. Россия ассоциируется с войной. (Inquiry into Syria Bombings Is Silent on Russia's Role⁶⁰).

2. Также, одной из актуальных тем для американских СМИ являются взаимоотношения России с США и НАТО. Между странами напряженные отношения.

- США обвиняют Россию (Russia accused the USA of bombing Aleppo in

⁶⁰TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: [https:// www.nytimes.com](https://www.nytimes.com)

Syria, USA: negotiations on Syria postponed due to the fault of Moscow⁶¹),

- глава государства воспринимается как умный и хитрый противник (Clinton: Putin is the enemy, and I defeated Bin Laden, Clinton: The USA must be smarter with respect to Putin⁶²),

- они пытаются построить диалог и прийти к соглашению (The USA and Russia: can we talk about the transition from confrontation to dialogue?⁶³)

3. И снова Россия представлена как страна-противник. Еще одной из самых обсуждаемых тем, более близкой нам, является тема взаимоотношений России и Украины. (Military doctrine of Ukraine: Russia is an adversary⁶⁴). С ней пытаются договориться, но результат этих переговоров неясен (Ukraine and Russia did not agree on debt restructuring of \$ 3 billion⁶⁵).

4. Не менее обсуждаемыми являются взаимоотношения России и Турции. Страны конфликтуют между собой (Russian aircraft in Turkey: an accident or a trend⁶⁶).

5. Взаимоотношения с европейскими странами. Американские СМИ раскрывают отношения России и Великобритании, в которых говорится о наличии конфликта («Britain and Russia—at different poles for palliatele care», «Peskov: Russia is in a state of information war with»⁶⁷). Здесь рассматриваются отношения с европейскими странами в целом.

6. Новостей об отношениях России и стран СНГ минимальное количество (2 статьи из 80). Россия не нарушает границы этих стран, эти отношения нейтральны («Russia called on restraint of Azerbaijan and Armenia»⁶⁸).

Можно сделать вывод, что на интернациональной политической арене в рамках дискурса американских СМИ, Россия представлена, как

⁶¹TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁶²TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁶³TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁶⁴TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁶⁵TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

⁶⁶TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

⁶⁷TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

⁶⁸TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

наисильнейший враг, впрочем, заработан имидж как раз захватчика, который культивирует конфликтующие отношения с другими государствами. Многие страны пытаются наладить диалог и достичь соглашения по определенным вопросам, но маловероятно, что нормальные отношения будут восстановлены.

Практически каждая назначенная подгруппа содержит сообщения о военных конфликтах и непосредственном участии России в них. Поэтому нам было интересно проанализировать их отдельно. Больше всего информации о действиях, предпринятых Россией по отношению к другим странам. И всего две статьи о военных действиях против России. Это говорит о том, что Россия выступает в качестве военного агрессора, как страна, которая не соблюдает суверенитет других стран, вмешивается в их политическую деятельность и пытается разрешить таким образом ситуацию.

Вторая группа, направленная на определённую тематику - внутренняя политическая деятельность государства. Задача заголовка – заинтересовать, привлечь внимание. Корреспонденты прибегают к разным языковым инструментам — это лексические, словообразовательные и образные.

Изучив большое количество заголовков, мы пришли к выводу, что слова, применяемые для обозначения России, возможно поделить на направленные на определённую тематику блоки.

1. Россия как страна, государство, то есть для номинации используется лексема «Россия». (Does Russia use the advantages of falling oil prices? Foreign Office blames Russia for carpet bombing in Syria⁶⁹).

«The New York Times» довольно консервативное издание, внутренняя политическая деятельность государства их практически не интересует, не считая тех событий, которые связаны с военными стратегиями и имеют все шансы сказаться на зарубежных странах.

2. Уникальность России. Публикуя свои статьи, журналисты подчеркивают уникальность России: «Russia turned out to be the most mentally

⁶⁹TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: [https:// www.nytimes.com](https://www.nytimes.com)

closed country», «Poll: more than 40% of Russians consider Russia a great power», «Poll: Russia is the only G20 country that Donald supports»⁷⁰.

Негативные свойства присваиваются методом сопоставления или же утверждения: «Военная теория Украины: Россия - враг», «Британская пресса: коррупция в России является неотъемлемой частью жизни».

Стоит отметить, что все три метода, приписывающие образу России отрицательные характеристики, передаются методом цитирования.

3. Соотношение с президентом.

Конечно, образ России, как и всякого иного государства неразрывно связан с представлениями об его президенте («Putin: we did not occupy anyone in the Crimea»⁷¹).

Корреспонденты чаще обрисовывают Путина с помощью лексики с эмоционально-оценочным компонентом, чаще всего используется сравнение В.В.Путина с противником «Putin's Syrian Gambit»⁷². Путин формирует для себя тип сильного врага и опытного стратега, который идет к собственной цели, несмотря ни на что, не брезгуя применять для их достижения всевозможные методы.

4. Столица России.

Образ государства связан с его столицей то есть, с ключевым мегаполисом государства, где располагается правительство («Moscow raises bids in the Middle East»⁷³).

5. Кремль.

Россия ассоциируется с Кремлем – зданием, в котором трудится президент, видные политические функционеры, где дискусируются вопросы, проходят собрания и принимаются важные для государства заключения («Kremlin denied bombing hospital in Syria»⁷⁴). Анализируя заголовки, мы пришли к выводу, что Кремль делает различного рода

⁷⁰TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁷¹TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

⁷²TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁷³TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁷⁴TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

заявления (Kremlin: Movie about Putin–fiction and slander⁷⁵).

В основном в заголовках новостей о России в американских СМИ корреспондентами используется стилистически нейтральная лексика, типичная для текстов новостного характера.

Заголовки можно поделить на надлежащие типы:

1. Повествовательный заголовок-сообщение. Прямой способ подачи материала. Применяется нейтральная лексика или же экспрессивно-разговорная для выражения ироничного отношения к происходящему (Six members of the UN Security Council rejected Russia's draft resolution on Syria⁷⁶).

2. Заголовок-резюме (комментирующий заголовок, в котором часто используется экспрессивная лексика). Например, «Moody's kept Russia's rating at the «garbage level»⁷⁷.

3. Составные заголовки. Дополнительная возможность комментария «поверх текста». Такие заголовки состоят из двух частей: темы сообщения и предложения, которое выступает в роли комментария.

Например, Air strikes on hospitals in Syria: the West condemns, Russia is silent⁷⁸.

4. Заголовок-цитата (подтверждение достоверности материала). Цитируются не только политические деятели, организации, но и другие СМИ: «Moscow raises rates in the Middle East»⁷⁹.

5. Заголовок-вопрос. Даёт возможность общественности задуматься над той или иной ситуацией, даёт им ответ и формирует взгляд на происходящие события: «How should the West behave in relation to Russia?»⁸⁰

Эти заголовки считаются наиболее обычными для новостных статей о России в дискурсе политических массмедиа.

В заголовках-цитатах применяются достаточно резкие выражения, то есть

⁷⁵TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁷⁶TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

⁷⁷TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁷⁸TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁷⁹TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

⁸⁰TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

сквозь чужую речь передается нередко отрицательная оценка, складывается негативный образ страны.

Российская Федерация представлена в заголовках американских СМИ в основном как правительство или ее лидер - президент, но вы также можете найти номинации, базирующиеся на переносе и сопоставлении, где Россия выступает в качестве главного здания (Кремль), главного города (Москва), людей (россиян).

В свете событий, произошедших на Украине, Российская федерация выступает в качестве страны-агрессора, с ней желают свести счеты. Воздействия руководителей страны не считаются спонтанными, а рассматриваются как обдуманная стратегия.

3.2 Репрезентация образа России в английских медиа

Изучая заголовки британских СМИ, мы разделили использованные лексемы для обозначения России на тематические блоки от самых частых к наименее частым:

1. Чаще всего Россия представлена как государство, то есть для ее номинации используется лексема «Russia» («Beslan school siege: Russia 'failed' in 2004 massacre»⁸¹, «Russia accepts passports issued by east Ukraine rebels»⁸²). В отношении лексемы «Россия» журналисты не используют атрибутивные конструкции, в том числе эмоциональные и оценочные, т.е. нет прямого описания. Благодаря оценке действиям России, авторы статей используют глаголы с оценочным компонентом своего значения.

2. Образ России соотносится с ее президентом, то есть имя главы государства используется для номинации, «Putin» («Coronavirus knocks Putin's popularity in Russia»⁸³).

⁸¹TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>TheTime [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.time.com>

⁸²TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁸³TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

3. Главное здание, Кремль «Kremlin» («Scotland's papers: Kremlin's SNP move»⁸⁴). Таких заголовков не так много, только 6 из 80. Кремль требует, говорит, то есть, в основном, выполняет словесные действия. Что касается Кремля, журналисты используют эмоциональный и оценочный словарь, чтобы выразить свою оценку событий, с мусором «неодобрительно» «Scotland's papers: Kremlin 'threats' and 'get Shorty'⁸⁵». В данном заголовке мы снова встречаем противопоставление объекта, представляющего угрозу, и присвоение ему слабого образа, в данном случае с помощью слова «малыш», которое несет в себе еще ироничный оттенок «Syria conflict: Putin defends Russia's airstrikes»⁸⁶, «Syria: What can Russia's military do?»⁸⁷, «Should Russia's new Armata T-14 tanks worry NATO?»⁸⁸, «"Little green men" or "Russian invaders"?»⁸⁹, «Russian men a cap us he's Sweden towards NATO»⁹⁰. Создается образ России как войны, образ опасности.

Благодаря использованию различных лексических приемов и эмоционально-оценочной лексики журналисты привлекают внимание, и реципиенту хочется прочитать новость.

На основании проанализированной нами особенности номинации России в британских СМИ, мы разделили заголовки на следующие типы:

1. Повествовательный заголовок-сообщение в британских СМИ. Это те заголовки, которые констатируют факт. Им свойственна объективная подача материала: «ICC to probe possible war crimes in Russia-Georgia conflict»⁹¹.

2. Заголовок-резюме. Россия насмехается «to derision», злится «to angry», требует «to demand», демонстрирует свою силу «to flex muscles». Встречается определение главы государства как убийцы («'Putin's a killer»⁹²),

⁸⁴TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁸⁵TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁸⁶TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁸⁷TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁸⁸TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁸⁹TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁹⁰TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁹¹TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁹²TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

который демонстрирует, что он начальник («Putin shows who is boss»⁹³), а Россия описывается, как страна-захватчик («Russia's take over»⁹⁴). Информация несет в себе негативное отношение к России. Где Россия демонстрирует всем своё превосходство, и этим неуважительно относится к другим странам. Вся эта информация передается субъективно.

3. Составные заголовки. Например, «Russia-Turkey tension: How Putin acts in a crisis»⁹⁵, «Syria conflict: Putin defends Russia's air strikes»⁹⁶, «Trump-Russia investigation: Michael Flynn ordered to hand over papers»⁹⁷.

4. Заголовок-цитата. «William Courtney: Moscow is weak»⁹⁸.

5. Заголовок-вопрос «Why would Russia deploy bombers in Crimea?»⁹⁹.

Образ России в заголовках британских СМИ связан с имиджем президента Владимира Путина. Россия не связана с Кремлем и столицей. Имидж России, а также имидж главы государства состоит из негативных характеристик. О России пишут в связи с военными конфликтами, где она принимает активное участие, с этим трудно согласиться. Зарубежные страны обвиняют Россию, называют ее оккупантом, своим соперником. Президент представлен как «босс», который управляет подобной деятельностью. Средства массовой информации создают не просто образ страны, которая воплощает войну, хаос, они унижают ее иронией, эмоционально оценочной лексикой и лексическими средствами, показывая, что угроза исходит от слабости.

Британские СМИ очень мало интересуются внутренней политикой. В основном они пишут о роли России на мировой арене, о ее отношениях с другими странами. Тема и содержание новостей зависит от политической ситуации на данный момент. Нынешние отношения России с США, Украиной, Турцией и Сирией стали сегодня актуальными. Для последних

⁹³TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁹⁴TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁹⁵TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁹⁶TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁹⁷TheDailyTelegraph[Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk>

⁹⁸TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

⁹⁹TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>

трех стран российское государство выступило агрессором, захватчиком.

Как в британских, так и в американских СМИ, журналисты в основном пишут о внешней политике государства, о том, какие действия он предпринимает на мировой арене, их результатах и о том, как к ним относятся другие государства. Преимущество интереса к внешней политике связано с тем, что есть новости об отношениях с такими странами, как США, Сирия и Украина, европейские страны, в которые чаще всего входят Великобритания, Франция и Германия.

Интересно, что британские новости не освещают тему отношений между Россией и Великобританией.

В американских СМИ отношения России и Турции можно выделить как отдельную группу, в отличие от британского издательства. Страны находятся в конфликте друг с другом («Moscow brought down the Turkish economy?»¹⁰⁰, «Russian planes in Turkey: coincidence or trend?»¹⁰¹, «Russia banned vegetables, fruits and poultry from Turkey and canceled charters»¹⁰²). Более того, Россия создает трудности для сотрудничества («Russia banned vegetables, fruits and poultry from Turkey and canceled charters»¹⁰³, «Erdogan: negotiations on Syria are pointless, and Russia strikes»¹⁰⁴, «Erdogan advises Russia not to break friendship with Turkey»¹⁰⁵). Российские журналисты также заинтересованы в отношениях со странами СНГ - в англоязычных новостях интернета нет статей на эту тему.

Таким образом, на мировой арене в зарубежных СМИ, как в американских, так и в британских, Россия является врагом, захватчиком. Ее действия вызывают страх. Это конфликт практически со всеми странами. Однако речь идет о диалоге и сотрудничестве.

Журналисты часто пишут не о том, что делает Россия, а о последствиях

¹⁰⁰TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

¹⁰¹TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

¹⁰²TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

¹⁰³TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

¹⁰⁴TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.nytimes.com>

¹⁰⁵TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com>

действий других стран или высказывают факты о самой стране. Поэтому имидж России состоит из оценки ее действий. Авторы статей или цитируют мнение политика о происходящем, или используют глаголы с оценочным компонентом по своему значению.

Отношения между Россией и другими странами, которые выражаются в зарубежных СМИ, не назовешь дружескими. Имидж России неразрывно связан с восприятием ее президента. Говоря о президенте, журналисты чаще используют эмоциональный и оценочный словарный запас.

В американских СМИ Владимира Путина называют противником, стратегом - его действия сравнивают с тщательно спланированной игрой в шахматы, в которой нужно пожертвовать пешку.

Британские СМИ создают четкий негативный образ главы государства: его называют убийцей, «боссом», а действия определяются как нечестная стратегия.

Таким образом, англоязычные иностранные СМИ создают четкий негативный образ политического лидера. У русскоязычных людей создается образ сильного противника, стратега.

Сегодня образ России имеет негативную оценку. Это хитрый противник и тактик, ведущий нечестную игру.

Использование различных лексических приемов и эмоционально-оценочного словаря помогает привлечь внимание к названию, чтобы получатель хотел расширить текст и прочитать новости.

Проанализировав особенности номинации России, мы распределили названия по типам в зависимости от лексического состава и структуры. Классификация заголовков одинакова в обеих публикациях, это можно объяснить тем, что все исследуемые новости принадлежат одному и тому же информационному агентству, поэтому имеют схожую структуру.

Формирование образа государства является одной из самых актуальных современных проблем, так как имидж страны на мировой арене оказывает большое влияние на внешнюю и внутреннюю политику. Средства массовой

информации являются эффективным инструментом, влияющим на формирование изображения.

Выполняя свою информационную функцию, средства массовой информации осуществляют явное воздействие, поскольку способ представления информации зависит от восприятия и оценки сообщаемых фактов.

Первое, что видит аудитория, это заголовок, который передает тему статьи. Задача состоит в том, чтобы заинтересовать читателя, чтобы он не ограничился чтением заголовка новости. Заголовки представляют интерес с точки зрения того, какое первичное изображение формируется в сознании получателя. Ведь первичное восприятие повлияет на интерпретацию журналистского текста.

В результате анализа мы пришли к следующим выводам.

1. Журналисты используют технику метонимии-синекдохи, посредством которой действия, решения, принимаемые правительством, передаются стране, столице и Кремлю, то есть их характеристики являются частью имиджа России.

2. Неотъемлемая часть имиджа России - президент Владимир Путин. Как британские, так и американские СМИ характеризуют его как умного и хитрого противника других.

3. Нет новостей, которые бы содержали позитивные качества имиджа России.

4. Страна находится в самоизоляции, ее рейтинг очень низкий.

5. Россия развивает силовые структуры, укрепляет армию.

Анализируя имидж России, который формируется по заголовкам, можно выделить следующие особенности:

1. Образ России ассоциируется с образом главы государства, который представлен как убийца «боссов», который руководит всеми военными операциями в России. Его сила дает ему преимущество перед другими странами.

2. Отсутствие новостей, содержащих позитивные качества имиджа России.

3. Россия - участник военных действий, захватчик, враг.

4. Журналисты используют метод оппозиции, чтобы действия России выглядели глупыми, необдуманными. Британские СМИ утверждают читателя, что причиной действий России является ее слабость.

5. Отсутствие интереса к внутренней политике государства. Сравнительная характеристика этих двух изображений показывает, что новости иностранных СМИ, в которых содержится лексема «Россия», сообщают о военных действиях или об напряженных отношениях между странами. Россия ассоциируется с войной и нестабильностью, с нарушениями прав.

Для выражения оценки журналисты используют такие приемы, как метафора, сравнение, гипербола, оппозиция, лексема с эмоциональным и оценочным значением, ирония, устойчивые выражения. Используя эти инструменты, журналисты комментируют новости.

Заголовок-цитата позволяет использовать чужие слова, чтобы оценить, что происходит с событиями, так как он не может сделать это напрямую, потому что тогда новость потеряет свою объективность. Название в форме вопроса помогает так же охарактеризовать ситуацию, в которой с помощью союза «или» два понятия противопоставляются, чтобы получатель мог обдумать ситуацию, получить ответ от СМИ и попытаться сформировать «свой» взгляд на события, который уже был под влиянием СМИ.

Следует также отметить, что нет новостей, которые бы характеризовали Россию с положительной стороны. И количество нейтральных заголовков невелико. Практически каждый заголовок дает негативную оценку действиям России, цитируя или комментируя событие журналистам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном научном дискурсе понятие «журналистский образ» постепенно заменяется более широким понятием «медиаобраз».

Под медиаобразом страны понимается субъективный образ страны, который предоставляется СМИ и выражен различными лингвистическими способами, которые оказывают эмоциональное воздействие на получателя и могут влиять на мнение о стране.

Средства массовой информации играют важную роль в формировании образа страны. С помощью средств массовой информации создается особая реальность, медиа-картина мира. Любой медиатекст, представленный в СМИ имеет определенное влияние, формирует стереотипы. Выбор языковых средств и речевых приемов может повлиять на мировоззрение получателя и навязать положительную или отрицательную оценку.

Важным принципом анализа образа страны, на наш взгляд, является выявление смысловой доминанты, которая реализуется разными лингвистическими способами. Ключевые слова (идеологии) в текстах СМИ активно участвуют в формировании образа страны.

Россия, привлекала внимание многих путешественников, послов, еще с середины XV века. Почти все они пытаются записать свои впечатления в той или иной форме. Описанные представления о России, написанные ими, передают образ как «невежественный», «грязную и пьяную страну». С течением времени, образ России меняется, в зависимости от политической обстановки в мире.

В Россию начинают приезжать известные журналисты, писатели, политические деятели. Во многом этому послужила революция 1917 года. В эру коммунизма образ России рассматривался как «огромный тупик нашего века», «дыра в русской и мировой истории». Сталинизм был приравнен к нацизму, а Россия характеризовалась как «тоталитарная и авторитарная». Преследование инакомыслящих и политика еврейской иммиграции также

оказали негативное влияние на имидж России.

Проведенный анализ включал три аспекта: определение темы статей о России, контекст, в котором она заключена в образ «Россия»; изучение базового словарного запаса, включая цель использования журналистами выразительных средств и выразительного и оценочного словарного запаса; классификация имен на основе словарного запаса и их структура.

Все статьи разделены на 2 большие группы - внешняя политика и внутренняя политика. В американских СМИ к внешней политике отнесены несколько групп. Взаимоотношениями со страной ближнего востока – Сирией. Взаимоотношения России и Украины.

Не менее обсуждаемыми являются взаимоотношения России и Турции. СМИ раскрывают отношений России и Великобритании, в которых говорится о наличие конфликта. Практически каждая назначенная подгруппа содержит сообщения о военных конфликтах и непосредственном участии России в них. Большая часть этого информирует о действиях, предпринятых Россией по отношению к другим странам.

Вторая основная тематическая группа - внутренняя политика страны. Уникальность России. Публикуя свои опросы, журналисты подчеркивают уникальность России. Образ России, как и любой другой страны неразрывно связан с представлениями об его президенте. Поэтому, имидж России ассоциируется с образами Москвы, Путина и Кремля.

Изучая заголовки в британских СМИ, мы пришли к выводу, что слова и фразы, используемые для обозначения РФ, можно поделить на несколько тематических блоков, начиная от самых частых к менее частым. Чаще всего Россия представлена как сильное государство.

Образ России соотносится с ее президентом, то есть имя главы государства используется для номинации, «Putin». Россия как ее главное здание, Кремль «Kremlin». Образ России в заголовках британских СМИ связан с имиджем президента Владимира Путина.

Россия не связана с Кремлем и столицей. Имидж России, а также имидж

главы государства состоит из отрицательных характеристик. О стране пишут в связи с военными конфликтами, где она ведёт активное участие, с этим трудно согласиться.

Зарубежные страны обвиняют Россию, называют ее оккупантом, своим соперником. Президент представлен как «босс», который управляет подобной деятельностью. Средства массовой информации создают не просто образ страны, которая воплощает войну, хаос, они унижают ее иронией, эмоционально оценочной лексикой и лексическими средствами, показывая, что угроза исходит от слабости.

Анализируя образ России, можно выделить следующие особенности.

1. Образ России ассоциируется с образом главы государства, который представлен как убийца «боссов», который руководит всеми военными операциями в России. Его сила дает ему преимущество перед другими странами.

2. Отсутствие новостей, содержащих позитивные качества имиджа России.

3. Россия - участник военных действий, захватчик, враг.

4. Журналисты используют метод оппозиции, чтобы действия России в глазах соотечественников выглядели глупыми и необдуманными. Британские Средства массовой информации пытаются донести до своих читателей, что причиной действий России является слабость страны.

5. Отсутствие интереса к внутренней политике государства. Сравнительная характеристика этих двух изображений показывает, что новости иностранных СМИ, в которых содержится лексема «Россия», сообщают о военных действиях или об напряженных отношениях между странами. Россия ассоциируется с войной и нестабильностью, с нарушениями прав. Следует также отметить, что нет новостей, которые бы характеризовали Россию с положительной стороны. И количество нейтральных заголовков невелико.

Практически каждый заголовок дает негативную оценку действиям

России, цитируя или комментируя событие журналистам. Таким образом, в сложившейся политической конфликтной ситуации с помощью зарубежных СМИ сформировался негативный образ России, что неоднократно подтверждалось.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Александрова, О.В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / О. В. Александрова; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. – С. 210–220.
2. Амиров, В.М. Антигерой: некоторые особенности конструирования отрицательных образов в журналистике военных конфликтов / В.М. Амиров // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2015. – № 2 (52). – С. 63 – 67.
3. Артамонова, Ю.Д. Текст СМИ в современной культуре: опыт философского анализа // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / Ю. Д. Артамонова; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2004. – С. 235–254.
4. Балалужева, И.А. Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоправления в информационном обществе / И. А. Балужева // Право и управление. XXI век. – 2014. – №4(33). – С. 86-91.
5. Баранова, А. А. Способы репрезентации России как политического субъекта в программах радиостанций «Радио России» и «Эхо Москвы» / А. А. Баранова // Политическая коммуникация: материалы междунар. науч. конф. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – С. 23 – 30.
6. Белоусов, К.И. Семантические модели актуальных представлений о России (на материале психолингвистических экспериментов разных типов) / К. И. Белоусов, Е.В. Ерофеева // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2015. – № 3 (53). – С. 80 – 91.
7. Богдан, Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2007. – № 4. – С. 122–127.

8. Болдырев, Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.
9. Бушев, А.Б. Политический дискурс о России, констатирующий и объясняющий / А.Б. Бушев // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2009. – № 4 (30). – 193 с.
10. Вежицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов/ А. Вежицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
11. Вильямс, А.Р. Сенаторы заблудились. Россия глазами иностранцев. Сборник статей. / А. Р. Вильямс. - М.: ГИХЛ, 1932. – 393 с.
12. Володина, М.Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) / М. Н. Володина // Политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2010. – № 4 (34). – С. 9 –13.
13. Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С.Г. Воркачев // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64–72.
14. Ворожбитова, А.А. Теория текста: Антропоцентрическое направление: учеб. пособие / А.А. Ворожбитова. – М.: Высшая школа, 2005. – 367 с.
15. Гаврилова, М.В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике/ М. В. Гаврилова. – СПб.: С.-Петербург. ун-т, 2002. – 23 с.
16. Галинская, Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская// Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – №11. – С. 91–94.
17. Галумов, Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования/ Э.А. Галумов. – М.: Известия, 2003. – 446 с.
18. Герберштейн, С. Записки о Московии. / С. Герберштейн. - М.: Изд-во МГУ, 1988. - 430 с.
19. Бьюкенен, Дж. Моя миссия в России. Воспоминания английского дипломата. 1910-1918. / Дж. Бьюкенен. - М.: Центрполиграф. 2006. – 383 с.

- 20.Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
- 21.Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 202 с.
- 22.Драгачева, О. С. Внешнеполитический имидж государства и его лидера: технологии формирования и позиционирования: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / О. С. Драгачева. – М., 2006. – 190 с.
- 23.Драйзер, Т. Жизнь, искусство и Америка. Статьи, интервью, письма. Сборник. // Т. Драйзер. / Составление и предисловие Ю. Палиевской. – М.:Радуга, 1988. – 416с.
- 24.Желтухина, М. Р. Создание политического имиджа России в зарубежных СМИ: материалы междунаод. науч. конф. / М.Р. Желтухина, А. В. Омельченко. – Екатеринбург: ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2010. – С. 59–62.
- 25.Захарова, У.С. Анализ национальных особенностей культур: к проблеме синтеза теории ключевых слов и теории культурных доминант/ У. С. Захарова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – № 3 (7). – С. 15–18.
- 26.Зиновьева, Е.И. Лингвокультурология: теория и практика/ Е. И. Зиновьева, Е.Е. Юрков. – СПб.: МИРС, 2009. – 291 с.
- 27.Иванова, С.В. Лнгвокультурология и лингвокогнитология: сопряжение парадигм: учеб. пособие / С. В. Иванова. – Уфа: РИО БашГУ, 2004. – 152 с.
- 28.Иностранцы о древней Москве (Москва XV - XVII вв.). - М.: Столица, 1991. - 432 с.
- 29.Каминский, П.П. Принципы исследования публицистики на современном этапе/ П. П. Каминский// Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2007. – №1. – С. 97-105.
- 30.Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2000. – 864 с.

31. Карасик, В.И. Коммуникативные нормы массовой культуры: дискурс, культура, ментальность: моногр. / В. И. Карасик; отв. ред. М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2011. – С. 18–33.
32. Карасик, В.И. Этноспецифические концепты // Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие / В.И. Карасик; отв. ред. М. В. Пименова. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2005. – С. 61–105.
33. Ключевский, В.О. Сказания иностранцев о Московском государстве. / В. О. Ключевский. - М.: Прометей, 1991. - 334 с.
34. Комова, Т.А. Речевые стереотипы и речевое поведение // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / Т.А. Комова; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. – С. 284–294.
35. Кравченко, А.В. Является ли язык репрезентативной системой? // StudiaLinguisticaCognitiva: вып. I. Язык и познание. Методологические проблемы и перспективы/ А. В. Кравченко. – М.: Гнозис, 2006. – С. 135–156.
36. Кройчик, Л.Е. Публицистический текст как жанр и как дискурс / Л.Е. Кройчик// Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2003. – №3-4. – С. 11-16.
37. Кубрякова, Е.С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / Е.С. Кубрякова, Л.В. Цурикова; под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2004. – С. 284–294.
38. Кудрявцев, А.Г. Выражение национальной идентичности в политическом дискурсе: функции и механизмы воздействия на реципиента сообщения/ А. Г. Кудрявцева // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2010. – №. 4 (34). – С. 115 – 118.
39. Кушнерук, С.Л. Расширение коммуникативного пространства: специфика текстов электронных СМИ в сравнении с печатными [Электронный ресурс] / С.Л. Кушнерук// Политическая лингвистика. – 2007. – № 23. – С. 140–143.
URL: <https://goo.gl/zWUEzs>

40. Любимова, А.А. Языковое манипулирование в СМИ как способ разрушения языковой картины мира и традиционной системы ценностей // Современные вопросы общественно-речевой практики/ А.А. Любимова. – М.: Макс Пресс, 2005. – С. 25–46.
41. Майданова, Л. М. Медиатекст в идеологическом контексте: моногр. / Л.М. Майданова, Э. В. Чепкина. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2011. – 304 с.
42. Московское государство XV-XVII вв. по сказаниям современников-иностранцев. - М.: Крафт+, 2000. - 248 с.
43. Негрышев, А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ: учеб. пособ. / А.А. Негрышев. – Владимир: Изд-во ВГГУ, 2009. – 144 с.
44. Оболенский, К.М. Поражение москвитян и осада Вендена в 1579 г. / К.М. Оболенский. – М.: ЧОИДР, 1847. – 210 с.
45. Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы междунаро. науч. конф. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2010. – 238 с.
46. Общественное мнение об СССР в 1920-1930 годов в США и Великобритании. [Электронный ресурс]. URL: - <http://biofile.ru/his/32961.html>.
47. Ожегов, С.И. Словарь русского языка: Ок. 53 000 слов/ С.И. Ожегов; под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. – М.: Издательский дом ОНИКС 21 век: Мир и Образование, 2013. – 1200 с.
48. Олеарий, А. Описание путешествия в Московию / А. Олеарий// Россия XV-XVII в. глазами иностранцев. -Л.: Лениздат, 1986. - 544 с.
49. Пархоменко, Я.А. Публицистическая составляющая медийного образа / Я.А. Пархоменко// Вестник электронных и печатных СМИ. – 2015. – №1 (23). – С. 31-49.
50. Патисова, Ю. С. Образ России и финансовый кризис/ Ю.С. Патисова // Политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2016. – № 1 (55). – С. 121–126.

51. Прохоров, Е.П. Искусство публицистики: Размышления и разборы. / Е. П. Прохоров. – М.: Сов. писатель, 1984. – 359 с.
52. Раппапорт Хелен. Застигнутые революцией. Живые голоса очевидцев/Хелен Раппапорт; [пер. с англ. А. Мовчан]. – М.: Издательство «Э», 2017. – 325 с.
53. Рид, Дж. Десять дней, которые потрясли мир. Библиотека всемирной литературы, Джон Рид. Восставшая Мексика, Десять дней, которые потрясли мир, Америка 1918.: пер. с англ. / Дж. Рид. - М.: Просвещение, 1968. – 347 с.
54. Собиянэк, К.Л., Образ России и стереотипы ее восприятия в Польше (по материалам публикаций Анджея де Лазари)/ К.Л. Собиянэк // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2010. – № 4 (34). – С. 166–171.
55. Стрейс, Я.Я. Три путешествия. / Я.Я. Стрейс. - М.: СоцЭКГИЗ, 1935. - 416 с.
56. Стриженко, А. А. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания [Электронный ресурс] / А. А. Стриженко. Монография. 2003. URL: <https://goo.gl/fYxgfO>
57. Стюфляева, М.И. Поэтика публицистики. / М.И. Стюфляева. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1975. – 153 с.
58. Ученова, В.В. Творческие горизонты журналистики. К характеристике профессиональных методов. / В.В. Ученова. – М.: Мысль, 1976. – 204 с.
59. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества/ пер. с англ. М.В. Арапова, Н. В. Малыхиной / под. ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект пресс, 2004. – 400 с.
60. Федотова, Л.Н. Контент-анализ в арсенале социологии // Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов / Л. Н. Федотова; под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. – С. 237–247.
61. Флетчер, Дж. О государстве Русском. / Дж. Флетчер. - М.: Захаров, 2002. - 164 с.
62. Хочунская, Л.В. Медиаобраз как диалог ценностей. / Л.В. Хочунская. – М.: Российский университет дружбы народов, 2011. – 247 с.
63. Царукян, Р. Образ России в средствах массовой информации в условиях

- информационной войны [Электронный ресурс]: материалы науч. конф. / Р. Царукян. URL: <https://goo.gl/dfZQud>
- 64.Цурикова, Л. В. Проблема естественности дискурса в межкультурной коммуникации/ Л. В. Цурикова. – Воронеж, 2002. – 324 с.
- 65.Ченслор, Р. Книга о великом и могущественном царе России и князе Московском / Р. Ченслор// Россия XVI века. Воспоминания иностранцев. - Смоленск: Русич, 2003. - С. 431-455.
- 66.Чернышова, Т.В. Типологические признаки текстов дискредитирующего типа в политическом медиадискурсе/ Т.В. Чернышова // Политическая коммуникация: материалы междунар. науч. конф. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – С. 356 – 362.
- 67.Чичерина, Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности [Электронный ресурс] / Н. В. Чичерина // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. Серия: Общественные и гуманитарные науки (философия, языкознание, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология). – 2007. – № 9. URL: <https://goo.gl/qNs8mD>
- 68.Чудинов, А.П. Политическая лингвистика/ А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 256 с.
- 69.Шапиева, Д.З. Специфика формирования взгляда на политических лидеров России в начале XXI века в британских и американских СМИ/ Д.З. Шапиева // Урал: Журнал Политическая лингвистика. – 2013. – № 1 (43). –С. 114–122.
- 70.Шварценберг, Р.Ж. Политическая социология/ Р. Ж. Шварценберг: в 3 ч. – Ч.1. – Москва, 1993. – 174 с.
- 71.Эпштейн, М.Н. Образ художественный // Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – С. 252- 257.
- 72.Ярославцева, Я.А. Конструирование межнациональных отношений в жанрах внешнеполитического дискурса (на примере России и США)/

Я.А.Ярославцева, Т.В. Дубровская // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т. – 2015. – № 3 (53). – С. 182 – 192.

73. Dosch-Fleuret, Arno. Through war to revolution. / Arno Dosch-Fleuret. -London: John Lane, 1931. – 101 p.

74. Pipes, Richard Russia under the Bolshevik regime / Richard Pipes. 1st ed. - New York: A.A. Knopf, 1993.- 759p.

75. Robert, Wilton Russia's agony. / Wilton Robert - London: Edward Arnold, 1919. - P. 124.

Интернет-источники

1. TheDailyTelegraph[Электронныйресурс] - Режимдоступа // URL: <https://www.telegraph.co.uk> – (13.05.2020)

2. TheTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.thetimes.co.uk>– (11.05.2020)

3. TheUSAToday [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: <https://www.usatoday.com> – (3.05.2020)

4. TheNewYorkTimes [Электронный ресурс] - Режим доступа // URL: [https:// www.nytimes.com](https://www.nytimes.com) – (10.05.2020)