

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ О.В. Магировская  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА США В  
СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ**

Выпускник А.О. Шатунова

Научный руководитель канд. филол. наук, доц. Н.В. Немчинова

Нормоконтролер О.А. Чистова

Красноярск 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>4</b>
<b>ГЛАВА 1. ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА В ПРЕССЕ .....</b>	<b>8</b>
1.1 Дискурс как основное понятие лингвистики .....	8
1.1.1 Газетный дискурс в системе средств массовой коммуникации.....	11
1.1.2 Языковые особенности газетного дискурса.....	12
1.2 Дискурсивное конструирование образа.....	15
1.2.1 Стереотип и концепт как составляющие образа .....	16
1.2.2 Особенности конструирования образа в газетном дискурсе.....	18
1.3 Лингвистические и экстралингвистические средства конструирования образа в газетном дискурсе .....	20
1.3.1 Лингвостилистические параметры дискурсивного конструирования образа.....	21
1.3.2 Лексико-семантические параметры дискурсивного конструирования образа.....	26
1.3.3 Экстралингвистические средства конструирования образа.....	28
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....</b>	<b>30</b>
<b>ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ДИСКУРСИВНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА США В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ.....</b>	<b>32</b>
2.1 Лексико-семантические параметры дискурсивного конструирования образа США в американской прессе.....	34
2.1.1 Языковые средства дискурсивного конструирования образа.....	35
2.1.2 Синтаксические средства дискурсивного конструирования образа.....	38
2.1.3 Экстралингвистические средства дискурсивного конструирования образа.....	40

2.2 Лексико-семантические параметры дискурсивного конструирования образа США в российской прессе.....	43
2.2.1 Лексическое наполнение дискурсивного конструирования образа..	44
2.2.2 Синтаксические средства дискурсивного конструирования образа.....	47
2.2.3 Экстралингвистические средства дискурсивного конструирования образа.....	49
2.3 Сравнительный анализ дискурсивного конструирования образа США в российской и американской прессе.....	52
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>55</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>57</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>59</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Становление современной цивилизации связано с появлением технологий, позволяющих массовое создание сообщений (изобретение книгопечатания – прессы). Наука дала миру убедительный метод создания сообщений для прессы, и возникли средства массовой информации, с присущим только им языком, лексическим строем и стилем. Средства массовой информации выполняют коммуникативную и информационную функции и неизменно рассматриваются как часть публицистического дискурса, что позволяет судить об их контекстуальности и мотивированности. Однако СМИ существуют не только как определённый набор языковых единиц, но и как совокупность их выбора и использования, чем и объясняется актуальность исследования дискурсивного конструирования образа государства в современных СМИ.

В то же время неутрачивающий интерес к международным отношениям и межкультурным коммуникациям перерос в лингвистике в дискурсивный подход к изучению СМИ как средству, репрезентирующему вербальную информацию, включающую имплицатуры и эксплицатуры. Таким образом, **актуальность** данного исследования заключается в изучении дискурсивного конструирования образа США в современной американской и российской прессе, что отражает в себе наиболее актуальные тенденции лингвистики.

**Степень разработанности проблемы** дискурсивного конструирования образа достаточно высока. Тем не менее, работы, в которых рассматриваются лингвистические и экстралингвистические средства дискурсивного конструирования немногочисленны.

**Объектом** исследования является образ США в современной американской и российской прессе, в то время как **предметом** исследования выступают лингвистические и экстралингвистические особенности конструирования образа США в современной американской и российской прессе.

Основной **целью** данной работы является выявление, описание и анализ основных средств дискурсивного конструирования образа США в современной американской и российской прессе. Исходя из поставленной цели, были выделены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть дискурс в целом и газетный дискурс как дискурсивное пространство;
2. Обозначить место и роль СМИ как дискурса;
3. Выявить лингвистические и экстралингвистические особенности конструирования образа в газетном дискурсе;
4. Описать выявленные лингвистические и экстралингвистические особенности дискурсивного конструирования образа в прессе.

**Материалом для исследования** послужили речи американских и российских политиков; статьи в ведущих ежедневных и общенациональных газетах США (The New York Times, USA Today, Daily News) и России (Ведомости, Вести, Известия), представленные в печатном виде, а также взятые с интернет-сайтов; интервью с современными политическими и культурными деятелями. Временные рамки собранного и проанализированного эмпирического корпуса ограничены 2016 – 2017 годами.

**Теоретической основой** исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области лингвистики текста и теории дискурса (Н.Д. Арутюнова, М.Л. Макаров, С.Н. Плотникова, Т.А. van Dijk), также были изучены работы ученых в области политической коммуникации (Е.И. Шейгал, R. Wodak), работы по критическому дискурс-анализу (М.Л. Макаров, Т.А. van Dijk, N. Fairclough ) и работы, посвященные медийной реальности (W. Lippmann, M. McLuhan, A. Schütz).

**Практическая ценность** данной работы обусловлена возможностью использования полученных результатов в дальнейшей научно-исследовательской работе, связанной с изучением процесса дискурсивного

конструирования образа государства в современных средствах массовой информации.

В работе нашли применение следующие общенаучные и лингвистические **методы исследования**: описательный, реферирование существующих источников теоретического знания, статистический и стилистический анализы, метод дискурсивного анализ, а также метод сплошной выборки.

Структура и объем выпускной квалификационной работы определяются ее целью и поставленными задачами. Исследовательская работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. Общий объем работы составляет 64 страницы.

Во **введении** обосновывается актуальность выбранной темы, раскрывается степень разработанности проблемы, практическая ценность исследования; определяются предмет, объект, цель и основные задачи исследования, указывается материал исследования и методы анализа материала.

В **первой главе** «Дискурсивное конструирование образа в прессе» определяются понятийный аппарат исследования, основные теоретические положения, используемые в работе; уточняются понятия «дискурса», «газетного дискурса», «дискурсивного конструирования»; рассматриваются лингвистические и экстралингвистические средства конструирования образа; выявляются особенности дискурсивного конструирования образа в современной прессе.

Во **второй главе** «Анализ дискурсивного конструирования образа США в современной американской и российской прессе» анализируются лингвистические и экстралингвистические средства конструирования образа, с помощью которых выявляются ключевые составляющие образа США.

В **заключении** систематизируются выводы по теоретической и практической главам, обобщаются результаты анализа.

**Список литературы** включает в себя 40 источников, из них 12 источников на английском языке.

**Апробация материалов исследования.** Основные положения работы представлены в докладе на международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Перспектив Свободный-2016», посвящённой Году образования в Содружестве Независимых Государств (СФУ, 2016). Также работа была представлена на международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (СФУ, 2017).

# ГЛАВА 1. ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА В ПРЕССЕ

## 1.1 Дискурс как основное понятие лингвистики

В последние десятилетия термин «дискурс» стал наиболее часто употребляемым термином современной лингвистики. Возможно, этому поспособствовало отсутствие общепризнанного определения понятию, которое охватывало бы все возможные случаи его употребления.

Дискурс представляет собой многозначный термин-понятие, отражающий явление, которое является предметом изучения многих гуманитарных наук (лингвистики, литературоведения, социологии, философии и др.). Данное обстоятельство является причиной расхождения в его трактовке в соответствии с целями и задачами каждой науки. Одни исследователи рассматривают дискурс как «речь, погруженную в жизнь» [Арутюнова, 1990], другим он представляется в качестве реального речевого события, «текущей речевой деятельности в данной сфере», третьи соотносят данный термин со звучащей, устной речью. По мнению Е.И. Шейгал, дискурс является системой коммуникации, «имеющей реальное и потенциальное (виртуальное) измерение. В реальном измерении – это поле коммуникативных практик как совокупность дискурсных событий, это текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов» [Шейгал, 2000].

Слово «дискурс» появилось в русском языке в середине прошлого века, возникнув из французского языка, да так и оставшись практически неизменным в произношении. Разница лишь в том, что для представителей социальных наук это – `дискурс, а для лингвистов это – дис`курс. Характерным является тот факт, что два варианта звучания связаны с двумя



версиями содержания самого термина. Двузначность понятия «дискурс» проявляется в том, что под ним понимается как деятельность, так и ее результат [Борботько, 1989]. Дискурс можно определить как целенаправленное социальное действие или как речь, погруженную в жизнь. Исследователи трактуют данное понятие также как тесную и неразрывную связь языковой практики с экстралингвистическими факторами [Ухванова, 1998].

Дискурсом можно назвать любой текст (в устной и письменной форме, современный и исторический, реальный и искусственно созданный) со всей его полнотой и многозначностью, полифоничностью и полифункциональностью, с учетом потенциального и реального, конструируемого и реального. Помимо непосредственной коммуникации, его план содержания охватывает обширный комплекс знаний об окружающем мире, социуме, участниках процесса коммуникации, коммуниктивных кодах и их взаимодействии [Там же].

Дискурс представляет собой текст, который субъекты «открывают» в рамках коммуникативного процесса. Открытие осуществляется как для оратора или писателя, так и для слушателя или читателя, а также для переводчика или интерпретатора.

Аналогично тексту дискурс объединяет в себе одновременно деятельность, явление и функцию. Однако в рамках дискурса деятельность ограничена своими социально-ориентированными речевыми проявлениями, равным образом, при анализе дискурса с точки зрения явления, связанного с деятельностью, на первый план выдвигается положение о том, что это явление социально-ориентированной речевой деятельности, понимаемое лишь с этих позиций. Наконец, при рассмотрении дискурса с точки зрения его функциональной нагрузки он выполняет лишь функцию социальной ориентации и организации [Шейгал, 2000].

Е.И. Шейгал предлагает трактовку дискурса как целостного речевого действия, исходя из основ семиологии, совершая тем самым системное

описание функционирующего языка, языка в действии. Она приходит к заключению, что адресант пользуется комбинациями элементарных речевоздействующих сил, причем одна из них доминирует в составе обобщенной коммуникативной силы дискурса. Наряду с этим, определяя языковые знаки уровня коммуникации в конкретном тексте (предикативные единицы, предложения, последовательности предложений и так далее) как единицы речевой деятельности (речевые акты, речевые ходы, речевые шаги и др.), автор заявляет о необходимости рассмотрения их функциональных свойств в качестве аспектов функционирования таких знаков в рамках их традиционного понимания: семантического, сигматического, синтаксического (лексико-синтаксического) и прагматического [Там же].

Культура речи как отдельная ветвь языкознания сформировалась относительно недавно. Различные изменения, связанные с историческим прогрессом и регрессом в обществе, создали предпосылки к формированию и привлечению особого внимания к данному разделу науки о языке, а, сопровождаемая особым социальным значением благодаря массовости и участию разнообразных слоёв населения, культура речи получила практическую подоплёку. Согласно мнению части психологов и философов, любому обществу требуется лидер, который в разные исторические периоды должен был обладать множеством качеств, среди которых неизменно выделялось одно.

По мнению Е.И. Шейгал, дискурс характеризуют следующие коммуникативно-функциональные параметры:

1) предельность и одновременное отсутствие каких-либо строгих ограничений в структуре. Дискурс допускает содержание любого количества и перечня единиц речевой деятельности: начиная с последовательности двух и более речевых актов и заканчивая множеством речевых событий;

2) системность, определяемая соблюдением закономерностей создания любого дискурса и его составляющих с помощью традиционных способов

речевой деятельности (сигматических, семантических, прагматических, синтаксических);

3) коммуникативная определенность и функциональная завершенность определенного дискурса. Данный параметр является собственно деятельностью (функциональным) и, согласно коммуникативно-функциональному подходу к исследованию, представляет собой основной критерий перехода единиц речевой деятельности в конкретный дискурс отдельной языковой личности. Данный критерий рассматривается как смысловозначительный в акте реальной коммуникации и как выделительный в рамках научно-исследовательской практики [Там же].

Дискурс может рассматриваться как ситуация в рамках коммуникации, которая включает в себя сознание участников коммуникативного акта и текст, создаваемый в процессе общения. Дискурс отражает фрагменты действительности – внешнюю по отношению к дискурсу ситуацию, являющуюся предметом содержания или темой общения, и коммуникативную среду или ситуацию, составляющую предметную среду коммуникантов с учетом времени и пространства в ходе языкового взаимодействия [Почепцов, 2003].

Вышеозначенное обуславливает представленное в работе понимание дискурса как акта речевой коммуникации, который предполагает присутствие адресанта (говорящего или пишущего) и адресата (слушающего или читающего). В свою очередь, последний может выступать в качестве как непосредственного участника коммуникативного акта (слушателя), так и предполагаемого получателя информации (потенциального читателя).

### 1.1.1 Газетный дискурс в системе средств массовой коммуникации

Становление современной цивилизации связано с появлением технологий, позволяющих массовое создание сообщений (изобретение

книгопечатания – прессы). Наука дала миру убедительный метод создания сообщений для прессы, и возникли средства массовой информации, с присущим только им языком, лексическим строем, со своим стилем. Итак, СМИ – это система органов публичной передачи информации с помощью технических средств; до сих пор наиболее употребительное в русском языке по сравнению с терминами «средство массовой коммуникации» и «масс-медиа» обозначение средств повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям. Данный термин сам является заимствованным, так как пришёл в русский язык из французского в 1970-х при переводе.

Средства массовой информации существуют в форме печатных изданий, сайтов, телепрограмм и телеканалов, радиопрограмм и радиоканалов, видеопрограмм и информационных агентств. Со вступлением российского общества в эпоху развитых технологий и Интернета, последний сделал различия между формами менее ощутимыми. К примеру, визуальные эквиваленты печатных изданий можно увидеть на сайтах в открытом доступе.

СМИ выполняют коммуникативную и информационную функции и неизменно рассматриваются как часть публицистического дискурса, что позволяет судить об их контекстуальности и мотивированности.

### 1.1.2 Языковые особенности газетного дискурса

Средства массовой информации существуют не только как определённый набор языковых единиц, но и как совокупность их выбора и использования.

СМИ иллюстрируют теорию выбора коммуникативных средств и тактик, при которой коммуникант прибегает к тому/той из них, которая более вероятно приведёт к желаемому результату. Это объясняется тем, что одна из основных функций СМИ – оказание идеологического (идейного) влияния на читателя.

С другой стороны, «общение» между СМИ и обществом не односторонне. Разумеется, СМИ – это не только результат, отражение всех тех социальных и культурных процессов, протекающих в обществе, но и нередко их основная причина. Как СМИ формирует общество, так и общество сознательно или бессознательно формирует средства массовой информации. СМИ подразделяются на общие и специализированные — в последнем случае они сфокусированы на конкретной тематике и, соответственно, ориентированы не на всю аудиторию в целом, а на ее часть. Данную теорию легко подтвердить следующим примером, непосредственно связанным с темой данного исследования.

Чрезмерное и неразумное использование в тексте сниженной лексики, стереотипов свидетельствует о низкой языковой культуре автора, а публикация такого текста, превращение его в статью, то есть часть СМИ, позволяет говорить о наращивании масштабов бедствия. Общество могло бы воспротивиться подобному течению, однако на практике оно подразделяется на тех, кто читает молча и «втягивается», и тех, кто молча отказывается в пользу иных средств информации. Число оставшихся не формирует содержание СМИ; напротив, оно само подвергается непосредственному их влиянию и деформируется в среднестатистическую модель читателя, на которого рассчитана та или иная газета или журнал. Текст находит своего читателя, обезличивает его, упрощает и может вовсе подавить за счёт вставленных импликаций и манипуляций сознанием. Подобное завершение наиболее характерно для СМИ с низкими претензиями на информационность.

Так или иначе, СМИ служат отражением жизни общества и играют, или, по крайней мере, должны играть в идеалистической своей форме, важную роль. Прежде всего СМИ служат площадкой для обмена мнениями, публичных дебатов, конфронтаций и критики и предоставляют обществу возможность получить лучшее понимание взглядов и позиций, представленных политиками и политическими партиями. Роль СМИ также

заключается в том, чтобы обеспечить граждан объективным отражением общественной жизни, стать средством для распространения информации о наиболее важных изменениях в обществе, раскрывать недостатки политической системы и давать объективный анализ контекста, в котором происходят события. Как можно заметить из исследований проблемы взаимодействия СМИ и общества рядом журналистов, теория СМИ достаточно часто отличается от практики.

С точки зрения социологии и культурологии средства массовой информации позволяют судить об основных тенденциях и событиях, протекающих в обществе. Непосредственно освещая одно из них, СМИ не только констатируют факт, но и предоставляют адресату одну и более точек зрения на выделенную тему сообщения.

Таким образом, обратившись к средствам массовой информации, мы можем изучить наиболее характерные и поверхностные факты, характеризующие современное им общество и его жизнь. Следовательно, мы можем рассматривать СМИ как своеобразное зеркало, в котором можно увидеть отражение жизни общества, а более конкретно – существующие стереотипы.

Язык и общество находятся в отношениях взаимовлияния, поэтому лексика не только отражает изменения в жизни социума, но и в известной мере предопределяет их: «слова и устойчивые словосочетания, отражающие и запечатлевающие многообразные явления в сознании людей, способны при определённых условиях воздействовать на носителей языка, выступая стимуляторами, которые вызывают довольно прогнозируемые реакции, то есть моделируют мышление и поступки членов этносоциума – объекта языковых манипуляций» [ Васильев, 2000: 36].

Как подмечает Р.М. Блакар, выбор слов и выражений в идеологических и политических текстах является важнейшим инструментом власти, позволяющим воздействовать на понимание получателя и структурировать ту «действительность», о которой идет речь [Блакар, 1987: 103].

Одним из наиболее распространенных способов навязывания массовому сознанию определенных стереотипов признается так называемое навешивание ярлыков. Для ярлыков более характерна идеологизированность, субъективность, предубежденность, так как отрицательная оценка, которую несет в себе ярлык, не выясняет объективные свойства чего-либо, а обозначает это по признаку идеологической инородности. На уровне языкового воплощения ярлыки могут быть представлены политической терминологией, лексемами с отрицательно-оценочной коннотацией, именами собственными, в частности антропонимами.

## 1.2 Дискурсивное конструирование образа

В зависимости от исследуемого предмета термин «дискурсивное конструирование» применим к разным понятиям. В нашей работе мы будем говорить о дискурсивном конструировании социального мира, а также социальной реальности [Филинский, 2002].

В работе С.Н. Плотниковой дискурсивное конструирование мира рассматривается как неотъемлемая часть социального конструирования мира.

Реальный мир находится в процессе постоянного социального конструирования, поэтому любое вплетенное в этот процесс порождение дискурса можно назвать дискурсивным конструированием мира. В процессе дискурсивного конструирования создается мир, в который говорящий / пишущий полностью вовлечен: он живет в этот момент внутри данного мира и творит его своими действиями и своим дискурсом [Плотникова, 2014].

Согласно С.Н. Плотниковой, с помощью дискурсивного конструирования создается и объективируется настоящее, поскольку дискурс возникает в текущий момент повседневной жизни. В процессе дискурсивного конструирования мир актуализируется: переводится из состояния невидимости в состояние видимости, при этом дискурс становится само собой разумеющейся, непосредственной реальностью для человека [Там же].

### 1.2.1 Стереотип и концепт как составляющие образа

В современном научном сообществе стереотип понимается как схематический, стандартизованный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенные и обладающие устойчивостью. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта.

Стереотип – некоторый процесс и результат общения (поведения) согласно определенным семиотическим моделям, список которых является закрытым в силу тех или иных семиотико-технологических принципов, принятых в некотором социуме. При этом семиотическая модель реализуется на социальном, социально-психологическом уровнях (стандарт) или на языковом, психологическом уровнях (норма). Стереотип являет собой некоторое культурно-детерминированное представление о предмете, явлении, ситуации, но это не только ментальный образ, но и его вербальная оболочка. Зачастую существование стереотипов в мышлении приводит к коммуникативному провалу или позволяет судить о межкультурной компетенции.

Итак, образ – это всеобщая категория художественного творчества, форма истолкования и освоения мира с позиции определённого эстетического идеала путём создания эстетически воздействующих объектов. Инструментом мышления выступает универсальный предметный код. Единицами универсального предметного кода являются предметные чувственные образы, которые кодируют знания. Знания представлены в сознании человека концептами, а в качестве кодирующего концепт образа выступают чувственные образы, входящие в концепт как его составная часть. Таким образом, чувственная составляющая концепта кодирует содержащуюся в нем рациональную информацию, обеспечивая его функционирование как мыслительной единицы. В мыслительном процессе



человек оперирует образами, которые несут и «прикрепленные» к ним рациональные знания.

Однако, согласно научным дефинициям, полученным С.А. Аскольдовым и другими выдающимися филологами, концепт – это многомерный мыслительный конструктор, отражающий процесс познания мира, результаты человеческой деятельности, его опыт и знания о мире [Аскольдов, 1997]. Вместе с тем существуют и другие толкования данного термина. Концепт может рассматриваться как результат столкновения словарного значения слова с личным и/или народным опытом человека. В то же время, он может обозначать сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир индивида [Энциклопедический словарь лингвистических терминов: эл. ресурс].

С другой стороны, опираясь на толкование Ю.С. Степанова, концепт – это «то, посредством чего человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на неё» [Степанов, 2004]. Оба аспекта рассматриваются различными науками, сама филология же более остальных заинтересована в изучении различных концептов как источника информации о языковой личности каждого конкретного народа и как способ выражения лингвистического многообразия форм и видов.

Разграничение значения, смысла и образа важно и принципиально для понимания процессов становления сознания, описания его структуры. В содержание концепта входят не только актуально осознаваемые и используемые в общении смысловые компоненты, связанные со словом, но и признаки, которые отражают общую информационную базу человека, его энциклопедические знания о предмете или явлении, они могут и не обнаруживаться в его речи и не осознаваться немедленно при предъявлении соответствующего слова, но являются достоянием личного или коллективного опыта.

### 1.2.2 Особенности конструирования образа в газетном дискурсе

Как известно, в информационном обществе средства массовой коммуникации выступают на первый план в конструировании социальной реальности. При создании картины социальной реальности всегда происходит некоторое отклонение (искажение) от действительности, причем этого искажения нередко «желает» сама аудитория. К тому же не все проблемы получают равное количество внимания СМИ.

Глобализация мировых общественных, научных, культурных процессов неизбежно влечет расширение информационного и коммуникативного пространства; в свою очередь, стремительное развитие массовой коммуникации определяет глобальность изменений, происходящих в массовом общественном сознании.

Присутствие средств массовой информации во всех сферах общественной жизни, спектр возможностей СМИ влиять на общественное сознание и безграничная зона этого влияния – все это позволяет сегодня говорить о существовании собственного «пространства СМИ».

Это пространство неизбежно взаимодействует с индивидуальным и общественным сознанием во всех его формах и на всех уровнях. СМИ, и в особенности телевидение, прививают установки, навязывают образы, в соответствии с которыми человек в дальнейшем оценивает и воспринимает окружающий мир, часто не осознавая такой детерминации. Согласно В.В. Петухову, формирование образа или картины мира является для человека основой для понимания окружающего мира. Главными средствами для конструирования образа мира являются средства коммуникации. Чем в большую коммуникативную сеть вплетён человек, тем просторнее, красочнее, насыщеннее предстает перед ним реальность, отражённая в образе (картине) мира. Использование разнообразных средств коммуникации позволяет человеку приближать горизонт «реальности», тем самым, расширяя свой собственный мир [Петухов, 2003].

Однако в рамках уже первых научных исследований медиавоздействия и роли СМИ в жизни современного общества возник вопрос об искажении реальности. В дальнейшем суть этого вопроса была сведена к следующему: медиарельность отражает реальность или конструирует ее?

У. Липпманн одним из первых отметил, что новостные медийные сообщения конструируют особый мир, который может быть отличным от действительности [Липпманн, 1980].

Теоретическую предпосылку положения о конструировании медийной реальности определил М. Маклюэн. Так, по М. Маклюэну, восприятие человеком окружающего мира радикально меняется при переходе сначала к печатной культуре, а затем к электронным средствам передачи информации. Ученый рассматривал коммуникационное средство в ракурсе того, как оно опосредует, воспроизводит мир в восприятии индивида, то есть говорил о том, какие изменения происходят в индивиде, смотрящем на мир посредством СМИ, и о том, как меняется мир в глазах этого индивида [Маклюэн, 1985].

Теории социального научения, культивирования, социализации СМИ также признают их роль как конструктора картины мира. Согласно теории культивирования, масс-медиа унифицируют различные взгляды на социальную реальность, предлагая готовую, отобранную и сконструированную посредством языка СМИ мифомодель реальности. Отпечатки, остающиеся в памяти после просмотра телепередач, сохраняются «в целом автоматически. Затем на основании этой сохраненной информации мы формируем свои представления о реальном мире.

Медийная реальность, в которой оказывается человек, когда открывает газету или включает телевизор, не упоминается А. Шюцем в качестве конечной области значения, однако можно предположить, что данная реальность обладает всеми чертами такой области. Между тем, специфика медийной реальности может заключаться в том, что она переживается подавляющим большинством людей как часть реальности повседневной

жизни. Пребывая в мире, конструируемом средствами массовой коммуникации, люди, как правило, находятся в естественной установке, воздерживаясь от сомнений в том, «существует этот мир на самом деле или это просто связанная система устойчивых кажимостей» [Шюц, 1950].

По мысли А. Шюца, при нахождении человека в какой-либо реальности, другие реальности представляются “фиктивными”. Медийная реальность в данном отношении отличается от всех остальных – она “маскируется”, представляясь высшей реальностью повседневной жизни. Из мира повседневной жизни медийная реальность не кажется “фиктивной” и эфемерной, точно так же “фиктивной” не кажется реальность повседневной жизни из мира, сконструированного средствами массовой коммуникации [Там же].

Таким образом, можно констатировать, что СМИ выполняют, по меньшей мере, функцию скрытого программирования интерпретаций реальности, а учитывая, что восприятие событий и их оценка аудиторией навязываются извне, во многих случаях можно квалифицировать их деятельность именно как конструирование социальной реальности. В то же время изучение образа в рамках прессы связано с когнитивной лингвистикой. Все явления и предметы внешнего мира представлены в человеческом сознании в форме внутренних образов, это так называемое «смысловое поле», «система значений», то есть картина мира – это система образов, в том числе и тех, которые находят свое воплощение в языке.

### 1.3 Лингвистические и экстралингвистические средства конструирования образа в газетном дискурсе

В газетном дискурсе текст является самым главным, а зачастую и единственным носителем смысла, ведь именно с помощью текста раскрывается содержание и суть послания, адресованного получателю информации. В тексте должны быть отражены все ключевые моменты,

необходимые для наиболее четкой передачи информации. Именно с помощью текстов происходит формирование образа описываемого объекта.

Для достижения необходимого результата в газетном дискурсе активно используются лингвистические и экстралингвистические средства, являющиеся неотъемлемой частью конструирования образа.

Лингвистические и экстралингвистические средства очень многообразны. К лингвистическим средствам относятся тропы, стилистические фигуры и языковые средства выразительности. Экстралингвистические средства представлены прецедентными личными именами, а также данные средства выразительности подразумевают активное использование шрифтов и пунктуации с целью обращения внимания на конкретные детали.

### 1.3.1 Лингвостилистические параметры дискурсивного конструирования образа

Усиление выразительности речи является одним из важных условий создания газетного текста, ведь необходимо как можно эффективнее передать смысл, скрытый в глубинах текста, а также воздействовать на чувства и эмоции адресата.

Известный советский и российский лингвист В.Г.Костомаров в своей книге «Русский язык на газетной полосе» выделил главную черту языка газеты – «стремление к стандартизованности и одновременно к экспрессивности» [Костомаров, 1999].

Именно тропы и фигуры речи дают возможности для создания выразительности и экспрессивности текста, более того, повышают его эстетический уровень. Фигуры речи служат небольшими отступлениями от нейтрального способа подачи информации, а главной их целью является эстетическое и эмоциональное воздействие на получателя сообщения.

В газете можно встретить большое разнообразие речевых фигур, но к наиболее распространенным относятся четыре группы:

1. различные типы вопросов
2. повторы
3. аппликации
4. структурно-графические выделения

В газетном тексте нередко встречаются такие разновидности вопросов, как объективизация и дубитация. Дубитация – это одна из форм построения вопроса, в котором, как правило, вопрос обращен к воображаемому собеседнику [Учебный словарь терминов: эл. ресурс]. Данный вид вопроса служит для постановки какой-либо проблемы или обоснования формы рассуждения. Объективизация представляет собой форму вопроса, на который автор отвечает сам. Объективизация является одним из наиболее интересных приёмов, встречающихся в газетном тексте. С помощью объективизации осуществляется связь между газетой и читателем. Автор представляет читателю информацию, а также дает повод для размышлений.

Еще одной распространенной формой вопроса является риторический вопрос. Как известно, это вопрос, который не требует ответа или же ответ очевиден и заранее известен. С помощью риторического вопроса усиливается выразительность речи, обращается внимание читателя на какую-либо значимую деталь повествования.

Не менее важное место в газетном тексте отводится различным типам повторов. Повторы создаются с помощью всех уровней языка. На лексическом уровне повтор может быть представлен буквальным повторением слов. На морфологическом уровне также происходит повторение слова, но в разных падежных формах. На синтаксическом уровне повтор затрагивает структуру предложения.

Стоит отметить, что повтор является одним из важнейших стилеобразующих компонентов, затрагивающих структуру текста. Повтор информации акцентирует внимание читателя на важных моментах и тем самым оказывает воздействие на получателя информации.

Третьим часто употребляемым приемом является аппликация. Под аппликацией следует понимать добавление в речь общеизвестных фраз и выражений, а именно, фразеологизмов, пословиц и поговорок, газетных штампов. Посредством аппликаций в тексте создается эффект живого общения, в результате чего он становится легче для восприятия и понимания. Однако следует быть осторожным при выборе какого-либо известного выражения, ведь нередко в нем таится скрытый смысл, который может неверно отразить изначальную задумку автора.

К четвертой группе относятся структурно-графические выделения, которые включают в себя парцелляцию, сегментацию и эпифраз. Посредством данных фигур внимание адресата обращается на определенный фрагмент высказывания, который мог остаться без должного внимания в ходе прочтения текста [Граудина, 2003].

Парцелляция – это стилистический прием, заключающийся в членении предложения на части для придания большего колорита и эмоциональности, а также для привлечения внимания читателя.

Сегментация – вынесение важной части высказывания в начало предложения, в результате чего фрагмент высказывания может стать самостоятельным назывным предложением.

Эпифраз (присоединение) – добавочное словосочетание или предложение, которое относится к предыдущему предложению или высказыванию и несет в себе дополнительную информацию. [Энциклопедический словарь лингвистических терминов: эл. ресурс].

Из перечисленных трех фигур, лишь эпифраз случит в качестве дополнительного источника информации. Сегментация и парцелляция необходима автору для того, чтобы расставить необходимые акценты и облегчить восприятие информации.

Особая роль в любом газетном тексте отведена сравнениям. Как правило, сравнения в тексте оформляются как сравнительные обороты, выделенные графически или структурно. Сравнения довольно часто

встречается на страницах американских газет, придавая газетному тексту выразительность. Сравнения помогают тонко подчеркнуть и передать некоторые особенности, важные для восприятия текста, делая газетный текст живым и выразительным.

Еще одним важным источником выразительности являются тропы. Самым используемым тропом в газетном тексте является метафора. Метафора подразумевает перенос признака с предмета на предмет на основе их ассоциативной связи, субъективно воспринятого сходства. Метафора используется при описании предметов для подчёркивания их малозаметных свойств, для представления их под необычным углом зрения [Горкина, 2006].

Возникая из сравнения, метафора сопоставляет описываемый предмет с уже известным, выделяя их общие признаки. Поэтому метафору принято считать скрытым сравнением, отображающим постоянные и временные сходства двух предметов.

Метафору можно отнести к самым распространенным художественным приемам в литературе, а также в публицистике.

Газетные метафоры принято делить на общеупотребительные и авторские, созданные непосредственно автором. Стоит отметить, что авторские метафоры становятся все более распространенным явлением.

В современной газетной публицистике новой тенденцией является метафоризация терминов. С помощью специальной терминологии производится множество свежих и нештампованных метафор. Слова, относящиеся к узкопрофессиональной лексике, используются в качестве языковых метафор. "Характерной приметой многих современных газетно-публицистических текстов является переносное употребление в них специальной научной, специальной профессиональной, военной лексики, лексики, относящейся к спорту" [Шмелев, 2006].

Таким образом, перед автором открывается широкий выбор средств и способов создания собственных метафор, что позволяет ему избежать штампов.



Являясь одной из важнейших частей публицистического текста, метафора оказывает активное воздействие на чувства читателя. В публицистических текстах с помощью метафоры отражаются когнитивные процессы, протекающие в обществе. Более того, создается экспрессия, являющаяся одним из важных условий успешного функционирования языка СМИ.

Также метафора оказывает активное воздействие на воображение читателя, на подсознательном уровне формируя его эмоции и впечатления от прочитанного. Тем самым делая газетную речь более экспрессивной и эмоциональной.

Широкое распространение в языке американских газет получила ирония. Под иронией понимается тонкая насмешка, выражающаяся в таких словах, настоящий смысл которых противоположен их буквальному смыслу. Угадывается чаще всего только по тону, каким произносится фраза или речь [Попов, 1907].

Данный художественный прием позволяет создать выразительную и образную речь, наполненную двусмысленностью. С помощью данного приема автор скрыто высмеивает описываемое событие или предмет, напрямую не называя его теми словами, которые отражали бы его истинную суть. Например, автор может иронично назвать глупого человека умным, а незначительное происшествие событием года, чтобы нарочно подчеркнуть свое насмешливое отношение.

Ирония довольно часто используется в публицистике в виде отдельных слов или словосочетаний с положительной коннотацией для описания отрицательных человеческих качеств, в результате чего создается сатирический образ.

Чаще всего невозможно распознать иронию вне контекста, данный троп может быть выявлен только в контексте. При этом ирония также обладает повышенной эмоциональной окрашенностью, что позволяет считывать хранящийся в ней скрытый смысл.

Стремление СМИ к достижению стандартизованности и экспрессивности текста объясняет использование разнообразных тропов и фигур речи. Ведь именно с помощью них достигается выразительность и экспрессия, происходит активное воздействие на чувства и эмоции получателя сообщения.

### 1.3.2 Лексико-семантические параметры дискурсивного конструирования образа

Самой непостоянной подсистемой языка является лексика, именно она наиболее сильно подвержена влиянию со стороны окружающего мира. Происходящие в обществе важные события (смена власти или политической идеологии, экономические и социальные изменения, кризисы) заметно отражаются на языке, а именно на употреблении лексики.

Для газетного дискурса является характерным частое использование общественно-политической, профессиональной и эмоционально-оценочной лексики. Также отмечается активное использование лексики, которая обозначает понятия, связанные с этикой, моралью, культурой и экономикой.

Невозможно представить газетный текст, который был бы лишен оценочности, ведь одной из главных задач данного текста является формирование общественного мнения и конструирование образа того или иного предмета обсуждения.

Публицистика заимствует у литературного языка почти все средства, обладающие оценочным свойством. Газета использует социально значимые и социально закреплённые речевые средства, не теряющие от этого выразительности [Солганик, 1991].

По мнению Г.Я. Солганик, оценочность является одной из главных особенностей изобразительно-выразительных средств публицистики. Оценочный компонент, содержащийся в коннотации слова, является отражением социально-устоявшейся оценки. При этом оценка, присутствующая в газетной публицистике, является:

1) стереотипной, которая адекватна стереотипным представлениям об объекте;

2) субъективной оценкой адресанта, которая адекватна стереотипным ожиданиям читательской аудитории;

3) авторской не стереотипной оценкой, направленной на трансформацию, модификацию старых стереотипов и созданию новых [Там же].

Оценочность прежде всего выражается посредством лексических единиц, а именно в качественно-оценочных по своей семантике существительных и прилагательных. Огромное количество слов изначально обладает оценочной окраской. Однако не только готовые слова используются в качестве способа выражения оценочности. Публицистика преобразует слова, относящиеся к разным сферам языка, придавая им оценочное значение. Для реализации этой цели лексика используется в переносном значении.

Наиболее распространенным способом передачи оценочности является использование стилистически сниженной лексики, а именно, просторечий, сленга и диалектизмов. Данный прием активно используется в американском газетном дискурсе для придания речи экспрессивности.

Распространенными лексическими особенностями в газетном дискурсе являются сочетание эмоциональной и стилистически нейтральной лексики, а также упрощенный синтаксис, свойственный разговорной речи. Ведь газетный текст рассчитан на массового читателя, то есть текст должен быть понятен и доступен для широких слоев населения. Однако в тексте нередко встречаются термины и усложненные конструкции, приближенные к научному стилю.

Также в газетном дискурсе отмечается тенденция, связанная с возникновением новых слов и выражений, использованием заимствований и сокращений, общепринятых для данного языкового сообщества.

По мнению В.В. Виноградова, «причины появления новых слов и новых значений старых слов по большей части заключаются в изменениях

общественной жизни, в развитии производства и других областей человеческой деятельности, а также в развитии мышления» [Виноградов 1977].

В свою очередь, это еще раз доказывает, что употребление той или иной лексики напрямую зависит от ситуации в мире и стране, если происходят какие-либо изменения, то они сразу же находят свое отражение в лексике в целом и в семантике слов.

### 1.3.3 Экстралингвистические средства конструирования образа

Для привлечения внимания читателя в газетном дискурсе активно используются не только лингвистические средства, но также и экстралингвистические средства, которые не уступают по степени воздействия на читателя.

В газетном дискурсе невербальное воздействие осуществляется с помощью графических и визуальных средств. Среди основных невербальных средств рассматриваются шрифты и подчеркивания, благодаря которым производится выделение ключевых моментов в тексте, которые хранят в себе дополнительную информацию, имплицитно представленную в данном тексте.

Любые изменения цвета, размера, рисунка или насыщенности знаков, включение полужирного начертания, курсива выделяют нужный фрагмент текста и акцентируют на нем внимание читателя [Алексеев, 1999].

Существует несколько способов выделения фрагментов текста при помощи шрифта:

1) заглавные буквы (наиболее часто данный способ применяется в заголовках статей, тем самым придавая им особую значимость, а также привлекая внимание читателя к представленной в статье информации);

2) жирный шрифт (главное предназначение жирного шрифта заключается в выделении важного слова или словосочетания, с целью

привлечения повышенного внимания читателя к данному слову или словосочетанию);

3) курсив (наиболее распространенный способ шрифтового выделения текста, главными функциями которого являются выделение и информирование читателя) [Алексеев, 1999].

Курсив, как способ выделения текста в газетном дискурсе, является одним из основных способов, используемых в американских изданиях. Более того, курсив выполняет и другие функции, например, функцию эмоционального выделителя, который обозначает высокую эмоциональную нагрузку выделяемого слова или словосочетания. Также курсив используется с целью маркирования чужой речи, цитируемой автором. В силу широкого разнообразия исполняемых функций, курсив по праву считается наиболее распространенным способом выделения фрагментов текста.

Активное использование экстралингвистических средств передачи информации в газетном дискурсе позволяет обеспечить читателю наиболее точное понимание получаемой информации. Перед автором стоит задача обеспечить читателю благоприятные условия для считывания и восприятия информации.

Таким образом, влияние невербальных средств передачи информации оказывает сильное влияние на восприятие читателем текстов, оказывая влияние на его подсознание и формирование отношения к прочитанной газетной статье.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. В последние десятилетия термин «дискурс» стал наиболее часто употребляемым термином современной лингвистики. Одни исследователи рассматривают дискурс как «речь, погруженную в жизнь» [Арутюнова, 1990], другим он представляется в качестве реального речевого события, текущей речевой деятельности в данной сфере, третьи соотносят данный термин со звучащей, устной речью. В нашей работе под дискурсом понимается система коммуникации, «имеющая реальное и потенциальное (виртуальное) измерение» [Шейгал, 2000].

2. В нашей работе под «дискурсивным конструированием» понимается конструирование социального мира, а также социальной реальности [Филинский, 2002]. С помощью дискурсивного конструирования создается и объективируется настоящее, поскольку дискурс возникает в текущий момент повседневной жизни. В процессе дискурсивного конструирования мир актуализируется: переводится из состояния невидимости в состояние видимости, при этом дискурс становится само собой разумеющейся, непосредственной реальностью для человека [Плотникова, 2014].

3. В информационном обществе в конструировании социальной реальности на первый план выступают средства массовой коммуникации. СМИ выполняют, по меньшей мере, функцию скрытого программирования интерпретаций реальности, а учитывая, что восприятие событий и их оценка аудиторией навязываются извне, во многих случаях можно квалифицировать их деятельность именно как конструирование социальной реальности.

4. Газетный дискурс рассматривается как лингвистическое образование, представляющее собой институционально-личностную разновидность медийного дискурса, который функционирует в языке газетных текстов. В газетном дискурсе текст является самым главным, а зачастую и единственным носителем смысла, ведь именно с помощью текста

раскрывается содержание и суть послания, адресованного получателю информации.

5. Для достижения необходимого результата в газетном дискурсе активно используются лингвистические и экстралингвистические средства, являющиеся неотъемлемой частью конструирования образа. К лингвистическим средствам относятся тропы, стилистические фигуры и языковые средства выразительности. Экстралингвистические средства представлены прецедентными личными именами, а также данные средства выразительности подразумевают активное использование шрифтов и подчеркиваний с целью обращения внимания на конкретные детали.

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ДИСКУРСИВНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА США В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ**

В нашей работе материалами для исследования послужили статьи в ведущих ежедневных и общенациональных газетах США (The New York Times, USA Today, Daily News) и России (Вести, Ведомости, Известия), представленные в печатном виде, а также взятые с интернет-сайтов.

Публикации носили общественно-политический характер, отражали современную политическую ситуацию, сложившуюся в стране за последние два года. Всего было проанализировано 200 статей методом сплошной выборки из указанных выше изданий.

Данные материалы представляют для нас большой интерес по целому ряду причин, в первую очередь, взятые нами статьи отражают многочисленные мнения и взгляды на функционирование и современное состояние государственной системы США с точки зрения российских и американских СМИ. Более того, данные статьи являются хорошей основой для анализа средств и способов конструирования образа современного государства. Также взятые нами публикации предоставляют возможность проследить, как и каким образом происходит формирование общественного мнения в стране и за ее пределами. Взгляд со стороны на процессы, происходящие в другой стране, иногда оказывается не совсем объективным в силу стереотипного мышления и сознания.

Необходимо отметить, что изучение публикаций в печатных изданиях составляет «основу для формирования представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации» [Мельник, 2012].

Выбор газет в качестве главного источника материала для исследования обусловлен тем, что данные газеты являются популярными и отражают последние события, происходящие в мире. Публикуется



информация о последних общественно-политических событиях в США и во всем мире.

В ходе исследования активно применялся метод дискурсивного анализа, который позволил комплексно изучить статьи, опубликованные в американских и российских СМИ за последние два года.

С помощью дискурсивного анализа стало возможным выявление средств речевого воздействия на потенциального получателя информации (читателя). Более того, данный анализ позволяет нам проследить за тем, как меняется динамика образа США в России и в Соединенных Штатах в целом. По мнению Е.А. Кожемякина, дискурсивный анализ медиатекстов позволяет исследователям описывать и понимать процессы создания, обмена и дифференциации смыслов в пространстве массовой коммуникации, иерархизации репрезентаций, легитимации определенного опыта и практик [Кожемяким, 2010].

На сегодняшний день одним из самых влиятельных инструментов манипуляции являются СМИ. Именно поэтому «описывать медиатекст следует не только как сложный феномен политической коммуникации, реализуемый согласно сложившимся в культуре конвенциям, но и как фрагмент языковой культуры, в котором отражаются и ценностные ориентации, и стереотипы, и предубеждения, и способы организации разнообразных интеракций, и особенности использования разных культурных кодов» [Гришаева, 2013].

Также следует отметить, что СМИ способны концентрировать общественное внимание на определенных событиях, происходящих в стране, уделяя им более пристальное внимание и тем самым акцентируя их значимость.

Анализ материалов позволяет выявить главные средства конструирования определенного образа государства и выделить основные характеристики, формирующие образ страны в СМИ.

## 2.1 Лексико-семантические параметры дискурсивного конструирования образа США в американской прессе

В ходе нашего исследования было выявлено, что в процессе формирования образа государства преобладает использование общественно-политической, профессиональной и эмоционально-оценочной лексики. Также отмечается активное использование лексики, которая обозначает понятия, связанные с этикой, моралью, культурой и экономикой.

Отдельное место отводится оценочности, ведь одной из главных задач газетного текста является формирование общественного мнения и конструирование образа того или иного предмета обсуждения.

В нашей работе оценочность прежде всего выражена посредством лексических единиц, а именно в качественно-оценочных по своей семантике существительных и прилагательных. Огромное количество слов изначально обладает оценочной окраской. Однако не только готовые слова используются в качестве способа выражения оценочности. Публицистика преобразует слова, относящиеся к разным сферам языка, придавая им оценочное значение. Для реализации этой цели лексика используется в переносном значении.

Еще одной выявленной характерной чертой, широко распространенной в газетном дискурсе, является сочетание эмоциональной и стилистически нейтральной лексики, а также упрощенный синтаксис, свойственный разговорной речи.

Стоит отметить, что употребление той или иной лексики напрямую зависит от ситуации в мире и стране, если происходят какие-либо изменения, то они сразу же находят свое отражение в лексике в целом и в семантике слов.

Именно с помощью перечисленных приемов достигается выразительность и динамичность, свойственная языку средств массовой информации, а также яркость и колоритность, привлекающая интерес потенциального читателя.

### 2.1.1 Жанровые и языковые средства дискурсивного конструирования образа

При проведении нашего исследования был сделан анализ жанровых и языковых средств, используемых для конструирования образа государства в американских СМИ. Также на основании статей из американских газет мы выявили ключевых характеристики, формирующие образ США внутри страны.

Детальное изучение текстов газетных статей создает общую картину восприятия страны ее населением во всех проявлениях. Образ государства складывается как из положительных моментов, так из отрицательных. Присутствуют эксплицитные негативные и позитивные оценки, которые напрямую указывают на сильные и слабые стороны государства.

Как правило, негативные характеристики создаются с помощью нейтральных языковых средств, которые приобретают отрицательную окраску в контексте и усиливаются под влиянием добавочных значений. Имплицитная составляющая оценочности находит свое проявление в выборе и комбинировании событий и фактов, взятых за основу статей. Происходит преднамеренное умалчивание или же наоборот высвечивание определенной информации, которую необходимо предоставить массовой аудитории.

В первую очередь, государство позиционирует себя как могущественная держава. Концепт могущества (power) раскрывается в нижеприведенных фрагментах статей. Например, “the United States remains the most powerful country on earth”, “America’s dynamic economy, its constitutional stability”, “American power increased over the past year”, “American businesses discovered new innovations”, “The economy continued its steady growth”, “unemployment fell to a pre-financial crisis low”, “America’s strength”.

Большинство анализируемых нами статей было построено на прямом изложении фактов, а не на интерпретации происходящих событий

журналистами. Мы наблюдаем активное использование общественно-политической и профессиональной лексики, которая создает общий фон повествования и указывает на возрастающие возможности государства. Также мы видим широкое употребление качественно-оценочных по своей семантике прилагательных, которые являются одним из способов выражения оценочности.

В целом складывается положительное впечатление, которое подкрепляется конкретными фактами, подтверждающими лидирующие позиции страны, ее способность к стабильному росту и постоянному улучшению условий существования.

Следующей характеристикой является военная мощь государства (military power). В статьях нередко встречаются языковые единицы, подтверждающие милитаризованный характер государства. Например, “federal budget boosting military expenditure”, “military interests”, “long history of military rule”, “strong military elite”, “military operation”, “the military has often been a decisive political actor”, “Our beloved military”, “militarizing the military, making them the tool of the state”, “the military in control of the state’s most powerful instrument”, “the military’s increasing supremacy”.

На сегодняшний день США действительно могут похвастаться своей военной мощью и мощной армией, находящейся в полной боевой готовности. Возможно именно по этой причине нередко встречаются статьи, посвященные военной тематике. В них часто употребляются специальные термины, служащие для номинации процессов и действующих лиц.

Сейчас для США стал актуальным вопрос, связанный с политическим режимом в стране, с демократией, которая, по мнению немалого числа американцев, превратилась в уязвимое место и утратила свои былые позиции. Сами американцы характеризуют демократию, как “flawed democracy”, подчеркивая свою неуверенность в том, есть ли демократия в стране. В статьях встречаются такие выражения, как ““full democracies” has declined”, “The United States has been downgraded from a "full democracy" to a

"flawed democracy", "democratic recession", "problems with US democracy", "longstanding problems of democracy in the US", "a vindication of democracy", "The United States is not a direct democracy", "lower democracy rating".

В газетном дискурсе мы отмечаем тенденцию, связанную с возникновением новых слов и выражений, необходимых для описания происходящих событий. То же самое произошло и с демократией, после того, как данный политический режим утратил свои былые позиции на территории США, появился новый термин, характеризующий современную обстановку. Демократия стала дефектной, указываются конкретные недостатки, появившиеся за последние несколько лет. Стоит отметить, что тенденция появления новых слов и выражений в настоящее время набирает все большие обороты.

Следующей характерной тенденцией является понижение доверия государству со стороны населения США (*erosion of trust in government*), такое явление во многом связано с современной политической ситуацией в стране и конкретными людьми, стоящими у аппарата власти. В статьях встречаются такие выражения, как "deep distrust in government", "considerable cynicism about politics and elected officials", "public's feelings about government run toward frustration", "widespread cynicism", "elected officials don't care about what people think".

Мы наблюдаем эксплицитные негативные оценки, которые присутствуют в немалом объеме. Создается общая негативная картина восприятия американского государственного аппарата, вызванная последними политическими решениями и событиями.

Приведенные выше примеры подтверждают, что в стране все большее количество людей перестает доверять своему государству. Более того, постепенно нарастают недовольства, связанные с проводимой в стране политикой (*dissatisfaction with the policy*). Это отражается в следующих фрагментах статей: "the public finds the government frustrating and badly managed", "the government is doing a bad job", "angry with government".

Дается открытая оценка происходящих событий, активно используются сочетание эмоциональной и стилистически нейтральной лексики, с помощью которой наиболее ярко передается отношение населения страны к проводимой в стране политике.

Таким образом, США представляются нам могущественной державой, в распоряжении которой находится мощная армия. Однако внутри государства нарастают недовольства, связанные с проводимой в стране политикой, происходит понижение авторитета государства в глазах граждан страны. Складывается весьма противоречивый образ сильной державы, занимающей ведущие позиции на мировой арене, которая в то же время переживает серьезные внутренние изменения.

### 2.1.2 Синтаксические средства дискурсивного конструирования образа

При проведении нашего исследования был сделан анализ синтаксических средств, используемых для конструирования образа государства в американских СМИ.

В газетных публикациях синтаксис выполняет не только коммуникативную задачу, но и несёт в себе эстетическую функцию. Более того, вместе с другими различными приёмами языковой экспрессии синтаксис участвует в формировании образов, а также играет важную роль в передаче отношения к действительности, изображаемой в газетном тексте.

В американских СМИ в статьях активно используются риторические восклицания и вопросы. Приемы используются в статьях, где описываются какие-либо злободневные вопросы или же дается критическая оценка какому-либо событию. Читателю предоставляют возможность самому поразмышлять над поставленным вопросом, а также ознакомиться с уже имеющейся информацией и мнениями, посвященными данной теме.

Для иллюстрации данного синтаксического приема нами были выбраны статьи, посвященные вопросу существующего политического режима в стране. Рассмотрим данное явление на конкретных примерах.

На сегодняшний день в США стал актуален вопрос, связанный с политическим режимом в стране. Население США в буквальном смысле разделилось на два лагеря. Одни считают, что в стране сильная демократия, ничуть не утратившая свои былые позиции, в то время как другие придерживаются мнения, что политический режим в стране претерпел значительные изменения и теперь невозможно заявлять, что демократия по-прежнему остается неотъемлемой составляющей жизни американцев.

Большое количество статей было посвящено данной тематике (около 35% от общего массива статей о США), наиболее часто встречающимися вопросами стали “Is the United States of America a republic or a democracy?”, “Is the United States not a direct democracy?”, “A form of democracy?”.

Риторические вопросы дают читателю возможность самому подумать над имеющейся проблемой, тем самым происходит активное привлечение внимания к описываемому предмету. Более того, повышается значимость события или явления, ведь чем большее количество людей оно волнует, тем большая огласка ему придается.

Еще одним часто встречающимся синтаксическим приемом стал повтор, повторение слова или словосочетания в начале предложений. Наиболее часто употребляемым повтором является повтор на лексическом уровне. Данный прием значительно усиливает выразительность и за счет логического выделения акцентирует внимание на конкретном фрагменте текста.

Например, в статьях распространенными повторами является начало предложений со слов “America’s strength ... America’s strength ...”, “America’s power... America’s power...”, “America’s constitutional system... America’s constitutional system”. Идет перечисление значимых характеристик,

в результате чего им отводится особое место в тексте. Тем самым делается акцент на сильных сторонах, которыми располагает государство.

Таким образом, синтаксические средства дискурсивного конструирования служат в основном для привлечения внимания к определенному фрагменту текста, в котором, по мнению автора, находится важная деталь повествования или же скрытый смысл. В результате чего выявляются характерные особенности образа описываемого предмета.

### 2.1.3 Экстралингвистические средства дискурсивного конструирования образа

В ходе нашей работы было выявлено, что в газетном дискурсе невербальное воздействие осуществляется с помощью графических и визуальных средств. В качестве основных невербальных средств используются шрифты и подчеркивания, благодаря которым производится выделение ключевых моментов в тексте, которые хранят в себе дополнительную информацию, имплицитно представленную в данном фрагменте текста.

В одной из статей, посвященных противоречиям между двумя политическими партиями, активно используется графическое выделение отдельных фрагментов текста. Рассмотрим конкретный пример, “When you’re committed to a fundamentally false narrative about government and the economy, as almost the whole Republican Party now is, facing up to facts becomes an act of political disloyalty.”

Речь идет о том, что Республиканская партия распространяет фундаментально ложную информацию о правительстве и экономической ситуации в стране, что можно назвать фактом политической нелояльности. Автор преднамеренно делает акцент на словосочетании «ложный рассказ», показывая тем самым существующие противоречия между видением ситуации в стране демократами и республиканцами.



В статье, освещающей оценку деятельности современных американских политиков, демонстрируется еще один яркий пример использования курсива в качестве экстралингвистического средства. В статье написано “And elected officials are held in such low regard that 55% of the public says “*ordinary Americans*” would do a better job of solving national problems”.

Автор статьи пишет о том, что на сегодняшний день деятельность политиков оценивается настолько низко, что 55% опрошенных заявили, что даже «простые американцы» лучше справятся с решением национальных проблем. Автор намеренно выделяет словосочетание «простые американцы», указывая на то, что обычному народу лучше известны проблемы, которые предстоит решать политическим деятелям. Также стоит отметить, что некоторые политики не совсем успешно справляются со своими полномочиями.

Мы наблюдаем очередное недовольство со стороны населения эффективностью работы политиков, находящихся у аппарата власти. В последнее время такая тенденция набирает все большие обороты и становится проблемой, которую государству необходимо решить как можно быстрее.

Еще одной по-прежнему актуальной темой для американских СМИ остается вопрос о справедливости проведенных в стране выборов. Внимание журналистов акцентируется на том, что выборы должны быть честными. В одной из статей пишется “To be truly democratic, elections have to be both free *and* fair. Fairness requires that electoral contests take place on a level playing field, yet in the past two decades that field has become dangerously tilted by the influence of campaign funding.”

Речь идет о том, что выборы должны быть свободными и справедливыми. Справедливость подразумевает, что избирательные состязания будут проходить на равных условиях, однако в последние два десятилетия эта область стала подвержена влиянию финансирования кампании.

Автор статьи выделяет курсивом союз «и», чтобы показать неразрывную связь между прилагательными «свободный» и «справедливый». Два этих критерия являются неотъемлемой составляющей выборов. В результате такого графического выделения внимание читателя фокусируется именно на данной идее. В тексте закладывается информация о том, что проводимые в стране выборы могут считаться справедливыми только при условии соблюдения данных параметров.

Выделение отдельных слов повествования курсивом в большинстве случаев несет в себе имплицитную информацию, которую хочет донести до читателей автор статьи. И еще один яркий пример тому подтверждение. В статье говорится “Convention dictates that, once in office, a president has a particular responsibility to speak carefully and honestly: the word of the White House should be its bond. Whatever looseness might be allowed a candidate is supposed to disappear once the oath is sworn: you can campaign in fibs, but must govern in truth. Of course, Trump’s predecessors have, more than once, famously fallen below that high standard. But they always strained and stretched to at least *seem* truthful. They made an effort, however contorted, to avoid an overt lie. That was the norm.”

Автор пишет «Конвенция диктует, что однажды вступив в должность, президент несет особую ответственность говорить осторожно и честно: его слова не должны идти в разрез с Белым домом. Какой бы не была свобода действий, после принятой присяги необходимо править по правде. Разумеется, предшественники Трампа не один раз лихо упали ниже этого высокого стандарта. Но они всегда напрягались и старались, чтобы хотя бы казаться правдивыми. Они старались изо всех сил избежать явной лжи. Это была норма».

Автор статьи делает акцент на слове “*seem*”, тем самым скрыто намекая, что люди, стоящие у власти далеко не всегда говорят правду или выполняют свои предвыборные обещания. И это обстоятельство является действительно волнующей проблемой, так как для многих людей это стало

нормой. Поднимается вопрос о честности и порядочности людей, в чьих руках сосредоточена власть. И как мы видим, для США данный вопрос становится все более актуальным и волнующим.

Таким образом, экстралингвистические средства конструирования образа, представленные шрифтами и подчеркиваниями, необходимы для выделения определенных фрагментов текста с целью указания на дополнительную информацию, скрывающуюся за нейтральными языковыми единицами. Скрытые смыслы помогают нам лучше понять современную ситуацию, сложившуюся в США и составить наиболее точную характеристику, необходимую для конструирования образа государства.

## 2.2 Лексико-семантические параметры дискурсивного конструирования образа США в российской прессе

В ходе нашего исследования было выявлено, что в процессе формирования образа США в российской прессе, так же как и в американской прессе, преобладает использование лексики общественно-политической, профессиональной и эмоционально-оценочной тематики. Также активно используется лексика, которая связана с такими понятиями, как политика и экономика, мораль и этика, а также культура.

Еще одной выявленной в ходе нашей работы характерной чертой, широко распространенной в газетном дискурсе, является сочетание лексики разных уровней. Например, часто встречается сочетание эмоциональной и стилистически нейтральной лексики, что бесспорно усиливает эмоциональность и выразительность текста. Также еще одной особенностью является упрощенный синтаксис, свойственный разговорной речи. Именно с помощью упрощенных конструкций достигается простота и четкость изложения.

В российском газетном дискурсе почти во всех газетных текстах используется оценочность, ведь именно с помощью этого приема наиболее точно передается отношение автора к описываемому событию или предмету.

Для газетного дискурса использование оценочной лексики является одной из характерных черт, ведь языку газеты свойственна постоянная оценка событий, явлений и фактов. С помощью оценочности тексту придается эмоциональная окраска, в результате чего он становится более выразительным и привлекательным для читателя, воздействуя на его чувства и эмоции. Достижение данного эффекта является залогом к успеху в публицистической сфере.

В проанализированных нами статьях было выявлено огромное разнообразие лексических единиц, придающих тексту яркость и выразительность.

### 2.2.1 Лексическое наполнение дискурсивного конструирования образа

При проведении нашего исследования был сделан анализ лексического наполнения, используемого для конструирования образа государства в российских СМИ. Также на основании статей из российских газет мы выявили ключевые характеристики, формирующие образ США в нашей стране.

В российской прессе США предстают в менее выигрышном свете по сравнению с тем, как позиционируется образ страны в американских СМИ. Однако нельзя утверждать, что в российских реалиях образ у государства складывается в основном только из негативных характеристик, вытекающих из проводимой политики. Наряду с отрицательными характеристиками выделяются и положительные, но они значительно уступают по количеству. Присутствуют эксплицитные негативные и позитивные оценки, которые напрямую указывают на сильные и слабые стороны государства.

В первую очередь, США предстает как государство, ведущее агрессивную политику и не учитывающее широких политических и стратегических последствий своих действий. Например, в более чем половине проанализированных нами статей встречаются такие номинативные единицы, как «агрессор», «захватчик», «агрессивная атака», «жесткая линия», «жесткая риторика», «воинствующий гуманизм». Данные примеры свидетельствуют о жесткой позиции государства по отношению к ряду стран, вовлеченных в политические и военные конфликты, а также противоречащие интересам Соединенных Штатов.

В связи с напряженной политической ситуацией, сложившейся между Россией и США, в нашем государстве на протяжении долгого времени дипломатия США характеризовалась как неумелая и провоцирующая. В одной из статей, посвященной вопросу антироссийских санкций, дипломатия США была названа «кухонной дипломатией», что очень четко отражало последние события. Также часто встречающимися терминами стали «санкция», «политика санкций» и «провокация».

Однако в последнее время отмечается тенденция к установлению партнерских отношений с США. Постепенному налаживанию дружественных отношений способствует планируемая встреча президентов РФ и США Владимира Путина и Дональда Трампа. Стоит отметить, что «встреча нужна двум странам не для внешнего эффекта и сенсации, а для достижения конкретных результатов» [интернет-газета Вести.ru].

В статьях, посвященных потенциальному сотрудничеству, были выявлены следующие языковые единицы, подтверждающие намерение двух стран установить доверительные партнерские отношения.

Например, для описания современной политической ситуации между двумя странами в публикациях использовались такие словосочетания, как «американские коллеги», «партнер», «сотрудничество», «двусторонние отношения», «совместная работа», «переговоры», «международная

стабильность», «международная безопасность», «низкая вероятность конфликта».

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о снижении давления в отношениях между США и Россией. В дальнейших перспективах мы видим стремление к постепенному налаживанию партнерских отношений, выгодных как для Соединенных Штатов, так и для Российской Федерации.

Все более часто встречаются статьи, в которых возлагаются большие надежды на развитие российско-американских отношений. Помощник президента Юрий Ушаков также рассчитывает на то, что «возможный контакт задаст позитивный вектор в работе в двустороннем формате» [интервью с Ю.В. Ушаковым от 12.05.2017].

Тем не менее, по мнению действующих политических деятелей, решение имеющихся проблем в двусторонних отношениях займет немало времени, поскольку считается, что «предыдущий президент США и его команда оставили тяжелое наследие на российском направлении, и выстраивать новые отношения крайне непросто» [интернет-газета Известия].

Еще одной выявленной характеристикой в конструировании образа США в российских СМИ стала активная позиция США по борьбе с террористическими организациями. В статьях приводятся конкретные факты в пользу того, что государство действительно играет важную роль в борьбе с общенациональным врагом. Например, «поставка оружия для борьбы с ИГИЛ», «поддержание международной безопасности», «непрерывная борьба с террористами», «финансирование антитеррористических организаций».

Из перечисленных выше примеров следует, что в российских средствах массовой информации США позиционируются как государство, которое стоит на страже международной безопасности.

Таким образом, лексическое наполнение дискурсивного конструирования образа США крайне разнообразно. Наравне с негативными характеристиками также представлены характеристики с положительной

коннотацией. В российских СМИ образ США формируется исходя из происходящих политических событий. На сегодняшний день отношения между нашими государствами постепенно движутся в сторону улучшения, в результате чего меняется и образ США, конструируемый российской прессой. Наблюдается тенденция отхода от непрерывной критики действий США, более того, мы видим, что происходит постепенное создание положительного образа, которого ранее не наблюдалось.

### 2.2.2 Синтаксические средства дискурсивного конструирования образа

При проведении нашего исследования был сделан анализ синтаксических средств, используемых для конструирования образа государства в российских СМИ.

В газетных статьях активно используются синтаксические средства, с помощью которых достигается усиление выразительности речи. Более того, вместе с другими различными приёмами языковой экспрессии синтаксические фигуры участвуют в формировании образов, а также играют важную роль в передаче отношения к действительности, изображаемой в газетном тексте.

В российских СМИ в статьях активно используются риторические восклицания и вопросы, тем самым устанавливается контакт с потенциальным получателем информации. Приемы используются в статьях, где описываются какие-либо волнующие события, происходящие в стране, или же вопросы, решение которых особенно актуально в данный момент. Читателю предоставляют возможность поразмышлять над поставленным вопросом и сформировать собственное отношение, а также ознакомиться с уже имеющейся информацией и мнениями, посвященными данной теме.

Для иллюстрации данного синтаксического приема нами были выбраны статьи, посвященные вопросу дальнейшего развития российско-

американских отношений, а также вопросу дальнейшего сотрудничества, выгодного для обоих государств. Рассмотрим данное явление на конкретных примерах.

На сегодняшний день для России стал актуальным вопрос, связанный с дальнейшими перспективами развития дружеских отношений между Россией и США. Данный вопрос вызывает неутраченный интерес, ведь улучшение отношений с таким сильным государством как США открывает новые перспективы и дает преимущества для дальнейшего сотрудничества.

Большое количество статей было посвящено данной тематике (около 30% от общего массива статей о США в российской прессе), часто встречающимися вопросами стали «Предвидится ли улучшение отношений России и США?», «Каковы перспективы улучшения отношений с США?». Мы наблюдаем, что в российской прессе происходит повышение значимости хороших отношений между двумя странами. В СМИ активно публикуются статьи, посвященные данному вопросу, а также различные интервью с политиками и их оценка современной ситуации.

Риторические вопросы дают читателю возможность самому подумать над имеющейся проблемой, тем самым происходит активное привлечение внимания к описываемому предмету. Более того, повышается значимость события или явления, ведь чем большее количество людей оно волнует, тем большая огласка ему придается.

Еще одним часто встречающимся синтаксическим приемом стал повтор, повторение слова или словосочетания в начале предложений. Наиболее часто употребляемым повтором является повтор на лексическом уровне. Данный прием значительно усиливает выразительность и за счет логического выделения акцентирует внимание на конкретном фрагменте текста.

Например, в статьях распространенными повторами является начало предложений со слов «Улучшение российско-американских отношений...», «Нормализация российско-американских отношений...», «Главы государств



обсудили..., Главы двух стран подробно обсудили...». Мы наблюдаем, что в статьях активно освещается возможность улучшения российско-американских отношений, а также переговоры, проводимые между двумя государствами. В прессе формируется образ США как государства, с которым необходимо налаживать отношения и развивать дальнейшее сотрудничество.

Таким образом, синтаксические средства дискурсивного конструирования служат в основном для привлечения внимания к определенному фрагменту текста, в котором, по мнению автора, находится важная деталь повествования или же скрытый смысл. В результате чего выявляются характерные особенности образа описываемого предмета.

### 2.2.3 Экстралингвистические средства дискурсивного конструирования образа

В ходе нашей работы были подробно изучены экстралингвистические средства дискурсивного конструирования образа. Было выявлено, что в газетных публикациях невербальное воздействие осуществляется с помощью графических и визуальных средств.

В качестве основных невербальных средств в газетных статьях используются шрифты и подчеркивания, благодаря которым производится выделение ключевых моментов в тексте, которые хранят в себе дополнительную информацию, имплицитно представленную в данном фрагменте текста.

Мы видим, что экстралингвистические средства, используемые в российских средствах массовой информации, почти ничем не отличаются от тех, которые используются американскими СМИ.

В статье, посвященной сирийскому вопросу, представлена оценка ситуации президентом РФ Владимиром Путиным. В статье пишется «В Кремле прошли переговоры президентов России и Италии Владимира

Путина и Серджо Маттареллы. Главы государств обсудили ситуацию на Украине и высказались за скорейшее разрешение сирийского кризиса. После переговоров российский лидер дал подробную оценку действиям США в Сирии, назвав применение химического оружия в регионе провокацией».

Автор статьи использует подчеркивание, тем самым выделяя слово «провокация». Российская сторона неодобрительно относится к решению США применить химическое оружие против населения Сирии. Более того, считает данный поступок провокацией, призывом к дальнейшим действиям.

США предстает как сторона, намеренно совершившая жестокий акт насилия по отношению к жителям Идлиба. В результате чего создается негативный образ США как государства, готового пойти на самые жестокие меры ради своих интересов.

Однако образ государства в российской прессе складывается не только из негативных характеристик. Напротив, на данный момент времени США предстает в более выигрышном свете чем когда-либо еще за последний несколько лет.

В одной из статей, посвященной отношениям между нынешним президентом США и всемирно известной организации НАТО, мы наблюдаем использование жирного шрифта с целью выделения важной, по мнению автора статьи, информации. В статье пишется «Согласно договоренности между 28 странами-членами НАТО, каждая из них должна выделять на оборону 2% от своего ВВП. **США платит на порядок выше, чем остальные страны-члены альянса. В 2016 году Америка отдала НАТО 3,61% от своего ВВП – более 664 миллиардов долларов**».

Автор статьи обращает внимания читателя на тот факт, что США выделяют самую большую сумму на финансирование организации по сравнению с другими странами-участниками. Сумма значительно превышает установленные стандарты. США всеми силами обеспечивают безопасность, причем не только своего государства, но и ряда других стран, которые вносят

гораздо меньшее количество денежных средств, но при этом чувствуют себя защищенными.

Постепенно мы наблюдаем тенденцию к развитию дружественных отношений между Россией и США. Происходящие события быстро находят свое отражение в прессе. В статье, посвященной условиям нормализации российско-американских отношений, пишется «для нормализации отношений двух стран требуется устранить *раздражители*, которые были созданы при бывшем президенте Соединенных Штатов Бараке Обаме. Например, фактическая экспроприация дипломатической недвижимости Российской Федерации в США».

В статье курсивом выделено слово «раздражители», автор заостряет внимание на данном обстоятельстве, заставляя задуматься о конкретных проблемах, уже известных читателю. Например, вспомнить о всем известных санкциях, которые были введены против России.

Устранять имеющиеся раздражители необходимо с целью налаживания отношений между двумя странами. США предстает в образе партнера для дальнейшего успешного сотрудничества, которое будет выгодным как для США, так и для России.

Таким образом, экстралингвистические средства конструирования образа, представленные шрифтами и подчеркиваниями, используются авторами статей для выделения определенных фрагментов текста с целью указания на дополнительную информацию, скрывающуюся за отдельными языковыми единицами. Скрытые смыслы помогают нам лучше понять современную ситуацию, сложившуюся в США и составить наиболее точную характеристику, необходимую для конструирования образа государства.

### 2.3 Сравнительный анализ дискурсивного конструирования образа США в российской и американской прессе

Дискурсивное конструирование образа США в российской и американской прессе производится с помощью одинакового набора лингвистических и экстралингвистических средств. Однако образ государства, создающийся в американской прессе, имеет отличный набор характерных черт и значительно отличается от образа, конструируемого в российских СМИ.

В таблице представлены характеристики, выявленные в ходе нашей работы, из которых формируется образ государства в современных СМИ. Таблица демонстрирует ключевые составляющие образа США в американской и российской прессе.

Таблица 1. Образ США в СМИ

<b>Образ США в американской прессе</b>	<b>Образ США в российской прессе</b>
Могущественная держава	Жестокое государство
Мощная военная держава	Агрессор, провокатор
Ослабленная демократия	Неумелый дипломат
Растущее недоверие государству	Партнер, дружественное государство
Растущие противоречия внутри страны	Борец с терроризмом

В американской прессе США позиционируются как могущественная держава, являющаяся одной из самых влиятельных в мире. Более того, государство открыто говорит о своих сильных сторонах, таких как стабильное экономическое развитие, непрерывный рост потенциальных возможностей для населения страны, а также нередко упоминается факт понижения уровня безработицы в стране.

Также к концепту могущества относится и военная мощь государства, которая заключается в укреплении армии и повышении уровня финансирования военной отрасли в целом.

Однако в российской прессе не говорится о вышеперечисленных сильных сторонах США. Напротив, положительные характеристики, которые представлены в американской прессе, в российской прессе обращаются в негативные моменты, активно обсуждаемые в средствах массовой информации.

США предстают перед нами как государство, ведущее агрессивную политику и не учитывающее интересы других стран. Более того, существует постоянная угроза силового воздействия на другие страны, связанная с постоянно растущими военными возможностями и ресурсами государства. Описывается жестокая позиция Соединенных Штатов по отношению к ряду стран, вовлеченных в военные и политические конфликты, а также противоречащих интересам США.

Однако стоит отметить, что в американской прессе образ США складывается не только из положительных моментов. Наряду с сильными характерными чертами описываются слабые и уязвимые стороны, которые волнуют все большее число американцев.

Большое внимание в американских СМИ уделяется проблеме, связанной с современной политической ситуацией в стране. Более того, под вопрос ставится и политический режим, а именно, демократия, которая, по мнению немалого числа американцев, превратилась в уязвимое место и утратила свои былые позиции. Все большее количество людей перестает доверять властям, постепенно нарастает сильное недовольство проводимой в стране политикой. Американцы негативно характеризуют современное правительство и конкретных политических деятелей, стоящих у аппарата власти.

Однако в российских СМИ происходящие изменения, которые так разочаровывают и волнуют население США, позиционируются как новый

этап в политической жизни страны, который способен значительно улучшить отношения между Россией и США.

В российских газетах активно публикуются статьи, посвященные встрече и переговорам американского президента Дональда Трампа с российскими представителями. Результатом которых является новый вектор в российско-американских отношениях. Россия надеется на плодотворное сотрудничество с США, которое станет выгодным для обеих сторон.

Результатом надежд на дальнейшее сотрудничество становится постепенное высветление образа США в российских СМИ. Происходит значительное сокращение негативных характеристик и образов, создаваемых ранее. На сегодняшний день США предстает как потенциальный будущий партнер, в интересах которого сохранять международную безопасность и не допускать появления новых конфликтов.

В целом, образ США складывается как из положительных, так и из отрицательных характеристик, освещаемых современными российскими и американскими средствами массовой информации. В российских СМИ государство постепенно перестает позиционироваться в образе врага, напротив, формируется образ потенциально дружественного государства, с которым необходимо поддерживать хорошие стабильные отношения. В американских СМИ современная политическая ситуация, сложившаяся в стране, пока не находит достаточный положительный отклик среди населения. Однако в образе государства по-прежнему преобладают характеристики с положительной коннотацией.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. Во второй глава был произведен анализ лингвистических и экстралингвистических средств, представленных в современной российской и американской прессе, являющихся неотъемлемой составляющей дискурсивного конструирования образа США. Также нами были выявлены главные составляющие образа государства, актуальные на данный период времени.

2. В ходе нашего исследования было выявлено, что в процессе формирования образа государства преобладает использование общественно-политической, профессиональной и эмоционально-оценочной лексики. Также отмечается активное использование лексики, которая обозначает понятия связанные с этикой, моралью, культурой и экономикой. Часто встречается сочетание эмоциональной и стилистически нейтральной лексики, а также упрощенный синтаксис, свойственный разговорной речи.

3. Отдельное место отводится оценочности, которая прежде всего выражается посредством лексических единиц, а именно в качественно-оценочных по своей семантике существительных и прилагательных. Огромное количество слов изначально обладает оценочной окраской. Однако не только готовые слова используются в качестве способа выражения оценочности. Публицистика преобразует слова, относящиеся к разным сферам языка, придавая им оценочное значение. Для реализации этой цели лексика используется в переносном значении.

4. В ходе нашего исследования также был сделан анализ синтаксических средств, используемых для конструирования образа государства в американских СМИ.

5. В газетных публикациях синтаксис выполняет не только коммуникативную задачу, но и несёт в себе эстетическую функцию. Более того, вместе с другими различными приёмами языковой экспрессии

синтаксис участвует в формировании образов, а также играет важную роль в передаче отношения к действительности, изображаемой в газетном тексте.

6. В американских СМИ в статьях активно используются риторические восклицания и вопросы, тем самым устанавливается контакт с потенциальным получателем информации. Еще одним часто встречающимся синтаксическим приемом стал повтор, повторение слова или словосочетания в начале предложений. Наиболее часто употребляемым повтором является повтор на лексическом уровне. Данный прием значительно усиливает выразительность и за счет логического выделения акцентирует внимание на конкретном фрагменте текста.

7. В ходе нашей работы было выявлено, что в газетном дискурсе невербальное воздействие осуществляется с помощью графических и визуальных средств. В качестве основных невербальных средств используются шрифты и подчеркивания, благодаря которым производится выделение ключевых моментов в тексте, которые хранят в себе дополнительную информацию, имплицитно представленную в данном фрагменте текста.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе нашего исследования подробно изучалось дискурсивное конструирование образа США в современной американской и российской прессе. Рассматривался дискурс в целом и газетный дискурс как дискурсивное пространство. Были обозначены место и роль СМИ двадцать первого века как дискурса, а также роль прессы и СМИ в конструировании образа.

На материале американских (USA Today, Daily News и New York Times) и российских газет (Ведомости, Вести, Известия) был произведен анализ дискурсивного конструирования образа США в современной американской и российской прессе. Для анализа использовались статьи из газет, которые позволили создать определенный образ, свойственный именно данной стране, как в самом государстве, так и за его пределами. В статьях анализировались лингвистические и экстралингвистические средства конструирования образа страны, с помощью которых производится конструирование образа в газетном дискурсе.

Публикации носили общественно-политический характер, отражали современную политическую ситуацию, сложившуюся в стране за последние два года. Всего было проанализировано 200 статей методом сплошной выборки из указанных выше изданий.

В ходе анализа выбранных статей, было выяснено, что дискурсивное конструирование образа США в российской и американской прессе производится с помощью одинакового набора лингвистических и экстралингвистических средств. Однако образ государства, создающийся в американской прессе, имеет отличный набор характерных черт и значительно отличается от образа, конструируемого в российских СМИ.

В современной американской прессе США представляются нам могущественной державой, в распоряжении которой находится мощная армия. Однако внутри государства нарастают недовольства, связанные с

проводимой в стране политикой, происходит понижение авторитета государства в глазах граждан страны. Складывается весьма противоречивый образ сильной державы, занимающей ведущие позиции на мировой арене, которая в то же время переживает серьезные внутренние изменения.

В современной российской прессе США предстают в менее выигрышном свете и нередко позиционируются как государство, ведущее агрессивную и провокационную политику. Однако на данный момент наблюдается тенденция отхода от непрерывной критики действий США, более того, мы видим, что происходит постепенное создание положительного образа, которого ранее не наблюдалось. Формируется образ потенциально дружественного государства, с которым необходимо поддерживать хорошие стабильные отношения.

Образ США складывается как из положительных, так и из отрицательных характеристик, освещаемых современными российскими и американскими средствами массовой информации. В российских СМИ государство постепенно перестает позиционироваться в образе врага, напротив, формируется образ потенциально дружественного государства. В американских СМИ современная политическая ситуация, сложившаяся в стране, пока не находит достаточный положительный отклик среди населения. Однако в образе государства по-прежнему преобладают характеристики с положительной коннотацией.

Стоит отметить, что образ страны, создаваемый газетным дискурсом, это база, определяющая то, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности, в результате тех или иных действий ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром. Очень важно, чтобы образ был положительным, ведь положительный образ государства благоволит деловому сотрудничеству не только на государственном, но и на частном уровне, повышает авторитет в глазах мировой общественности, укрепляет дипломатические и экономические отношения, а также становится образцом для подражания.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Языкознание. Лингвистический энциклопедический словарь/ гл. ред. В.Н. Ярцева. – 1-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1990. С.136-137
2. Аскольдов С.А. Концепт и слово// Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Прогресс, 1997. 181 с.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Пер. с франц. / Э. Бенвенист. М.: Прогресс, 2002. 446 с.
4. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти. Язык и моделирование социального воздействия. М.: Ваклер, 1987. 103 с.
5. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса / В.Г. Борботько. М.: Либроком, 2011. 288 с.
6. Богин Г.И. Переход содержаний в смыслы как одна из техник понимания // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. Тезисы докл. Всероссийской науч. конф. Челябинск: Южно-Уральский гос. ун-т, 1999.
7. Васильев А.Д. Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российской телевидении. М.: Прогресс, 2000. 36 с.
8. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981.
9. Гришаева Л.И. Теория политической лингвистики. Саратов: Наука, 2013. С. 28-34.
10. Иссерс О.С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий / О. С. Иссерс. М.: Флинта, 2011
11. Интернет-газета Вести [Электронный ресурс]. 2017. URL: <http://www.vesti.ru/> (дата обращения: 22.05.2017).
12. Интернет-газета Ведомости [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.vedomosti.ru/> (дата обращения: 30.05.2017).

13. Интернет-газета Известия [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://pressa.ru/ru/magazines/izvestiya/> (дата обращения: 10.06.2017).
14. Кубрякова Е. С. О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сборник обзоров. М.: РАН. ИНИОН, 2000. С. 5–13.
15. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета – Екатеринбург, 2010. – Вып. 11.
16. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 104 с.
17. Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1: Журналистика. С. 27–30.
18. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. 240 с.
19. Оломская Н. Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса / Н. Н. Оломская// Научный диалог. – 2013. – № 5 (17) : Филология. С. 250–259.
20. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азъ,1992. 660 с.
21. Плотникова С.Н. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах). М.: Прогресс, 2000. 204 с.
22. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. М.: Ваклер, 2003. 656 с.
23. Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика / сложное синтаксическое целое. М.: Эдиториал ,2006. 182 с.
24. Современная энциклопедия // Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. 2000. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/45374> (дата обращения: 14.02.2016).

25. Тамарченко Н.Д. Теоретическая поэтика: понятия и определения. М.: РГГУ, 2000. 286 с.
26. Терминов В.П. Массовая коммуникация (исследование опыта Запада). М.: Ваклер, 1999. 155 с.
27. Ухванова И.Ф. Смысловые и сущностные параметры политического дискурса в фокусе внимания исследователя / И.Ф. Ухванова // Язык и социум: материалы II Междунар. конф. М.: Прогресс, 1998. 180 с.
28. Ухванова-Шмыгова И.Ф. Каузальный анализ политического текста / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Екатеринбург, 2004. – Вып. 1.
29. Чудинов А.П. Новые исследования по политической лингвистике (2002-2004) / А.П. Чудинов // Известия УрГПУ. Лингвистика / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2005. – Вып. 15.
30. Хурматуллин А. К. Понятие дискурса в современной лингвистике // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. Т. 151, кн. 6. 2009. С. 31–37.
31. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Воронеж. ун-та, 1987. 180 с.
32. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса; диссертация доктора филологических наук: 10.02.01 / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000. 160с.
33. Шюц А. Структура повседневного мышления. М.: Лабиринт, 2003. 130 с.
34. Atkinson D. Discourse analysis and written discourse conventions. Essex: Cambridge University Press, 1991. P. 80-93.
35. Bouter L.M. Metaphor in newspapers. Essex: Oxford University Press, 2011. P. 78-89.

36. Coulmas F. The handbook of Sociolinguistics. [Электронный ресурс] // Linguistics. URL: <http://mail.iea.ras.ru/funk/Books/ebooksclub.org> (дата обращения: 22.09.2016).
37. Daily News [Электронный ресурс]. 2017. URL: <http://www.nydailynews.com/> (дата обращения: 14.05.2017).
38. Dunmire P. L. Discourse Analysis: Exploring the Language of Politics and the Politics of Language. [Электронный ресурс] // Language and Linguistics Compass. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/lnc3.365/abstract> (дата обращения: 22.09.2016).
39. Fairclough N. Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research. Essex: Routledge, 2003. 270 p.
40. Harris S. Z. A Theory of Language and Information. Essex: Oxford University Press, 1991. P. 100-121.
41. Jorgensen M., Phillips L. Discourse Analysis as Theory and Method. London: British Library Cataloguing, 2002. 230 p.
42. Sawyer M. J. A Summary of Discourse Theory. [Электронный ресурс] // An analysis of the larger semantic units. URL: <https://bible.org/seriespage/1-summary-discourse-theory> (дата обращения: 20.09.2016).
43. Shutaya N. Linguistic peculiarities of publicist discourse // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. 6 (5). P. 73-93.
44. Talbot M. Media Discourse. Essex: Edinburgh University Press, 2013. 72p.
45. Teun A. Discourse Studies and Education. Essex: University of Amsterdam, 1997. P. 120-139.
46. The New York Times [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 30.05.2017).
47. USA Today [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.usatoday.com/> (дата обращения: 25.05.2017).

48. Wodak R. Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity. [Электронный ресурс] // Language and Linguistics Compass. URL: <http://www.twirpx.com/file/158170/> (дата обращения: 15.01.2017).

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации  
45.03.02 Лингвистика



УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
О.В. Магировская  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА США В  
СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ**

Выпускник

А.О. Шатунова

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. Н.В. Немчинова

Нормоконтролер

О.А. Чистова

Красноярск 2017