

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ К. В. Анисимов
« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ДИНАМИКА МЕДИАТЕКСТОВ О РОССИИ И СИБИРИ В
БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ**

Руководитель	_____	ст. преподаватель	О. В. Богуславская
Выпускник	_____		Л. О. Полежаева
Консультант	_____	проф., д-р. филос. наук	О. Ф. Нескрябина
Нормоконтролер	_____	ст. преподаватель	Д. А. Устюжанина

Красноярск 2018

Аннотация бакалаврской работы

Полежаевой Любови Олеговны

«ДИНАМИКА МЕДИАТЕКСТОВ О РОССИИ И СИБИРИ В БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ»

Научный руководитель – Богуславская Олеся Владимировна, ст. преподаватель

Актуальность исследования объясняется не только определением внешнеполитического восприятия России западными странами, но и ролью современных массмедиа в обществе. СМИ не просто заняли центральное положение в культуре, но и обозначили в ней свое господство, отразившееся в том числе и в текстах СМИ, ставших механизмами деконструкции национальных традиций и конструирования новой реальности. Следовательно, исследование корпуса медиатекстов о России и Сибири в британских и американских СМИ дают необходимые знания о духовно-нравственной идентификации России в массовом сознании британского и американского народов.

Цель исследования состоит в том, чтобы, анализируя образы России и Сибири в английских и американских изданиях, выявить характерные черты функционирования российского и сибирского медиатекстов, а также их динамику.

Главной задачей является разработка схемы комплексного анализа медиатекста и его важных составляющих, а также практическое применение данной схемы для изучения медиатекстов The Guardian и The New York Times.

Объектом исследования являются медиатексты британских и американских изданий. **Предмет изучения** – образы России и Сибири в многоаспектном англоязычном медиатексте: предпосылки формирования, закономерности развития, приемы и методы создания, концептуальные особенности.

Теоретико-методологическую базу исследования представляют исследования ученых, сыгравших значительную роль в формировании и развитии теории медиатекста. **Эмпирическую основу исследования** составили материалы электронных версий периодического издания The Guardian в количестве 1580 статей, а также американского издания The New York Times в количестве 1244 статей, вышедших в период с марта 2016 по апрель 2018 года.

Аннотируемая работа состоит из двух глав (предваряемых «Введением»). **В первой главе** рассматривается соотношение понятий «текст», «медиатекст» и «медиадискурс», сущностные характеристики медиатекста, роли медиаконцептов и визуального контента в медиатексте, а также образ автора и адреса. **Во второй главе** представлен подробный анализ медиатекстов о России и Сибири в The Guardian и The New York Times с примерами. Завершает работу «**Заключение**», в котором представлено сравнение образов России и Сибири, которые формируются в изданиях The Guardian и The New York Times, по всем пунктам анализа: концептологический аспект, визуальный контент, образ автора и адресата. В ходе сравнения сделан вывод о наличии существенных различий в медиатекстах британских и американских СМИ, а также об использовании двумя СМИ одних и тех же манипулятивных стратегий для достижения своих целей.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты исследования медиатекста	9
1.1 Текст – медиатекст – медиадискурс: соотношение понятий.....	9
1.2 Основные характеристики медиатекста	13
1.3 Медиаконцепт как структурообразующая единица современного медиатекста.....	15
1.4 Роль визуального в пространстве медиатекста.....	19
1.5 Образ адресата и адресанта в медиатексте.....	25
1.6 Общий алгоритм анализа медиатекста	28
2 Характеристика медиатекста о России и Сибири в британских и американских СМИ.....	33
2.1 Медиатекст о России в The Guardian	33
2.1.1 Средства и способы актуализации концепта «Россия»	33
2.1.2 Методы генерации визуального образа России.....	55
2.1.3 Особенности образа автора в медиатексте.....	61
2.1.4 Особенности образа адресата в медиатексте	67
2.2 Медиатекст о Сибири в The Guardian	69
2.2.1 Средства и способы актуализации концепта «Сибирь»	69
2.2.2 Методы генерации визуального образа Сибири.....	79
2.2.3 Особенности образа автора в медиатексте.....	84
2.2.4 Особенности образа адресата в медиатексте	85
2.3 Медиатекст о России в The New York Times	88
2.3.1 Средства и способы актуализации концепта «Россия»	88
2.3.2 Методы генерации визуального образа России.....	102
2.3.3 Особенности образа автора в медиатексте.....	106
2.3.4 Особенности образа адресата в медиатексте	109
2.4.1 Средства и способы актуализации концепта «Сибирь»	111

2.4.2 Методы генерации визуального образа Сибири.....	118
2.4.3 Особенности образа автора и адресата в медиатексте.....	119
Заключение.....	122
Список использованных источников.....	142
Приложение А Примеры актуализации медиаконцептов «Россия» и «Сибирь», а также образов адресата и адресанта в The Guardian и The New York Times.....	153
Приложение Б Фотографии о России в The Guardian	175
Приложение В Фотографии о Сибири в The Guardian	208
Приложение Г Фотографии о России в The New York Times	220
Приложение Д Фотографии о Сибири в The New York Times	236

ВВЕДЕНИЕ

Отмечая все возрастающую роль медиа в процессе познания жителями планеты окружающего их мира, британский ученый Роджер Силверстоун пришел к определению нового цивилизационного пространства – медиаполиса как среды обитания современного человека и общества, «в которой формируется новое качество жизни – медиажизни» [Блохин, Волковский, Воскресенская, 2012, с. 4]. В своей монографии «Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis» он обосновал «значимость медиа для нашей ориентации в мире способами, которые невозможно было представить себе до электронной эры» [Силверстоун, 2007]. Развивая данную концепцию авторский коллектив ученых СПбГУ в монографии «Современный российский медиаполис» рассмотрел тенденции усиления влияния медиа на повседневную практику человека и общества и пришел к выводу, что важной характеристикой такого медиаполиса как социальной структуры является культурное сознание его жителей. Исследователи заключили, что «картина мира современника информационной эпохи формируется при доминирующем участии медиа». По их мнению, восприятие человеком действительности претерпело изменения, когда «в нее вошел новый культурный элемент, заявивший о себе как мощный инструмент воздействия на умы, — массмедиа» [Блохин, Волковский, Воскресенская, 2012, с. 263].

С ростом числа средств массовой информации, появлением компьютерных технологий и расширением коммуникативного пространства возникла необходимость в широком исследовании функционирования языка в массмедиа, что привело к появлению медиалингвистики как нового системного подхода к изучению языка СМИ.

Термин «медiateкст», активно разрабатывающийся в теории и практике медиалингвистики, заимствован в 1990-х годах из англоязычной научной литературы. Сегодня под медiateкстом понимают конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт — сообщение, содержащее информацию и

изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории. Для создания медиатекстов используется медиаязык — «комплекс средств и приемов выразительности», в значительной степени определяющий характер медиакультуры — «совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа». Лингвисты, философы, социологи, культурологи объединяют научные усилия для объяснения законов функционирования медиатекста в разных сферах общения. Как отмечает Г. С. Мельник, «изучение медиатекстов — основа для формирования представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации» [Мельник, 2012, с. 27].

В настоящем исследовании произведена попытка определить особенности медиатекста о России и Сибири в британских и американских СМИ. **Актуальность** исследования объясняется не только определением внешнеполитического восприятия России западными странами, но и ролью современных массмедиа в обществе. По мнению И. В. Анненковой, СМИ не просто заняли центральное положение в культуре, но и обозначили в ней свое господство, отразившееся в том числе и в текстах СМИ, ставших механизмами деконструкции национальных традиций и конструирования новой реальности [Анненкова, 2006]. В. В. Богуславская отмечает, что медиатексты «представляют собой модели мира, а совокупность текстов репрезентует культуру определенного периода» [Богуславская, 2003, с. 29]. Таким образом, исследование корпуса медиатекстов о России и Сибири в британских и американских СМИ дают необходимые знания о духовно-нравственной идентификации России в массовом сознании британского и американского народов.

Цель исследования состоит в том, чтобы, анализируя образы России и Сибири в английских и американских печатных изданиях, выявить характерные черты функционирования российского и сибирского медиатекстов, а также их динамику в англоязычных СМИ.

В настоящей дипломной работе поставлены следующие исследовательские **задачи**:

- исследовать литературу в области медиалингвистики с целью определения ключевых понятий данного направления лингвистической науки;
- выявить структурные элементы, функции медиатекста как продукта журналистской практики;
- сформировать схему анализа медиатекста;
- исследовать номера The Guardian и The New York Times;
- зафиксировать динамические процессы внутри корпуса текстов;
- показать влияние социальной действительности на формирование медиатекстов.

Объектом исследования являются медиатексты британских и американских изданий.

Предметом изучения – образы России и Сибири в многоаспектном англоязычном медиатексте: предпосылки формирования, закономерности развития, приемы и методы создания, концептуальные особенности.

Отбор **методов исследования** был predetermined используемым в данной дипломной работе лингвистическим подходом. На уровне анализа были использованы описательно-аналитический, дифиниционный, концептологический анализ, метод кейс-стади, качественный и количественный контент-анализ. Для построения выводов были использованы дедукция, индукция, сравнительный метод.

Новизна данной работы заключается в попытке комплексного анализа медиатекста о России и Сибири как носителя национальных ценностей, а также в обосновании средств, особенностей и вербальных технологий позиционирования российской и сибирской идентификации в медиатексте. Помимо этого, анализ проводился на основании наиболее авторитетных и востребованных у англоязычной аудитории изданий. Также научная новизна объясняется еще и тем, что в рамках лингвокультурологического анализа метатекста были вычленены концепты российской и сибирской культуры, а

также обнаружена разность восприятия западными странами России и Сибири как субъекта этой страны.

Теоретической базой дипломной работы стали исследования ученых, сыгравших значительную роль в формировании и развитии теории медиатекста. Благодаря работам И. В. Анненковой [Анненкова, 2006], В. В. Богуславской [Богуславская, 2003], Т. Г. Добросклонской [Добросклонская, 2008], Е. С. Кубряковой [Кубрякова, 2001], Т. Л. Каминской [Каминская, 2009], С. И. Сметаниной [Сметанина, 2002], Г. Я. Солганика [Солганик, 2005], Т. В. Шмелевой [Шмелева, 2010] были сформулированы жанровые и стилистические особенности медиатекста как феномена современной журналистики. Методологическая основа была оформлена благодаря исследованиям известных когнитологов и лингвокультурологов: Н. Д. Арутюновой [Арутюнова, 1998], Ю. Д. Апресян [Апресян, 1995], А. Вежбицкой [Вежбицкая, 1999], З. Д. Поповой [Попова, 2007], Ю. С. Степанова [Степанов, 2001], И. А. Стернина [Стернин, 2007], Г. В. Токарев [Токарев, 2003].

Эмпирическую основу исследования составили материалы электронных версий периодических изданий The Guardian в количестве 1580 статей, а также американских изданий The New York Times, в количестве 1244 статей, вышедших в период с марта 2016 по апрель 2018 года.

Работа содержит введение, в котором определены актуальность, новизна исследования, сформулированы цель и задачи, обозначена теоретическая база и методы изучения материала, две главы, заключение и список использованной литературы, насчитывающий 80 наименований. Первая глава содержит определение основных понятий исследования: медиатекст, медиадискурс, концепт, визуальный образ, образ автора и адресата. Вторая глава посвящена анализу медиатекста о России и Сибири, его динамике. В заключении представлены результаты проведенного анализа.

Промежуточные результаты исследования были представлены в рамках Международной научной студенческой конференции МНСК-2016, на Международной конференции «Молодежь и наука: перспект Свободный-2016»,

Международной научно-практической конференции «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека», II международной научно-практической конференции «Сибирское медиапространство-2020» и Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2018». Также были опубликованы следующие статьи:

1 Полежаева Л. О. К вопросу о роли изучения концептов в современном медиапространстве [Электронный ресурс] / Л. О. Полежаева // Проспект Свободный-2016: материалы науч. конф., посвященной Году образования в Содружестве Независимых Государств (15–25 апреля 2016 г.) – Красноярск: Сиб. фе-дер. ун-т, 2016. – Режим доступа: <http://nocmu.sfu-kras.ru/digest2016/>

2 Полежаева Л. О. Сибирь как субъект цифрового медиапространства: концептологический аспект (на примере британских СМИ) [Электронный ресурс] / Л. О. Полежаева // Сибирское медиапространство 2020: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (23–25 ноября 2017 г.) – Красноярск: Сиб. фе-дер. ун-т, 2016. – Режим доступа: http://catalog.sfu-kras.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?P21DBN=BOOK1&I21DBN=BOOK1&S21FMT=fullwebr&Z21ID=&C21COM=S&S21ALL=%3C.%3EI%3D%D0%91%D0%91%D0%9A76%2F%D0%A1%20341-585223651%3C.%3E#page-title

3 Полежаева Л. О. Концептуальное моделирование образа Сибири в британских масс-медиа [Электронный ресурс] / Л. О. Полежаева // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2018». – Москва: МАКС Пресс, 2018. – Режим доступа: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2018/data/section_11_13257.htm

1 Теоретические аспекты исследования медиатекста

1.1 Текст – медиатекст – медиадискурс: соотношение понятий

Проблема конструирования социальной реальности масс-медиа всегда занимала особое место в исследованиях массовой коммуникации. Так, выдающийся теоретик в области культуры Ж. Бодрийяр считал, что «реальность – не просто то, что можно воспроизвести, а то, что всегда уже воспроизведено» [Бодрийяр, 2000, с. 87], а классик социологической науки Н. Луман утверждал, что «все, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа» [Луман, 2005, с. 8]. На сегодняшний день в корпусе исследований отечественных и зарубежных школ массовой коммуникации активно экстраполируется мысль о том, что СМИ не только отражают социально-политические или иные изменения, происходящие в мире, но и активно моделируют, преобразуют реальность, конструируя при этом совершенно новый тип реальности – медиареальность. В частности, Е. Н. Комаров определяет явление медиареальности, как не имеющее физических границ бесконечное концептуальное медиасообщение, порождаемое социальной реальностью, адресованное субъектам этой социальной реальности и состоящее из медиатекстов разной тематики [Комаров, 2014]. В этой связи особое значение приобретает анализ феномена медиатекста и существующих подходов к его изучению.

Несмотря на то, что оформившееся в рамках отечественной лингвистики направление медиалингвистики довольно молодое, уже сейчас можно говорить о широком терминологическом аппарате данной дисциплины. Так, термин «медиатекст» был впервые употреблен Т. Г. Добросклонской [Добросклонская, 2008], которая зафиксировала очевидную тенденцию: понятие «текст» значительно расширяет свои границы в сфере массовой коммуникации, перестает быть последовательностью только лишь вербальных знаков и приобретает новые смысловые оттенки, обусловленные медийными свойствами

того или иного СМИ. Отсюда вытекает логичное заключение: определить природу медиатекста невозможно без анализа его корреляции с базовым понятием гуманитарных наук – с текстом. Несмотря на присущую этому понятию фундаментальность, ученые до сих пор не пришли к единому выводу о его содержании, и в научном дискурсе порой встречаются диаметрально противоположные мнения. В исследованиях, посвященных теории текста, встречаем следующие подходы к определению этого комплексного объекта:

- лингвоцентрический подход, в рамках которого исследователи рассматривают текст как реализацию языка в физической действительности. Так, в рамках данного подхода трудились Л. В. Щерба, который называл целью анализа текстов «показ тех лингвистических средств, посредством которых выражается идейное и связанное с ним эмоциональное содержание литературных произведений» [Щерба, 1957, с. 97], а также родоначальник глоссемантики Л. Ельмслев, отмечавший первостепенное значение структурно-семантических языковых аспектов в изучении текстов;

- текстоцентрический подход, в свою очередь, выводит на главную позицию текст, который мыслится учеными как независимое структурно-смысловое единство. Например, И. Р. Гальперин считал, что текст – это целенаправленное, завершенное, объективированное произведение речетворческого процесса, которое имеет название и состоит из объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи сверхфразовых единств [Гальперин, 2007];

- антропоцентрический подход, в рамках которого ученые сместили акцент исследований на роль человека в создании (автор) и восприятии (читатель) текстов. В частности, Ю. М. Лотман выступает с критикой исследований, в которых текст предстает лишь как «графически зафиксированное художественное целое (или фрагмент художественного целого)» [Лотман 1998, с. 203]. По его мнению, не менее важными категориями текста являются текстопорождение, интерпретация и коммуникация;

- Когнитивный подход предполагает, что текст является аккумулятором знаний человека о мире, поэтому целью его анализа является проникновение «через анализ языковой семантики – в сферу концептов» [Попова, 2007, с. 19].

Вышеперечисленные концепции не отражают весь объем накопленного в данной области знания. В настоящем же исследовании дальнейшее развертывание понятий «текст» и «медiateкст» происходит с опорой на концепции представителей когнитивной лингвистики.

Е. С. Кубрякова определяет текст как «информационно самодостаточное речевое сообщение с ясно оформленным целеполаганием и ориентированное по своему замыслу на своего адресата» [Кубрякова, 2001, с. 72]. Притом текстом может выступать любой акт речемыслительной деятельности, который обладает такими чертами, как информационная самодостаточность, адресность и целенаправленность. Более того, согласно Кубряковой, текст – это всегда связное «коммуникативно ориентированное произведение», которое создает вокруг себя особое «семантическое пространство» [там же]. По ее мнению, текст априори является объектом концептуального и когнитивного анализа, так как «нет и не может быть таких текстов, которые не фиксировали бы какой-либо фрагмент человеческого опыта и его осмысления». Таким образом, главная цель анализа различных текстов – установить «с каким видением мира мы столкнулись в данном тексте, что и по какой причине привлекло внимание человека, какие именно фрагменты знания и оценок в нем закреплены и т.д.» [там же].

Стоит отметить, что все вышесказанное в определенной мере справедливо применимо и к понятию «медiateкст», ведь по определению, медiateкст есть ни что иное, как разновидность текста, которая, по мнению Г. Я. Солганика, принадлежит массовой информации, характеризуется особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта) и специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского Я), рассчитанной на массовую аудиторию [Солганик, 2005]. М. Ю. Казак, в свою очередь, говорит о многогранности понятия

«медiateкст», которое включает в себе комплекс значений: это и текст в традиционном его понимании, и уникальный тип текста, который имеет коренные отличия от текста других сфер – художественной или научной, и совокупность продуктов массовой коммуникации – текстов журналистских, рекламных и PR-текстов [Казак, 2012, с. 30]. Для А. В. Полонского медiateкст – особое явление, порожденное современной постмодернистской культурой, которое заключается в «способности сознания формально и содержательно реагировать на конструктивные параметры медийного ресурса» [Полонский, 2016, с. 10]. Мы же вслед за С. Н. Велитченко будем понимать под медiateкстом «синтез фактологии, материалов творчества, личностных приоритетов журналиста и форматов издания или канала СМИ» [Велитченко, 2012].

Подводя черту под дифференциацией этих двух понятий, можно заключить, что они находятся в родовидовых отношениях, и медiateкст – это текст любого медийного вида и жанра, благодаря которому осуществляется массовая коммуникация. Притом «медiateкст выражает более общую сущность таких понятий, как журналистский текст, публицистический текст, рекламный текст, телевизионный текст, интернет-текст, радиопередача, специальный репортаж» [Фаткуллина, 2015]. И, по определению Т. Г. Добросклонской, если текст – это сообщение, то медiateкст – это сообщение плюс канал [Добросклонская, 2008].

Еще одним дискуссионным вопросом в медиалингвистике является соотношение понятий «медiateкст» и «медиадискурс». Опираясь на многочисленные исследования дискурса (Н.Д. Арутюнова, М.Р. Желтухина, Е.С. Кубрякова, В. И. Карасик, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, В.И. Шаховский, Е.И. Шейгал и др.), определим медиадискурс как связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов [Желтухина,

2007]. Исходя из утверждения о корреляции понятий «дискурс» и «текст», мы полагаем, что не следует жестко разграничивать понятия медиадискурс и медиатекст, так как под медиатекстом понимается конкретный результат медиапродукции, сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа. В подтверждение этого можно вновь обратиться к тезису Т. Г. Добросклонской о том, что «медиатекст – это сообщение плюс канал, а медиадискурс – это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации». И если медиадискурс можно представить, как поток информации, то медиатексты выступают отдельными единицами этого медиадискурса. В свою очередь, понятие «медиатекст» является родовым для еще одного набирающего популярность понятия «сторителлинг», под которым исследователи понимают «процесс создания медиатекста в кросс-платформенной среде» [Пильгун, 2015].

1.2 Основные характеристики медиатекста

Как можно увидеть, существует тенденция упрочения позиций понятия «медиатекст» в системе медиалингвистики. К основным сущностным характеристикам медиатекста, которые отмечают исследователи относятся:

- канал распространения: в соответствии с существующим разнообразием средств массовой информации можно выделить такие каналы распространения, как печать, радио, телевидение и Интернет. В рамках данного исследования мы рассматриваем медиатексты, распространяемые через электронные версии печатных изданий, соответственно, при анализе следует принимать во внимание специфику медиатекста в Интернете. Медиатекст определяется такими свойствами интернет-коммуникации, как интерактивность, возможность обратной связи и непосредственного участия в процессе коммуникации, нелинейность и использование новых нарративных стратегий, дигитальность (применение цифровых форматов), модульность (комбинирование разнородных элементов в едином смысловом пространстве), ускорение времени и сжатие

пространства, возможность мгновенной коммуникации и уменьшение барьеров физической дистанции, конвергентность, приводящая к созданию гибридных форм текста и интеграции различных технологий;

- институциональный тип текста: журналистский, рекламный, PR-текст. В рамках данного исследования мы рассматриваем журналистский типа медиатекста;

- код медиатекста: по форме создания и воспроизведения тексты могут быть вербальные, невербальные (например, изображения, фотографии и т.п.), и вербально-невербальные (креолизованные);

- функционально-жанровый тип медиатекста: в рамках журналистского институционального типа можно выделить три основных жанровых группы: информационную, аналитическую и художественно-публицистическую;

- адресант – производитель медиатекста: он может быть индивидуальный (частный) или коллективный (социальный). В зависимости от формы существования адресанта в тексте формируется авторская модальность – объективное или субъективное отношение к действительности;

- адресат – получатель медиатекста, аудитория.

Все вышеперечисленные характеристики позволяют разделить медиатекст на доступные для анализа смысловые элементы. Помимо данных формальных признаков исследователи выделяют следующие черты, присущие медиатексту, которые подтверждают актуальность его анализа:

- многомерность (интегральность, креолизованность, многоплановость) – магистральная чертой современного медиатекста, под которой следует понимать сочетание разнородных вербальных, визуальных, аудитивных, аудиовизуальных или других компонентов в едином смысловом пространстве текста;

- адресованность коллективному субъекту – массовой аудитории. «Медиатексты являются полиадресатными, поскольку их синхронно воспринимают разные носители языка и культуры, обладающие разной личностной, но одной коллективной идентичностью» [Пастухов, 2016, с. 132];

- культуроспецифичность – зависимость медиатекста от культуры, в рамках которой он создан и воспроизведен. Опираясь на идею В. Фон Гумбольдта о языке как деятельности народного духа, можно заключить, что язык медиа не менее культуроспецифичен, чем естественный язык. Медиатексты являются результатом интереснейшего наложения языковой и информационной картин мира.

- идеологичность – аксиологичность. Так, Т. Г. Добросклонская говорит о том, что данная характеристика медиатекста «основана на способности массмедиа влиять на общественное и индивидуальное сознание с помощью идеологизированных концептов и интерпретаций, отражающих определенные системы ценностей и отношений» [Добросклонская, 2008].

1.3 Медиаконцепт как структурообразующая единица современного медиатекста

В настоящее время существуют сложности в определении понятия «концепт». Связано это, в первую очередь, с тем, что концепт – ментальная структура, отличающаяся высокой степенью абстрактности, что дает исследователям свободу в его трактовке. Это междисциплинарное понятие, которое Е. С. Абрамова определяет, как «многоаспектную объективируемую единицу ментальности и культуры, отражающую особенности духовного опыта человека, практики познания и осмысления мира» [Абрамова, 2014].

Принято считать, что концепт включает в себе всю полифонию значений слова. Помимо основного смысла, он включает дополнительные культурные, личностные, национальные и другие оттенки, которые могут проявляться в речевом общении или в определенном контексте. Таким образом, концепт включает, помимо понятийного компонента, ценностную и образную составляющие.

В работе Н. Н. Болдырева значительное место отведено описанию характера взаимодействия между концептом и значением слова. Вслед за А.

Вержбицкой исследователь утверждает, что значения слов не тождественны концептам. Он отмечает, что «языковые средства своими значениями передают лишь часть концепта, что подтверждается существованием многочисленных синонимов, разных дефиниций, определений и текстовых описаний одного и того же концепта. Значение слова – это лишь попытка дать общее представление о содержании выражаемого концепта, очертить известные границы представления его отдельных характеристик данным словом» [Болдырев, 2001]. Также автор делает акцент на том, что значением слова является концепт, запечатленный в соответствии со знаковой системой языка. Другими словами, языковые значения слова передают лишь часть представлений человека о мире, большая часть сокрыта в его создании и предстает в виде концептов – мыслительных структур разной степени абстрактности.

Существуют разные подходы к типологизации концептов. Е. С. Абрамова предлагает следующую типологию концептов:

- по конкретизации смыслов концепта. Данный подход предполагает существование конкретных концептов, имеющих абстрактный или эмпирический характер.

- по характеру отражения смыслов концепта. В этом случае концепты делятся на эмоциональные, аксиологические и этические.

- по сфере знаний, репрезентуемой концептами.

С этой точки зрения исследователь рассматривает концепты философские, научные, педагогические, художественные, публицистические и медиаконцепты [Абрамова, 2014].

Одной из сфер, актуализируемой концептами, выступает медийная сфера человеческой практики. В связи с этим исследователи предлагают ввести понятие медиаконцепта как основной ментальной единицы журналистского дискурса. Как заключает И. В. Орлова, медиаконцепты – это «вербально-ментальные феномены особого рода, отличающиеся медийной дискурсивно-стилистической субстанциональной детерминированностью, вошедшие в мирознание носителей языка с началом формирования информационного

общества и ставшие средством ментально-психологической и эмоциональной адаптации к новой реальности» [Орлова, 2014]. Медиаконцепт как уникальная когнитивная структура имеет следующие особенности вербализации и функционирования:

- актуализируются и приобретают свои уникальные когнитивно-коммуникативные черты исключительно в медиадискурсе;

- представляют собой динамичные и регулярно обновляемые структуры.

Принципы медиадискурса обязывают медиаконцепт отражать исключительно актуальные тенденции социальной и социально-политической действительности;

- самодостаточны и не имеют за собой объемного «бэкапа». Если концепты, репрезентующие другие сферы человеческого знания, всегда обладают фоном, влияющим на восприятие концепта, то медиаконцепты способны создавать абсолютно уникальные коннотации и когнитивные облики вербализуемого объекта;

- медиаконцепты субъективны и образны. В рассмотрении медийного концепта важна не столько его функция отражения сознания, сколько оформление и структурирование его семантического содержания;

- привязаны к ментальности населения. Медиаконцепт не существует сам по себе. Восприимчивость носителей языка к данному типу концепта зависит от их этнических, культурных, социальных и исторических особенностей;

- имеют ограниченный жизненный цикл. Он «воконцептовляется, живет и умирает» [Орлова, 2014]. Однако важно понимать, что медиаконцепт существует независимо от других видов концепта, и его исчезновение не свидетельствует об его отсутствии в других дискурсах. Медиаконцепты, в отличие от концептов другой дискурсивно-стилистической принадлежности, например, художественной или научной, актуальны лишь в течение ограниченного промежутка времени, который определяется как «траектория развития в медийной дискурсивной среде на определенной временной оси» [Орлова, 2014]. Кроме этого, концепт переживает дискурсивно-стилистическую эволюцию,

которая обусловлена детализацией и расширением интерпретационного поля медиаконцепта и заключается в непрерывной динамике жизненного цикла, который состоит из трех фаз:

- фаза зарождения;
- фаза развития и зрелости;
- фаза спада и нивелирования.

И. В. Орлова в своем исследовании вступает в спор с лингвистами, настаивающими на том, что главной характеристикой медиаконцепта является его «модность». По ее мнению, медиаконцепты должны иметь социальное значение и быть не столько модными, сколько престижными [Орлова, 2014].

Находясь в родовидовых отношениях с понятием «концепт», медийный концепт также является комплексным и многоуровневым явлением, обладающим своего рода полевой структурой, которая может быть выявлена через анализ средств вербализации концепта. По мнению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, моделирование поля, которое состоит из ядра, а также ближней, дальней и крайней периферий, осуществляется исходя из «яркости» и «актуальности» когнитивных признаков концепта. Традиционными способами осмысления полевой структуры являются анализ частотности употребления тех или иных языковых единиц, вербализующих концепт, и анализ лексем, которые объективируют когнитивные признаки концепта [Попова, 2007].

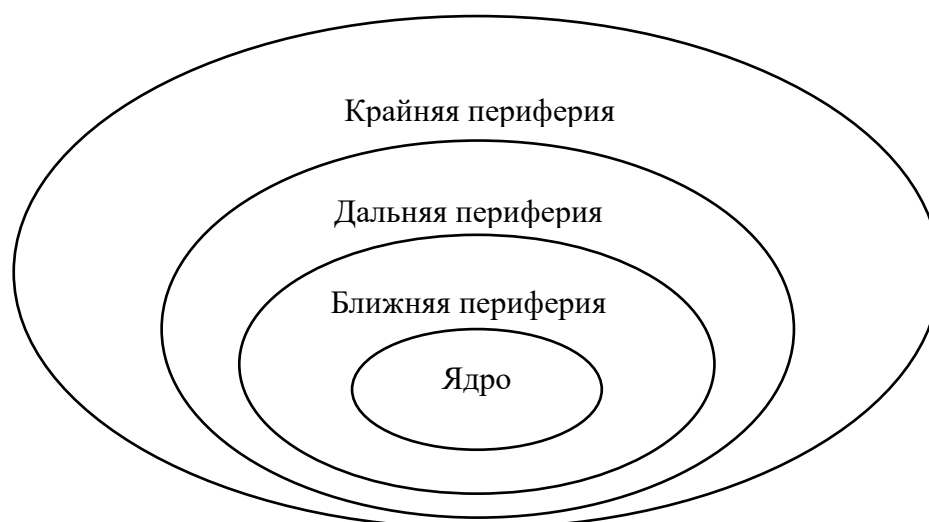


Рисунок 1 – Полевая структура концепта

Особый интерес представляет то, как и с какими целями вовлекаются концепты в СМИ. Предполагается, что концепт состоит из прагматической (эмотивно-оценочной) и когнитивной частей. Коррелируя между собой, эти элементы создают актуальные смыслы и картины идеальных миров, которые выстраиваются мышлением и выражаются языком. А. В. Олянич выдвигает тезис о том, что в СМИ концепты вовлекаются в рекомбинированном смысловом содержании: заметно сокращается когнитивная составляющая концепта, но гиперболизуется эмотивная [Олянич, 2015].

В научном сообществе все большую популярность приобретает гипотеза о том, что СМИ структурируют и систематизируют семантические и лингвистические средства языка, чтобы обеспечить стабильное одобрительное отношение общества к продвигаемому институтами власти набору концептов. Благодаря воздействующей функции СМИ происходит затмение у людей ментальной способности мыслить логически. Для реализации данной задачи СМИ используют широкий круг лингвистических средств, которые аргументируют, почему данный концепт следует трактовать так, а не иначе, в результате чего истинные представления о концептах подменяются ложными в рамках информационного процесса посредством драматизации и театрализации.

1.4 Роль визуального в пространстве медиатекста

С развитием иконоцентричных массмедиа, таких как телевидение и Интернет, современная коммуникация претерпевает значительные изменения. Так как визуальный контент «быстрее попадает в сознание реципиента, запоминается, вызывает определенные ассоциации, стойкие стереотипы», возрастает его доля в массмедиа, что служит катализатором для прогрессирования визуальной журналистики [Шевченко, 2014].

Теоретическое поле «визуального» в современных гуманитарных науках необъятно. Исследователи склонны противопоставлять визуальное вербальному, притом основанием для классификации является канал восприятия информации.

Зрительно воспринимаемому информации (в т.ч. картинки, фотографии, киноряд) относят к визуальной, а словесную и языковую – к вербальной. Однако в случае печатного или сетевого издания слово тоже является частью визуального контента, что вызывает известные противоречия, о которых подробно пишет Е. А. Губина в своей статье «Визуальность письменного текста: к вопросу о соотношении вербального и визуального» [Губина, 2014]. В данном исследовании, беря за материальную базу медиатексты с сайтов печатных изданий и учитывая одну из существенных характеристик медиатекста – его креализованность, мы склонны включать в понятие визуализации и технологический аспект (дизайн, кегль, шрифт), и иконический (иллюстрации, фотографии, рисунки, инфографики, схемы, таблицы и др.).

Стоит остановиться на роли визуального контента в установленном выше понимании в построении и восприятии медиатекста. Исследователь Р. Арнхейм, работавший в области психологии зрительного восприятия, отмечал, что визуальные акценты являются теми первоначальными данными, которые получает читатель во время поверхностного скроллинга (и, что актуальнее сейчас, скроллинга) по страницам медиа и которые либо побуждают его прочесть материал дальше, либо нет [Арнхейм, 1994].

Исследователь В. Э. Шевченко, которая, в свою очередь, опиралась на фундаментальные работы Э. Тафти, считает, что способ визуализации работает на достижение цели публикации и подает информацию в наиболее удобном для читателя виде. «Если нужно показать причину явления, то визуализация устанавливает причинные связи между объектами и явлениями. Если необходимо показать альтернативные варианты, то визуализация сравнивает подобные объекты или явления <...> Дизайнеры ошибочно стараются развлечь читателя, придать декоративность, разбавить простую и понятную схему красивыми рисунками, чем только отвлекают внимание от основного содержания» [Шевченко, 2014].

Кроме этого, визуальный контент способствует пониманию человеком комплексных текстов и сложных тем, так как систематизирует и структурирует

информацию. «Изображение в большей степени, по сравнению с текстом, передает фактичность события, но одновременно может изменить отношение к текстовой части материала» [Шевченко, 2014]. Журналистский текст воспринимается читателем как единое целое вместе с визуальным оформлением, и более того, визуализация провоцирует появление в сознании реципиентов визуальных образов – особой модели реальности, которая формируется исходя из зрительно воспринимаемой информации, особенностей психики человека, его знаний и опыта, а также социокультурной среды.

Еще одним важным свойством визуального текста, обуславливающим его значимость, является то, что он может конструировать медиареальность. Как отмечал Леслав Войтасик, «то, что мы видим, быстрее и легче принимается как истина, вызывает меньше опасений» [Войтасик, 1981, с. 190].

Иконический текст как часть медиатекста обладает широким функционалом. Так, иконический знак заключает в себе информацию (информативная функция), является дополнительным, а в ряде случаев и основным, механизмом привлечения внимания аудитории к материалу (аттрактивная функция), служит выразителем субъективного отношения адресанта к излагаемому (экспрессивная функция), эстетизирует материал, упрощает восприятие и интерпретацию текстового материала адресатом (эстетическая функция). Наряду со словесным, визуальный контент также имеет свои разновидности и жанры, особенности восприятия и законы создания, характеристики и стилистические особенности.

Разные исследователи предлагают разные классификации визуального контента в СМИ. Так, в работе В. Э. Шевченко представлена следующая типология:

- простейшие графические символы (пиктограммы, монограммы, логотипы, эмблемы, орнаменты, виньетки, заставки, декоративные элементы). Они украшают издание, делают его композицию более функциональной, помогают читателю ориентироваться в издании. «Разные по толщине, цвету, начертанию линейки и символы подчеркивают, отделяют или связывают

контент, имитируют естественные паузы речи, делают акцент на определенных фрагментах. Графические символы придают изданию индивидуальные черты, применяются в постоянных элементах: в логотипе, колонтитулах, рубрикации, обложке, декоративных элементах, структуризации», – пишет Виктория Шевченко;

- рисунки (карикатуры, шаржи, комиксы, графические, технические и художественные картинки). По мнению автора, рисунок в любом его проявлении заключает в себе специфическое видение автора, интерпретирует событие, эмоционально настраивает читателя. Притом эмоциональность рисунка является его основной характеристикой, потому что значительно влияет на восприятие читателем информации в целом. Так, карикатура и шарж искажают реальность преувеличивая первостепенные характеристики и нивелируя все несущественное. Схемы и технические рисунки призваны раскрыть содержание, объяснить структуру объекта;

- инфографика (карты, диаграммы, таблицы, графики, деревья, матрицы, планы, структуры и блок-схемы) способствует улучшению восприятия информации, делает сложную информацию более наглядной и менее громоздкой, отражает тенденции и процессы, передает информацию компактнее, чем текст. «Инфографика аккумулирует большие объемы фактов, визуальными образами обозначает события во времени и пространстве, демонстрирует динамику. Ей присущи наглядность, конкретность, самостоятельное содержание, не повторяющее текст, аналитичность, схематичность, практичность», – пишет В. Э. Шевченко;

- фотографии – наиболее документальный жанр визуального контента, имеет высокую степень доверия среди аудитории. Фотография оперирует визуальными акцентами: выражение лица, глаза; непривычные ракурсы, эмоциональность естественных явлений в пейзаже; поступки, чувства, эмоции, особенности характера и поведения человека в жанровых снимках; сосредоточение на фрагментах фотографии, развитие сюжета, детализация или, наоборот, общий вид места события, панорама; композиция нескольких

объектов, составляющих суть материала. Например, портрет может быть репортажным, а может быть студийным, и их роль в издании и восприятие читателем отличаются, хотя объект съемки может быть одинаковым.

- типографика. По мнению теоретиков массовой коммуникации, напечатанный текст также является визуальной информацией, и если слова передают основной месседж, то типографика несет в себе интонацию, настроение, громкость, усиление или ослабление значения и т.п. Принято считать, что даже начертание шрифта имеет свое значение, поэтому, например, в подписях авторов и рубриках, посвященных общению с читателями, используется курсив, который вызывает доверие и выражает дружелюбие. Так как шрифт призван обеспечить наиболее легкое восприятие текста читателем, требования к нему предъявляются не столько с позиций эстетичности, сколько с позиций удобства и простоты чтения. Посредством шрифтовых вариаций можно особым способом упорядочить информацию, расставить акценты, выделить смысловые блоки, сделать прочтение более комфортным, а поиск информации на странице – удобным [Шевченко, 2014].

Несмотря на довольно глубокую проработанность визуализации и большое количество научных материалов о феномене визуальности в СМИ, методологическая база данной области знаний все еще находится в стадии разработки. Наиболее эффективным методом на сегодняшний день принято считать семиотический анализ, который обращает исследователя к знакам, из которых состоят визуальные образы. Притом, по мнению исследователя А. Сарна, в рамках семиологии стоит соотносить «субъективное» и «объективное», то есть «учитывать не только особенности и характеристики самого изображения, но и специфику индивидуального восприятия и интерпретации этого изображения, обусловленную конкретной социальной ситуацией и культурной традицией» [Сарна, 2009, с. 6]. Исследователь утверждает, что помимо основных характеристик визуального текста, например, таких как расположение, форма, ориентация, цвет, текстура, значение и размер, следует учитывать психическую реальность автора визуального текста (а мы знаем, что,

например, ракурс, угол съемки и прочие технические характеристики фотографии зависят от фотографа, а расположение и размер – от редактора) и зрителя, а также социальный и культурный контекст, в который данный визуальный текст помещен.

Кроме этого, А. Я. Сарна отмечает, что изображение в массмедиа представляет собой «лишь копию репрезентируемого объекта, зачастую не имеющую ничего общего с оригиналом, что позволяет говорить об особом образе реальности или «картине мира», конструируемой СМИ» [Сарна, 2009, с. 8]. Репрезентация, в свою очередь, происходит поэтапно:

- на технологическом уровне материальные свойства медиума предоставляют различные возможности создания и верстки визуального текста в зависимости от наличия или отсутствия тех или иных технических средств в различные исторические периоды;

- на лингвистическом уровне при помощи системы выразительных и изобразительных средств (лингвистических и риторических), посредством которых создается визуальный текст;

- на жанровом уровне благодаря системе конвенций, разрабатываемых и принятых в массмедиа, позволяющих идентифицировать информационный продукт и классифицировать самые разные визуальные сообщения;

- на эстетическом уровне в зависимости от представлений публики о вкусе, приличиях и моде, что, конечно же, накладывает свой отпечаток на возможности развития тех или иных приемов и способов организации текстов и их использования в процессах визуальной коммуникации. Исходным постулатом здесь будут выступать представления о том, что можно и нужно считать прекрасным и совершенным, а что – безобразным и непристойным в рамках такого рода оценочных суждений. Здесь важно учитывать относительность подобных вариаций и их обусловленность общественными предпочтениями в данный конкретный момент времени;

- на идеологическом уровне гендерные, национальные, религиозные и политические барьеры могут выступать исходной причиной процесса

коммуникации и обеспечивать его содержательное наполнение. Кроме того, ограничения со стороны институций, осуществляющих социальный контроль на основе идеологических постулатов, могут существенно препятствовать выбору тех или иных средств коммуникации, значительно исказить восприятие и понимание сообщений, и даже целиком ставить их под запрет (как в случае с цензурой) [Сарна, 2009].

1.5 Образ адресата и адресанта в медиатексте

В силу того, что «медиатекст не соответствует традиционному представлению о тексте как целостном, завершённом речевом произведении, обладающем признаками линейности и связности» [Соловьева, 2012], в современных медиаисследованиях активно разрабатываются новые подходы к его изучению, которые основаны на обусловленности медиатекста такими важными факторами, как роль автора и ориентация на адресата.

Вслед за Н. В. Соловьевой мы считаем, что следует отличать реального адресата/адресанта от образов адресата/адресанта, создаваемых в медиатексте. Так, реальной аудиторией СМИ является массовая аудитория, которая, согласно многочисленным исследованиям массовой коммуникации, обладает рядом характеристик, среди которых анонимность, рассредоточенность во времени и пространстве, неопределенность, разнородность и др. Однако в случае комплексного лингвокультурологического и лингвокогнитивного анализа медиатекстов более релевантным представляется брать за категорию анализа образ адресата, который можно определить как «мысленно конструируемый автором образ, для которого предназначается текст». Фактор адресата имеет значительное влияние на автора хотя бы потому, что любой медиатекст предназначается для прочтения, а, следовательно, ориентирован на «своего» читателя. Отсюда главная черта категории адресата – ее текстообразующий потенциал, который проявляется, во-первых, в системе обозначений адресата

(обращения, местоимения, характеристики и проч.), во-вторых, в лексическом и стилистическом отборе языковых средств.

По мнению Т. Л. Каминской образ адресата важен, поскольку посредством его экспликации СМИ реализуют ряд важных функций:

- интегративная, заключающаяся в том, что СМИ транслируют систему ориентаций, которая помогает читателю ощущать себя членом определенной образцовой для него группы;

- манипулятивная, которая заключается в вариативной интерпретации событий, а также выборе языковых средств различных уровней. «Тексты, рисуящие «языком адресата» привычный для него мир, заставляют воспринимать этот мир как единственно возможный, адекватно отражающий действительность», – пишет Т. Л. Каминская;

- интерпретативная, в процессе коммуникации реальность транслируется посредством так называемых «символов» – «языка как семиотической системы». Характеристика, описание той или иной ситуации включает выбор символов, и этот выбор не нейтрален. Обмен символами в процессе общения удостоверяет и идентифицирует наши представления о мире. Основные ценности и идеи говорящего соотносятся с идеями и установками аудитории, одни модифицируют другие [Каминская, 2009].

Такая же ситуация наблюдается и в случае с еще одной не менее важной в теории медиатекста категорией – с образом автора. В реальности создателем медиатекста зачастую выступает некий коллективный субъект (не только журналист, который занимается поиском, интерпретацией и оформлением информации, но и корректор, изменяющий первоначальные языковые конструкции, и редактор, помещающий определенный текст в ту или иную рубрику и выпускающий материал в свет в то или иное время), но для комплексного анализа медиатекста существенным представляется фактор авторского начала (образа автора).

Как утверждает Т. В. Шмелева, образ автора присутствует в тексте в различном виде: от имплицитных модусных показателей до самостоятельных

метавысказываний. «Модусы как принадлежность отдельных высказываний и показатели метатекста как особые текстовые «нити» сплетаются в авторский узор, оказываясь тем «грунтом», на который накладывается выбор лексики, грамматических средств и композиционного строения текста» [Шмелева, 2010].

В зависимости от модуса автор может играть в тексте следующие роли:

- информатор, который может просто констатировать факт или давать событию оценку и выражать свое отношение к происходящему (модус знания);
- интервьюер, который может присутствовать в тексте открыто – через вопросы, задаваемые герою интервью, или как бы «за кадром», когда в тексте появляются только мнения экспертов, комментарии участников события и т.п. без вопросов или подводок (модус вопроса);
- репортер – участник событий (модус наблюдения);
- колумнист – выразитель мнения (модус мнения);
- аналитик, который приводит в своих материалах рассуждения о глубинных причинах события и его последствиях (модус умозаключения).

Приведенный список не является исчерпывающим. Более того, в рамках одного текста автор может менять роли, выполняя, по мнению Г. Я. Солганика, сценарий авторского поведения.

Базовой характеристикой образа автора является его выявленность в тексте. Исследователи говорят о «шкале выявленности», которая выглядит следующим образом:

- «теневое присутствие» автора (абсолютно объективированной информации);
- неназывание субъекта;
- неопределенно-личность;
- обобщенно-личность;
- «откровенное Я».

Более того, Т. В. Шмелева говорит о такой тенденции, как «имитация авторства». В текст вводится большое количество «чужих голосов» – цитирований, отсылок на источники, изъяснительных конструкций, и роль

автора нивелируется, он становится «клавиатурщиком» – «техническим создателем текста, никак не выражающим своей позиции по обсуждаемым проблемам и явным только из обозначения фамилии в позиции «автор» в паратексте» [Шмелева, 2010].

Еще одна важная характеристика – это удельный вес авторского начала в тексте – то текстовое пространство, в котором так или иначе присутствует автор. Считается, что минимальный удельный вес должен наблюдаться в новостных материалах, максимальный – в колумнистике и аналитике.

1.6 Общий алгоритм анализа медиатекста

Сейчас традиционное чтение текста, при котором читатель является лишь декодером фиксированных смыслов, сменила динамичная модель, при которой читатели сами становятся активными производителям смысла. Согласно исследованиям Г. Бертона, именно продуцирование смыслов делает медиатексты объектом исследований чрезвычайной важности. Притом ни читатель, ни автор не могут полностью контролировать результат взаимодействия с медиатекстом. Он пишет, что текст становится «местом встречи» производителя и аудитории, и восприятие текста не всегда предсказуемо или управляемо [Burton, 2010, с. 5]. Можно отметить очевидную тенденцию: ученые перестали исследовать текст как набор вербальных знаков, фокус анализа сместился на «локализацию» смысла в политическом, социальном, культурном контекстах, притом этот смысл может быть заключен в любом компоненте и на любом уровне текста массовой коммуникации. Вслед за Р. Уодаком и Б. Буш мы склонны полагать, что в результате «децентрализации» научной мысли по отношению к понятию «текст» и для достижения наиболее репрезентативных результатов исследователь вынужден учитывать не только языковые, но и экстралингвистические факторы: способы создания и распространения медиатекста, его функционально-жанровую принадлежность и стилистические характеристики, культуроспецифичные особенности и

идеологическую модальность, интерпретационные свойства и т.п. [Wodak, Busch, 2004].

Данный подход к исследованию медиатекстов актуален и в отечественной медиалингвистике. Так, по мнению Т. Г. Добросклонской анализ медиатекста должен производиться с учетом главных его характеристик – «нелинейности» и «объемности», выраженных в сочетании вербальных и медийных компонентов, которые могут быть проанализированы лишь в рамках интегрированного подхода, основанного на сочетании широкого круга методов [Добросклонская, 2013].

В рамках данной научной работы мы делаем акцент на таких компонентах медиатекста сетевого издания, как смысловая наполненность, визуализация, функционально-жанровая принадлежность и образы автора и адресата.

Представляется рациональным проанализировать смысловую наполненность медиатекста в рамках лингвокогнитивного подхода путем концептологического анализа, цели и задачи которого определяются следующим образом: «для создания культурно-лингвистического портрета слова следует не просто описывать историю его употребления и интерпретации. Сопоставление этимологического значения, семантики и прагматики слова должно вскрыть глубинные процессы, происходящие внутри его; с другой стороны, сопоставление «вскрытого» механизма порождения слова с реальными значениями, словотолкованиями дает возможность проследить особенности мышления, мироощущения человека, народа, особенности формирования и развития культуры» [Гофман, 2002, с. 214]. Таким образом, концептуальный анализ включает структуризацию, схематизацию концепта и культурологическое описание его составляющих элементов. Составить максимально полное представление о концепте и получить его детальное описание позволяет сочетание различных исследовательских методов и приемов.

Для описания языковой репрезентации концептов «Россия» и «Сибирь» синтезированы наработки З. Д. Поповой и И. А. Стернина, отраженные в монографии «Очерки по когнитивной лингвистике», и методика, предложенная

Г. В. Токаревым в работе «Дискурсивны лики концепта» [Токарев, 2003].

Синтезируя и дополняя эти наработки, предлагаем следующий алгоритм:

- 1) Определение ключевых слов концепта;
- 2) Анализ синонимов и антонимов базового слова-репрезентанта.
- 3) Анализ концептуальных связей:
 - привативных оппозиций (включений);
 - эквиполентных оппозиций (пересечений);
 - дизъюнктивных оппозиций (предполагающих отсутствие общих элементов);
- 4) Анализ сочетаемости лексем;
- 5) Анализ интерпретационного поля: стереотипов, отраженных в поговорках, афоризмах, крылатых выражениях, притчах, а иногда и значительных по объему публицистических текстах.

Соглашаясь с Л. В. Бронник в том, что концепт – это динамическая структура, которая существует не в вакууме и зависит от культурно-исторических и социальных изменений в обществе, мы углубим лингвистические пункты анализа и воспользуемся кейс-методом для когнитивных изучений концептуальных связей, в которые вступают исследуемые нами концепты с другими концептами британской и американской концептосфер, и лексической сочетаемости слов RUSSIA и SEBIRIA [Бронник, 2010]. Под кейсом в данном случае мы понимаем конкретный случай, разработанный в СМИ.

Вслед за З. Д. Поповой и И. А. Стерниным прибегнем к построению полевой модели концепта при помощи контент-анализа категориальных признаков, выявленных во время концептологического анализа.

Для оформления комплексного алгоритма исследования визуального текста были изучены концепции таких исследователей, как А. Я. Сарна, Е. Ю. Рождественская, В. Э. Шевченко. В результате анализа данных исследований был сформулирован следующий алгоритм:

1) Определение степени креолизации в зависимости от наличия визуального текста и характера его связи с текстом вербальным. Если изображение отсутствует или не играет никакой роли для семантического наполнения текста, принято говорить о нулевой креолизации. При частичной креолизации визуальная и вербальная части относительно автономны, а изображение лишь сопровождает текст. Полная креолизация предполагает установление между вербальным и визуальным текстом семантических отношений и невозможность автономного прочтения, так как текст или ориентирован на изображение или отсылает к нему;

2) Описание видимых данных, их дескрипция, вербальное переложение изобразительных посылов. Здесь необходимо наиболее точно описать общий фон, место изображения, композиционную структуру, передачу цветов, деление на планы, точное обозначение параметров, их пространственные локализации и взаимосвязи [Сарна, 2009];

2) Разделение видимых данных на структурные элементы и выявление взаимоотношений между ними в целях реконструкции символического содержания; анализ использования средств выразительности для конкретного изображения в контексте его жанровой принадлежности;

3) Поиск взаимосвязи текста и изображения в социально-историческом контексте, социокультурная интерпретация; анализ связи изображения с локальным временным, тематическим и биографическим контекстом.

Наиболее полным алгоритмом разработки образа адресата в современных медиаисследованиях является вариант, предложенный Т. Л. Каминской, которая пишет, что «вычленив образ адресата, являющийся функционально многоплановым и содержащийся в тексте МК, можно только с помощью пересекающихся, взаимодополняющих параметров, вербализованных в тексте на различных языковых уровнях» [Каминская, 2009] и выделяет следующие пункты:

1) Наличие в тексте оппозиции «свой – чужой» (атрибуция, стереотипизация, навешивание ярлыков);

2) Ориентация на речевой опыт аудитории (система норм и правил общения, нарушение универсальных постулатов общения – имплицатуры, фатическая речь и другое, употребление лексики из сфер ограниченного употребления (сленг, научная и т. д.), цитация, речевой фондовый контекст);

3) Элементы, репрезентирующие картину мира (основные ценности: отношение к собственности, отношение к власти (политика), к построению собственной судьбы гражданские отношения);

4) Элементы, характеризующие стиль жизни и социальный статус (Тип дистанции между автором и адресатом, автором и героями публикаций, номинация социальных качеств и социальных действий).

Образ автора принято анализировать исходя из таких стилеобразующих позиций, как выявленность автора и его роль (смена ролей) в тексте, степень сложности авторского начала и его удельный вес.

2 Характеристика медиатекста о России и Сибири в британских и американских СМИ

2.1 Медиатекст о России в The Guardian

2.1.1 Средства и способы актуализации концепта «Россия»

На первом этапе комплексного анализа исследуемого концепта необходимо определить круг лексических средств, используемых в The Guardian для объективизации концепта «Россия». В первую очередь вербализация осуществляется через непосредственное наименование страны при помощи лексемы RUSSIA¹, что подтверждается частотностью использования данной лексической единицы.

Значительно реже в британском медиадискурсе встречается употребление официального наименования страны RUSSIAN FEDERATION². Однако однозначность данного наименования позволяет нам отнести его к ключевому репрезентанту концепта. Также концепт «Россия» актуализируется при помощи словосочетания RUSSIAN STATE³.

Поле концепта «Россия» представляет собой многокомпонентную структуру со слабой степенью структуризации, однако с высокой степенью ядерного притяжения. Это означает, что приядерную зону концепта формируют слова-синонимы базового слова-репрезентанта, которые используются как эквиваленты лексемам RUSSIA (Россия), RUSSIAN FEDERATION (Российская Федерация) и RUSSIAN STATE (Российское государство). Стоит сделать акцент на том, что в контексте исследования концепта «Россия», основные признаки которого – географический и государственный, нам не приходится говорить о прямых синонимах. Здесь мы апеллируем к контекстуальным синонимам –

¹ Здесь и далее по тексту номер сноски соответствует номеру из списка примеров актуализации медиаконцептов «Россия» и «Сибирь», а также образов адресата и адресанта в The Guardian и The New York Times, представленных в Приложении А.

лексемам и выражениям, при помощи которых может быть вербализован концепт «Россия» в определенном контексте.

Итак, в британских СМИ чаще всего обращаются к обозначению страны через ее правителя, а именно через президента Владимира Путина⁴. Сведение всего государства до наименования столицы – также рядовой прием The Guardian. Так, например, в исследуемых изданиях типичны словосочетания *Moscow's decision* (решение Москвы), *Moscow's help* (помощь Москвы), *Moscow's support* (поддержка Москвы)⁵. В частных случаях этого приема концепт «Россия» объективируется лексемой KREMLIN⁶. Можно увидеть, что синонимы концепта «Россия» в частных случаях являют собой результат метонимического переноса, когда признаки концепта RUSSIA переносятся на ее правителя и столицу. Также мы склонны относить к синонимическому ряду явления следующего порядка:

- маркировка реалий при помощи лексем, содержащих в своем морфемном составе корень –rus–⁷. В данном случае овнешвление концепта происходит через граждан страны (*Russians, Russian people* (россияне, русский народ)) и через только для России характерные явления (*Russian vodka, Russian Krushchevka* (русская водка, российский хрущевка)).

- называние концепта «Россия» при помощи слов и словосочетаний, не содержащих корень –rus–. Здесь были отмечены три подхода к вербализации: исторический, географический и персонный. В рамках исторического подхода сильна тенденция «припоминать» России ее историческое прошлое и объективировать концепт «Россия» через такие слова и выражения, как *USSR, Soviet Union, Russian Empire* (СССР, Советский Союз, Российская Империя)⁸. Географический подход предполагает называние России через ее географическое положение: *East Europe, Asia, North country* (Восточная Европа, Азия, Северная страна)⁹. Подход к определению концепта через персону заключается в активном использовании The Guardian имен собственных, в том числе имен политиков: *Lavrov, Kadyrov, Shoigu* (Лавров, Кадыров, Шойгу),

исторических деятелей: *Yeltsin, Gorbachov* (Ельцин, Горбачев), деятелей литературы и искусства: *Pushkin, Mihalkov* (Пушкин, Михалков)¹⁰.

Аналогичная ситуация наблюдается и с рядами антонимов. Название государства не может иметь языковых антонимов, но зато в различных фрагментах текста авторы прибегают к использованию контекстуально-речевых антонимов. В основном это названия других стран, что подтверждается и анализом дизъюнктивных оппозиций концепта «Россия». Такой прием говорит о том, что Россия в определенных моментах отличается от других стран мира и даже противостоит им.

Медийный концепт RUSSIA имеет динамичную структуру, и его номинативное поле в большей или меньшей степени изменяется в зависимости от социально-политического контекста. Для наиболее достоверного описания организации концептуальных связей и лексической сочетаемости слов-репрезентантов концепта «Россия» в выделенных периодах были выделены следующие кейсы:

2016/2017:

- Russian doping scandal;
- Россия – внешнеполитический агрессор.

2017/2018:

- Espionage;
- Trump-Russia inquiry.

С развитием ситуации «Russian doping scandal» произошло поглощение концепта DOPING полевой структурой концепта RUSSIA, о чем свидетельствует появление устойчивых выражений «*Russian doping scandal*» (Российский допинговый скандал), «*Russian 'state-sponsored doping'*» (Государственная поддержка допинга в России)¹¹. Более того, в медиатекстах The Guardian, рассматриваемых в рамках данного кейса, концепт «Россия» также является семантическим репрезентантом концепта CHEAT: Стоит отметить, что выражение «*culture of cheating*» (культура вранья), несущее в себе значение

систематичности и выверенности обмана, прочно укрепилось в британском медиадискурсе¹².

Вследствие многочисленных публикаций, в которых поднимается вопрос неперемного наказания России за нарушения антидопинговых правил, в рамках данного кейса концепт RUSSIA вступает в эквивалентную связь с концептом PUNISHMENT¹³. В частных случаях он выражен концептом BAN¹⁴.

Концепт SCANDAL, также являющийся эквивалентной оппозицией к исследуемому концепту «Россия», представляет собой одновременно и причину случившегося допингового бума в стране, и его исход¹⁵. Так, посредством равнозначности концептов «Россия» и «скандал/скандалность» актуализируется нестабильность и дезориентация России в спортивной сфере.

Дизъюнктивные оппозиции концепта RUSSIA и таких концептов, как CLEAN SPORT (чистый спорт), HONESTY (честность), FAIR/FAIRPLAY (справедливость, игра по правилам) в очередной раз актуализируют негативные признаки концепта «Россия»¹⁶. Противопоставление концепта «Россия» таким организациям, как WADA и IAAF, с одной стороны, наделяют исследуемый концепт признаками непокорности, непослушания, с другой стороны, рисуют положительный образ этих организаций.

Анализ лексической сочетаемости концепта «Россия» с лексемами английского языка в ситуации «Russian doping scandal» выявил, что в The Guardian активно разрабатывается идея государственной поддержки употребления допинга, и поэтому на позиции подлежащего RUSSIA вступает в лексическую связь с глаголами, которые можно отнести к двум базовым семантическим категориям: глаголы «преступления» и глаголы «наказания»¹⁷. Притом «наказание» может представлять собой как меры, принятые мировым сообществом: не допуск российской параолимпийской сборной, атлетической сборной, отмена соревнований, которые планировалось провести на территории России, так и самонаказание: России придется приложить больше усилия, чтобы вернуться в число спортивных государств и улучшить репутацию.

Объектные словосочетания, которые можно отразить формулой «Глагол + RUSSIA», являются наиболее активно употребляемыми. В подобного рода словосочетаниях актуализируются концептуальные признаки обвинительного характера. Будучи уличенной в обмане мирового сообщества и неспособности организовать свою спортивную систему, она нуждается в контроле. Характерным для английского языка приемом избегания оценочности является использование пассивных конструкций, предполагающих отсутствие действующего лица¹⁸.

В атрибутивных словосочетаниях лексема RUSSIA может являться и определением (формула «Russian, Russia's + определяемое слово») и определяемым словом («атрибутив + Russia»). Что характерно для данного кейса, словосочетания, в которых репрезентанты концепта RUSSIA стоят на позиции атрибутива, встречаются значительно чаще, что подчеркивает «русскость» ситуации с допингом, уникальность происходящего: такое могло быть допущено только Россией, в таком могли быть замешаны только русские спортсмены.

Формула «атрибутив + RUSSIA» в рамках кейса, посвященного допинговому скандалу, обнаружила следующую особенность: во избежание оценочной лексики использование имен прилагательных в текстах ограничено, однако атрибутивность актуализируется через постпозицию с примыканием. В данном типе словосочетаний синтаксическая связь между компонентами не имеет морфологического выражения и осуществляется путем примыкания существительного к лексемам и словосочетаниям, актуализирующим исследуемый концепт, причем такой порядок слов носит фиксированный характер: *the evolution of the Russian doping programme – эволюция допинговой программы в России, organized system in Russia for the falsification – организованная система для фальсификации, this evil in Russia – зло в России, inefficient drug-testing in Russia – неэффективное допинг-тестирование в России*. Данные словосочетания повышают степень виновности страны и реализуют негативные концептуальные признаки концепта «Россия».

Следующий кейс представляет совокупность различных ситуаций, актуализирующих признак «агрессивная внешнеполитическая стратегия государства».

В кейсе, где война играет смыслообразующую роль, логичным представляется в первую очередь описать привативную связь между концептами RUSSIA и WAR (война). Стоит сделать акцент на том, что в исследуемом кейсе концепт «война» рассматривается как многоаспектное явление, заключающее в себе следующие смыслы:

- WAR как WARFACE (военное действие). Военное действие является основополагающим концептообразующим признаком концепта WAR, и по всему объему кейса концепт RUSSIA вступает в партитивные отношения с WAR именно в данном ментальном аспекте. Данная концептуальная связь обнаруживает заложенный в России военный потенциал и агрессивное отношение к другим странам¹⁹.

- WAR как WEAPON (оружие). Здесь концепт RUSSIA встает на верхнюю ступень концептуальной иерархии и играет роль целого для всего арсенала боевых средств, при помощи которых совершается военное действие. Они были объединены нами в отдельный концепт, выраженный существительным WEAPON²⁰.

- WAR как INFORMATION WAR (информационная война). Глубокая проработка текстов, посвященных вооруженным конфликтам с участием Российского государства, утвердила выражение «кто владеет информацией, тот владеет миром». По мнению The Guardian, любая война сопровождается манипуляциями с информацией и информационной войной. Поэтому концепт «Россия» имеет эквиполентную оппозицию, выраженную лексемой PROPAGANDA (пропаганда)²¹. Пропаганда в руках России – одно из основных оружий, помогающее стране вести военные действия. Притом Россия – это не только распространитель пропагандистских материалов, но и противник распространения неудобной для государства информации на территории страны²². Пропаганда в России рассматривается как наследство Советского

Союза, а русские люди, в свою очередь, представлены как люди, легко поддающиеся пропагандистским лозунгам^{23,24}.

Так как концепт RUSSIA актуализирует признак «Россия – непосредственный участник военных действий», эквивалентная связь образуется с концептом RESPONSIBILITY (ответственность)²⁵. Притом Россия может как брать на себя ответственность за совершаемые действия, так и быть принужденной к ответственности третьими лицами.

В связи с проявлением агрессии на международной арене концепт DANGER (опасность) также представляется эквивалентной оппозицией России²⁶. Главной дизъюнктивной оппозицией России в данном контексте выступает концепт «мир». Притом и мир как WORLD (окружающий мир), и мир как PEACE (миропорядок). Если с моделью «Россия – нарушительница существующего миропорядка» в разрабатываемом кейсе вопросов не возникает²⁷, то дизъюнкция «Россия – весь остальной мир» в британском медиадискурсе приобретает дополнительные оттенки.

Во-первых, Россия рассматривается как страна, которая противостоит идеям Запада, следовательно, RUSSIA является дизъюнктивной оппозицией концепту WEST²⁸, который, в свою очередь, может заключать в себе такие номинанты, как US, EUROPE или названия отдельных стран, например, Ukraine, Baltic countries.

Во-вторых, в контексте русско-украинского конфликта разрабатывается идея так называемого Русского мира. На страницах британской прессы в рамках исследуемого кейса данное выражение получило негативную окраску. Определяемое как «Russian world» и передаваемое в английском языке через транслитерацию как «Russkiy mir», оно стало применяться для описания российской внешнеполитической стратегии, которая заключается в желании поглотить страны, некогда входившие состав СССР и, в первую очередь, Украину²⁹.

Анализ лексической сочетаемости концепта «Россия» с лексемами английского языка в комплексе ситуаций, определенных внешней политикой

страны показал, что связь, при которой концепт «Россия» стоит на позиции подлежащего, актуализирует антропоморфную структуру концепта и раскрывает его человекоцентричный потенциал. Как подлежащее концепт «Russia» может выступать в связке с глаголами, относящимися к разным семантическим категориям:

- RUSSIA + глаголы агрессии: *annex, exploit, expand, destabilizes, subvert democracy*³⁰. Эта группа глаголов в рамках заданного кейса представлена максимально обширно, что подтверждает привативную связь с концептом WAR и дизъюнктивную – с REACE. Таким образом в медийной картине мира Великобритании актуализируются идея агрессивной внешней политики России и того, что Россия и Запад уже находятся в состоянии войны.

- RUSSIA + глагол волюнтативной модальности, в первую очередь представленный лексемами «want» и «wish»³¹. Здесь Россия наделяется важным качеством – наличием воли и, более того, желанием того, чтобы эта воля была исполнена, что свидетельствует об обозначении России как субъекта политических действий, как активного актора на мировой арене.

- Сочетания «RUSSIA + интенциональные глаголы» (обозначающие внутреннее состояние, ощущения, психические акты – *to hope, to believe, to enjoy, to know, to remember, to worry*) и «RUSSIA + глаголы речи» (обозначающие способность говорить – *to speak, to tell, to say*) организуются в медиатекстах посредством метонимического переноса действий политических, общественных и др. представителей страны и поэтому в большей степени актуализируют антропоцентричность концепта «Россия»³².

В данном исследовании в рамках описания объектных словосочетаний рассмотрены наиболее типичные сочетания типа «глагол + Russia», где лексемы, вербализующие концепт, выступают в роли дополнения. Важно отметить, что словосочетания, выражающие необходимость быть настороженными по отношению к России, превалируют в *The Guardian*: *to concern over the Russia, to angst over Russian interference, to worry that Russia will...*

Подчинительные признаки концепта «Россия» практически не реализованы в рамках данного кейса. Словосочетания, содержащие в себе призыв сдерживать действия России (*to hold the Russians*) встречаются крайне редко и сводятся к наложению санкций³⁵. На лицо позиция невмешательства Британского государства в вооруженные разборательства России и США. В материалах *The Guardian* неоднократно встречаем выражения типа «*Russia-US ties*», «*US-Russia relations*», «*Russian-US relations*», в то время как отношения между Британией и Россией отнесены на второй план: Британии остается следить за тем, чтобы те угрозы, которые представляет собой Россия, и которые были реализованы по отношению к другим странам и США, не были направлены на Британию, а, следовательно, регулировать взаимоотношения между Британией и Россией посредством нефизических регуляторов, в данном случае, санкций. Удерживать и изменять политический курс России в таком случае должен НАТО³⁶. Это явление актуализирует следующий концептуальный признак концепта «Россия»: Россия – это угроза, которую нужно остерегаться и с которой лучше не вступать в вооруженные конфликт.

Отдельной категорией объектных словосочетаний типа «глагол + Russia» является обвинительная конструкция «*to accuse Russia of...*». В данном случае Россия представляется как защищающееся государство, использующее в качестве средства защиты отрицание³⁷.

Атрибутивом для определяемого слова Россия может являться имя собственное в притяжательном падеже. В 100% случаев субъектом притяжения является президент страны: «*It is Putin's Russia – largely because he is Russia's Putin*» [27.03.2017]. Использование притяжательного падежа говорит о том, что Россия рассматривается как то, что «принадлежит» ее политическому лидеру, стоит обратить внимание, что принадлежность, в данном случае, заключается в кавычки, так как говорить о прямой принадлежности страны одному человек по результатам исследования не представляется возможным.

В результате отравления семьи Скрипалей в Солсбери в российском медиатексте формируется тематический кейс, экстраполирующий тему шпионажа.

Анализ концептуальных связей концепта RUSSIA в ситуации «Salisbury case» выявил, что «Россия» становится явным семантическим репрезентантом концепта ESPIONAGE. Мы акцентируем внимание на том, что данная связь существовала и до Солсбери, однако малое количество материалов, в которых Россия обвинялась в шпионаже, не позволяло с уверенностью говорить о наличии какой-либо концептуальной связи. События в Солсбери стали мощным информационным поводом, в The Guardian с начала марта 2018 года было опубликовано более 200 материалов на данную тему, на основании которых представилось возможным не только обозначить наличие в британском медиатексте нескрытого намерения связать эти два понятия, но и сделать вывод о привативном характере данной концептуальной связи. Более того, в британском медиатексте наблюдается семантическая подмена концептов DIPLOMAT и SPY, которая выражается как открытым способом³⁸, так и скрыто, путем лексических манипуляций, когда о дипломатах и шпионах говорится в одном и том же контексте³⁹.

Кроме этого, в концептуальное поле концепта RUSSIA окончательно вошел концепт CHEMICAL WEAPON. Изначально между данными концептами была выстроена эквиполентная связь, сформированная в рамках освещения конфликта в Сирии и применения там химического оружия. Зарубежные СМИ настаивали на том, что Россия «*suspected of helping Syria's chemical weapons programme*», однако официальная позиция России по вопросу химоружия – «*to disarm Syria of its chemical weapons*» – была непреклонна, что создавало очевидную дистанцию между концептуальными полями концептов RUSSIA и CHEMICAL WEAPON. Ситуация в Солсбери разрушила дистанцию, поставив под сомнение отсутствие в арсенале России химического оружия, сделав наличие химоружия неотъемлемым когнитивным признаком страны.

При анализе эквивалентных и дизъюнктивных оппозиций кардинально новых семантических характеристик обнаружено не было. В рамках данного кейса RUSSIA вновь вступает в эквивалентную оппозицию с концептом SCANDAL, который приобретает дополнительную характеристику – SPY SCANDAL, точно так же эквивалентная оппозиция с концептом CRISIS приобретает новую черту – DIPLOMATIC CRISIS.

Главной дизъюнкцией становится WEST, который должен быть солидарен с Британией⁴⁰. The Guardian делает особый акцент на том, что «*Salisbury case*» это не «*local drama*» (местечковая драма), а «*international incident*» (инцидент международного масштаба), потому что химическая атака на семью Скрипалей – это «*the first chemical weapons attack on European soil since the second world war*» [28.04.2018].

Анализ лексических связей концепта RUSSIA в ситуации «*Salisbury case*» показал, что в роли главного члена предложения RUSSIA наиболее активно сочетается с глаголами отрицания и глаголами агрессии⁴². Притом, несмотря на то, что лексика, выражающая агрессивные действия России, активно используется для описания внешнеполитической стратегии страны, именно в «*Salisbury case*» Россия впервые прямо названа убийцей, так как RUSSIA не просто «*attacked*» (атаковала), но даже «*tried to kill*», «*attempted murder*» (пыталась убить, совершила покушение на убийство).

Данная тенденция перекликается с тем, что в объектных словосочетаниях Россия чаще всего встает на позицию обвиняемого через глаголы to accuse, to blame⁴². Кроме этого, если в освещении внешнеполитических конфликтов The Guardian предпочитало придерживаться позиции невмешательства Британии, то сейчас красной нитью проходит идея наличия у Британии особой миссии – остановить сбор разведывательной информации и шпионаж на территории Европы путем выдворения из европейских стран российских дипломатов, которые могут работать под прикрытием.

Следующий кейс – «*Trump-Russia ties*» получил свое развитие весной 2017 года, когда значительно возросло количество публикаций, посвященных так

называемому «Trump-Russia inquiry» – расследованию о вмешательстве России в президентские выборы США. Если в первом периоде исследования (март 2016 – апрель 2017) было опубликовано несколько десятков материалов на данную тему, то во втором (май 2017 – апрель 2018) это количество увеличилось в десятки раз, что доказывает то, что данное социально-политическое явление отразилось на формировании номинативного поля концепта «Россия».

Так, концептуальным признаком концепта RUSSIA, основанным на привативной связи с концептом INTERFERENCE, становится вмешательство во внутривнутриполитические дела разных стран мира⁴³. Если России удалось повлиять на ход выборов в США, значит, по мнению британского СМИ, Россия сможет повлиять и на выборы во Франции, Германии и других странах Европы. Отсюда возникает эквивалентная связь с концептом WORRY: Россия – страна, от которой можно ждать чего угодно, а, значит, необходимо всегда быть настороже, в состоянии «боевой готовности». В эквивалентные отношения RUSSIA вступает с концептом INVESTIGATION, в медиатекстах данного кейса формируется образ тайны, недосказанности, обмана, который необходимо раскрыть, расследовать⁴⁴.

Лексическая сочетаемость слов-репрезентантов концепта подтверждает названные тенденции. Как подлежащее RUSSIA в основном сочетается с глаголами со значением «вмешиваться, влиять» (to interfere, to meddle, to influence) и глаголами, говорящими, каким образом это вмешательство было осуществлено (to hack, to misinform, to launch a propaganda, to launch cyber-attack).

Объектные словосочетания вновь актуализируют когнитивный признак «Россия – страна, которая должна быть наказана»: *to punish Russia, to confront Russia (наказать Россию, противостоять России)*.

По ходу развития данного кейса сложное определение TRUMP-RUSSIA, которое имеет значение «связь Трампа с русскими» и может быть переведено на русский язык как «трампо-русский», становится самостоятельным атрибутивом: *Trump-Russia question, Trump-Russia allegations, Trump-Russia contacts, Trump-Russia scandal*.

Рассмотренные кейсы и поведение концепта «Россия» в рамках заданных ситуаций позволяют нам судить о смыслах, распространяемых британскими СМИ. Однако существуют и перманентные связи концепта «Россия», которые не меняются в зависимости от ситуации. Так, например, наиболее часто встречаемыми эквивалентными оппозициями к RUSSIA являются концепты POWER (который можно перевести и как сила, и как властность), PATRIOTISM (патриотизм).

В ходе анализа интерпретационного поля концепта «Россия» было выявлено, что The Guardian в текстах, посвященных описанию взаимоотношений России и других мировых государств, использует метафору «Cold War 2.0», которая выражает новый уровень холодной войны и состояние конфронтации в мире⁴⁵. Данная метафора не только подтверждает продвигаемую СМИ идею Холодной войны между Россией, США и другими западными странами, но и утверждает ее новый, более технологичный и изысканный (sophisticated) статус.

Также The Guardian активно разрабатывает метафору «Putin paradox». Именно так они озаглавили цикл статей, направленных на анализ «парадокса» политического лидера России⁴⁶. Лексема «парадокс», которая происходит с греческого языка и используется для описания чего-либо неожиданного, странного, вновь моделирует признак загадочности России, однако не только страны и ее действий, но россиян, которые вопреки общемировому мнению верят своему правителю. Еще одна метафора – Putin 4.0 называет ситуацию переизбрания российским народом Путина на 4 президентский срок.

Исследование, результаты которого представлены в настоящей дипломной работе, представляет собой анализ средств вербализации основного концепта внешнеполитического и медийного дискурсов Британии – концепта «Россия».

Мы будем придерживаться понимания контент-анализа как «анализа содержания текста по формальным признакам, в основе которого лежит выделение категорий и определение зависимостей между их употреблением». При этом в рамках концептологического анализа более релевантным методом представляется контент-анализ интерпретативный, который «дает возможность

усовершенствовать применение контент-анализа в отношении коннотативных значений» и при котором, в отличие от традиционного контент-анализа, на процессе кодировки текста «в принципе достаточно одного высококвалифицированного кодировщика, обладающего теоретической чувствительностью»

В соответствии с процедурными требованиями и особенностями источника данных в нашем случае контент-анализ включал четыре этапа:

- 1) формирование массива текстовых фрагментов;
- 2) создание массива категорий, включая массив словоформ под каждую категорию;
- 3) подсчет частоты встречаемости этих категорий в текстах;
- 4) выявление полярной структуры концепта «Россия» и распределение его ядерных и периферийных концептуальных признаков

Эмпирической базой исследования послужили 1580 материалов с тэгом «Russia», опубликованных в период с марта 2016 по апрель 2018 года.

Под категорией контент-анализа понимается множество слов, объединенных вместе по тому или иному основанию, имеющих как денотативные значения («относятся к явному содержанию и идентифицируют части текста»), так и коннотативные значения (реализующиеся через объединение смыслов индивидуальных элементов текста с пониманием его смысла как целого»). Так как контент-анализ позволяет исследовать не весь пласт текста, а останавливаться на индивидуальных и частных случаях, то мы позволили себе сузить исследование до изучения концептуального профиля текста. Соответственно за базовую категорию нами были приняты концептуальные представления, формируемые британскими СМИ и представленные в предыдущих параграфах исследования.

Так как главная цель контент-анализа заключается в построении полевой структуры концепта, с позиции содержания категории контент-анализа можно разделить по концептуальным признакам, выявленным ранее. Категориальный аппарат контент-анализа представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Категориальный аппарат контент-анализа слов-репрезентантов концепта «Россия»

Категория	Пункт классификатора, концептуальный признак концепта
Россия – внешнеполитический агрессор	Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени
	Государство, аннексировавшее Крым
	Государство-нарушитель миропорядка
	Государство, которое ведет войну на информационном фронте
Россия – главный актер допингового скандала	Государство, обманывающее систему
	Государство, поддерживающее допинг
	Государство, которое следует наказать
Россия – главный актер шпионского скандала	Государство, уличенное в шпионаже
	Государство, совершившее попытку убийства
Россия – участник Trump-Russia scandal	Государство, вмешивающееся во внутриполитические дела других государств
	Государство, ведущее тайную деятельность, которую необходимо расследовать
Дополнительные характеристики России как внешнеполитического агрессора	Государство, на которое из-за выбранной внешнеполитической стратегии наложили санкции
	Государство сильное, но опасное. Патриотичное, но хитрое.
	Государство в кризисе

Прежде чем перейти к анализу вышеперечисленных классификаторов, стоит выявить частотность базовых слов-репрезентантов и их синонимов для установления процентного соотношения лексем, составляющих ядро и приядерную зону концепта «Россия». В британских СМИ название концепта через лексему RUSSIA превалирует 56% (3106), на официальное наименование России – RUSSIAN FEDERATION приходится лишь 1% (25), синонимичное ему RUSSIAN STATE встречается с частотностью 2% (62). Чаше концепт «Россия» называют через сведение всего государства до столицы: лексема MOSCOW в значении «все государство» встречается в 13% случаев (706). Частный случай подобного рода метонимии – использование лексемы KREMLIN 6% (347). И обозначение страны через ее правителя встречается в 17% случаев: PUTIN – 17% (932). Концептуальный признак «Россия – это россияне (RUSSIANS)» также актуализирован в приядерной зоне концепта: упоминание российских граждан, русских, русских людей в тексте встречается в количестве 278 раз – 5%.

Таблица 2 – частотность употребления ядерных и приядерных лексем концепта «Россия»

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Базовое слово-репрезентант концепта «Россия» и его синонимы	RUSSIA	3106	56
	PUTIN	932	17
	MOSCOW	706	13
	KREMLIN	347	6
	RUSSIANS	278	5
	RUSSIAN STATE	62	2
	RUSSIAN FEDERATION	25	1
Итого:		5456	100

Так как в поле исследования попали все статьи обозначенного периода, в заголовке которых была заявлена российская тема, то интересным представляется тот факт, что больше половины всех статей содержат либо прямое, либо косвенное упоминание войны как таковой (расчет производился исходя из тем статей). Притом действия России зачастую определяют, как WAR – 32% (в исследуемых текстах данная лексема встречается 174 раза). Синонимом к словоупотреблению «война» является лексема CONFLICT – 21% (112 раз). Кроме этого, действия России по отношению к другим странам оценивают, как незаконное вторжение: INTERVENTION – 11% (58) и реже INVASION – 4% (20). Актуально определение отношений между Россией и другими странами как Cold War, в современной британской прессе данное выражение используется в 16% случаев.

В ряду прочих военных преступлений, соотносимых с Россией, чаще остальных в британском издании пишут об аннексии Крыма: лексема ANNEXATION встречается 100 раз, что в рамках актуализации концептуального признака «Россия – страна, аннексировавшая Крым» составляет 32%, слово CRIMEA – 213 раз (68%).

Два актуальных военных конфликта, в которых активно ведет себя и Россия, – Украинский конфликт, название которого встречается 365, что в рамках категории «Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени» составляет 35%. В свою очередь, из всех описываемых военных ситуаций и вооруженный конфликт в Сирии встречается 591 раз (56%). К не актуальным, однако припоминаемым России войнам относятся война в Грузии, которая упоминается 26 раз (2%) и война в Чечне – 35 упоминаний (4%). 3% от всех ситуаций войны, в которой когда-либо была задействована Россия, приходится на историческое прошлое государства, на World War II (28 упоминаний).

Неотъемлемой частью военных действий России становится информационная поддержка своих действий, в результате чего концептуальный признак «ведение войны на информационном фронте» плотно закрепился в медиатексте Великобритании. В результате неоднократных хакерских атак во время президентских выборов в США понятие информационной войны приобрело дополнительный оттенок – информационная война, оружием которой является киберпреступление. Таким образом, можно наблюдать следующую картину: в рамках категории «Государство, которое ведет войну на информационном фронте» лексема PROPAGANDA встречается 82 раза, что составляет 16%, в 13% случаев говорится о распространении фейков – лексема FAKE встречается 66 раз. В 20% случаев описаны киберпреступления как таковые (рассматривались лексемы cyberwar, cyber-espionage, cyber-crime, cyber-attack, cyberwarfare, cybersecurity – всего 108), а в 49% случаев описаны ситуации хакерского взлома, лексемы HACKER/ TO HACK упоминаются 262 раза. Прямое описание ситуации как INFORMATION WAR встречается всего 7 раз – 2%.

В рамках кейса «Russian doping scandal» контент-анализ категориального признака «Государство, обманывающее систему антидопинговых правил» обнаружил 448 упоминаний допинга и 114 упоминания нарушения ANTI-DOPING RULES. Также стоит отметить, что практически в каждой 7 статье повторяется мотив наличия в России государственной поддержки допинга,

словосочетание STATE SPONSORED DOPING PROGRAMME встречается в текстах 62 раза. Практически в трети всех статей Россия описана, как страна, которая уличена в обмане и должна быть наказана. При этом в 12% случаев наказание не имеет определенной формы – PUNISH (36 упоминаний), в 84% страна должна быть отстранена от мировых соревнований – TO BAN (262 упоминаний), в 4% случаев за наказание принимается бойкот соревнований, которые будут проходить в России (лексема BOYCOTT в рамках категории «Государство, которое должно быть наказано» встречается 14 раз).

В рамках концептологического анализа концепта «Россия» были выявлены характеристики, которыми наделяется Россия в британской прессе. Так, например, в преобладающем количестве Россию описывают через концепт POWER – 37%, MILITARY – 30%, DANGER/THREAT – 27%, PATRIOT – 5%, SOPHISTICATED/CHEAT – 1%. Полные результаты контент-анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Частотность употребления лексем, актуализирующих основные признаки концепта «Россия»

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Россия – внешнеполитический агрессор			
Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени	SYRIA	591	56
	UKRAINE	365	35
	GEORGIA	26	2
	WORLD WAR II	28	3
	CHECHNYA	35	4
Итого:		1045	100
Государство, аннексировавшее Крым	ANNEXATION	100	32
	CRIMEA	213	68
Итого:		313	100
Государство-нарушитель миропорядка	WAR	174	40
	CONFLICT	112	26
	INTERVENTION	58	14
	INVASION	20	4
	COLD WAR	71	16
Итого:		435	100

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Государство, которое ведет войну на информационном фронте	PROPAGANDA	82	16
	FAKE	66	13
	HACKER/ TO HACK	262	49
	CYBERCRIMES	108	20
	INFORMATION WAR	7	2
Итого:		525	100
Россия – главный актер допингового скандала			
Государство, обманывающее систему антидопинговых правил	BREAKING ANTI-DOPING RULES	114	17
	DOPING	448	83
Итого:		652	100
Государство, поддерживающее допинг на государственном уровне	STATE SPONSORED DOPING PROGRAMME	62	100
Итого:		62	100
Государство, которое должно быть наказано	BAN	262	84
	PUNISH	36	12
	BOYCOTT	14	4
Итого:		312	100
Россия – главный актер шпионского скандала			
Государство, уличенное в шпионаже	SPY	134	58
	ESPIONAGE	17	7
	UNDER COVER	81	35
Итого:		232	100
Государство, совершившее попытку убийства	KILL	219	32
	ATTACK	283	40
	NOVICHOK	48	7
	POISON	146	21
Итого:		696	100
Россия – участник Trump-Russia scandal			
Государство, вмешивающееся во внутриполитические дела других стран	INFLUENCE	178	59
	INVASION	30	10
	TRUMP-RUSSIA	94	31
Итого:		302	100
Государство, ведущее тайную деятельность, которую необходимо расследовать	INVESTIGATION	351	86
	INQUIRY	56	14
Итого:		407	100

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Когнитивные признаки общие для всего концепта			
Последствия действий России	SANCTIONS	257	72
	CRISIS	107	28
Итого:		364	100
Дополнительные характеристики России как внешнеполитического агрессора	POWER	308	31
	MILITARY	249	25
	DANGER/ THREAT	225	23
	PATRIOT	41	4
	CHEAT/ SOPHISTICATED	74	7
	SCANDAL	88	10
Итого:		985	100

На основании полученных данных можно предположить, что концепт «Россия», актуализируемый в рамках британской медийной картины мира, имеет полевую структуру, представленную в таблице 4.

Таблица 4 – Разработанность когнитивных признаков концепта «Россия»

Концептуальный признак		Встречаемость в текстах, %
Россия – внешнеполитический агрессор	Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени	17
	Государство, аннексировавшее Крым	3
	Государство-нарушитель миропорядка	9
	Государство, которое ведет войну на информационном фронте	8
Россия – главный актер допингового скандала	Государство, обманывающее систему	10
	Государство, поддерживающее допинг	2
	Государство, которое должно быть наказано	4
Россия – главный актер шпионского скандала	Государство, уличенное в шпионаже	5
	Государство, совершившее попытку убийства	12
Россия – участник Trump-Russia scandal	Государство, вмешивающееся во внутривнутриполитические дела других стран	5
	Государство, ведущее тайную деятельность, которую необходимо расследовать	6

Концептуальный признак		Встречаемость в текстах, %
Когнитивные признаки общие для всего концепта	Государство, на которое из-за выбранной внешнеполитической стратегии наложили санкции, повлекшие кризис	6
	Государство сильное, но опасное. Патриотичное, но хитрое.	13

В ходе исследования было установлено, что одни концептуальные признаки являются более динамичным, чем другие. Наиболее яркая динамика была установлена в трех случаях. Так, допинговый скандал, активно муссировавшийся в первом периоде, резко затух во втором. Количество медиатекстов, затрагивающих аннексию Крыма, во втором периоде по сравнению с первым упало в 2,5 раза. Salisbury scandal, начавшийся в марте 2018 года, за 2 месяца получил очень стремительное развитие.

Таблица 5 – Динамика когнитивных признаков концепта «Россия»

Категория	Март 2016 – апрель 2017	Май 2017 – апрель 2018
Россия – внешнеполитический агрессор (Государство, аннексировавшее Крым)	45 (50)	35 (20)
Россия – главный актер допингового скандала	35	5
Россия – главный актер шпионского скандала	5	30
Россия – участник Trump-Russia scandal	5	25
Последствия действий России	10	5

Финальным этапом концептологического анализа концепта Россия в медиатексте The Guardian является построение его номинативного поля в соответствии с частотностью употребления тех или иных лексических единиц, актуализирующих основные когнитивные признаки концепта, представленного на нижеследующих рисунках (рис. 2, рис.3):



Рисунок 2 – Номинативное поле концепта RUSSIA



Рисунок 3 – Номинативное поле концепта «Россия»

2.1.2 Методы генерации визуального образа России

Эмпирическую базу исследования составляют 512 иллюстративных элементов, опубликованных в период с марта 2016 по апрель 2018 года с тэгом «Russia». Для анализа были выбраны три наиболее эффективных в создании визуального образа жанра: фотография (492 медиатекста сопровождаются фотографией), рисунок (8 медиатекстов сопровождаются рисунком) и карикатура (в рамках анализируемого периода опубликовано 12 карикатур).

Анализ визуального контента показал, что 153 медиатекста о России, что составляет 30%, имеют нулевую креолизацию, то есть сопровождаются фотографией, не имеющей никакой семантической нагрузки. 52 медиатекста (10%) креолизованы полностью, в них вербальная составляющая не может быть воспринята отдельно от изображений, в основном к такому типу текста относятся тексты таких серийных жанров, как фоторепортаж и фотоистория. Больше половины всех материалов в The Guardian, а именно 60% (307 медиатекстов) имеют частичную креолизацию, текст и изображения в них достаточно автономны, однако визуальный контент имеет значение для семантической наполненности и влияет на его осмысление адресатом.

Фотография является документальным жанром визуального контента. Она имеет высокую степень доверия среди аудитории, так как принято считать, что фотография – это фрагмент действительности такой, какая она есть, запечатленный «на фотопленку». Фотография оперирует визуальными акцентами: выражением лиц, позой, ракурсами и т.п, что значительно влияет на восприятие читателем не только визуальной части, но и всего медиатекста в целом, и способствует конструированию удобного для адресанта визуального образа.

Весь массив фотографий можно классифицировать исходя из предмета отображения на следующие категории:

- фотографии политических деятелей России (больше половины фотоснимков (324 штуки, что составляет 66% от общего числа анализируемых

фотографий), имеют предметом отображения политиков и государственных деятелей России);

- военный потенциал России (на 10% фотоснимков (49 шт.) изображены военная техника и солдаты);

- русская толпа (на 34 фотографиях (7% от общего числа фотографий) изображены массовое скопление людей, олицетворяющих собой русскую толпу);

- результаты военных действий России (на 30 фотографиях (6%), сопровождающих тексты о России изображены руины после военных действий);

- полицейские (на 24 фотографиях (5%) изображены люди в полицейской форме);

- несчастные дети Сирии являются предметом отображения 12 фотоснимков (2%).

На остальные 4% (19 фотографий) приходится изображения общепринятых символов России (Кремль, Красная площадь, российский флаг). Отсюда можно сделать вывод, что визуальный образ России преимущественно создается с помощью эксплицитной и имплицитной оценки лиц, представляющих Россию на мировой арене.

Главным «действующим лицом» на фотографиях о России становится президент РФ Владимир Путин, он изображен на 80% фотографий из категории «политические деятели России». «Вторым лицом» государства в британской прессе стал Рамзан Кадыров – 7%, 6% фотографий репрезентуют главного оппозиционера путинского режима Алексея Навального, 5% – другие политические деятели государства, в том числе Ксения Собчак, Сергей Лавров, Виталий Мутко. Проанализированные снимки в большинстве своем относятся к жанру репортажного портрета.

Владимир Путин – первое лицо государства. В первом параграфе второй главы мы установили, что в британском медиадискурсе действия Путина и России зачастую отождествляются, Россия на мировой арене действует от его лица и имени, а соответственно, визуальный образ Путина во многом влияет на

визуальный образ страны в целом. Практически все фотографии являются портретами (головными, погрудными), что может служить способом привлечения внимания читателей к выражению лица и эмоций. Наиболее «тиражируемой» эмоцией Путина в The Guardian является серьезность и сосредоточенность (рис. Б.1 – рис. Б.4). Лишь на трети фотографий изображен улыбающийся Владимир Путин, притом такую улыбку можно, скорее, назвать хитрой, нежели радостной. Наиболее частый взгляд – исподлобья. Губы поджаты. Общепринятая трактовка такого выражения лица – человек чем-то не доволен, также эти мимические сигналы интерпретируются как несогласие или протест, говорят о том, что другой человек сказал нечто, что противоречит его собственным мыслям [Рождественская, 2007]. Таким образом, размещение данного типа снимков позволяет The Guardian установить дистанцию между своим читателем и Россией, не допустить позитивного прочтения вербального текста.

Еще одной чертой, эксплицируемой на фотоснимках с Путиным, является «завышенное мнение» лидера о нем самом и о стране, которой он правит, соответственно. «Любимыми» фотографиями The Guardian, которыми они иллюстрируют материалы с завидной периодичностью, являются снимки Путина с голым торсом на коне, а также фотография Путина в солнцезащитных очках (рис. Б.5 – рис. Б.8). Общий ироничный контекст и неуместная вставка данных фотографий способствуют формированию негативных коннотаций. Бахвальство и бравада вызывают у читателя насмешку.

Самым «тиражируемым» жестом Путина в The Guardian, являются сжатые в кулак руки (рис. Б.9 – рис. Б.11). Кулак заключает в себе скрытую ярость или угрозу, недоброжелательный настрой по отношению к собеседнику, зажатость, закрытость.

Рамзан Кадыров приобретает в The Guardian роль главного «злодея», деятельность которого идет вразрез с главными ценностями демократии – соблюдением прав человека и гражданина. Его фотографии (рис. Б.15 – рис. Б.17) появляются в таком социальном контексте, как убийство Бориса Немцова,

нарушение прав женщин, покушения на представителей ЛГБТ-сообщества. В арсенале The Guardian не так много фотографий главы Чеченской республики, поэтому они часто повторяются. На большинстве из них он представлен вместе с Путиным в ситуации дружелюбной беседы, что подтверждают продвигаемую изданием идею о дружбе президента страны с одним из наиболее жестоких, по мнению газеты, политических деятелей XXI века (рис. Б.12 – рис. Б.14). Таким образом, издание утверждает идею того, что безнаказанная жестокость по отношению к сексуальным меньшинствам, женщинам, оппозиционерам, которая «прославила» Чечню на Западе, не просто линия консервативной республики, но стратегия всего государства.

Алексей Навальный, будучи лидером оппозиционного движения в России, представляется на страницах The Guardian, как мученик и страдалец (рис. Б.18 – рис. Б.21). Есть лишь пара портретных постановочных снимков, на остальных же его бьют, обливают зеленкой, заталкивают в полицейскую машину, заковывают в наручники. Для британской читательской публики Навальный является олицетворением российской оппозиции, а его непростая судьба – отношением в России к оппозиции.

Следующая по встречаемости категория фотографий – снимки, на которых запечатлен военный потенциал России (рис. Б.22 – рис. Б.26). В контексте Сирийского конфликта наиболее часто в медиатексте о России встречаются фотографии истребителей. Более того, настойчивая публикация этих фотографий (один и тот же снимок сопровождает более 10 разных публикаций), позволяет говорить о закреплении мотива «нависшей угрозы» в виде застывших в небе российских истребителей, которые в любой момент могут нанести удар. Фотокамера «смотрит» на истребители с земли – так их видит человек, попавший под обстрел. Средство выразительности – повторение одного и того же объекта (боевого воздушного корабля), а также уравновешенное распределение трех объектов по всему пространству фотографии, создают впечатление, что от авиаудара не скрыться, так как истребители повсюду. Антитеза символов (голубое небо – символ мира, истребитель – символ войны) актуализирует

оппозицию России и мира, выявленную в рамках концептологического анализа в параграфе 2.1 настоящего исследования.

Еще одна категория анализа визуального образа России – анализ образа толпы на репортажных снимках о России. Толпа в данном случае олицетворяет население страны – россиян. Исходя из публикаций The Guardian, у русской толпы есть две цели: участвовать в митинге ЗА существующий режим или участвовать в протестах ПРОТИВ существующего режима. Толпа русских различается в зависимости от этих целей, которые издание прописывает в подписях к фотоснимкам.

Первый тип толпы пророссийских активистов, вслед за The Guardian можно обозначить как «Putin's Russia» (рис. Б.27 – рис. Б.32). Ее главными визуально приписываемыми характеристиками становятся низкий интеллектуальный уровень, агрессивность, варварство. Для передачи данных отклонений используются фотографии, на которых запечатлены люди с открытыми ртами – символ слабоумия, и поднятыми вверх кулаками – символ агрессии. Использование во время съемки широкоугольного объектива искажает плоскость фотографии, вследствие чего на лицах людей появляются неестественные гримасы, отталкивающие читателя. На лицах людей в толпе нет радости, их брови сдвинуты – признак злости и выражения неудовольствия, глаза прищурены – признак подозрительности. По их одежде можно сделать вывод, что их достаток ниже среднего. Они все преимущественно люди среднего и пожилого возраста. Фотограф всегда стоит к ним лицом и выбирает точку ниже уровня глаз, это создает эффект статичности толпы: они скандируют лозунги, но стоят на месте.

Оппозиционная толпа, в свою очередь, имеет следующие характеристики: активная гражданская позиция, готовность бороться с путинским режимом и идти против большинства (рис. Б.33 – рис. Б.38). На 90% фотографий с представителями оппозиционной толпы поступают так же, как и с их идейным вдохновителем – Навальным. Их бьют, волочат по земле, заковывают в наручники. Они преимущественно стильно одетые молодые люди, в их руках

гаджеты, они ведут съемку творящегося вокруг них беспредела. Фотограф всегда находится в толпе, среди оппозиционеров, нет одной точки съемки, ему приходится менять свое местоположение, так как оппозиционная толпа текуча, стремительна, динамична.

Кроме этого, неотъемлемой частью визуального образа России становится человек в полицейской форме и с дубинкой (рис. Б.39 – рис. Б.43). В британской газете Россия предстает как полицейское государство, при котором власть жестко (в том числе с помощью репрессий) стремится контролировать социальную, экономическую и политическую жизнь граждан.

Также фотография в The Guardian наполняет образ России такими смыслами, как Россия – страна с большой разрушительной силой, и Россия – страна, которая виновна в страданиях сирийских детей. Данные коннотации возникают в текстах о действиях России в Сирии. Разруха и хаос на фотографиях – результат вооруженного конфликта (рис. Б.44 – рис. Б.46). И если вербально The Guardian не может позволить себе подписать обвинительный приговор России, то посредством публикации фотографий, на которых изображены несчастные дети Сирии, издание подталкивает читателей к этой мысли. Ребенок – символ незащищенности, который не виноват в разборках взрослых, чисто интуитивно в силу психологических особенностей человека, читатель сочувствует ребенку, но так как прекратить детские страдания он не может, у него усиливается враждебное чувство к виновнику этого страдания – России (рис. Б.47 – рис. Б.51).

Следующий жанр визуального контента, который помогает изданию сформировать устойчивый визуальный образ, – это картинка. Картинка позволяет автору медиатекста выразить свое специфическое видение проблемы, символически описать происходящее, образно указать читателю на какие-либо важные черты, которые не могут быть переданы документально при помощи фотографии из-за символического значения.

Рисунок встречается в The Guardian редко, за анализируемый период было рассмотрено всего 4 картинки.

На рис. Б.52 изображен профиль Владимира Владимировича Путина, черты лица которого символически представлены в виде тактических стрелок на военных картах, вместо ноздри нарисована ядерная боеголовка, а вместо глаза – крымский полуостров. Эта картинка довольно однозначно говорит о том, что «голова России» думает исключительно военными категориями, когда Россия видит цель, она не замечает препятствий и оправдывает любые средства.

На рис. Б.53 картинке мы видим черного медведя на красном фоне, который открыл пасть и готов проглотить Британские острова. Изображение символически отражает положение Британии, которая видит в России угрозу и опасность. Медведь с острыми клыками – символ российской агрессии, «ненасытности» и больших аппетитов в Европе.

На рис. Б.54 отображена идея того, что Россия – это «дом, который построил Путин», притом «дом» на картинке изображен как дворец, над которым нависли руки, как можно догадаться Путина. Эта картинка описывает сложившуюся в стране гегемонию Путина.

На рис. Б.55 символически представлена информационная война, когда компьютерные технологии становятся «танками» и оружием ведения боя.

Характерным для The Guardian жанром является карикатура. На издание работают несколько карикатуристов, обладающих своим особым изобразительным языком (рис. Б.56 – рис. Б.62).

Несмотря на индивидуальность каждой карикатуры, связанную с авторским художественным стилем, неизменным остается то, что символом России становится медведь. В одном случае, это яростный медведь с острыми клыками и злобным выражением глаз, в другом – это медведь-простофиля.

2.1.3 Особенности образа автора в медиатексте

The Guardian не стремится к обезличиванию текстов, а даже наоборот, во многом пытается создать устойчивый имидж своим авторам, о чем говорит, в частности, наличие на сайте сформированной базы корреспондентов. У читателя

также есть возможность поиска материалов не только по ключевым темам, которые ему интересны, но и по автору, который ему нравится. В каком-то смысле данная стратегия позволяет сделать конкретному журналисту имидж эксперта в области, а мы знаем, что The Guardian имеет обширные разделы, посвященные моде, спорту, путешествиям и проч., а также специализируется на публикациях социально-политической направленности, что, в свою очередь, повышает доверие и лояльность аудитории к изданию, и, кроме этого, служит источником дополнительного трафика, когда читатель «приходит» в издание вслед за любимым автором.

Превалирующим жанром медиатекста о России является новость. Для отечественного исследователя очевидно, что, в силу требований жанра, новостной текст преследует своей целью проинформировать читателя, дать объективные факты о происходящем, вынося за скобки оценки, однако в случае с The Guardian наблюдается обратная ситуация. В отличие от публицистических и аналитических текстов, новостной жанр не изобилует местоимениями *I, me, my...* и такими конструкциями, как *In my opinion..., It seems to me...*, тем не менее, автор присутствует в данном тексте имплицитно, через выбор лексики, бэкграунда и цитат.

Резонным будет рассмотреть вышеназванные тенденции на примере. Для чистоты анализа стоит рассмотреть разножанровые материалы разных авторов, опубликованные в разные года и имеющие своим предметом разные события. Так, например, журналист Shaun Walker. Он и является автором новостных материалов, и входит в пул колумнистов издания. В его описании сказано, что более 10 лет он провел в России и, более того, опубликовал книгу, посвященную российскому вопросу «*Putin's New Russia and the Ghosts of the Past*». Таким образом, с самого начала он предстает перед читателем как эксперт, пишущий о России из самой России, и действительно, из 290 текстов, опубликованных в период с марта 2016 по март 2018 года, 219 посвящены России, что составляет 75%. В основном это новостные тексты, помещенные в раздел News на сайте

(83%), значительно реже встречаются материалы жанра features (16%) и интервью (1%).

Рассмотрим образ автора в новостных материалах. Так, в подзаголовке к одной из его новостей «*Putin nominates Ramzan Kadyrov to remain Chechen leader*» [25.03.2016], читаем: *Russian president backs former rebel fighter despite claims he is linked to murder of opposition figure Boris Nemtsov*. С первых слов автор обозначает свое присутствие через выражение своего отношения к произошедшему путем навешивания таких ярлыков, как «*rebel fighter*», «*murder of opposition*».

Особенно ярко об авторской позиции говорит выбранный им нелестный бэкграунд, в котором прямолинейно заявляется о нарушениях прав человека в Чечне и заинтересованности Кремля в фигуре Кадырова вопреки беззаконию, которое процветает в республике. Эмоционально-оценочная окраска слов в приведенном отрывке не столько называет факты, сколько придает этим фактам заданный автором негативный оттенок⁴⁷.

Одной из аргументативных стратегий, призванных убедить читателя в написанном и, в известной степени, завуалировать субъективную оценку, является тактика обоснованных оценок, когда автор подкрепляет текст мнениями других лиц. В новости автор при помощи выражений «...but most analysts saw this as...», «critics say...» будто старается «уйти в тень», вложив написанное в уста неких авторитетных критиков и аналитиков.

Одной из стилеобразующих характеристик медиатекста становится включение комментариев экспертного сообщества в текст. Выбор круга опрашиваемых лиц и отбор конкретных фраз и выражений для включения их в тело новости также становятся дополнительными характеристиками в образе автора медиатекста. Так, в новости об отмене премьеры автор добавляет полифоничности, вводя «чужой голос» представителя «театрального мира» в структуру текста, что позволяет ему обосновать использование довольно экспрессивного слова *shock* в описании события⁴⁹. Из этих примеров видно, какие стилистические изменения, вызванные экспликацией авторского начала,

претерпевает информационный жанр в The Guardian. Журналист не желает пассивно констатировать факты, он рассказывает о событии, одевая его в удобную изданию «оболочку». С одной стороны, автор играет по правилам, которые предполагает жанр News, но с другой, он активно вмешивается в текст, присутствует имплицитно, скрываясь за изъяснительными конструкциями, цитатами и лексикой, что приводит к такому феномену, как «маскировка» субъективного медиатекста под объективную новость. Это позволяет определить роль автора как оценивающего информатора, а его выявленность – как обобщенно-личную.

Помимо информационных жанров Шон Уокер работает и с аналитическими, которые не только позволяют, но и настаивают на активном участии автора в тексте. В этом отношении интересным представляется рассмотреть то, как ведет себя журналист, когда ему не нужно скрывать свое субъективное мнение. В статье «Putin's quest for lost glory» [18.02.2018], помещенной в раздел Opinion с пометкой «The Sunday essay» автор занимает самую высшую отметку на «шкале выявленности», которую Т. В. Шмелева назвала «откровенное Я». С первых строк редакция заявляет, что текст, представленный на суд аудитории – уникальное произведение Шона Уокера, который представит свои выводы о том, что же такое Россия. Данное произведение мог написать Шон Уокер и только, и для создания такого материала ему потребовалось прожить в России 10 лет, что, естественно, делает его мнение весомым и заставляет читателя ему верить⁵⁰.

Журналист, удельный вес которого 22% (3418 знаков из 15804 заключают в себе авторское начало, выраженное в местоимениях, конструкциях выражения мнения, лексических и грамматических средствах языка), в свою очередь, сразу же вводит читателя в «свое пространство»: «*Working on one of my final stories... I took my seat at the Bolshoi... For me, it's been a particularly long journey. I first set foot on Russian soil...*». Здесь череда событий, произошедших с автором, тесно переплетается с тем, что происходило в стране, и журналист поочередно сменяет

роли информатора, очерчивающего контур и вводящего читателя в текст, и аналитика, дающего объяснения причин и следствий⁵¹.

Шон Уолкер не усложняет текст, вводя в повествование скупые цитаты, повстречавшихся на его жизненном пути людей, которые не столько взаимодействуют с мнением, излагаемым в статье, сколько дают импульс к новым рассуждениям. Он не дает прямых оценок, но пытается изложить сформировавшийся в его сознании благодаря личному опыту ответ на вопрос «Почему в России все именно так?», выстраивает логические мостики между историческими фактами и сегодняшними реалиями. В общем и целом, в тексте features возникает совершенно иной, нежели в новостном, образ автора, который «пожил и знает» и хочет откровенно и ненавязчиво поговорить с читателем по душам.

Еще один лик авторского образа Шона Уолкера раскрывается в жанре интервью. Рассмотрим данную ситуацию на примере интервью с Алексеем Навальным «Alexei Navalny on Putin's Russia: 'All autocratic regimes come to an end!」 [29.04.2017]. Удельный вес авторского начала в данном интервью не велик (порядка 3%, 237 знаков из 12 240 прямо указывают на автора текста). Свое «Я» автор вводит крайне редко и аккуратно, исключительно для того, чтобы подчеркнуть репортажность и эффект присутствия, воссоздать атмосферу диалога с интервьюируемым и убедить читателя в том, что разговор происходит здесь и сейчас⁵².

Таким образом, сценарий поведения автора включает в себя роли и репортера, и интервьюера и аналитика одновременно. Стратегия интервьюера Шона Уивера такова, что он не включает в текст формулировки своих вопросов. Однако нельзя сказать, что он остается за кадром, нет. Наоборот он активно присутствует в тексте, ставя себя на роль не столько интервьюера, сколько равноправного собеседника. Он комментирует высказывания интервьюируемого, соглашается или вступает в полемику с его идеями, подтверждает их примерами из личного опыта, дает читателю дополнительную информацию о том, что говорит его герой. И авторское начало хоть и сведено к

минимуму с точки зрения прямого присутствия в тексте, оно выражено в этих аналитических отступлениях⁵³. Помимо образа автора, который пишет в основном на российскую тематику интересным представляется рассмотреть образ автора, для которого новости о России – это лишь одно из направлений журналистского творчества. Так, Julian Borger – редактор блока всемирных новостей, в период с марта 2016 года по апрель 2018 он опубликовал порядка 597 новостей и лишь 147 из них прямо касаются России (24%). Притом 97% материалов – это новости, и лишь 3% – тексты жанра feature, написанные коллективом разных авторов.

В новостях Джулиана Боргера образ автора сводится к минимуму, он, скорее, является «скромным информатором» дающим объективные сведения о событиях. Удельный вес автора незначителен и усложнен многочисленными цитатами. По шкале выявленности его новостные тексты можно расположить на отметке неназывание субъекта, так как читателю известно, кто именно является автором данного текста, однако в тексте он не назван и не выявлен.

В немногочисленных материалах жанра features он является одним из авторов, что объясняет минимальный удельный вес автора и нестандартную для данного жанра деперсонализацию текстов. Коллектив авторов транслирует модус умозаключения, практически полностью уходя на задний план.

В период с марта 2016 по апрель 2018 года было опубликовано 1580 материалов с тэгом «Russia» в жанрах news, features, interview, главным предметом которых были события в России или в которых Россия выступала непосредственным актором. В ходе анализа совокупного образа автора оказалось, что в текстах жанра news соотношение образ автора-скромного информатора и автора с субъективной модальностью, и в первом периоде и во втором практически один к одному.

В период с марта 2016 года по апрель 2017 года было опубликовано 658 новостных текстов. 319 из них можно отнести первому типу автора (48%), 339 – ко второму (52%). В жанре features за рассматриваемый период было опубликовано 189 материалов, притом в 149 из них автор выражает свое

субъективное мнение (79%), а в 40 – играет роль деперсонализированного аналитика, который представляет читателю сухой фактаж (21%). Жанр интервью практически не представлен. Из 7 интервью 6 заключают в себе образ автора-собеседника, и лишь в одном интервью автор выступал как интервьюер, задававший вопросы.

В период с апреля 2017 по апрель 2018 года было опубликовано 469 новостных материалов, и соотношение двух типов автора, как и в предыдущем периоде, практически один к одному. 254 новости заключают в себе авторское начало с субъективной модальностью (54%), 215 – образ автора скромного информатора (46%). Количество материалов в жанре features увеличивается, а доля аналитических материалов в них снижается. Таким образом, в 230 features автор является субъективным комментатором (93%), который «пожил и знает», и всего в 24 – деперсонализированным аналитиком (7%). В массиве текстов можно выделить 3 интервью, в 100% случаев автор – равноправный собеседник.

Таким образом, в случае новостного медиатекста можно говорить о нулевой динамике образа автора, в случае features – о динамике в сторону повышения значения журналиста.

2.1.4 Особенности образа адресата в медиатексте

Для анализа образа адресата в медиатексте о России в The Guardian были отобраны материалы, помещенные в раздел Opinion, так как именно в жанре feature наиболее явно присутствуют «сигналы адресованности», по которым можно разгадать аудиторию, на которую ориентировано издание.

Частым приемом вербализация зоны адресата в медиатексте является WE-повествование, то есть повествование от 1-го лица множественного числа. Исследователи сходятся в мнении о том, что повествование от WE (МЫ) является риторическим средством достижения согласия [Михальская, 2001, с. 148], вербальным знаком интеграции [Шейгал, 2004, с. 119], способом «создания образа адресата в тексте, через апелляцию к его, общей с автором, национальной,

статусной и прочей социальной принадлежности» [Каминская, 2009, с. 131]. В текстах The Guardian местоимение WE позволяет автору, во-первых, выразить свою причастность к читательской аудитории, а во-вторых, идентифицировать ее (и себя вместе с ней) с определенными социальными и личностными характеристиками и противопоставить себя ИМ – русским.

К каким же параметрам адресата апеллирует The Guardian. В первую очередь, главной ценностью адресата является либеральная демократия как форма политического устройства, при котором общество строится на либеральных представлениях об ограничении властей и наличии широкого спектра гражданских прав, а власть осуществляется от имени народа. Он выступает против реакционного режима, тирании, авторитарного правления и по этим параметрам противопоставляется русским⁵⁴. Отсюда вытекает следующая не менее важная ценность адресата – соблюдение прав человека, борьба против угнетения прав женщин и меньшинств^{55,56}.

Так как при создании текста журналист ориентируется на свою аудиторию, он говорит о явлениях действительности в доступных для нее категориях, поэтому, если, по мнению автора, что-либо противоречит интересам адресата, это проявится в отборе им лексических средств языка, которые в данном случае будут носить негативный характер. И, наоборот, в случае, когда автор предполагает положительное отношение аудитории к описываемым в тексте идеям и событиям, языковые средства будут также положительными. Таким образом в медиатексте реализуется концептуальная оппозиция «свой – чужой». Если про «свое» автор говорит в положительном ключе, то для противопоставления «себя» «чужому» адресант использует специальные символы отчуждения, о которых говорит Т. Л. Каминская, – оценочную лексику и презрительно-саркастическую тональность. Адресат медиатекста The Guardian является антагонистом путинской России, ему непонятно и неприятно поведение России на мировой арене, и это однозначно выражается в языковом оформлении статей, зачастую резких, наполненных дисфемизмами^{57,58}.

Одним из средств выражения речевого контакта является включение в медиатекст вопросно-ответных конструкций, которые приближают письменный монолог к диалогичной устно-разговорной речи, что, в свою очередь, помогает упростить процесс установления связи между адресатом и адресантом^{59,60}.

Через использование в текстах массовой коммуникации метафор, которые не просто являются выразительным средством языка, но и играют важную роль в формировании картины мира, автор медиатекста обращается к речевому опыту аудитории. По мнению А. П. Чудинова метафорическое моделирование отражает «национальное, социальное и личностное самосознание» и является «средством постижения, рубрикации, представления и оценки какого-то фрагмента действительности» [Чудинов, 2003, с. 47]. В текстах The Guardian встречаем метафоричное сравнение президентских выборов в России с воскресным шоу, а Путина – с Гринчем, похитителем Рождества^{61,62}.

Лексический состав текстов британского медиадискурса о России, говорит о том, что адресат – человек образованный, ориентирующийся в лексике общественно-политического и экономического дискурсов⁶³.

Адресат британского медиатекста о России – это человек, имеющий активную гражданскую позицию и способный ее отстаивать, он разбирается в современной социально-политической ситуации и вместе с тем знает историческую подоплеку событий. Такой образ адресата утверждает и политика издания по отношению к своей аудитории. Так, в The Guardian есть раздел Letters, в котором публикуются комментарии, отзывы, аналитические выдержки и прочие «письма» читателей.

2.2 Медиатекст о Сибири в The Guardian

2.2.1 Средства и способы актуализации концепта «Сибирь»

Будучи, в первую очередь, географическим понятием, Сибирь в британской языковой картине мира и в британской медиа-картине мира

соответственно представлена лексемой SIBERIA (Сибирь). Именно она заключена в ядро номинативного поля концепта.

Предположение о том, что в рамках британской картины мира синонимов и антонимов лексеме, являющей собой географическое понятие, Siberia не обнаружится не нашло своего подтверждения. Анализ показал, что слово SIBERIA имеет контекстуальный синоним TAIGA (Тайга). Более того, Сибирь как часть Российской Федерации может иметь контекстуальные синонимы и антонимы, выделенные по этому признаку. Другими словами, такие лексемы, как URAL (Урал), FAR EAST (Дальний Восток) и т.п. в зависимости от контекста могут быть как синонимичны, так и антонимичны лексеме Siberia. Например, в выражении «*the difference between Siberian and Ural culture*» Сибирь и Урал антонимичны друг другу, в то время как в выражении «*Siberian, Ural are all Russians*» – наоборот синонимичны. В данном случае, можно говорить о разности семантической нагрузки лексемы SIBERIA, которая, с одной стороны является частью России, а, с другой стороны, предстает самостоятельной культурой, с богатыми традициями и историей. Притом антонимом Сибири является лексема MOSCOW (Москва), реалии которой резко отличаются от сибирских.

Концепт «Сибирь» вступает в привативные отношения в роли части с концептом NATURE (природа). Притом сибирская природа – это нечто необъятное, представленное разнообразием широт, видов как царства растений, так и царства животных⁶⁴. Притом Сибирь представляется местом, в котором можно найти гармонию с природой, обрести вдохновение⁶⁵. Кроме этого, SIBERIA является частью более крупного концепта, который также является предметом данного исследования, – концепта RUSSIA⁶⁶.

Образ Сибири отождествляется с чем-то диким-неприрученным, диким-далеком от цивилизации, а концепт SIBERIA вступает в эквиополентные оппозиции с концептами WIDERNNESS (в значениях *дикая местность, девственная природа, глушь, глубинка, даль*) и SPACE (в значениях *пространство, расстояние*)⁶⁷.

Общие черты, а, следовательно, привативные связи концепт «Сибирь» имеет с концептом ARCHEOLOGY, что связано с регулярными археологическими находками в вечной мерзлоте⁶⁸.

Концепт ADVENTURE (приключение) является эквиполентной оппозицией рассматриваемому концепту и раскрывает такие концептуальные признаки Сибири, как место для путешествия, место, которое необходимо исследовать и открывать для себя⁶⁹. В этой связи наблюдается и эквиполентная связь с концептом EXTREME, который включает в себя не только экстремальные условия жизни, связанные с природой, отдаленностью от цивилизации, но и «крайность, чрезмерность» Сибири⁷⁰.

Ключевой эквиполентной оппозицией в рамках данных концептуальных взаимоотношений является концепт COLD (холод) и связанные с ним концепты WINTER и SNOW⁷¹. Это объясняется низкими температурами, которые для сибиряков представляются привычными условиями. В связи с глобальным потеплением в сибирской местности зафиксированы нередкие случаи природных катаклизмов, что вызвало образование эквиполентной связи с концептом CLIMATE CHANGE (изменения климата)⁷².

Стереотипное мнение о том, что русские – пьющие люди, подтвердилось регулярными новостями о массовых отравлениях суррогатным алкоголем в Сибири, что повлекло за собой актуализацию эквиполентной связи SIBERIA с концептом ALCOHOL (алкоголь)⁷³. Более того, утвердилось мнение о том, что в качестве алкогольных напитков русские люди употребляют не только традиционные напитки, но и жидкости, не пригодные для потребления внутрь.

Явных дизъюнктивных оппозиций в рамках концептологического анализа концепта «Сибирь» выявлено не было.

Случаев, в которых лексемы, овнешвляющие исследуемый концепт, являлись бы подлежащим и представляли собой грамматическую основу предложения обнаружено не было, однако довольно активно ведет себя концепт SIBERIA в объектных словосочетаниях, в которых Сибирь стоит на позиции дополнения. Так, наиболее представленным словосочетанием по формуле

«глагол + Siberia» является *survive in Russia* (выжить в России)⁷⁴. В силу сложных климатических и социальных условий жизнь в Сибири представляется не как «жизнь» в привычном для Европы понимании этого концепта, сколько выживанием. Сибиряки, в прямом смысле этого слова, вынуждены бороться за свою жизнь.

Анализ объектных словосочетаний типа «существительное + Siberia» показал, что наиболее часто управление в словосочетании оформляется при помощи предлога *IN*⁷⁵. Это характеризует Сибирь как пространство, в котором может что-либо располагаться и что-либо происходить.

В ретроспективных медиатекстах встречаются объектные словосочетания, актуализирующие концептуальный признак Сибирь – это место ссылки, такие как *to exile to Siberia – сослать в Сибирь*, *to move to Siberian colony – отправить в Сибирскую колонию*, *to set to Siberia – отправить по этану в Сибирь* и т.п.

В атрибутивных словосочетаниях на позиции определяющего слова прилагательное *SIBERIAN* может выражать принадлежность к сибирской географии, принадлежность к российским реалиям, принадлежность к сибирской самобытности⁷⁶.

Главные стереотипы о Сибири, существующие в медийной картине мира британцев, названы в самом издании: «*You know the place: bears, vodka, oil, very big, awfully remote, once filled with political prisoners*» (*Как мы знаем это место: медведи, водка, нефть, очень большая, невероятно далекая, когда-то заселенная ссыльными*) [05.01.2017]. Начало предложения представляет собой интеракцию с читателем, предполагающую, что журналист перечисляет известные, распространенные в обществе факты. Данные стереотипы находят свое подтверждение в вышеописанном анализе концептуальных связей и лексической сочетаемости концепта «Сибирь». Это говорит о том, что не Сибирь получает определенную окраску в силу существующих стереотипов, а стереотипы продолжают существовать по причине регулярного их подтверждения. Однако, несмотря на кажущуюся критичность вышеназванных стереотипов, в британских СМИ существуют выражения «*dare-we-call-it-Siberia*» (*это то, что*

мы зовем Сибирью), «*dare-we-call-them-Siberian*» (Это те, кого мы зовем сибиряками). Они доказывают, что данные стереотипы имеют нейтральные, а в ряде случаев и положительные коннотации. Так, например, Сибирь рассматривается, как «*a frozen, cold, wild place*» (морозное, холодное, дикое место), а сибиряки – как храбрые, отзывчивые и свободолюбивые люди⁷⁷. Возможно, даже правильнее будет сказать, что Сибирь удивляет людей-не сибиряков своей самобытностью. Она не только по сравнению с их страной, но и по сравнению с Россией другая, особенная, поэтому в медиатекстах британских СМИ, посвященных Сибири, используется более выразительная лексика. Так, например, для описания диковинных сибирских реалий также используется транслитерация, т.е. передача русского слова при помощи английских букв: «*I watched out for differences in the izbi (Siberian huts). Our matronly provodnitsa (conductress) made regular appearances, checking tickets, selling pirozhki (stuffed buns) and handing out clean bedding. It was piercingly cold outside, minus 20C or so. The smell of fried potatoes and solyanka (a greasy thick soup with salty cured meats, sausages, olives, dill and sour cream) led us to the small dining car with its cherry-red faux leather seats...*». Что примечательно, автор подражает и грамматическим особенностям русского языка, используя слово IZBI, и особенностям русского названия погоды – minus 20C. Более того, только в текстах, актуализирующих концепт «Сибирь», мы наблюдаем использование названия России путем транслитерации: ROSSIYA («*Another seven days on the Rossiya*» – еще 7 дней в России). Это представляется интересным в рамках сравнения концептов «Сибирь» и «Россия», которое обнаруживает некое противоречие между Россией-RUSSIA и Россией-ROSSIYA, объективированной в концепте «Сибирь». Данное противоречие говорит о существовании в британской медиа картине мира двух точек зрения на Россию: Россия как игрок мировой арены, нарушитель мирового спокойствия (RUSSIA) и истинная Россия, привлекающая своей природой и самобытностью (ROSSIYA, Siberia) – в The Guardian в весенней статье 2016 года о путешествии в Сибирь читаем: «*one that shakes up preconceived ideas about Russia and offers an insight into the Russian psyche*».

Кроме этого, в рамках британских медиа разрабатывается два антонимичных метафоричных образа Сибири: SIBERIA is a FAIRY TAIL (сказка), SIBERIA is a HELL ON EARTH («ад» на земле). Это связано с двойкой природой концепта «Сибирь». С одной стороны, было отмечено, что в британской меди картине мира Сибирь рассматривается как место с богатой природой, способное вдохновлять, заряжать человека энергией. С другой стороны, с точки зрения истории Сибирь – это место для ссылок неугодных государству людей.

В рамках первой метафоры, говорящей о том, что «Сибирь – это сказка», можно отметить следующие концептуальные признаки и тенденции: во-первых, в Сибири есть то, что для европейских жителей представляется диковинным – просторы и снег^{78,79}. Стоит отметить выразительность лексики, используемой для описания сибирской земли: использование имен прилагательных, обладающих яркой эмоциональностью, способствует созданию образа Сибири необыкновенной, диковинной.

В рамках метафоры «Сибирь – это ад на земле» стоит говорить, скорее, об исторических фактах, нежели о современной действительности⁸⁰. В современной прессе историческая ретроспектива используется в просветительских целях, а также в целях переосмыслить известные факты и в некоторой степени обелить образ Сибири как места для ссылок⁸¹.

Также в рамках британской медийной картины мира существует устойчивое выражение *Trans-Sibbers* (*Транссиберы*), образованное типичным для английского языка суффиксальным способом, а именно присоединением суффикса *-er*. Существительное с таким окончанием обозначает лицо, производящее действие, выраженное глаголом, от которого оно образовано и в данном случае относится к путешественникам, едущим по Транссибирской магистрали⁸².

Эмпирической базой исследования послужили статьи, опубликованные в *The Guardian* в период с марта 2016 по апрель 2017 года, общим количеством 63. Выборку исследования составляет весь корпус статей, главной темой которых

является Сибирь. За единицу контент-анализа были приняты концептуальные признаки, определенный в рамках концептологического анализа концепта «Сибирь».

Таблица 6 – Категориальный аппарат контент анализа

Категория	Позиция классификатора, концептуального признака концепта «Россия»
Сибирь – сказка	Сибирь – это природа
	Сибирь – это пункт назначения туристов
Сибирь – ад на земле	Сибирь – это место ссылки, тюрьма
	В Сибири люди не живут, а выживают
Нейтральные признаки концепта «Сибирь»	Сибирь – это суровый климат, холод, мороз
	Сибирь – это индикатор климатических изменений
	Сибирь – это Транссибирская магистраль

Основным концептуальным признаком Сибири является ее холодный климат. В 71% текстов Сибирь описывается через мотивы зимы, мерзлоты, заснеженности: WINTER – 18%, SNOW – 22%, COLD – 11%, FROZEN – 9%, ICE – 40%. Более половины всех медиатекстов о Сибири (59%) говорят о сибирской природе, притом в 47% из них природа является главным объектом, в то время как 12% обращаются к описанию природы косвенно, в рамках какой-либо другой темы. Чаще всего природа Сибири представляется через такие лексемы, как FOREST – 20%, TAIGA – 15%, WILDERNESS – 14%, TUNDRA – 6%. В 40% случаев концепт Сибирь актуализируется через животных: BEARS – 10%, WOLVES – 8%, REINDEER – 22%. Слово NATURE – природа в прямом переводе с английского на русский язык – встречается на удивление редко, только в 5% случаев.

В 22% исследуемых текстах актуализируется концептуальный признак Сибирь – место для ссылки, тюрьма. Чаще всего он выражается через лексему PRISON (*imprisonment*) – 64%, EXILE – 24%, COLONY – 12%. 15% всего массива медиатекстов затрагивают алкогольную тему: ALCOHOL – 40%, VODKA – 31%, SURROGATE – 16%, BOYARYSHNIK – 13%.

В каждом третьем тексте Сибирь определена как отдаленная от Европы местность, в этой связи Сибирь представляется как место для путешествия, однако не традиционного, а приключенческого, экстремального: ADVENTURE – 3%, TRAVEL – 46%, JOURNEY – 27%, EXTREME – 24%.

Отдельный интерес представляют слова, которые не удалось категоризировать, однако по частоте использования они не уступают другим: так как Сибирь является часть России, в текстах 111 раз использовано слово RUSSIA. Будучи природой в ее первоначальном виде сибирская местность чувствительная к климатическим изменениям. Несмотря на очарование сибирских далей, в медийной картине мира жизнь в Сибири, как в месте далеком от цивилизации, представляется как выживание. Отдельным концептом, который складывается в британской медийной картине мира можно назвать TRANS-SIBERIAN RAILWAY. К ядру концепта следует относить лексему SIBERIA (247), которая является основным и единственным репрезентантом исследуемого концепта.

Таблица 7 – Частотность употребления лексем, актуализирующих основные признаки концепта «Сибирь»

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Сибирь – сказка			
Природа	NATURE	7	5
	WILDERNESS	23	14
	FOREST	31	20
	TAIGA	24	15
	TUNDRA	8	6
	REINDEER	34	22
	WOLVES	13	8
	BEARS	15	10
Итого:		155	100
Место для путешествий (destination)	EXTREME	14	24
	ADVENTURE	2	3
	JOURNEY	16	27
	TRAVEL	26	46
Итого:		58	100

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Сибирь – «ад» на земле			
Сибирь – тюрьма, место для ссылок	PRISON	32	64
	COLONY	6	12
	EXILE	12	24
Итого:		50	100
Не жизнь, а выживание	SURVIVE	21	100
Итого:		21	100
Распространенность алкоголя	ALCOHOL	18	40
	VODKA	14	31
	SURROGATE	7	16
	BOYARISHNYK	6	13
Итого:		46	100
Нейтральные концептуальные признаки			
Транссибирская магистраль	TRANS-SIBERIAN RAILWAY	23	100
Итого:		23	100
Индикатор климатических изменений в мире	CLIMATE CHANGE	11	100
Итого:		11	100
Сибирь – это суровый климат, холод и мороз	COLD	24	11
	FROZEN	21	9
	ICE	89	40
	WINTER	40	18
	SNOW	49	22
Итого:		223	100

Распределение тем в рамках номинативного поля концепта «Сибирь» отражено в таблице 8.

Таблица 8 – Встречаемость когнитивных признаков концепта «Сибирь»

Концептуальный признак		Встречаемость в текстах, %
Сибирь – сказка	Сибирь – это природа	26
	Сибирь – место для путешествия (destination)	10
Сибирь – это ад на земле	Сибирь – это место для ссылок	9
	Здесь люди не живут, а выживают	3
	Распространенность алкоголя	7

Концептуальный признак	Встречаемость в текстах, %	
Нейтральные признаки концепта «Сибирь»	Сибирь – суровый климат, холод и мороз	39
	Сибирь – это Транссибирская магистрали	4
	Сибирь – индикатор климатических изменений в мире	2

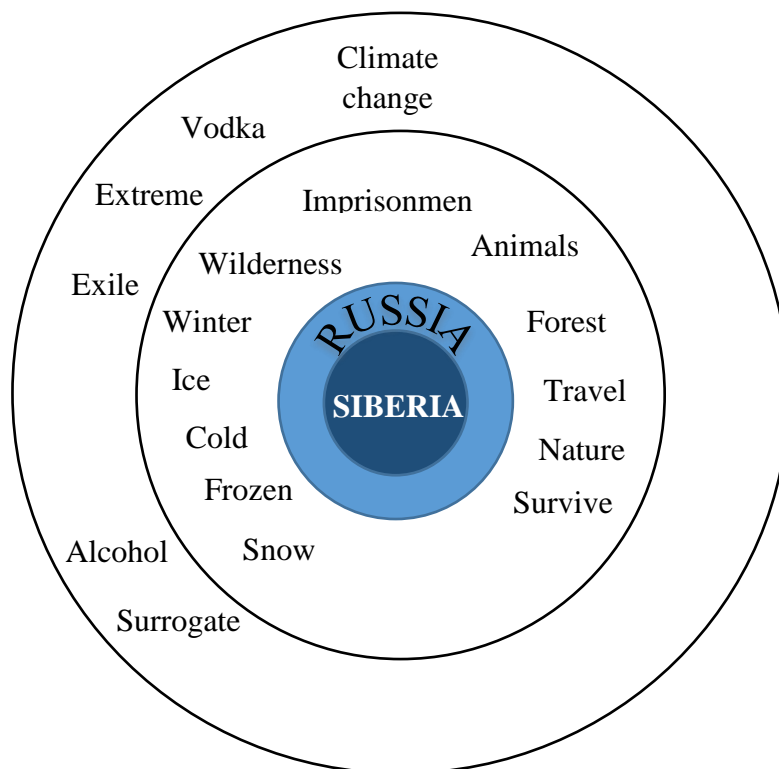


Рисунок 4 – Полевая структура концепта SIBERIA



Рисунок 5 – Полевая структура концепта «Сибирь»

2.2.2 Методы генерации визуального образа Сибири

Для анализа визуального образа Сибири было отобрано 63 журналистских произведения, 18 из них относятся к жанру news (30%), 17 – к features (28%), 14 – фотоистории (21%) и еще 14 (21%) мы отнесли к категории «другие жанры», так как они не обладают явными чертами вышеназванных жанровых категорий и не представляют интереса для рассмотрения с точки зрения своего значения при формировании визуального образа в силу нулевой креолизованности. Притом в 45% случаев количество визуальных элементов в одном материале – более 5 штук, в 20% – более 10 штук, и это значащий факт, особенно в свете того, что в медиатексте о России, наоборот, преобладают тексты, сопровождающиеся одиночной фотографией. Такая жанровая структура медиатекста и его визуальная наполненность являются следствием того, что Сибирь не играет роли «нюсмейкера» и интересна для издания только как «модель», чья экстраординарность и самобытность привлекает читателей.

Подтверждением этому служит и степень креолизации медиатекста. Так, лишь 20% обладают нулевой креолизацией, в таких текстах изображение присутствует, но не играет никакой роли для семантического наполнения. 45% креолизованы частично, изображение сопровождает вербальный текст, иллюстрирует информацию, которую намерен передать автор, однако текст и фотография могут существовать автономно и независимо друг от друга. 35% медиатекстов можно отнести к полностью креолизованным, в них текст и изобразительные элементы предстают как единое целое, и невозможно прочтение медиатекста по частям, так как смысл текста заключен именно в совокупности визуального и вербального. К полностью креолизованным медиатекстам можно отнести все фотоистории и некоторые тексты жанра features, в которых текст отсылает к тому, что изображено на фото.

Визуальная информация в медиатексте о Сибири представлена в основном двумя типами: фотографии и карты. Всего в рамках исследования было проанализировано 184 визуальных элемента (из них 177 – это фотографии, а 7 – карты). Вставка карты преследует исключительно прагматические цели: редакция не рассчитывает на то, что его читательская аудитория в курсе географии России, тем более, что зачастую речь идет об отдаленных территориях, и карта помогает составить представление о приблизительном месте действия и его отдаленности от центральных городов России. Фотография, в свою очередь, это не документ, который является доказательством описываемых в тексте событий, а иллюстрация к реалиям, о которых целевая аудитория в большинстве случаев не имеет понятия. Поэтому главные функции изображения в данном случае – иллюстративная и разъяснительная.

Анализ также показал, что визуальный образ Сибири создается с помощью таких стратегий, как описание жизни сибирских поселенцев и пейзажное описание природы сибирского региона.

В формировании визуального образа Сибири через описание жизни сибирских поселенцев значительную роль играет портретная фотография, изображающая «indigenous people» – коренные северные народы и просто

сибиряков, живущих в городах и селах (здесь и далее в параграфе 2.2.2 упоминаются фотографии из приложения В). Портреты помимо штрихов психоэмоционального портрета сибиряка (мудрость, безмятежность, тоска) также содержат детали местного сибирского колорита: костюмы с этническими узорами, меховые унты, большие шубы (рис В.1 – рис В.3). Яркие платки с узорами контрастируют с неизменно белым пустынным фоном, детали костюма подтверждают читательский стереотип о предельных морозах, но люди на снимках улыбаются, несмотря на суровый климат. Важные для образа сибиряка черты: одиночество, кочевничество, оторванность от цивилизованного мира. Рисунок В.4 можно назвать групповым портретом кочевого племени. Снимок построен на контрасте: белая бесконечная пустыня, на фоне которой изображено кочевое племя с высоты птичьего полета. Композиция фотоснимка умышленно неустойчивая: нижняя часть значительно «тяжелее» верхней, и это усиливает внутреннюю динамику, передает движение этой толпы. Психика человека устроена таким образом, что инстинктивно он воспринимает верхнюю часть фотографии как небо, а нижнюю – как землю. И благодаря композиции этого изображения создается впечатление, что кочевники устремлены вперед и ввысь – в небо. Что интересно, подспудно создается эффект движения в сторону от читателя, для него эти люди не только идут куда-то (а на фото нет конечной цели, которую хотят достичь кочевники), они именно уходят, покидают насиженное место и отправляются в неизвестном направлении, что довольно тонко передает суть и природу кочевничества в целом.

На рисунке В.5 изображена типичная для местных семья. На первый взгляд нетрадиционным для семейной фотографии является отсутствие явного сюжетно важного композиционного центра. Казалось бы, что сюжетным центром должен быть отец семейства, однако в данном снимке композиция разомкнута, а внимание читателя рассеивается сразу на несколько лиц, что вызывает естественную потребность остановить свой фокус на чем-либо одном. Таким образом фотограф намеренно делает акцент на том, какая же семья большая, что не привычно для европейской аудитории.

Более того, сибиряк – человек, максимально близкий к природе. Например, на рисунке В.6 отсутствуют привычная для глаза линия горизонта, пространство изображения заполнено неравномерно, а внутренняя динамика снега и облаков, направленная «вглубь» фотографии, создает эффект перспективы: белая пустыня простирается далеко за пределы видимости не только объектива камеры, но и человеческого глаза. Фотограф будто говорит: можно сколько угодно вглядываться в горизонт, его там нет. Однако данный снимок интересен с точки зрения изображения на нем человека: девушка, лица которой не видно, запечатлена в неестественно «воздушной» позе, она стоит спиной к предполагаемому горизонту, она, в отличие от фотоаппарата и читателя, не ищет горизонт, она словно плывет по ветру, не сопротивляясь стихии, она растворена в этой природе.

Если анализировать одиночные фотографии, сопровождающие новости или тексты жанра features, можно отметить следующие тенденции. Во-первых, героями такого типа медиатекста зачастую становятся не представители коренных малочисленных народов, а жители сибирских городов и сел. Фотографии лишены национального колорита и этнической романтики, однако наполнены самобытностью и недоумением по поводу того, «как же они тут живут?».

Неотъемлемой составляющей изображения жизни сибирских поселенцев является описание их быта. Здесь, как и в случае с портретами, образ усложняется, так как, с одной стороны, быт сибиряков есть совершенно экзотический быт этнических меньшинств, а с другой, есть быт обывателей, который также удивляет привыкшего к комфорту европейца. Рис. 11, рис. 5, иллюстрируют быт ненцев, ведущих кочевой образ жизни. Здесь мы видим чум в разобранном виде, ковры, олени шкуры. Рис. 12, 13, 14, 15 описывают жизнь среднестатистического поселения, в котором нет излишеств: один магазин, в котором баснословные цены в силу труднодоступности, уединенная церквушка, воду набирают прямо из рек. Во дворе вместо привычных автомобилей «припаркована» лодка. Тем не менее общее впечатление, создаваемое

фотографиями позитивное, они имеют, скорее мажорную модальность, о чем свидетельствуют и подписи к фото: «strong community spirit and feels generally happy despite its isolation».

Таким образом, формируется визуальный образ сибирского поселенца. Формирование устойчивой и уравновешенной композиции в кадре, использование линий Хогарта и принципа золотого сечения позволяют отнести фотографии к жанровым. Фотограф преднамеренно выбирал ракурс и точку съемки, делая снимок приятным для восприятия. При помощи акцентов, светотени, цветовых решений фотограф управляет вниманием смотрящего, заставляя его останавливать взгляд, не просто пролистывать фотографии, а изучать их содержимое.

Исходя из анализа можно сделать вывод, что сибиряк – это и представитель этнических меньшинств, и менее экзотичный житель сибирского города, у которых, однако, много общего. Сибиряк – кочевник, который постоянно уходит и никогда не достигает точки назначения, потому что ее попросту нет. Он старик, чье лицо испещрено морщинами, но он стар не столько от возраста, сколько от трудной жизни. Он мудр. В его быту отсутствуют излишества. Он религиозен. Он закален и сибирскими морозами, и сложностями жизни, поэтому он внутренне спокоен и безмятежен. Он семьянин, у него большая семья и много детей. Его жизнь зависит от животных, рядом с ним всегда есть олени или собаки. Он живет вдали от цивилизации, на широком просторе, уединенно.

Вторым пунктом анализа визуального образа Сибири является исследование пейзажей сибирского региона. Всего от общего числа анализируемых фотографий, пейзажные снимки занимают 55%. Из них 70% – фотографии с изображением зимних пейзажей, а 30% – летних.

Красота и простор сибирской природы становятся главным мотивом, эксплицируемом в сибирском медиатексте. С одной стороны, таким образом подчеркивается такой концептуальный признак Сибири, как «пункт назначения для туристов» (здесь действительно есть на что посмотреть), с другой стороны,

таким образом указывается на хрупкость природы и ее уязвимость (эту красоту нужно защитить от пагубного влияния человека).

2.2.3 Особенности образа автора в медиатексте

Жанровое своеобразие медиатекстов о Сибири (для анализа было отобрано 63 журналистских произведения, 30% из них относятся к жанру news 28% – к features (28%), 21% – фотоистории) уже говорит о повышенной роли автора в медиатексте о Сибири, потому что он не просто колумнист, аналитик или информатор, он – проводник в тайный мир Сибири, с его помощью среднестатистический читатель The Guardian совершает виртуальное путешествие в отдаленные уголки Сибири, где он лично, возможно, никогда побывает.

Рассмотрим авторский образ в текстах жанра feature, которые, исходя из предмета повествования, можно отнести к травелогу, и модус которых – модус личного опыта. Так, в статье «Russia: solitude in Siberia» (31.05.2013) стиль повествования похож на личный дневник журналиста, удельный вес автора более 50% (только местоимение I встречается в тексте 67 раз, my – 13, me - 3)⁸³.

По шкале выявленности авторское начало в данном тексте стоит на отметке «откровенное Я», однако, стоит оговориться, что «яканье» и такая роль автора в тексте не вызывают отторжения, у читателя не возникает ощущения, что автора много, потому что это было одним из требований к нему: рассказать о своем опыте. Автор в этом случае лишь отвечает на запрос аудитории. Более того, журналист не насыщает текст субъективными прилагательными, которые давят на читателя, он именно пересказывает случай из своей интересной жизни, используя большое количество глаголов, что придает тексту динамику. В данном контексте важно отметить и то, что на фотографиях, сопровождающих текст, присутствует сам журналист. Он – главный герой текста.

Подобная ситуация наблюдается и в материале «On board the Trans-Siberian Railway for a centenary ride» [12.11.2016], в нем автор так же на себе испытывает

сибирскую жизнь и рассказывает о своем опыте читателю. С формальной точки зрения удельный вес автора здесь значительно ниже, лишь 21%, однако авторское начало хоть и не выражено при помощи соответствующих лексических средств, присутствует практически в каждом абзаце, потому что аудитория не просто читает фактологическую информацию, но и воспринимает действительность глазами журналиста, так, в нижеприведенном отрывке автор с грамматической точки зрения обращается к читателю: «*to understand the Trans-Siberian journey, you need to look out of the window*», но смысловой подтекст этой фразы следующий: чтобы понять, что же такое путешествие по транссибирской магистрали, я выглянул в окно. Таким образом, автор стоит за текстом, но не называет себя, не делает себя героем статьи, как это было в предыдущем примере^{84,85}.

Еще один типичный для сибирского медиатекста образ автора – автор-наставитель. Он появляется в статьях, главная цель которых – рассказать о какой-либо актуальной для региона проблеме, разъяснить ее причины и, вместе с тем, дать отповедь виновникам. Модус текст можно, скорее, назвать модусом нотации⁸⁶.

2.2.4 Особенности образа адресата в медиатексте

Главной характеристикой адресата медиатекста о Сибири является его любознательность, о чем свидетельствует включение обширного бэкграунда и частота употребления объяснительных конструкций, включение в медиатекст географических карт и ссылок на дополнительные источники – всего того, благодаря чему читатель может подробнее узнать о предмете повествования – Сибири. Даже фоторепортажи, которые в большинстве случаев редакция сопровождает скупыми подписями, в случае сибирского медиатекста становятся информационно наполненными. Подпись к фотографии становится полноценным информационным агентом, в нее помещаются данные, которые могут быть полезны читателю для интерпретации визуальной информации. Так,

например, фоторепортаж из лабораторий сибирского Академгородка сопровождается такими подписями^{87,88}.

Так как основным информационным поводом для статей о Сибири являются инфоповоды из экологической сферы общества, адресат приобретает такой параметр, как обеспокоенность экологическим состоянием планеты, становится природным защитником, который хочет сохранить видовое разнообразие. Позитивная лексика, используемая для описания защитников природы, способствует самоидентификации аудитории, сопоставляющей себя с ними⁸⁹.

Что не менее важно, автор вступает с адресатом в прямую интеракцию. Он обращается к нему с местоимением YOU и предоставляет возможность выразить свою общественную позицию, присоединиться к пулу защитников природы: *You can become a tiger protector with the WWF here*. Авторитетным для адресата в данном случае являются мнения специалистов, ученых, общественных деятелей, вследствие чего тексты наполняются оценками экспертов⁹⁰.

В медиатексте о Сибири часто встречается повествование от 2-го лица, которое помогает адресату почувствовать свое присутствие в тексте, а автору – сократить дистанцию с читателями. Превалирующий тип YOU-повествования говорит и о том, что автор очень хорошо понимает своего читателя, потому что он один из них (отождествление себя с читателем). YOU-категории позволяют нам считать черты, которыми автор напрямую наделяет своего читателя. Зачастую это стремление к духовному развитию, богатый внутренний мир⁹¹.

Медиатекст о Сибири, как и о России, богат вопросительными предложениями, однако это не вопросительно-ответные конструкции, которые призваны вовлечь читателя в диалог с автором, структурировать сложное повествование и направить мысль читателя в нужное русло, а риторические вопросы, которые приглашают читателя к размышлению. Зачастую автор не знает ответа на вопрос, который сам же ставит, и причина этому – то, что ответ на данный вопрос у каждого читателя свой⁹².

Еще одним индикатором осознания автором своей аудитории является предугадывание реакции читателя по типу «это не, что вы могли подумать». Наличие в тексте таких фраз говорит о сложившихся у адресата мыслительных конструктах, шаблонах и стереотипах об описываемых явлениях. Так, например, для адресата The Guardian Сибирь – это глушь⁹³.

О желании разрушить читательские стереотипы о Сибири говорит и нестандартная актуализация оппозиции «свой – чужой». Адресат через YOU-категорию соотносится с автором и идентифицируется с ним по такому признаку как любовь к Сибири. «Свои» в этой оппозиции не имеют национальных, возрастных, социальных параметров, «свои» - это все, кто испытывают любовь к данному месту, несмотря ни на что, а «чужие» - те, кто не понимает ее прелесть⁹⁴.

Кроме этого, герои текстов, которые описываются как простые люди, преодолевающие трудности, выживающие в сложных условиях, не теряющие жизнелюбия, представляются адресату как «свои». Это выражается в возвышенной лексике и приподнятой тональности^{95,96}.

Что немаловажно, медиатекст о Сибири изначально пишется с установкой на любовь читателя к Сибири как к потенциальному месту для путешествия. Популярность жанра травелог подтверждает то, что адресат – путешественник, турист. Эта исключительная любовь к Сибири выражается и в экспрессивной лексике. Так, сибиряки – отличные друзья: *«there are no people who make more faithful friends»*, пейзажи здесь *«too engrossing, too hypnotic»*, место *«draw a steady stream of tourists to its stunning scenery»*. В Сибирь влюбляются *«despite the bone-chilling cold»* (вопреки жуткому морозу) [28.01.2016]. Через лексическую характеристику текста мы можем судить о том, что автор излагает сибирскую действительность своей аудитории в категориях позитива и восхищения.

Таким образом, адресат медиатекста о Сибири в The Guardian – любознательный, увлеченный путешественник или турист с богатым внутренним миром и установкой на саморазвитие и духовное совершенствование. Он открыт миру, чужд стереотипов, ценит красоту

окружающего его мира, ратует за сохранение экологии на планете, является защитником природы. Он любит Сибирь вопреки морозам и сложностям, с которыми здесь неизбежно сталкивается человек, и восхищается местными жителями.

2.3 Медiateкст о России в The New York Times

2.3.1 Средства и способы актуализации концепта «Россия»

В медиатексте о России в The New York Times не удалось провести условной границы, позволяющей установить его тематическую динамику, однако удалось выявить 4 стабильных кейса, получивших развитие в период с марта 2016 по апрель 2018 года:

- Russian doping scandal;
- Агрессивная внешнеполитическая стратегия;
- Russian Hacking and Influence in the U.S. Election;
- Экономика государства.

Первые два этапа анализа структуры концепта «Россия» – определение ключевых слов, синонимов и антонимов концепта – в издании The New York Times выявили те же лингвистические тенденции, что были отмечены в The Guardian. Так, обозначение ключевых слов концепта. Концепт «Россия» в языковой картине мира американцев актуализируется путем наименования реального объекта, страны при помощи лексемы RUSSIA и использования официальных названий RUSSIAN FEDERATION и RUSSIAN STATE⁹⁷. Главными контекстуальными синонимами так же стали лексемы PUTIN⁹⁸, MOSCOW⁹⁹, KREMLIN¹⁰⁰. Контекстуальными антонимами концепта «Россия» в большинстве случаев являются WEST и NATO.

Следующие пункты исследования, однако, обнаружили значительные различия между британским и американским медиадискурсом как в

тематическом разнообразии статей, так и в формировании номинативного поля концепта.

Общим тематическим кейсом выступает «Russian doping scandal», в рамках которого RUSSIA вступает в привативные оппозиции с концептом CORRUPTION как в значении «экономическая коррупция», так и в значении «spoil», встающим на подчиненную позицию¹⁰¹.

Экономическая коррупция, в свою очередь, становится причиной допинговой неразберихи в стране, притом в России, согласно американскому медиатексту, коррупция процветает не только в спорте, но и во всей социально-политической системе страны¹⁰².

В остальном же концептуальные связи, в которые вступает концепт «Россия» с другими концептами американской медийной картины мира, совпадают с теми, которые были названы в параграфе 2.2 данного исследования. Наблюдается прочная привативная оппозиция с концептом DOPING и эквивалентная концептами CHEAT, SCANDAL¹⁰³.

Справедливы так же и дизъюнкции, как CLEAN SPORT (чистый спорт), HONESTY (честность), FAIR/FAIRPLAY (справедливость, игра по правилам).

В ходе исследования лексической сочетаемости было обнаружено, что когнитивный признак концепта «Россия» в британской медийной картине мира, который мы обозначили как «Россия – государство, которое должно быть наказано», видоизменяется. С точки зрения американского медиатекста Россия – государство, которое, в первую очередь, должно признать свою вину и повиниться.

Кейс «Агрессивная внешнеполитическая стратегия» также присутствует в американском медиатексте, однако реализуется менее категорично, нежели в британском. Отчасти это связано с тем, что зачастую США наряду с Россией является участником вооруженного конфликта и так же предпринимает военные действия. Отсюда вытекает устойчивая привативная связь с концептом WAR, а так как имплицитно Россия и США представлены равносильными оппонентами, представляющими разные полюса конфликта, наибольшую разработанность в

данном аспекте показывает подкатегория WAR как WEAPON, что актуализирует в медиатексте образ гонки вооружений^{104,105}.

Особенно стоит отметить стабильную эквивалентную связь RUSSIA с концептом NUCLEAR POWER. Будучи наиболее сильным и угрожающим видом оружия, ядерное оружие становится мерилom военной мощи государства, притом ситуация с ядерным обеспечением приобретает в СМИ окраску гонки двух сильнейших держав^{106,107}.

В связи с этой тенденцией RUSSIA вступает в партитивные отношения с концептом COLD WAR¹⁰⁸. Притом «новую» Холодную войну в иноязычной прессе называют более сложным явлением из-за нового оружия – INFORMATION WAR.

То, что главной дизъюнктивной оппозицией России в данном контексте выступает концепт «МИР» и как WORLD, и как PEACE, остается справедливым и для американского медиатекста. Притом дизъюнктивной оппозицией по отношению к России наряду с концептом WEST становятся PENTAGON и NATO¹⁰⁹ и WE-коллективное, заключающее в себе американскую власть, народ США, демократичные государства¹¹⁰.

Лексические связи слов-репрезентантов концепта не обнаруживают отличных от британского СМИ тенденций. Однако интересным является то, как лексически выражается позиция США и Британии по отношению к России. Если Британия занимала позицию невмешательства и поддержки действий НАТО в отношении России, то США становится на активную позицию противодействия России и защиты мира. Отсюда превалирующее количество объектных словосочетаний по формуле «глагол + Russia» с глаголами ограничения и подчинения (*to encircle Russia, to limit Russian power, to maintain restrictions on Russia, America Keeps an Eye on Russia*), с глаголами борьбы (*to struggle against Russia, to fight Russian-backed separatists*), с глаголами защиты (*to defend against Russia's information war, to protect itself against Russian invaders, to secure hegemony against Russia*).

Важную роль в этом компоненте играет предлог, оформляющий управление. В концептуальном отношении мы делаем акцент не на пространственных, временных, причинных предлогах, а на тех, которые могут выражать отношение двух объектов (*with, against, from*): *to expect from Russia* (*ожидать от России*), *to deal with Russia* (*иметь дела с Россией*), *to protect against Russia* (*защищать от России*). Однако в американском медиатексте наиболее часто употребляемым предлогом становится предлог *against* (от, против), что подтверждает состояние конфронтации между государствами. Таким образом, в подобного рода словосочетаниях актуализируются концептуальные признаки подчинительного характера. Россия – это страна, за которой нужно следить, действия которой можно и нужно сдерживать, другими словами, Россия предстает как объект политических действий: *to monitor Russian submarine* (*следить за российскими подводными лодками*); *to deter Russian aggression* (*сдерживать агрессию России*); *to avoid giving Russia any pretext* (*не давать России предлога...*); *intended to smear Russia* (*призван очернить Россию*).

На позиции подлежащего RUSSIA в данном кейсе, в первую очередь, взаимодействует с глаголами военной семантики. Глаголы этой категории актуализируют признак способности совершать военные действия (вооружаться, разоружаться, вводить войска, участвовать в войне, побеждать, проигрывать): *Russia continued bombing* (*Россия продолжила бомбардировку*); *Russia is modernizing its arsenal* (*Россия улучшает свой арсенал*); *Russia expands submarine fleet* (*Россия расширяет флот подводных лодок*). Также сказуемым может выступать глагол с «дипломатическим» смыслом, он объективирует Россию как часть глобальной политики и позиционирует Россию как страну, которая может подписывать соглашения, вести переговоры или отказываться от них, ставить в безвыходное положение других участников политического процесса, пользоваться сложившейся в мире ситуацией: *Russia thwart talks* (*Россия сорвала переговоры*); *Russia stymie ambitions* (*Россия воспрепятствует амбициям*); *Russia exploits migrant crisis* (*Россия использует ситуацию с мигрантами*).

В грамматических основах зачастую подчеркивается желание России «усилить», «расширить» сферу влияния, «ослабить Запад»¹¹¹. Россия – страна, которая переступает через международное право, писанные и неписанные законы и принципы международного сотрудничества, и лексически подчеркивается ее разрушительный потенциал. Главное желание страны и суть ее внешнеполитической стратегии выражено устойчивой фразой «Make Russia great again»¹¹².

Глаголы обладания (*to have/has, to maintain, to possess, to own*) актуализируют признак обладания Россией какими-либо характерными чертами, наличия чего-либо в распоряжении России: *Russia had more than 11 million foreigners living in its territory (В России проживают более чем 11 миллионов иностранцев)*.

Глаголы перцепции (восприятия – *to listen, to hear, to look, to see, to feel*), интенциональные (обозначающие внутреннее состояние, ощущения, процессы жизнедеятельности – *to hope, to believe, to enjoy, to know, to remember, to worry*), глаголы речи (обозначающие способность говорить – *to speak, to tell, to say*) наделяют Россию человеческими качествами, персонифицируют ее, тем самым формируя антропоморфную концептуальную структуру. *Russia deserve (Россия заслуживает); the way Russia views NATO (то, как Россия воспринимает НАТО)*.

В атрибутивных словосочетаниях RUSSIA на позиции определяемого слова сочетается с дименсиональными прилагательными, которые в большинстве случаев относятся к размерам территории России (*big - большой, giant - гигантский*) и характеризуют ее как самое большое государство: *largest country on earth (самая огромная страна на Земле), the world's biggest country (самая большая страна в мире)*.

По объективным причинам особое место в The New York Times занимают материалы, посвященные президентским выборам в США и роли России в их исходе, которые составили материальную базу для кейса «Russian Hacking and Influence in the U.S. Election».

RUSSIA встает на место подлежащего и сочетается с глаголами разных семантических групп. Глаголы надежды, желания, намерения призваны подчеркнуть целенаправленность действий России в отношении случившегося и преувеличить ее роль манипулятора¹¹³. Глаголы влияния и воздействия вновь актуализируют негативные признаки концепта: *Russia interfered in the 2016 presidential election, Moscow had meddled in foreign elections* (Россия вмешалась в президентские выборы 2016, Москва влезла в зарубежные выборы). Методом воздействия выступают хакерские атаки и кебрпреступления: *Russians have hacked into the D.N.C. (Русские взломали ДНС), Kremlin hacked America (Кремль «взломал» Америку)*. Стоит обратить внимание, что для описания явлений данного кейса используется лексика военного толка, что говорит о милитаризации английского языка в *The New York Times*, а, значит, и о сращении концептов «Россия» и «Война». Настойчивое употребление слов военной сферы в описании общественных и политических реалий может спровоцировать закрепление в массовом сознании американцев ассоциации России с агрессией, разрушением, войной. Уже сейчас наблюдается тенденция описывать любое действие РФ как нарушение установленных в мировом сообществе конвенций и преступление закона ради установления гегемонии.

В объектных словосочетаниях RUSSIA наиболее активно взаимодействует с глаголами со смыслом разоблачения: *to investigate Russia (раскрыть Россию), to bring to public light Russian «fake news» (пролить свет на русские «фейки»)*. «Проливать свет» на правду представляется в газете как единственный верный способ вест борьбу на информационном фронте.

В качестве атрибутива RUSSIA сочетается со словами, подчеркивающими «подпольность» и тайность деятельности по вмешательство в ход выборов: *Russia conspiracy, Russia collusion, Russian fakes (Русский заговор, русский сговор, российские фейки)*.

Экономический кейс включает в себя материалы, посвященные санкциям США и актуализирует экономикоцентричные черты американского медиадискурса. За свою агрессивную внешнеполитическую стратегию Россия

вынуждена расплачиваться экономическим кризисом, вызванным санкциями, о чем говорят эквивалентные оппозиции с концептами SANCTIONS и CRISIS. Привативные оппозиции выстраиваются с концептами природных богатств, которыми обладает Россия, например, OIL.

В данном кейсе вновь возникает эквивалентная связь с концептом CORRUPTION в значении «коррупция» и с концептом OLIGARCHY¹¹⁵. Также анализ выявил, что при помощи лексических манипуляций в медиатексте The New York Times вокруг экономического кризиса в России создается атмосфера неопределенности, растерянности. Россия представляется как страна, которая лишь совершает попытки выйти из кризиса, берет время на раздумья, ищет пути отступления, но не находит. Таким образом, возникает устойчивое ощущение правильности выбранной США тактики, так как пока Россия думает, как ей не впасть в экономический кризис окончательно, она не ведет войну^{116,117}. В данном контексте читается недоумение, проходящее красной линией через экономическую аналитику, по поводу того, что русские поддерживают агрессивную внешнюю политику, несмотря на ее отрицательный эффект¹¹⁸.

Новый метафоричный и образный стереотип, закладывающийся буквально на глазах современников, – «*The Putin-Trump kiss*» (*поцелуй Путина и Трампа*) - он выражает критичном отношении американской нации к тому, как взаимодействуют президент Российской Федерации и кандидат в президенты США. Это может свидетельствовать о том, что состояние противостояния этих двух стран, глубоко сидит в менталитете американцев.

Для построение номинативного поля концепта «Россия» в медийной картине мира американцев был проведен контент-анализ, подробное описание метода изложено в параграфе 2.2 настоящего исследования. Всего было проанализировано 1244 материалов, вышедших в период с апреля 2016 по апрель 2018 года. В соответствие с алгоритмом контент-анализа и по опыту аналогичного исследования концепта «Россия» в медийной картине мира британцев нами был разработан категориальный аппарат, в который вошли

когнитивные признаки концепта, обнаруженные в ходе концептологического анализа.

Таблица 9 – Категориальный аппарат контент-анализа слов-репрезентантов концепта «Россия»

Категории	Пункт классификатора, когнитивного признака концепта «Россия»
Россия – внешнеполитический агрессор	Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени
	Государство, аннексировавшее Крым
	Государство-нарушитель миропорядка
	Государство, ведущее гонку вооружений
Россия – главный актер допингового скандала	Государство, обманывающее систему
	Государство, поддерживающее допинг
	Государство, которое должно признать свою вину
Россия – страна, которая «взломала» президентские выборы в США	Государство, вмешивающееся во внутривнутриполитические дела США
	Государство, ведущее тайную деятельность, которую необходимо расследовать
Россия – страна, пожертвовавшая экономическим развитием во имя мирового господства	Государство, которому нужно противостоять в том числе санкциями
	Государство в кризисе, выражающемся развитой коррупцией и олигархией

Прежде чем перейти к анализу вышеперечисленных классификаторов, стоит выявить частотность базовых слов-репрезентантов и их синонимов для установления процентного соотношения лексем, составляющих ядро и приядерную зону концепта «Россия». В The New York Times название концепта через лексему RUSSIA превалирует 56% (4768), на официальное наименование России – RUSSIAN FEDERATION приходится лишь 1% (17), синонимичное ему RUSSIAN STATE встречается с частотностью 2% (37). Чаше концепт «Россия» называют через сведение всего государства до столицы: лексема MOSCOW в значении «все государство» встречается в 13% случаев (646). Частный случай подобного рода метонимии – использование лексемы KREMLIN 6% (524). И обозначение страны через ее правителя встречается в 17% случаев: PUTIN – 17% (1039). Концептуальный признак «Россия – это россияне (RUSSIANS)» также

актуализирован в приядерной зоне концепта: упоминание российских граждан, русских, русских людей в тексте встречается в количестве 300 раз – 5%.

Таблица 10 – Частотность употребления ядерных и приядерных лексем концепта «Россия»

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Базовое слово-репрезентант концепта «Россия» и его синонимы	RUSSIA	4768	65
	PUTIN	1039	15
	MOSCOW	646	9
	KREMLIN	534	6
	RUSSIANS	300	4
	RUSSIAN STATE	37	0,5
	RUSSIAN FEDERATION	17	0,5
Итого:		7181	100

Качественный контент-анализ американских медиатекстов показал, что с главным признаком России является ее экономическая нестабильность, вызванная агрессивной внешней политикой страны. В рамках концептуального признака «Государство, которому нужно противостоять, в том числе санкциями» США предстает страной, стоящей на страже мирового порядка и интересов демократии во всем мире, которая для обеспечения порядка прибегает к наиболее эффективному методу борьбы с Россией – санкциям (в рамках концептуального признака вес слова SANCTIONS – 35%). Для выражения противостояния в медиатексте используется лексика борьбы (FIGHT/STRUGGLE – 17%). Конечной целью данного противодействия является защита от агрессора (PROTECT AGAINST/ DEFEND FROM - 36%, отметим, в данную категорию также вошли слова-контекстуальные синонимы secure, care, keep) и ограничение его влияния (LIMIT и синонимы encircle, control - 12%)

Для описания положения, в котором оказалась экономика страны, чаще всего используется слово CRISIS – 45%, главными признаками которого

становится неконтролируемая коррупция (CORRUPTION – 40%) и наличие в стране прослойки олигархии (OLIGARCH – 15%).

Для описания когнитивного признака «Государство, стремящееся к мировому господству» используются слова с ярко выраженной экспрессивной окраской, рисующие действия России как деспотизм и тиранию (TYRANNY/DESPOT – 22%). Режимом, который господствует внутри страны, и который она пытается навязать другим государства является авторитаризм (AUTHORITARIANISM/TOTALITARISM – 27%). Путь, выбранный Россией для достижения глобальных планов превосходства – путь нарушения конвенций и доминирования в военных вопросах (VIOLATION - 25%, DOMINATE - 24%). Важно отметить, что словосочетание «make Russia great again» для писания глобальной цели России на мировой арене встречается 9 раз.

Концептуальный признак «Россия – внешнеполитический агрессор» проявляется в употреблении в медиатекста таких лексем, как WAR – 17%, CONFLICT – 10%, INTERVENTION – 8%. Отметим малую долю материалов об аннексии Крыма в общей массе проанализированных текстов. Военная тематика в американском медиатексте во многом раскрывается за счет актуализации признака «Государство, ведущее гонку вооружений». Определяя взаимоотношения с Россией как COLD WAR (12%), The New York Times оперирует в основном такими лексемами, как NUCLEAR POWER – 20%, WEAPON (в данном случае помимо самого слова weapon были посчитаны лексемы, обозначающие виды боевого оружия в России: jets, warships, tanks, missile) – 47%, ARMS RACE – 21%.

Два актуальных военных конфликта, в которых активно ведет себя и Россия, – Украинский конфликт, которому посвящено 27% из всех описываемых военных ситуация и вооруженный конфликт в Сирии 68%. К не актуальным, однако припоминаемым России войнам относятся Война в Грузии – 4% и война в Чечне – 1%.

В рамках освещения допингового скандала в российском спорте в американском медиатексте проявляются такие когнитивные признаки, как

«Государство, обманывающее систему антидопинговых правил», он выражен оборотами BREAKING ANTI-DOPING RULES – 30% и DOPING – 70%, и «Государство поддерживающее допинг на государственном уровне», выраженный при помощи фраз STATE SPONSORED DOPING PROGRAMME – 50% и LACK OF COOPERATION – 50%. В отличие от The Guardian в американском медиатексте делается акцент не столько на том, что Россия должна быть наказана (хотя это, конечно, также присутствует: BAN – 39%, PUNISH – 10%, BOYCOTT – 10%), сколько на том, что Россия должна сама признать свою вину, для этого спортивные структуры должны приложить максимум усилий, чтобы найти доказательства допинговой системе, что выражается через слова с данной семантикой: EVIDENCE (to prove, proves) – 41%.

Когнитивный признак «Россия- страна, которая «взломала» президентские выборы США» формируется в основном за счет двух категорий: Россия – страна, которая ведет войн на информационном фронте (PROPAGANDA – 8%, FAKE – 18%, HACKER/ TO HACK – 47%, CYBERCRIMES (включая cyberattacks) – 27%) и Россия – страна, которая вмешивается во внутривнутриполитические дела США (INFLUENCE – 34%, DAMAGE/CORRUPT ELECTIONS – 66%).

Таблица 11 – Частотность употребления лексем, актуализирующих основные признаки концепта «Россия»

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Россия – внешнеполитический агрессор			
Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени	SYRIA	756	68
	UKRAINE	301	27
	GEORGIA	43	4
	CHECHNYA	13	1
Итого:		1113	100
Государство, аннексировавшее Крым	ANNEXATION	47	28
	CRIMEA	117	82
Итого:		164	100

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Государство-нарушитель миропорядка	WAR	161	17
	CONFLICT	91	10
	INTERVENTION	74	8
	MILITARY ACTION	586	65
Итого:		912	100
Государство, ведущее гонку вооружений	COLD WAR	97	12
	NUCLEAR POWER	172	20
	WEAPON	388	47
	ARMS RACE	176	21
Итого:		833	100
Россия – главный актер допингового скандала			
Государство, обманывающее систему антидопинговых правил	BREAKING ANTI-DOPING RULES	152	30
	DOPING	351	70
Итого:		503	100
Государство, поддерживающее допинг на государственном уровне	STATE SPONSORED DOPING PROGRAMME	97	50
	LACK OF COOPERATION	95	50
Итого:		192	100
Государство, которое должно признать свою вину	BAN	163	39
	PUNISH	39	10
	BOYCOTT	36	10
	EVIDENCE	179	41
Итого:		417	100
Россия – страна, которая «взломала» президентские выборы США			
Государство, которое ведет войну на информационном фронте	PROPAGANDA	67	8
	FAKE	140	18
	HACKER/ TO HACK	379	47
	CYBERCRIMES	212	27
Итого:		798	100
Государство, вмешивающееся во внутриполитические дела США	INFLUENCE	213	34
	DAMAGE/CORRUPT ELECTIONS	412	66
Итого:		625	100

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Россия – страна, пожертвовавшая экономическим развитием во имя мирового господства			
Государство, которому нужно противостоять, в том числе санкциями	SANCTIONS	425	35
	FIGHT/STRUGGLE	210	17
	LIMIT	139	12
	PROTECT AGAINST/DEFEND FROM	432	36
Итого:		1206	100
Государство в кризисе, выраженном в развитой коррупции и олигархии	OLIGARCH	114	15
	CORRUPTION	271	40
	CRISIS	303	45
Итого:		688	100
Государство, стремящееся к мировому господству	TYRANNY/DESPOT	87	22
	AUTHORITARIANISM/TOTALITARISM	103	27
	VIOLATION	96	24
	DOMINATE	100	25
	MAKE RUSSIA GREAT AGAIN	9	2
Итого:		395	100

Таблица 12 – разработанность когнитивных признаков концепта «Россия»

Концептуальный признак		Встречаемость в текстах, %
Россия – внешнеполитический агрессор	Государство-участник всех крупнейших вооруженных конфликтов последнего времени	14
	Государство, аннексировавшее Крым	2
	Государство-нарушитель миропорядка	11
	Государство, ведущее гонку вооружений	9
Россия – главный актер допингового скандала	Государство, обманывающее систему	7
	Государство, поддерживающее допинг	3
	Государство, которое должно признать вину	6
Россия- страна, которая «взломала» президентские выборы США	Государство, которое ведет войну на информационном фронте	11
	Государство, вмешивающееся во внутривнутриполитические дела США	8

Концептуальный признак		Встречаемость в текстах, %
Россия – страна, пожертвовавшая экономическим развитием во имя мирового господства	Государство, которому нужно противостоять, в том числе санкциями	15
	Государство с нестабильной экономической системой, развитой коррупцией и олигархией	5
	Государство в кризисе	4
	Государство, стремящееся к мировому господству	5

На основании полученных данных можно предположить, что концепт «Россия», актуализируемый в рамках американской медийной картины мира, имеет следующую полевую структуру.



Рисунок 6 – Полевая структура концепта RUSSIA



Рисунок 7 – Полевая структура концепта «Россия»

2.3.2 Методы генерации визуального образа России

Подход The New York Times к визуальному оформлению своих материалов отличается «эгоизмом»: в 68% проанализированных материалов на фотографиях, сопровождающих вербальный текст, были изображены президент США Дональд Трамп, здания посольств США в России и России в США, американские спикеры, упомянутые в теле материала (Рекс Тиллерсон, Майкл Флин и проч). В связи с этим для анализа визуального образа России нами были отобраны 180 визуальных материалов, из них 90% (162 шт.) относятся к жанру фотографии, 8% – коллаж (14 шт.), 2% – рисунок (4 шт.). При этом в 28% медиатексты обладали нулевой креолизацией (50 шт.), в 65% – частичной (117 шт.), в 7% - полной (13 шт.).

Несмотря на то, что в трети материалов говорится о вооруженных конфликтах (Сирия, Украина), и в британском медиатексте это служило поводом

транслировать визуальный образ разрухи и военной мощи России, в The New York Times практически отсутствуют мотивы разрушения и принесения Сирии в жертву, а вместо российских истребителей они предпочитают ставить свои, что вновь актуализирует имплицитный мотив гонки вооружений, защиты мира от грозного врага (рис. Г.1 – рис. Г.3). Можно предположить, что США невыгодно ставить фотографии последствий военного конфликта – фото разрушенных домов и жертв, так как Штаты являются косвенным участником военных действий в Сирии и на каждый разрушенный российскими авиаударами дом приходится такой же разрушенный авиаударами США дом. Следовательно, в общем американском медиатексте намечается тенденция отдаления мотивов военной катастрофы от образа США, в связи с чем в рамках визуального оформления «обеляется» и образ России.

Фотографии жертв Сирийского конфликта в рамках медиатекста о России в The New York Times появляются в связи с применением в Сирии химического оружия – та сторона военного конфликта, против которой выступают США, в чем США не могут быть обвинены в ответ.

Также треть материалов посвящена допинговому скандалу в России (рис. Г.4 – рис. Г.5). В 2016-2017 годах их в основном сопровождают фотографии российских спортсменов с наградами на пьедестале, особенно часто использованы фотоснимки пьедесталов Сочи. В совокупности с крупным обличительным заголовком данные снимки воспринимаются как шпилька в сторону «нечестного», «корруптированного» российского спорта, они подчеркивают «не заслуженность» победы и радости от этой победы, отраженной на лицах спортсменов. Отметим, что в данном периоде нет четкого разграничения спорта и политики, в рамках освещения допингового скандала в России обличали всех: и спортивных чиновников, и спортсменов, которые должны были быть наказаны отстранением от участия в соревнованиях и лишены всех наград.

Во время зимнего олимпийского сезона 2018 года, когда ряд спортсменов доказал свою непричастность к допинговому скандалу в суде, стали популярны

снимки спортсменов во время соревнований с искаженными от усилия лицами (рис. Г.5). В контексте событий, развернувшихся вокруг Олимпиады в Пхенчхане (невозможность российским спортсменам представлять свою страну и флаг на ОИ), в медиатексте создается образ «страдающего» от коррумпированности спортивных чиновников спортсмена, который вынужден расплачиваться за проступки своей страны. Здесь видна граница, которую начали и визуально, и вербально прорисовывать в *The New York Times*: российский спорт страдает от допингового скандала не меньше, чем мировое спортивное сообщество. И в этом случае спортсменов не нужно отстранять, им нужно дать возможность соревноваться вопреки сложившейся в их стране ситуации, дать возможность выступать не от имени «грязной» страны, а от имени «чистого» спорта. На время проведения Олимпиады в Южной Корее в американском медиатексте появляется еще один визуальный образ, тесно связанный с описанными выше тенденциями, это мотив «страны без флага». Флаг – один из наиболее важных символов в спортивном дискурсе, отказ страны от флага – поражение России в сопротивлении и «отговорках» от допинговой истории.

Так как главным представителем России на мировой арене является президент страны Владимир Путин, в американском медиатексте возникает мотив, который можно обозначить как «авторитарный правитель» (рис. Г.7 – рис. Г.17). Точно так же, как и в *The Guardian*, в американской газете чаще всего появляются фотографии портретные, призванные обратить внимание читателя на эмоции человека на снимке. Самое частое выражение лица – серьезность и сосредоточенность. Лишь на трети фотографий изображен улыбающийся Владимир Путин, притом такую улыбку можно, скорее, назвать хитрой, нежели радостной. Наиболее частый взгляд – исподлобья. Губы поджаты. Общепринятая трактовка такого выражения лица – человек чем-то не доволен, также эти мимические сигналы интерпретируются как несогласие или протест, говорят о том, что другой человек сказал нечто, что противоречит его собственным мыслям.

На коллективных портретах стоит отметить положение Владимира Путина по отношению у другим субъектам съемки. Во-первых, он может быть лидером группы людей и располагаться на фотографии в центре коллектива (рис. Г.10 – рис. Г.12). Притом понятие «центр коллектива» может не совпадать с понятием «центр фотографии», критерием оценки является, скорее, центр притяжения взгляда адресата. Если взгляды остальных субъектов фотографии направлены на лидера России, этот психологический прием заставляет читателя обратить в первую очередь свое внимание на того, на кого смотрят «все» – на Путина. Такие фотографии добавляют в образ правителя влиятельности, так как на них либо его слушают, либо ему отчитываются.

Во-вторых, он может быть впереди других людей (рис. Г.13). Довольно распространенный ракурс для политического лидера, подчеркивает лидерские качества, которые позволяют ему управлять страной.

В-третьих, он может располагаться наравне с другими людьми на снимке, когда их взгляды находятся на одном уровне (рис. Г.9). Данный тип представлен в основном фотографиями с лидерами других стран, например, с президентом США Дональдом Трампом.

Также в *The New York Times* в рамках анализа визуального образа России был отмечен прием «нагнетания цветов и сгущения красок». Владимир Путин изображается на темном фоне, с которым сливается костюм, что создает эффект слитности человека с чернотой вокруг него (рис. Г.14 – рис. Г.15). Темные цвета могут вызывать у читателя негативные ассоциации, так как черный цвет во всех культурах является цветом смерти, ночи, опасности. Более того, эти ассоциации могут перекладываться и на образы российского президента и России в целом.

О том, что в *The New York Times* намечается закрепление соотношение России с чем-то темным, депрессивным, пасмурным, говорит и то, что распространенными являются фотографии России и Москвы (Красной площади и Кремля) в пасмурную погоду, на фоне серого неба, в дымке. Данный мотив можно назвать «Сумрачная Россия» (рис. Г.16 – рис. Г.18).

В соответствии с распространенностью экономических признаков концепта «Россия» в американской медийной картине мира и в визуальном образе страны появляются экономические символы, например, фотографии табло с курсом валют, олицетворяющие плачевное экономическое положение России. Для сопровождения текстов об экономических санкциях используются производственный фотоснимки с нефтяных, алюминиевых и других производств (рис. Г.19 – рис. Г.22)

Еще одним жанром, свойственным для The New York Times, является жанр коллажа. На такого рода картинках при помощи средств Photoshop на одноцветном фоне соединяются необходимые для иллюстрации и выражения авторской задумки объекты в газетном стиле. Коллажи позволяют иносказательно при помощи символов показать читателю то, что невозможно отразить документальной фотографией, например, коррупцию в России, авторитарный режим и антилиберализм (рис. Г.23 – рис. Г.25).

Рисунки также преследуют собой цель обличения пороков российского политического режима. Так, в ироничном контексте в The New York Times было изображено сотрудничество России и Китая (рис. Г.26). На картинке изображено, что за множественными соглашениями, символом которого являются рукопожатия торговых и прочих путей в виде дорожных полотен, стоит борьба и противостояние китайского и российского режимов, которые изображены в виде армрестлинга.

Рисунок Г.27, на котором Путин изображен верхом на ядерной ракете, имеет целью сыронизировать на почве «нагнанного на США страха».

2.3.3 Особенности образа автора в медиатексте

Для анализа образа автора в The New York Times были взяты 1244 публикации в период с марта 2016 по апрель 2018 года. 20% публикаций относятся к жанру feature и помещены в раздел «Opinion», в то время как большая часть материала относится к жанру новости (80%).

Так же, как и The Guardian, The New York Times стремится повысить авторитет своих авторов, чтобы обеспечить доверие и лояльность аудитории к изданию, и сделать своих авторов дополнительным источником трафика, когда читатель «приходит» в издание вслед за любимым автором. В связи с этим и новостные материалы, и публикации жанра feature публикуются под фамилией журналиста-автора.

В новостных публикациях, несмотря на то, что удельный вес автора мал, все равно прослеживаются субъективно-модальные значения. Согласно тезису И. Р. Гальперина, субъективная модальность может быть выражена «формально грамматическими, лексическими, фразеологическими, синтаксическими, интонационными, композиционными и стилистическими средствами» [Гальперин, 2007, с. 113]. В новостных текстах The New York Times авторская модальность выражена с помощью средств различных языковых уровней, а пишущий автор, используя модальные компоненты различной семантики, обнаруживает свое авторство и раскрывает свое личное отношение к характеризваемым явлениям, событиям, персонажам.

Автор в американском новостном медиатексте является оценивающим информатором, который не просто дает читателю информацию о случившемся, но и наделяет субъекты особыми характеристиками. В зависимости от описываемого события при помощи семантико-стилистических инструментов автор выбирает тон изложения новости, который может быть иронично-шутливым, осуждающим, обличающим. Внедрение в текст новости своих неоправданных ожиданий также можно назвать приемом выражения субъективной модальности¹¹⁹.

Наполненность новостей наречиями, качественными прилагательными, и прочими словами, имеющими в английском языке функцию определения, например, Part Participle II, которые дают характеристику действия, свойства, признака или указывают на обстоятельства совершения действия, а также экспрессивно окрашенными словами, которые служат для выражения

эмоциональности и субъективной оценки, также выражает авторское начало в медиатексте¹²⁰.

Особую роль в трансляции субъективных смыслов играет заголовок новости, исходя из «привлекательности» которого читатель принимает решение продолжать ли ему изучение материала или нет. Для журналистов *The New York Times* заголовок становится полем для языковых экспериментов. Они редко прибегают к названию новостей по жесткому сценарию, чаще обращаясь к средствам выразительности английского языка и языковой игре, превращая заголовки не только в своеобразный «крючок» для читательского внимания, но и в «зеркало» своего идеостилия.

Кроме этого, выбор тем для освещения также может быть воспринят как признак авторского начала в американском медиатексте о России. Так, например, новость «*In Russia, a 'Special Highway' Helps the Privileged Avoid Traffic*» (В России «специальная полоса» позволяет привилегированным избегать пробок) не имеет объективного информационного повода, а рассказывает о наличии в Москве специальной полосы для движения «привилегированного» транспорта, что должно возмутить адресата.

Таким образом можно заключить, что образ автора в новостном медиатексте в *The New York Times* – ироничный оценивающий информатор, скрытый, стремящийся выглядеть объективно.

В текстах жанра *features* удельный вес автора колеблется от 30 до 50%, и это довольно высокий процент. В них модальность выражается, в первую очередь, через местоимения 1-го лица единственного и множественного чисел. В повествовании от «I» автор занимает позицию самоуверенного аналитика, он может сопоставлять факты, искать скрытые взаимосвязи и делать прогноз на будущее, делиться своим мнением и приводить мнения экспертов, в любом случае он будет рассказывать адресату о чем-либо с позиции очевидного знания. Данную позицию можно представить следующим образом: ты, читатель, этого можешь и не знать, но я знаю наверняка, хочешь верь, хочешь не верь. Притом модус мнения и умозаключения может и не сопровождаться объективным

доказательством, слово журналиста-колонниста или журналиста-аналитика в принципе может не подтверждаться аргументами, так как в американском медиатексте присутствует авторская позиция очевидности того, о чем говорится. И данная психологическая тактика заставляет читателя считать, что то, о чем пишет журналист, действительно очевидно, читатель начинает разделять эту позицию. Более того, автора американского медиатекста можно назвать дерзким. Он не только имеет свое мнение по сложным вопросам и называет все своими именами, но и не боится обращаться к персонажам медиатекста напрямую, вызывать их на диалог^{121,122}.

Текстовая модальность уверенности-неуверенности выражается в тексте целым репертуаром речевых средств. Уверенность или неуверенность автора в истинности сообщаемого всегда воспринимаются читателем и во многом влияют на степень эффективности высказывания, поэтому для ее выражения используются такие вводно-модальные слова: *perhaps* (может быть, возможно), *of course, surely, certainly* (конечно, несомненно), *no doubt* (несомненно), *in fact* (фактически); *in truth* (сказать по правде, действительно), а также же слова с суффиксом *-ly*: *possibly* (возможно), *probably* (вероятно), *undoubtedly* (конечно, несомненно), *evidently* (очевидно). Обычно данные модальные слова выполняют функцию вводного слова и относятся ко всему предложению в целом, не являясь его членом^{123,124,125}. Выражение модальности на синтаксическом уровне в большинстве случаев происходит при помощи парцелляции и инверсии. Изменение привычного строя предложения заставляет читателя обратить внимания именно на те фразы и выражения, на которых таким образом делает акцент автор¹²⁶.

2.3.4 Особенности образа адресата в медиатексте

Для анализа образа адресата в медиатексте о России в *The New York Times* были отобраны материалы, помещенные не только в раздел *Opinion*, но и в новостной раздел, так как «сигналы адресованности» своей целевой аудитории,

по которым можно разгадать адресата, на которого ориентировано издание, присутствуют в обоих типах текста.

Частым приемом вербализация зоны адресата в медиатексте является WE-повествование, то есть повествование от 1-го лица множественного числа. Местоимение WE позволяет автору, во-первых, выразить свою причастность к читательской аудитории, а во-вторых, идентифицировать ее (и себя вместе с ней) с определенными социальными и личностными характеристиками и противопоставить себя ИМ – русским¹²⁷.

Притом под WE понимается и американское правительство, и американская нация. Американцы – сильная и властная нация, которая может оказывать гуманитарную помощь и военную поддержку другим государствам с целью сдерживания агрессора – России, и рядовой житель Соединенных Штатов должен разделять шаги, предпринимаемые государством, ради обеспечения мира во всем мире и защиты своих собственных ценностей: свободы, демократии, равенства – всего, чего Россия хочет лишить западный мир, навязав свою авторитарную и деспотичную модель устройства общества. Зачастую автор американского медиатекста строит текст по принципу сравнения и антитезы: он противопоставляет своего адресата россиянину, свою страну – России, он сравнивает эти страны не с тем, чтобы найти общее, а с тем, чтобы подчеркнуть различия, что особенно ярко говорит о присутствии в тексте оппозиции «свой» – «чужой»^{128,129,130}.

Во многом повествование строится на стратегии солидаризации с адресатом, когда автор включает читателя в список действующих лиц. Распространенным приемом этой стратегии является вопросно-ответное повествование, которое, в отличие от британского медиатекста, не просто приглашает читателя поразмыслить, оно приглашает читателя к принятию решений. Категоричность повествования заставляет его встать на одну из полюсных позиций (есть «чужие» – русские, а есть «свои» – американцы, с кем ты?), а лексика, при помощи которых автор описывает полюса, заведомо определяет выбор читателя. Если позиция «чужих» описывается в иронично-

шутливым, сниженном ключе, то позиция «своих» – в торжественно-возвышенном.

Автор находится с читателем не просто в близких и доверительных отношениях, он позволяет себе фамильярное и панибратское общение, выраженное в специфических фразах и выражениях: «*Pardon the phrase, but it's all about making Russia great again*». Во многом это подтверждает и выбор лексических средств, из которого можно сделать вывод о кодексе речевого поведения адресата. Вставка в текст разговорных слов и жаргонизмов является обыкновенным приемом. Это говорит о простоте и неизбирательности читателя.

2.4 Медiateкст о Сибири в The New York Times

2.4.1 Средства и способы актуализации концепта «Сибирь»

Стоит сказать, что медiateкст о Сибири в The New York Times развит слабо. За исследуемый период было обнаружено 17 медiateкстов, главным предметом которых стала Сибирь. На основании такого малого количества материалов можно лишь сделать наброски и описать общие тенденции, которые можно отслеживать в будущем.

Концепт «Сибирь» в американском медиадискурсе всегда представляется как географическая часть России. В статьях нередки такие конструкции, как *Siberia, a part of Eastern Russia* (Сибирь – часть восточной России), *Siberia, Russia* (Сибирь, Россия), *Siberia (Russia)* (Сибирь (Россия)). Более того, Сибирь представляется в медiateксте, как дальний свет, даже в текстах, главным предметом которых Сибирь не является, встречаются фразы по типу *from Asia to Siberia, it's far but not in Siberia* и т.п.

Сибирь может также выступать в роли целого для концептов, обозначающих сибирские города и другие географические объекты: *in Yakutsk, Siberia* (в Якутске, Сибирь), *Siberian city of Krasnoyarsk* (Сибирский город Красноярск), *Omsk, a regional capital in southwest Siberia* (Омск – столица

региона в юго-западной Сибири), *Sakhalin Island in Siberia* (остров Сахалин в Сибири) и т.д. Это позволяет нам говорить о том, что Сибирь, в первую очередь, воспринимается как географический объект, значительная часть территории России.

В эквивалентную связь концепт «Сибирь» вступает с такими концептами как «GOLD», «OIL», «GAS» и другими, определяющими природные ресурсы: *fuel from Siberia* (топливо из Сибири), *gas fields in Siberia* (газовые месторождения в Сибири), *Siberian resources like gold and oil* (сибирские ресурсы как золото и нефть), *oil town in Siberia* (нефтяной город в Сибири) и т.д. Это говорит о том, что Сибирь воспринимается как центр природных богатств России.

Наиболее сильная эквивалентная связь, которой обладает концепт «Сибирь» - связь с концептом ARCHAEOLOGY: *a woolly mammoth found in Siberia* (шерстистый мамонт, найденный в Сибири), *a thighbone found in Siberia* (бедренная кость, найденная в Сибири). Это представляет Сибирь не только как источник полезных ископаемых ресурсов, но и как географический объект, малоизученный и представляющий огромный интерес для научных исследований. Это слабое знание о сибирской земле обуславливает связь концепта «Сибирь» с концептом MYSTERY: *Siberian mystery* (Сибирская мистика), *mysterious Siberian* (мистическая Сибирь).

Концепт «COLD» и связанные с ним мотивы заснеженности и оледенения также пересекается с исследуемым концептом: *Siberia's cold* (сибирских холод), *Siberian snow* (сибирский снег), *as glacial as Siberia* (заледенелый, как Сибирь). Холод, обусловленный природными условиями, является неотъемлемым признаком Сибири.

Более того, сильная эквивалентная связь наблюдается с концептом IMPRISONMENT, что связано с исторической ролью Сибири: *a Soviet labor camp in Siberia* (советский исправительно-трудовой лагерь в Сибири); *a slave labor camp in Siberia* (исправительно-трудовой лагерь с рабскими условиями в Сибири); *to be hanged or sent to Siberia* (быть повешенным или сосланным в

Сибирь), *banishment to Siberia* (изгнание в Сибирь); *the prison, nicknamed Little Siberia* (тюрьма, названная «Маленькая Сибирь»).

Примечательна лексическая сочетаемость базового слова-репрезентанта SIBERIA с предлогами. Так, например, оно используется исключительно с предлогами пространственного характера: *in*, *to* и *from*. Сибирь представляется неким пространством, в котором может что-то находиться, в которое можно попасть и из которого можно уйти. Два последних пункта характеризуют Сибирь как точку отправления и как пункт конечного назначения.

В роли подлежащего концепт «Сибирь» выступает крайне редко, в основном сочетаясь с глаголами, выражающими наличие, обладание: *Siberia accounts for about 75 percent of Russia's land* (Сибирь составляет около 75% российской территории). Эти сочетания актуализируют признак обладания Сибирью какими-либо характерными чертами, наличия чего-либо в границах ее территории: *Siberia span several time belts and climatic zones* (Россия охватывает несколько часовых поясов и климатических зон).

Более активно концепт «Сибирь» ведет себя в объектных словосочетаниях типа «глагол + Siberia». Так, Сибирь воспринимается американцами, как территория, подверженная ударам природы, природным катаклизмам: *Massive fires hit Siberia* (Обширные пожары накрыли Сибирь); *Hailstorm hits Siberia* (Ливень с градом ударил по Сибири).

Словосочетания *to send to Siberia*, *to banish to Siberia* вновь актуализируют концептуальный признак «Сибирь – место для ссылки». Также Сибирь является местом, которое можно исследовать и посещать: *cruise siberia* (совершить круиз по Сибири), *to explore remote parts of Siberia* (исследовать отдаленные части Сибири). Эти сочетания «Siberia» с лексическими единицами американской разновидности английского языка повторяют мотивы, выявленные ранее.

В атрибутивных словосочетаниях концепт «Сибирь», как и концепт «Россия», может выступать как в роли объекта, так и в роли субъекта. Как определяемое слово Сибирь чаще всего употребляется с прилагательными, обозначающими признак, который можно обозначить так: непонятная, другая,

далека Сибирь. Например, *exotic Siberia* (экзотичная Сибирь), *strange Siberia* (Странная Сибирь), *distant Siberia* (далекая Сибирь).

Являясь атрибутивом, концепт «Сибирь», объективирующийся при помощи лексем *SIBERIAN, SIBERIAN'S*, может выполнять две основные роли. Во-первых, актуализировать признак принадлежности к сибирской земле, народу, традициям: *Siberian city* (сибирский город), *Siberian people* (сибирские люди). Во-вторых, выступать в роли метафоры, когда другие качества заменяются прилагательным «сибирский» в переносном значении на основании аналогии: *Siberian health* (сибирское здоровье), *Siberian spirit* (сибирский дух), *Siberian winter* (сибирская зима).

Географическое название «Сибирь» не имеет прямых языковых синонимов и антонимов, поэтому в рамках этого пункта концептологического анализа стоит говорить о других лексемах, объективирующих концепт «Сибирь», к которым относятся:

- реалии, соотносимых с концептом «Сибирь» (жители Сибири, например, *Siberian*).

- слова и словосочетания, не имеющие в своем составе части *-siberia-*, образованные при помощи лексико-синтаксического перефразирования: *the heart of Russia* (сердце России), *the northern Russia* (северная Россия), *the coldest part of Russia* (самая холодная часть России), *the exotic land* (экзотичная земля).

Антонимом лексеме «*Siberia*» часто становится «*Moscow*»: «*Siberians are stronger and more self-sufficient than Muscovites*» (Сибиряки сильнее и самостоятельнее, чем москвичи).

Стереотипные представления о Сибири хорошо выражены Дианой Маркасян, блогером сайта *The New York Times*: «*For outsiders, Siberia evokes images of harsh winters, political exile and a lone railway ...*» (У посторонних людей образ Сибири вызывает представления о суровых зимах, политических ссылках и одинокой железной дороге...).

В первую очередь, для жителей североамериканского континента Сибирь являет собой олицетворение суровой зимы. С этим связано устойчивое

выражение *Siberian winter* (*Сибирская зима*). Кроме этого, лексема *Siberia* сама по себе употребляется как синоним слову «зима»: *long Siberia* (*долгая Сибирь*)

Кроме этого, концептуальный признак лексемы «Siberia» – место для ссылки, о котором не однократно было сказано в предыдущих параграфах, также реализуется и в интерпретационном поле. Ссылка в Сибирь – это уже не просто исторический факт российской действительности или действие, это устойчивый образ: «...*the alternative was expulsion from Jobs's inner circle, which for those in his orbit was the equivalent of banishment to Siberia*» (...*также могли исключить из кружка Джобса, что для некоторых приравнивалось к ссылке в Сибирь*).

Стоит отметить, что средств вербализации концепта «Сибирь» меньше, и, кроме того, они более однообразные. Номинативное поле этого концепта значительно уже, поэтому, например, мы не смогли обнаружить ему явных дизъюнктивных оппозиций.

Для построения полевой структуры концепта в соответствие с вышеописанными концептуальными признаками был разработан категориальный аппарат контент-анализа. Ими стали категории «Сибирь – это природа», «Сибирь – тюрьма, место для ссылок», «Сибирь – индикатор климатических изменений в мире», «Сибирь – место археологических находок», «Сибирь – территория, богатая полезными ископаемыми», «Сибирь – катастрофа».

Ядром концепта является его имя – SIBERIA (встречается в тексте 133 раза) и имя страны, которое сопровождает Сибирь в каждом тексте и является ее основным территориальным обозначением RUSSIA (165). В ближней периферии ядра – BAIKAL, который является центром притяжения внимания в американском медиатексте.

Наиболее активно из всех представлен когнитивный признак «Сибирь – это природа», в рамках которых были рассмотрены наиболее часто встречаемые лексемы, относящиеся к растительному и животному миру Сибири: NATURE, WILDERNESS, FOREST (trees), ANIMALS (reindeers, bears, wolves) /FISH (omul), BAIKAL. Кроме этого, развит признак морозности и заснеженности Сибири.

Таблица 13 – Частотность употребления лексем, актуализирующих основные признаки концепта «Сибирь»

Категории	Подкатегории	Частота упоминания абсолютная, раз	Частота упоминания относительная, %
Сибирь – природа	NATURE	16	
	WILDERNESS	13	
	FOREST	12	
	ANIMALS/FISH	15	
	BAIKAL	74	
Итого:		130	100
Сибирь – тюрьма, место для ссылок	PRISON	15	
	EXILE	14	
Итого:		29	100
Сибирь – индикатор климатических изменений в мире	CLIMATE CHANGE	23	
	GLOBAL WARMING	8	
Итого:		31	100
Сибирь – это суровый климат, холод и мороз	COLD	15	
	FROZEN	19	
	ICE	33	
	WINTER	19	
	SNOW	16	
Итого:		102	100
Сибирь – место археологических находок	ARCHAEOLOGY	6	
	BONES	19	
Итого:		25	
Сибирь – территория, богатая полезными ископаемыми	OIL	17	
	GAS	6	
Итого:		23	
Сибирь – катастрофа	FIRE	59	
	CRASH	19	
	WASTE	19	
Итого:		97	

Из-за слабой разработанности концепта его полевая структура имеет максимальное ядерное притяжение, и это может означать, что каждый эксплицируемый в медиатексте концептуальный признак, воспринимается реципиентом как естественный и соответствующий действительности, так как «фильтры», которые обычно влияют на восприятие читателем информации, в

отношении концепта «Сибирь» в медийной картине мира американцев еще не сформированы. Встречаемость концептуальных признаков представлена в таблице 10.

Таблица 14 – Встречаемость когнитивных признаков концепта «Сибирь»

Концептуальный признак	Встречаемость в текстах, %
Сибирь – это природа	26
Сибирь – это место для ссылок	9
Сибирь – индикатор климатических изменений в мире	7
Сибирь – суровый климат, холод и мороз	39
Сибирь – место археологических находок	4
Сибирь – катастрофа	2

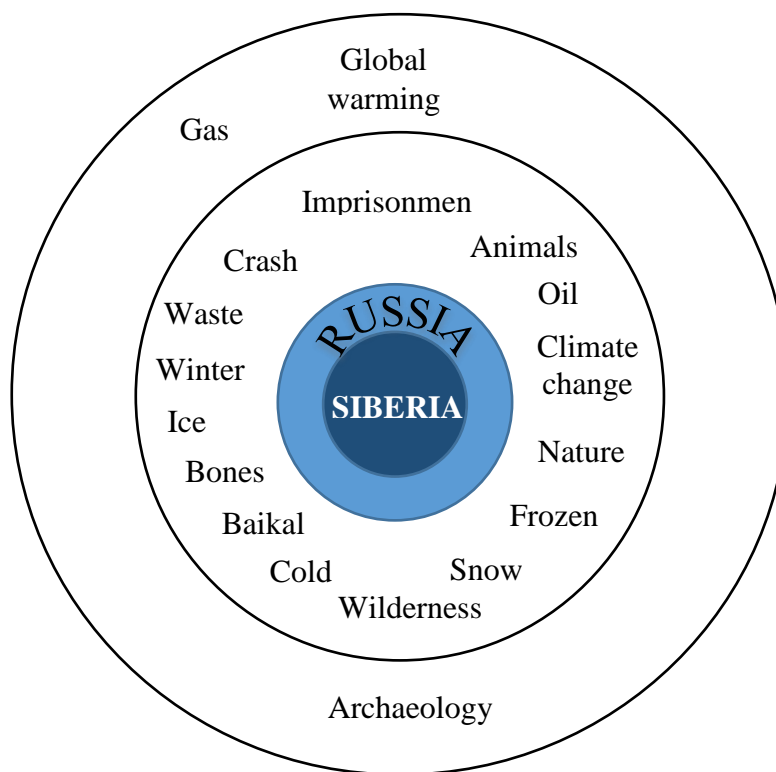


Рисунок 8 – Полевая структура концепта SIBERIA



Рисунок 9 – Полевая структура концепта «Сибирь»

2.4.2 Методы генерации визуального образа Сибири

90% (15 из 17 текстов) текстов о Сибири имеют частичную креолизацию, их сопровождает одиночная фотография или серия фото, которые имеют семантические связи с вербальным контентом, но служат лишь иллюстрацией описываемого в тексте. Это объясняет, что главные мотивы визуального образа повторяют формирующиеся концептуальные признаки, описанные в предыдущем параграфе и служит поводом считать, то специальной интенции сформировать визуальны образ Сибири в американском медиатексте нет.

Так, наиболее часто на фотографиях актуализируется мотив «Сибирь – это природа» и, что точнее, «Сибирь – это Байкал» (в 80% случаев (13 фотографий из 17) на фотографиях в медиатексте о Сибири изображен именно он). В 20% случаев на фотографиях изображены сибирские леса. Притом фотографии можно отнести к пейзажным с высокой степенью изобразительности, выраженной в использовании линий Хогарта и принципа золотого сечения. Фотографии должны показать красоту описываемого места не столько для

эстетики, сколько для выделения хрупкости и уязвимости этого места. В вербальной части медиатекста описываются разрушающие эту красоту явления, связанные с лесными пожарами, изменениями климата, загрязняющими выбросами, а визуальный ряд «громко» говорит о том, что человечество теряет, что, в свою очередь, усиливает эмоциональность всего медиатекста в целом. Таким образом перед читателем встает вопрос: «Как можно сохранить эту девственную природу?».

В таком же соотношении находятся и фотографии сибирской природы в зимний (80%) и летний (20%) период. Это вновь подтверждает устойчивую взаимосвязь Сибири с заснеженностью и морозами.

Третий тип фотографий в медиатексте о Сибири – фотографии с раскопок, а также фотографии археологических объектов.

2.4.3 Особенности образа автора и адресата в медиатексте

По тематической и жанровой принадлежности медиатексты о Сибири можно разделить на две категории: первая – новостные тексты, в которых рассказывается о произошедших в Сибири событиях, в большинстве своем имеющих катастрофический характер: крушения самолетов и пожары, вторая – научно-популярные статьи, в которых рассказывается об археологических раскопках, антропологии, научном потенциале Сибири, а также глобальном потеплении и климатических изменениях в мире. В связи с этим можно отметить два разных образа автора в медиатексте о Сибири в *The New York Times*: в первом случае это скрытый оценивающий информатор, ироничный, стремящийся выглядеть объективно, о котором много было сказано в рамках анализа медиатекста о России, а во втором – беспристрастный к предмету повествования аналитик, но страстный популяризатор науки.

Так, например, в лиде репортажа о трагедии в Кемерово, пожаре в ТЦ «Зимняя вишня», содержится насмешка над тем, что ранее президент страны

запугивал мир «неуловимыми» ядерными ракетами, и теперь ему предстоит столкнуться с реальностью – пожаром, унесшим множество жизней¹³⁴.

В текстах, главными темами которых становятся археологические изыскания или климатические исследования, наблюдается уход автора «в тень». Он привлекает в текст «чужие голоса» – цитаты экспертов и ученых, которые рассказывают о сложных процессах и явлениях в науке читателю. Удельный вес автора в тексте колеблется от 5 – 10%, выполняя свою задачу по соединению в тексте объективной информации о мире – диктума и субъективной – модуса, он, как видно, склоняется максимально «потратить» текстовое пространство на первое. Адресант является интервьюером, чьи вопросы не входят в тело текста, транслируемый сценарий поведения – модус знания, который сменяет модус вопроса, оставленного «за кадром», и наоборот¹³⁵.

Авторская позиция в данного типа текстах проявляется в стиле немногих авторских вставок, которые, как клей, соединяют фактическую информацию и цитаты воедино. Автор использует художественные средства языка для повышения привлекательности сухого текста, включая в повествование слова с ярким коннотативным значением¹³⁶.

Описывая адресата сибирского медиатекста, стоит также сказать, что в случае новостного жанра он во многом совпадает с описанным ранее адресатом в медиатексте о России: он является обывателем, привыкшим к простому обращению с собой, не отличающимся изрядными требованиями к языковому оформлению текстов и аргументации выдвигаемых позиций, в некоторой степени падок на сенсации. В «разговоре» с ним журналист избегает сложных стилистических конструкций и неоднозначных метафор, а использует слова разговорного стиля для упрощения понимания, языковую игру для привлечения внимания и прочие средства повышения эмоциональности сообщения (в том числе пунктуационные: восклицательные знаки и многоточия – и синтаксические: антитеза, риторические вопросы, парцелляция, инверсия).

В случае с материалами второй категории – статьями, раскрывающими суть климатических и историко-археологических исследований, адресат

приобретает такие характеристика, как «ecologically minded» (экологическое мышление) и обеспокоенность за состояние окружающей среды, любознательность и способность к восприятию длинных и сложных материалов, наполненных фактами и статистикой.

Таким образом во 2 главе данного дипломного исследования были проведены комплексный концептологический анализ концептов «Россия» и «Сибирь» в британском и американском медиатексте на примерах The Guardian и The New York Times. Методом кейс-стади были определены ведущие тематические блоки, в рамках которых мы проследили динамические изменения или, наоборот, статические явления. При помощи качественного и количественного контент-анализа была исследована частотность экспликации тех или иных когнитивных признаков концепта и построены их полевые структуры. Кроме этого, была определена креолизация медиатекстов о России и Сибири и выявлены основные мотивы их визуального образа. При помощи лингвистического анализа мы рассмотрели, как проявляется в медиатекстах авторское начало, а также выявили признаки адресованности, благодаря которым составили совокупные портрет адресата медиатекстов о России и Сибири в исследуемых изданиях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ медиатекста о России и Сибири в британских и американских СМИ выявил следующие тенденции.

Медиатекст The Guardian показал большую динамичность, нежели медиатекст The New York Times. При этом в The Guardian одни концептуальные признаки являются более динамичными, чем другие. Наиболее подвижными оказались три тематических блока. Во-первых, интерес к допинговому скандалу, который активно муссировался в периоде с марта 2016 по апрель 2017 года, резко затух во периоде с мая 2017 по апрель 2018 года, несмотря на «событийное равноправие» периодов: и летом 2016, и зимой 2018 года прошли Олимпийские игры, от которых сборная России так или иначе была отстранена. Это можно объяснить как естественным для любого информационного повода «остыванием» общественного интереса к нему, так и тем, что Великобритания, как страна, принимающая активное участие в международных спортивных событиях, более заинтересована в «психологическом уничтожении» соперника во время летнего олимпийского сезона, так как летние виды спорта более популярны и развиты в Британии, нежели зимние. Следовательно, неучастие России в летней Олимпиаде было бы более желательным для этой страны. В зимний же сезон Британия не имеет притязаний, следовательно, не конкурирует с Россией за призовые места. В общем и целом, концептуальные признаки «России», связанные с допингом, перестали экстраполироваться, наступила стадия «затухания» концептуальной связи RUSSIA и DOPING, сопровождаемая движением лексем, актуализирующих тему допинга и обмана, от ядра к периферии.

Во-вторых, количество медиатекстов, в которых упоминается аннексия Крыма, во втором периоде по сравнению с первым снизилось в 2,5 раза, что можно связать с «остыванием» данной информации. Если война в Сирии, например, имеет продолжительный характер, общественный интерес к ней не утихает по причине постоянно обновляемых информационных поводов, то

аннексию Крыма, можно, скорее, назвать «грехом» российского государства, который зарубежные журналисты включали в бэкграунд «по привычке» в целях «демонизации» образа России.

В-третьих, *Salisbury scandal*, начавшийся в марте 2018 года, наоборот, за 2 месяца получил стремительное развитие. Это может быть связано с тем, что отравление Скрипалей произошло на территории Британии, главным актором *Salisbury scandal* является Соединенное Королевство, и для *The Guardian* расследование отравления, является «событием, случившимся на соседней улице», а местные новости априори являются для читательской аудитории наиболее интересными, благодаря их релевантности и актуальности, следовательно, внимание издание им уделяет значительно больше по сравнению с мировыми новостями.

Медитатекст *The New York Times*, в свою очередь, показал, скорее, количественную, нежели качественную динамику. Так, осенью 2017 года наблюдается снижение количества публикуемых о России материалов, что может быть объяснено общим упадком общественно-политической тематики в издании, связанной с напряжением, создавшимся вокруг американской прессы в связи с политикой президента США Дональда Трампа. По идейному содержанию, экспрессивности и эмоциональности, эксплицируемых в медиатексте, значительных сдвижек выявлено не было.

В результате сравнительного анализа средств вербализации концепта «Россия» в *The Guardian* и *The New York Times* было отмечено, что в медийных картинах мира данных массмедиа существуют как общие, так и различные признаки. Притом общие концептуальные признаки имеют пересечения исключительно формального плана, их внутреннее содержание резко различается.

Так, стабильным общим для двух изданий концептуальным признаком России является ее внешнеполитическая агрессия. Как в британской, так и в американской медийной картине мира Россия предстает государством, участвующим в крупных вооруженных конфликтах и нарушающим

установленный миропорядок. Однако The New York Times более аккуратно подходит к освещению вооруженных конфликтов, делая акцент не на боевых действиях, а на оборонительных мерах, предпринятых США. The Guardian же ведет обвинительную политику. Выступая третьей, «незаинтересованной» стороной, в отличие от США, не участвующей в вооруженном конфликте напрямую, британское СМИ со своих позиций дает оценку происходящему (не в пользу России). Притом Британия зачастую выбирает тактику невмешательства в прямые вооруженные разбирательства России и США, и ей остается следить за тем, чтобы те угрозы, которые представляет собой Россия, не были реализованы в отношении Британии, а, следовательно, регулировать взаимоотношения между Британией и Россией посредством «нефизических регуляторов», в данном случае, санкций.

В американской медийной картине мира, в свою очередь, звучат мотивы охраны существующего миропорядка. По мнению The New York Times, лишь НАТО и США могут оказать агрессивной России адекватное сопротивление, поэтому НАТО и США должны во имя сохранения демократичного устройства оказывать помощь другим, более слабым странам. Если The Guardian выставляет на первый план концептуальные признаки угрозы и опасности, исходящие от страны-агрессора, то The New York Times – признаки защиты и обороны. Отсюда в американской медиакартине мира появляется прочная связь концепта «Россия» с ядерным оружием – мерилем военной мощи в наши дни – и гонкой вооружений. Россия и США являются двойниками, которые при помощи расставляемых СМИ акцентов становятся антагонистами, притом американское СМИ освещает вооруженные конфликты в свете превосходства США над Россией: идейное превосходство заключается в том, что цель России – нарушить конвенции и установить свою власть над миром, а цель США – обеспечить демократию и мир в странах, сдержать агрессию России, защитить Европу от недоброго соседа; моральное превосходство – в том, что действия России непредсказуемы, она в любой момент может начать активные военные действия, в том числе с применением ядерного оружия, США же видят границы

допустимого и делают все, чтобы не доводить конфликт до горячей стадии; техническое и технологическое превосходство заключается в более современном вооружении. The Guardian в этом отношении более полифоничен, он пишет о силе, влиятельности, изощренности и продуманности России, в то время как США, выступая прямым конкурентом России по этим параметрам, не наделяет ее данными качествами.

Ситуация конфронтации России и Запада и в The Guardian, и в The New York Times характеризуется как Холодная война. Притом сегодняшнее напряжение в отношениях по сравнению со своим «предшественником» имеет усовершенствованную технологию ведения холодной войны и с точки зрения информационной поддержки своих действий, и с точки зрения новейшего военного арсенала. Россия ведет информационную войну, распространяя на своей территории пропагандистские материалы, работающие эффективно в рамках российского общества. В то же время, желая установить собственный миропорядок, Россия дирижирует мировыми политическими процессами, организовывая кибератаки и хакерские взломы сайтов крупных международных организаций, с целью фальсификации данных и негативизации образов противников России. В The New York Times мотивы киберпреступлений звучат в основном в отношении президентских выборов в США.

Выборы в США также послужили поводом для рождения концептуальных связей концепта «Россия». Только если The New York Times подчеркивает, что Россия при помощи кибератак и хакеров «взломала» выборы в США, и без ее вредительства, возможно, результаты были бы совершенно другими, то The Guardian делает акцент именно на процессе расследования, поиске хакерских следов на европейских серверах и, что важно, в вопросе киберпреступлений The Guardian ведет обличительную политику как по отношению к России, так и по отношению к Дональду Трампу. The Guardian действует из того, что Россия – опасный враг по соседству, и Европе нужно обезопасить себя, а, следовательно, разгадать тщательно засекреченные Trump-Russia connection. The New York Times, как и в кейсе, посвященном внешнеполитической агрессивной стратегии,

сглаживает острые углы. Возможно, это объясняется тем, что The New York Times подпадает под юрисдикцию США, что ограничивает издание. Более того, можно сделать вывод, что The New York Times «смирилось» с президентом и во имя сохранения порядка внутри страны не намерено подрывать его имидж, предпочитая мириться с новыми общественно-политическими условиями, к которым издание постепенно адаптируется.

Также общей темой для британских и американских СМИ стал допинговый скандал в России. И в американских, и в британских СМИ активно разрабатывается идея государственной поддержки употребления допинга спортсменами и сокрытие данного преступления. В этом случае Россия утвердила своей главной стратегией поведения обман и нарушение общемировых правил. Главной целью России представляется подрыв ценностей международного спорта и удержание первенства в спортивной сфере как показателя первенства на мировой арене. Ситуация скандала в корпусе текстов, посвященных допингу в России, является как причиной повального употребления запрещенных препаратов (коррупционный скандал в России есть подтверждение коррумпированности и спортивной сферы), так и последствием (допинговый скандал разрушил репутацию России, и теперь ей придется сильно постараться, чтобы вернуть доверие мирового спортивного сообщества к себе). Не способная контролировать допинговую ситуацию внутри страны Россия также предстает как объект наказания, выраженный в отстранении сборной от мировых соревнований, изъятии прав на проведение международных соревнований внутри страны, бойкоте России и российских спортсменов спортивным сообществом. Таким образом, можно сделать вывод, что ситуация допингового скандала является отражением общих принципов восприятия и трактовки поведения России как в The Guardian, так и в The New York Times.

Разным в концептуальном поле «России» стало то, что дипломатический скандал, вызванный отравлением Скрипалей, в британском медиатексте вызвал укрепление концептуальной связи RUSSIA с концептом ESPIONAGE. На сегодняшний день можно заключить, что эта связь эквиполентная и находится в

стадии активного развития. В *The New York Times*, в свою очередь, данная эквивалентная связь, несмотря на конфликт, развития не получила. США поддерживает Британию в расследовании и ответных мерах, однако в СМИ тема звучит не часто, что может свидетельствовать о локальности данного дипломатического скандала или об отсутствии явно выраженного интереса США в этом деле.

В *The New York Times* значительно разработанным концептуальным признаком является экономическая нестабильность России. В американском медиатексте эксплицируется идея того, что Россия променяла благополучие своего населения на борьбу за мировое господство. За свои аппетиты к гегемонии Россию необходимо наказывать экономическими санкциями, так как только переключив внимание России на кризис внутри страны, можно остановить ее внешнеполитическую агрессию. Притом в британском медиатексте «экономический» концептуальный признак развит только в контексте поддержки американских санкций, в других случаях *The Guardian* не выражает заинтересованности в состоянии российской экономики, это время как для США это становится основным показателем благосостояния нации и, в некоторой степени, индикатором победы в противостоянии двух держав. Такая разница медиатекстов может быть спровоцирована разницей ментальности двух наций. Американцы более ориентированы на экономику и деньги, чем британцы, которые, судя по публикациям либерально-демократически настроенного *The Guardian*, действительно ратуют за соблюдения демократических прав и свобод граждан разных стран.

Создание визуального образа России в исследуемых изданиях является инструментом конструирования воздействующей медиареальности. Многогранность процесса формирования визуального образа, а также особенности человеческого восприятия делают его удобным средством манипулирования, однако его содержание и конечное значение зависят от фотографа, выбирающего что и как фотографировать, и редактора, решающего, в какой контекст поместить изображение. В ходе анализа выяснилось, что в *The*

Guardian в большей степени, чем в The New York Times, присутствуют признаки намеренного конструирования визуального образа.

В ходе концептологического анализа было выяснено, что Британия в контексте освещения внешнеполитических событий, связанных с Россией, занимает позицию стороннего наблюдателя, и визуальные средства становятся дополнительным средством имплицитного выражения оценки действий РФ в негативном ключе. Главными инструментами изображения России в британском СМИ становятся репрезентация страны через политических деятелей, военной потенциал и русских.

В британском медиадискурсе действия Путина и России зачастую отождествляются, Россия на мировой арене действует от его лица и имени, а соответственно, визуальный образ Путина во многом влияет на визуальный образ страны в целом. Путин, в свою очередь, представлен как серьезный и суровый лидер, человек хитрый и недружелюбный. Он имеет большое влияние в мире, при этом сам себе на уме и хочет показать миру себя и государство, которым он управляет, в лучшем свете. Карикатурный образ Путина – демон, с налитыми кровью глазами, презрительным и безразличным выражением лица, сильным телом.

Притом вследствие активного вовлечения в медиатекст фотографий Рамзана Кадырова и Алексея Навального делают Россию страной, деятельность которой идет вразрез с главными ценностями демократии – соблюдением прав человека и гражданина, в которой процветает безнаказанная жестокость по отношению к сексуальным меньшинствам. В России нет демократических свобод, и оппозиция в ней подвергается серьезным гонениям.

Репрезентация военного потенциала актуализирует оппозицию «Россия и мир». Россия – это «нависшая угроза», которая в любой момент может нанести удар, от нее никому не скрыться. Важным мотивом в данном контексте становится мотив разрушения и хаоса, который оставляет после себя Россия. Ей не важны судьбы людей, ей нужно мировое господство, ради которого она готова

жертвовать жизнями обычных людей. Более того, фотографиями страдающих детей The Guardian подписывает России обвинительный приговор.

Русские в издании делятся на два типа – большая неинтеллектуальная, нищая толпа в основном пожилых людей, поддерживающих политику Путина. И малочисленная группа молодых и решительных оппозиционеров. Кроме этого, неотъемлемой частью визуального образа России становится человек в полицейской форме с дубинкой. В британской газете Россия предстает как полицейское государство, при котором власть жестко (в том числе с помощью репрессий) контролирует социальную, экономическую и политическую жизнь граждан.

В The New York Times визуальные элементы также повторяют выявленные концептуальные признаки. США, которые в медиатексте американской газеты выступают главной сдерживающей российскую агрессию силой, предпочитают иллюстрировать вербальный текст визуальными элементами, актуализирующими положительные признаки Америки. Косвенно такая стратегия доказывает наличие между двумя странами ситуации гонки и противодействий.

Во The New York Times практически отсутствуют мотивы разрушения и принесения Сирии в жертву, а вместо российских истребителей они предпочитают ставить свои, что вновь актуализирует имплицитный мотив гонки вооружений, защиты мира от грозного врага. Можно предположить, что США невыгодно ставить фотографии последствий военного конфликта – фото разрушенных домов и жертв, так как Штаты являются косвенным участником военных действий в Сирии и на каждый разрушенный российскими авиаударами дом приходится такой же разрушенный авиаударами США дом. Следовательно, в общем американском медиатексте намечается тенденция отдаления мотивов военной катастрофы от образа США, в связи с чем в рамках визуального оформления «обеляется» и образ России.

Кроме этого, в ходе исследования визуального образа России было обнаружено, что большое внимание в американском медиатексте уделяется экономическим символам.

Точно так же, как и в The Guardian главным представителем России на мировой арене является президент страны Владимир Путин, в американском медиатексте возникает мотив, который можно обозначить как «авторитарный правитель». Так же, как и в британском издании, он предстает суровым и серьезным, влиятельным и недружелюбным.

Следующий мотив – мотив пасмурной серой, депрессивной и сумрачной России. В массовом сознании американского народа таким образом формируется образ непривлекательный образ недоброжелательной страны.

Адресатов британского и американского медиатекста можно назвать представителями разных полюсов, не имеющих ничего общего. Это можно связать с естественной для изданий разных стран разной целевой аудиторией, но также это является косвенным доказательством существенных различий в медийно картине мира британской и американской нации, в их массовом сознании. Также это может свидетельствовать о наличии глубинных ментальных различий американского и британского народа, которые существуют вопреки тому, что они говорят на одном языке – английском. Однако сегодня мы наблюдаем качественный сдвиг американского варианта английского языка в сторону упрощения, что является, скорее, следствием культурных различий.

Так, адресат американского медиатекста – простой обыватель с низкими информационными запросами, высоким уровнем доверия и склонностью к сенсациям, который уверен в том, что американцы – сильная и властная нация, которая может оказывать гуманитарную помощь и военную поддержку другим государствам с целью сдерживания агрессора России, и рядовой житель Соединенных Штатов должен разделять шаги, предпринимаемые государством, ради обеспечения мира во всем мире и защиты своих собственных ценностей: свободы, демократии, равенства – всего, чего Россия хочет лишить западный мир, навязав свою авторитарную и деспотичную модель устройства общества.

Адресат британского медиатекста, в свою очередь, интеллектуальный, образованный и начитанный человек, избирателен и строг как к языковому оформлению материалов, так и к фактологической и аргументативной базе. Его ценностями являются либеральная демократия как форма политического устройства, соблюдение прав человека, борьба против угнетения прав женщин и меньшинств. Он выступает против реакционного режима, тирании, авторитарного правления и по этим параметрам противопоставляется русским. Он не только пассивный читатель, но и соавтор, у него есть свое мнение, которым он может поделиться также на площадке издания.

Несмотря на то, что медиатексты в анализируемых изданиях ориентированы на читателя, создаются исходя из их вкусов и запросов, тем не менее, можно отметить схожесть образов автора.

В *The Guardian* можно говорить о наличии двух типов авторства и в жанре новости, и в жанре features:

В новостном жанре журналист может выступать оценивающим информатором, и в материалах проявляется выраженная в отборе языковых средств субъективная модальность автора, которая во имя сохранения нейтральности повествования маскируется путем использования речевых оборотов, отстраняющих автора от текста, позволяющих создать впечатление, что это и не конкретный автор вовсе создавал новость, это не его субъективная оценка, а мнение редакции. Или же журналист может быть скромным информатором, выполняющим исключительно текстообразующую функцию, его персональное присутствие в тексте никак не обозначено, а биографичность уходит на второй план.

Так вот при сравнении двух медиатекстов (американского и британского) выстраивается параллель американского автора и британского автора первого типа. В *The New York Times* в новостях автор – это оценивающим информатором, который не просто дает читателю информацию о случившемся, но и наделяет субъекты особыми характеристиками. В зависимости от описываемого события при помощи семантико-стилистических и лексических инструментов автор

выбирает тон изложения новости, который может быть иронично-шутливым, осуждающим, обличающим.

В жанре features в The Guardian автор может быть аналитиком, который «пожил и знает» и хочет откровенно и ненавязчиво поговорить по душам с читателем. Для убедительности он открыто говорит о фактах из своей биографии, оперируя реальными историями, называя настоящие имена и т.п. Или же он может быть деперсонализированным аналитиком, который проработал для читателя большое количество материалов и данных, и представил их в удобоваримой форме.

В The New York Times автор занимает позицию самоуверенного аналитика, он может сопоставлять факты, искать скрытые взаимосвязи и делать прогноз на будущее, делиться своим мнением и приводить мнения экспертов, в любом случае он рассказывает адресату о чем-либо с позиции очевидного знания. Притом модус мнения и умозаключения может и не сопровождаться объективным доказательством, слово журналиста-колумниста или журналиста-аналитика в принципе может не подтверждаться аргументами, так как в американском медиатексте присутствует авторская позиция очевидности того, о чем говорится. И данная психологическая тактика заставляет читателя считать, что то, о чем пишет журналист, действительно очевидно, читатель начинает разделять эту позицию. Более того, автора американского медиатекста можно назвать дерзким. Он не только имеет свое мнение по сложным вопросам и называет все своими именами, но и не боится обращаться к персонажам медиатекста напрямую, вызывать их на диалог.

Наличие общих черт в образе автора медиатекста может говорить нам о том, что в The Guardian и в The New York Times используются одинаковые манипулятивные приемы, такие как отбор событий реальности для сообщения, отбор лексических и стилистико-семантических средств для формирования повествования. Коллективный автор определяет структуру информационного потока, отбирает факты и информационные поводы для освещения, формируя таким образом повестку дня. Манипулятивная семантика или использование

эмоционально окрашенных слов, которые тесно связаны с основными ценностями, мнениями общества и являются убедительными без дополнительной информации используются для подмены смыслов и понятий.

Повторение одного и того же бэкграунда способствует закреплению нужных стереотипов и образов в сознании, а, как утверждал С. Московичи, образ, который человек запомнил, становится для него «своим», поэтому человек доверяет этому образу. Важно учитывать, какое воздействие оказывает слово, какие ассоциации пробуждает его произнесение или прочтение. Повторяющаяся мысль сводит рассуждения людей к минимуму и превращается в очевидность, не зависящую от времени, места и личности.

Притом приемы манипуляции обнаруживаются на всех уровнях медиатекста. Концептуальное моделирование, актуализация оппозиции «свой» – «чужой» в адресованности и формирование визуального образа способствуют наклеиванию на Россию как на объект контрпропаганды ярлыка врага, который характеризует ее как что-то, чего аудитория боится, испытывает отвращение, находит подозрительным.

Притом на уровне визуального манипуляция реализуется в основном через воздействие цвета, света, эмоций предметов изображения на психоэмоциональное состояние читателей. На вербальном уровне, в свою очередь одним из самых эффективных средств воздействия на целевую аудиторию становится обращение к угрожающим и пугающим темам. С одной стороны, освещение происходящих вокруг событий России в таком свете способствует ее информационной блокаде, а с другой, является полезным для издания с точки зрения сплочения читателей, их солидаризации и, как следствие, стимулирования тех или иных их поступков.

Важно отметить, что обращение к мотивам угрозы реализуется в изданиях по-разному. В *The Guardian* сделан акцент на том, что Россия – прямая угроза существующему в Европе, мире и Британии миропорядку, ее действия могут нанести вред жизни, имуществу, безопасности, статусу британцев. В *The New York Times*, в свою очередь, подчеркивается то, что США может защитить своих

граждан и граждан других стран от этой угрозы, что порождает уверенность аудитории в том, что действия ее страны эффективны.

СМИ стали основным инструментом манипулирования общественным мнением. Они прививают массам общие ценности, поведенческие модели, нормы, по сути, программируя наше поведение нужным им образом.

Таблица 15 – сравнительный анализ эксплицируемых признаков России в медиатексте The Guardian и The New York Times

The Guardian	The New York Times
Россия – внешнеполитический агрессор, который представляет угрозу для демократических ценностей и установленного миропорядка. Нужно рационально и с настороженностью относиться к действиям России на мировой арене, лучше не вступать с ней в вооруженный конфликт. Противодействовать России должны США и НАТО. Британия может воздействовать на России путем экономических санкций;	Россия – внешнеполитический агрессор, которого нужно сдерживать, контролировать. От ее негативного влияния нужно защищать мир и демократию всеми доступными средствами, в том числе давать вооруженный отпор, если это потребуется. При этом главным оружием против агрессии России являются экономические санкции, которые значительно влияют на экономику страны, погружая ее в кризис;
Россия – субъект политических действия (оказывает поддержку, вводит войска, подписывает соглашения и т.п.). Ее главная цель – установить свои правила игры на мировой арене;	Россия – объект политических действий (с ней сотрудничают, от нее защищают). Главная цель США – не допустить установления российских правил игры на мировой арене;
Россия и президент США Дональд Трамп находятся в неоспоримых, но не раскрытых до конца отношениях. Трамп – марионетка в руках России и нужно провести тщательное расследование, чтобы вывести их на чистую воду.	Россия «взломала» президентские США, возможно, без российского вмешательства, исход выборов был бы другим;
Россия ведет войну на информационном фронте. Антизападная пропаганда в России;	Россия ведет войну на информационном фронте. Антизападная пропаганда в России;
Россия – главный актер допингового скандала. Она нарушила приятые всем мировым сообществам принципы честной борьбы и должна быть наказана;	Россия – главный актер допингового скандала. Она нарушила приятые всем мировым сообществам принципы честной борьбы и нужно найти меры, чтобы доказать всему мировому сообществу, что она виновна, нужно добиться того, чтобы Россия признала свою вину;

The Guardian	The New York Times
На мировой арене Россия действует от имени ее президента В. В. Путина, который имеет большой авторитет внутри страны и хочет распространить свое влияние на весь остальной мир. Он суров, серьезен, хитер и опасен. В России его боятся и уважают.	На мировой арене Россия действует от имени ее президента В. В. Путина, который имеет большой авторитет внутри страны и хочет распространить свое влияние на весь остальной мир. Он суров, серьезен, хитер и опасен. В России его боятся.
Миссия России – восстановить чувство собственного достоинства, утраченное во времена распада СССР;	Миссия России – «Make Russia great again»;
Россия – государство в кризисе. Экономические санкции, наложенные западным миром на Россию достигают своих целей, поэтому нужно придерживаться выбранной стратегии;	Государство пожертвовало благополучием своих граждан во имя мирового господства, поэтому Россия – государство в кризисе. Экономическая система в стране оставляет желать лучшего;
В России нет демократии. Существующий режим можно назвать авторитаризмом или даже тоталитаризмом. В ней процветает жестокость, безнаказанно нарушают конституционные права и свободы граждан, притесняют женщин и ЛГБТ-меньшинства. В стране нет оппозиции. А то небольшое число молодых и активных граждан, осмеливающихся противостоять госаппарату, подвергаются гонениям со стороны государства;	В России нет демократии. Существующий режим можно назвать авторитаризмом или даже тоталитаризмом;
Россия – страна с полицейским режимом;	Россия сумрачная и депрессивная;
Россия – путинская страна. Ее население – пророссийские активисты, отличающиеся повышенной агрессивностью, гражданской пассивностью, варварством, низким интеллектом. Это пожилые и бедные люди;	Россия – страна с низким порогом использования оружия, в том числе ядерного, она начала гонку вооружений;
Россия – против мира, а значит, против нас. Их интересы и поведение не понятны нормальному человеку, русские – «чужие»;	Россия – против мира, а значит, против нас. Их интересы и поведение не понятны нормальному человеку, русские – «чужие»;
Автор медиатекста о России – может быть и оценивающим информатором, и скромным информатором, выполняющим исключительно текстообразующую функцию. Кроме этого, он аналитик, который «пожил и знает» и хочет откровенно и ненавязчиво поговорить по душам с читателем. Или же он может быть деперсонализированным аналитиком, который проработал для читателя большое количество данных, и представил их в удобной для восприятия форме.	Автор медиатекста о России – оценивающий информатор, который не просто дает читателю информацию о случившемся, но и наделяет субъекты особыми характеристиками. Кроме этого, он самоуверенный аналитик, он может сопоставлять факты, искать скрытые взаимосвязи и делать прогноз на будущее, делиться своим мнением и приводить мнения экспертов, в любом случае он рассказывает адресату о чем-либо с позиции очевидного знания. Более того, автора американского медиатекста

The Guardian	The New York Times
	можно назвать дерзким. Он не только имеет свое мнение по сложным вопросам и называет все своими именами, но и не боится обращаться к персонажам медиатекста напрямую, вызывать их на диалог;
Адресат британского медиатекста – интеллектуальный, образованный и начитанный человек, избирателен и строг как к языковому оформлению материалов, так и к фактологической и аргументативной базе. Его ценностями являются либеральная демократия как форма политического устройства, соблюдение прав человека, борьба против угнетения прав женщин и меньшинств. Он выступает против реакционного режима, тирании, авторитарного правления и по этим параметрам противопоставляется русским. Он не только пассивный читатель, но и соавтор, у него есть свое мнение, которым он может поделиться также на площадке издания.	Адресат американского медиатекста – простой обыватель с низкими информационными запросами, высоким уровнем доверия и склонностью к сенсациям, он уверен в том, что американцы – сильная и властная нация, которая может оказывать гуманитарную помощь и военную поддержку другим государствам с целью сдерживания агрессора России, и рядовой житель Соединенных Штатов должен разделять шаги, предпринимаемые государством, ради обеспечения мира во всем мире и защиты своих собственных ценностей: свободы, демократии, равенства – всего, чего Россия хочет лишит западный мир, навязав свою авторитарную и деспотичную модель устройства общества.

Концепт «Сибирь» встречается на порядок реже и репрезентуется менее широким кругом лексических средств. Притом в The Guardian сюжет о Сибири получил большее развитие, чем в The New York Times, что может быть объяснено в том числе и географическим расположением Сибири. Находясь на одном континенте с Британией, Сибирь является экзотичным местом для путешествий. В The Guardian медиатекст о Сибири ни в одном из изданий не имеет динамики, он словно существует вне времени, не зависит от информационных поводов и от общего контекста событий, связанных с родовым для Сибири концептом – Россией. В The New York Times пристального интереса к Сибири нет, поэтому медиатекст формируется за счет редких событий, служащих информационным поводом, однако динамики медиатекста отмечено не было, что можно объяснить низкой частотностью выхода новостей о Сибири.

Анализ номинативного поля концепта «Сибирь» в The Guardian выявил, что Сибирь, хотя и является частью Российского государства, лишена спектра

негативных коннотативных свойств своего родового понятия «Россия» и в большей степени представлена положительно. Так, например, Сибирь представляется как часть природы, притом природы отдаленной, чистой, девственной, нетронутой. В связи с этим, Россия есть место гармонии, а котором человек в результате единения с природой может обрести себя, поэтому Сибирь – это еще и пункт назначения туристов, место для путешествий.

Главным когнитивным признаком исследуемого концепта является суровость сибирского климата. Холод, мороз, заснеженность, вечная мерзлота являются перманентными характеристиками Сибири. Притом с состоянием постоянной зимы связаны такие компоненты концепта «Сибирь», как место археологических открытий и индикатор климатических изменений. Более того, в медийной картине мира британцев Сибирь представляет собой большое, незаселенное пространство, в котором может что-либо располагаться и что-либо происходить.

К собственно сибирским проблемам относятся дикость данной местности, в силу отдаленности цивилизация не дошла до некоторых регионов, что, в свою очередь, делает жизнь в Сибири больше похожей на выживание, лишённое привычного европейского комфорта. Одной из черт Сибири является распространённость алкоголя, в том числе суррогатного, и использование в качестве алкоголя не предназначенных для употребления внутрь веществ, таких как стеклоочистители, парфюм. Ретроспективным когнитивным признаком концепта «Сибирь» является представление о Сибири, как о тюрьме – месте, в которое некогда отправляли ссыльных, неудобных государству людей. Однако интересным представляется то, что на страницах британской прессы в последнее время появляются попытки переосмыслить данный исторический факт в пользу Сибири, найти факторы прогресса данной местности за счет этого.

Сибирь являет собой совокупность всех стереотипов о России: только в рамках исследования концепта «Сибирь» были актуализированы такие стереотипы, как Россия (Сибирь)– холодная страна, это медведи, это водка и т.п. Это позволяет говорить о том, что Сибирь представляет собой концентрацию

русской самобытности. Она не только по сравнению с Европой, но и по сравнению с Россией другая, особенная, поэтому в медиатекстах британских СМИ, посвященных Сибири, используется более выразительная лексика. Так, например, для описания диковинных сибирских реалий также используется транслитерация, т.е. передача русского слова при помощи английских букв.

В представлении американцев Сибирь – это, в первую очередь, часть Российской Федерации. Самый обширный сюжет о Сибири в *The New York Times* посвящен Сибири как научному объекту археологических изысканий. Самое распространенное представление о Сибири – Сибирь – это мороз, холод, суровая зима, – уже является устойчивым стереотипом. В связи с суровостью климата все живущие на сибирской земле воспринимаются как сильные, волевые, выносливые люди, отличающиеся хорошим здоровьем и закаленным духом.

Кроме этого, Сибирь в принципе отождествляется с природой. Она и зависима от нее (подвергается таким катастрофам, как пожары, затопления и т.п.), и награждена ею (сибирская земля богата полезными ископаемыми) К слову, Сибирь в американском медиадискурсе чаще всего предстает центром российских богатств и ассоциируется с газом нефтью, золотом и т.п.

Еще одна выразительная черта концепта «Сибирь» – загадочность. Сибирь остается непонятной для граждан США. Для них события, происходящие в Сибири, и особенности жизни здесь кажутся экзотичными. Из этого восприятия вытекает еще одно устойчивое мнение о Сибири: Сибирь – центр мистических событий, который нужно изучить, исследовать, постараться понять. В американской прессе часто звучат мотивы так называемого покорения Сибири, заключающегося в постижении сибирского быта. На усиление этого концептуального признака работает тот факт, что Сибирь остается центром археологических открытий.

Неотъемлемым признаком Сибири является тюремное заключение, ссылка. Образ лагерной Сибири с тюремным режимом жив в сознании

американцев, и теперь «ссылка в Сибирь» в американской языковой картине мира – это полуфразеологический оборот.

Образы автора в двух изданиях отличны, в первую очередь, по причине тематической и содержательной разности медиатекстов. Автор в медиатексте *The Guardian* может быть главным героем текста, который делится с читателями своим опытом нахождения на территории Сибири, а также нравоучителем, который рассказывает об актуальных для сибирского региона проблемах, разъясняет их причины и, вместе с тем, дает отповедь виновникам. И в первом, и во втором случае он является проводником в загадочный мир Сибири, с помощью которого читатель *The Guardian* совершает виртуальное путешествие в отдаленные уголки этого отдаленного региона. В *The New York Times* автор – это или скрытый оценивающий информатор, ироничный, стремящийся выглядеть объективно, или беспристрастный к предмету повествования аналитик, но страстный популяризатор науки.

Если сравнивать образы адресата в исследуемых СМИ, можно констатировать следующие различия. В *The Guardian* адресат – любознательный, увлеченный путешественник или турист с богатым внутренним миром и установкой на саморазвитие и духовное совершенствование. Он открыт миру, чужд стереотипов, ценит красоту окружающего его мира, ратует за сохранение экологии на планете, является защитником природы. Он любит Сибирь вопреки сложным климатическим условиям и бытовым сложностям, с которыми здесь неизбежно сталкивается человек, и восхищается местными жителями. В *The New York Times* адресат во многом совпадает с адресатом медиатекста о России, он является обывателем, привыкшим к простому обращению с собой, не отличающимся изрядными требованиями к языковому оформлению текстов и аргументации выдвигаемых позиций, в некоторой степени падок на сенсации. В «разговоре» с ним журналист избегает сложных стилистических конструкций и неоднозначных метафор, а использует слова разговорного стиля для упрощения понимания, языковую игру для привлечения внимания и прочие средства повышения эмоциональности сообщения. В случае с материалами,

раскрывающими суть климатических и историко-археологических исследований, адресат приобретает такие характеристики, как «ecologically minded» (экологическое мышление) и обеспокоенность за состояние окружающей среды, любознательность и способность к восприятию длинных и сложных материалов, наполненных фактами и статистикой.

Таблица 16 – сравнительный анализ эксплицируемых признаков Сибири в медиатексте The Guardian и The New York Times

The Guardian	The New York Times
Сибирь – это сказка, далекое, уединенное место с красивой природой, которое является привлекательным для экотуризма и экстрима;	Сибирь – это место катастроф. Периодически здесь терпят крушение самолеты, горят леса, теряются люди;
Сибирь – холодный и суровый климат;	Сибирь – холодный и суровый климат.
Сибирь – ад на земле: Сибирь – это место ссылки, тюрьма, в Сибири люди не живут, а выживают;	Сибирь – ссылка, тюрьма;
Сибиряки – добрые отзывчивые люди;	Сибирь – природные ресурсы (нефть, газ, золото);
Сибирь – место археологических открытий;	Сибирь – это объект научных исследований, в частности археологических. Сибирская вечная мерзлота хранит в себе немало тайн, ежегодно на сибирской территории находят кости и артефакты, играющие большое значение для определения пути развития человеческого вида;
Сибирь – это загадка, центр мистических событий, который нужно изучить, исследовать, постараться понять. Метод – путешествие, знакомство с местным населением, обычаями;	Сибирь – это загадка, центр мистических событий, который нужно изучить, исследовать, постараться понять. Метод – научные исследования, раскопки на территории Сибири;
Сибирь не играет роли «нюсмейкера» и интересна для издания только как «модель», чья экстраординарность и самобытность привлекает читателей;	Сибирь – часть России;

The Guardian	The New York Times
<p>Автор в медиатексте о Сибири может быть главным героем текста, туристом, который делится с читателями своим опытом нахождения на территории Сибири, а также нравоучителем, который рассказывает об актуальных для сибирского региона проблемах, разъясняет их причины и, вместе с тем, дает отповедь виновникам. И в первом, и во втором случае он является проводником в загадочный мир Сибири, с помощью которого читатель The Guardian совершает виртуальное путешествие в отдаленные уголки этого региона;</p>	<p>Можно отметить 2 разных образа автора в медиатексте о Сибири в The New York Times: в первом случае это скрытый оценивающий информатор, ироничный, стремящийся создать иллюзию объективности, а во втором автор – беспристрастный к предмету повествования аналитик, страстный популяризатор науки;</p>
<p>Адресат медиатекста о Сибири – любознательный, увлеченный путешественник или турист с богатым внутренним миром и установкой на саморазвитие и духовное совершенствование. Он открыт миру, чужд стереотипов, ценит красоту окружающего его мира, ратует за сохранение экологии на планете, является защитником природы. Он любит Сибирь вопреки морозам и сложностям, с которыми здесь неизбежно сталкивается человек, и восхищается местными жителями.</p>	<p>Адресат в медиатексте – обыватель, привыкший к простому обращению с собой, не отличающийся изрядными требованиями к языковому оформлению текстов и аргументации выдвигаемых тезисов. В случае с материалами, раскрывающими суть климатических и историко-археологических исследований, адресат приобретает такие характеристика, как «ecologically minded» (экологическое мышление) и обеспокоенность за состояние окружающей среды, любознательность и способность к восприятию длинных и сложных материалов, наполненных фактами и статистикой.</p>

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Абрамова, Е. С. Концепт «Россия» в дискурсе современных российских масс-медиа: когнитивная структура, динамика, особенности языковой объективации: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филологич. наук (10.02.01) / Абрамова Е. С.; Белгородский государственный национальный исследовательский университет. – Белгород, 2012. – 23 с.
- 2 Абрамова, Е. С. О типологизации концептов / Абрамова Е. С.; Белгородский государственный национальный исследовательский университет. – Белгород, 2014. – 8 с.
- 3 Анненкова, И. В. Язык в современных СМИ в контексте русской культуры: попытка риторического осмысления // Русская речь. – Москва: ФГУП Издательство «Наука», 2006. – С. 69-78.
- 4 Апресян, Ю. Д. Избранные труды в 2х томах. Т. II: Интегральное описание языка и системная лексикография / Ю. Д. Апресян. – М: Школа «Языки русской культуры», 1995. – 357 с.
- 5 Арнхейм, Р. В защиту визуального мышления / Р. Арнхейм; пер. с англ. – М.: Прометей, 1994. – С. 45-48.
- 6 Арнхейм, Р. Визуальное мышление / Р. Арнхейм; под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, В. А. Сиридонова, М. В. Фаликман, В. В. Петухова. – М.: АСТ: Астрель, 2008. – 672 с.
- 7 Андронкина, Н. М. Понятие «дискурс» в междисциплинарных исследованиях и его содержание в методике преподавания иностранных языков / Н. М. Андронкина // Мир науки, культуры, образования. – 2008. – № 3. – С. 87-91.
- 8 Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]; 2-е изд. – Москва: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136-137.
- 9 Богуславская, В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: Монография / В.В. Богуславская. – Ростов-на-Дону: Южное

отделение Российской академии образования: Изд-во Ростовского госпедуниверситета, 2003. – 272 с.

10 Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова / Н.Н. Болдырев // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание. – Воронеж, 2001. – С. 25-45

11 Бочарникова, Е. А. О соотношении понятий «текст» и «дискурс» в лингвистике / Е. А. Бочарникова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2010. – № 1 (5), Ч. 1. – С. 50-52.

12 Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр – Москва, 2000. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3484/3488>

13 Бронник, Л. В. Сложность концепта и эволюция его научной теории [Электронный ресурс] / Л. В. Бронник // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 11 (192). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/slozhnost-kontsepta-i-evolyutsiya-ego-nauchnoy-teorii>

14 Валгина, Н. С. Теория текста / Н. С. Валгина. – М.: «Логос». – 2003. – 234 с.

15 Вежбицкая, А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая; пер. с англ. А. Д. Шмелева под ред. Т. В. Булыгиной. – Москва: Языки русской культуры, 1999. – 790 с.

16 Велитченко, С. Н. Медийный словарь: проблемы функционирования и развития [Электронный ресурс] / С. Н. Велитченко // Медиаскоп. – 2012. – №1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1029>

17 Войтасик, Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик; пер. с польского В. Н. Поруса, под ред. Ю. А. Шерковина. – Москва: «Прогресс», 1981. – 277 с.

18 Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – Москва: КомКнига, 2007. – 144 с.

19 Гиляревский, Р. С. Текст как элемент информационной технологи / Р. С. Гиляревский // Вестник Моск. ун-та. – 2005. – № 2 – С. 21-27. – Серия 10: «Журналистика».

20 Гофман, О. В. К вопросу о методе концептуального анализа / О. В. Гофман // Картина мира: модели, методы, концепты: Материалы Всероссийской междисциплинарной школы молодых ученых «Картина мира: язык, философия, наука» (1-3 ноября 2001 г.). – Томск, 2002. – С. 213-217.

21 Губина, Е. А. Визуальность письменного текста: к вопросу о соотношении вербального и визуального [Электронный ресурс] / Е. А. Губина // Сборник статей международной научно-практической конференции «Визуальная коммуникация в социокультурной динамике». – 2014. – Режим доступа: <http://dSPACE.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/30185/viscom2014-403-408.pdf>

22 Гузенина, С. В. Визуальный образ как форма репрезентации / С. В. Гузенина // Дискуссия. – Екатеринбург. – № 8. – 2011. – С.124-127.

23 Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк; под ред. В. И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.

24 Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.

25 Добросклонская, Т. Г. Методология анализа медиатекстов в условиях конвергентных СМИ [Электронный ресурс] / Т. Г. Добросклонская // Развитие русскоязычного медиапространства: Коммуникационные и этические проблемы. Материалы научно-практической конференции (26-27 апреля 2013 г.). – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – С. 18-27. Режим доступа: http://ksu.edu.kz/images/news/slider/2016/portfolio_2/sbornik_konferencii_ok_aprel_13.pdf#page=18

26 Ельмслев, Л. Прологомены к теории языка [Электронный ресурс] / Л. Ельмслев. – М.: КомКнига, 2006. – 248 с. Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/667003/>

27 Желтухина, М. Р. О содержании дискурса масс-медиа / М. Р. Желтухина // Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка. – Луганск, 2007. – № 11 (128), Ч. 1. – С. 27-40. – Серія «Філологічні науки».

28 Засурский, Я. Н. Колонка редактора: Медиа́текст в контексте конвергенции [Электронный ресурс] / Я. Н. Засурский // Вестник Московского ун-та. – 2005. – № 2. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11750045>

29 Золян, С. Т. Юрий Лотман о тексте: Идеи, проблемы, перспективы. [Электронный ресурс] / С. Т. Золян // Новое литературное обозрение. – 2016. – № 3. – С. 63-96. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2016/3/yurij-lotman-o-tekste-idei-problemy-perspektivy.html>

30 Казак, М. Ю. Специфика современного медиатекста / М.Ю. Казак ; НИУ БелГУ // Лингвистика речи. Медиастилистика: кол. моногр., посвящ. 80-летию проф. Г.Я. Солганика. – Москва, 2012. – С. 320-334.

31 Каминская, Т. Л. Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование: дис. ...д-ра филол. наук: спец. 10.01.10 «журналистика» / Т. Л. Каминская. – Санкт-Петербург, 2009. – 285 с.

32 Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000. – С. 5 – 20

33 Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2010. – № 2 (73). – Вып. 11. – С. 13-21. – Серия «Гуманитарные науки».

34 Комаров Е. Н. К вопросу о роли СМИ в формировании медиакартины мира [Электронный ресурс] / Е. Н. Комаров // Lingua mobilis. – 2014. – №3(49). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rol-i-smi-v-formirovanii-media-kartinymira>

- 35 Кубрякова, Е. С. Виды пространства, текста и дискурса / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Категоризация мира: пространство и время: материалы научной конференции. – М.: Диалог-МГУ, 1997. – С. 19-20.
- 36 Кубрякова, Е. С. О тексте и критериях его определения [Электронный ресурс] / Е. С. Кубрякова // Русский филологический портал. – 2001. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/kubryakova-01.htm>
- 37 Лотман, Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман. – СПб, 1998. – 285 с.
- 38 Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; пер. с нем. А. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
- 39 Маклюэн, М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева. – М.: Кучково поле, 2011. – 464 с.
- 40 Мельник, Г. С. Медiateкст как объект лингвистических исследований [Электронный ресурс] / Г. С. Мельник // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>
- 41 Михальская, А. К. Язык российских СМИ как манипулирующая система / А. К. Михальская // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 23-25.
- 42 Олянич, А. В. Концепт как представление [Электронный ресурс] / А.В. Олянич // Поволжский педагогический вестник. – 2015. – №2(7). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-kak-predstavlenie>
- 43 Орлова, О. В. Роль культурного и вербального прототипов в дискурсивно-стилистической эволюции медиаконцепта. – О.В. Орлова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2011. – №3. – С. 59-64.
- 44 Орлова, О. В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал: дис. ... д-ра филол. наук. – Томск, 2014. – 425 с.

45 Пастухов, А. Г. К вопросу о повторяемости, воспроизводимости и анализе медийной репрезентации коммуникативного события [Электронный ресурс] / А. Г. Пастухов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – №21 (242). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-voprosu-o-povtoryaemosti-voisproizvodimosti-i-analize-mediynoy-reprezentatsii-kommunikativnogo-sobytiya>

46 Пильгун, М. А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста [Электронный ресурс] / М. А. Пильгун // Медиаскоп. – 2015. – №3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1773>

47 Полонский, А. В. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления [Электронный ресурс] / А. В. Полонский // Современный дискурс анализ. – 2012. – №6. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml#>

48 Полонский, А. В. Медиа и их текстовая реальность [Электронный ресурс] / А. В. Полонский // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. – 2015. – №18 (215). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/media-i-ih-tekstovaya-realnost>

49 Полонский, А. В. Культурный статус медийного текста [Электронный ресурс] / А. В. Полонский // Медиалингвистика. – 2016. – №1(11). – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25516487>

50 Полякова, Л. С. Теоретические подходы к определению понятия «дискурс» / Л. С. Полякова // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / [под ред. проф. Г. Н. Манаенко]. – Ставрополь, 2009. – Вып. 7. – С. 87-91.

51 Попов, А. Ю. Основные отличия текста от дискурса / А. Ю. Попов // Текст и дискурс: Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст. – СПб.: ПбГУЭФ, 2001. – С. 38-45.

52 Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика: монография / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Москва: АСТ: «Восток-Запад», 2007. – 314 с.

53 Рождественская, Е. Ю. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. – Саратов: Научная книга, 2007. – С.28-42.

54 Сарна, А. Я. Образ и медиум: основные принципы и методы анализа визуальных текстов СМИ [Электронный ресурс] //Теория и методы исследований социальной коммуникации: сб. науч. тр. Вып. 2 / Под ред. О.В. Терещенко. Минск: БГУ, 2009. – С. 119-132. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/11336>

55 Славкин, В. В. Журналистский текст в динамическом аспекте / В. В. Славкин // Вестник Московского ун-та. – 2005. – № 2 – С.16-20. – Серия 10: «Журналистика»

56 Сметанина, С. И. Медиа-текст в системе культуры (Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.): [научное издание] / С. И. Сметанина. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.

57 Современный российский медиаполис / И. Н. Блохин, Н. Л. Волковский, М. А. Воскресенская и др. – СПб., 2012. – 324 с.

58 Солганик, Г. Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» / Г. Я. Солганик // Вестник Московского ун-та. – 2005. – № 2. – С. 7-15. – Серия 10: «Журналистика»

59 Соловьева, Н. В. Современные медiateксты в аспекте стилеобразующих категорий «автор» и «адресат» [Электронный ресурс] / Н. В. Соловьева, Е. А. Медведева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – №32 (286). – Режим доступа:

60 Соловьева, А. А. Образ адресанта и образ адресата как важнейшие признаки коммуникативной ситуации (на примере речевого жанра "совет" в современном английском языке) [Электронный ресурс] / А. А. Соловьева // Альманах современной науки и образования. – 2013. – №3(70). – Режим доступа: <http://www.gramota.net/materials/1/2013/3/51.html>

- 61 Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М., 2001. – 84 с.
- 62 Телия, В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 287 с.
- 63 Токарев, Г. В. Дискурсивные лики концепта / Г. В. Токарев. – Тула: Изд-во ТГПУ, 2003. – 15 с.
- 64 Фаткуллина, Ф. Г. Медиатекст в современном коммуникативно медиапространстве [Электронный ресурс] / Ф. Г. Фаткуллина, Р. Р. Хабиров // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1 (часть 1). – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18258>
- 65 Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Электронный ресурс] / А. П. Чудинов // Екатеринбург, 2003. – Режим доступа: <http://politlinguist.ru/materials/mono/%D0%A7%D1%83%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%20%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%BC%D0%BE%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%BA%D0%B0%202003.pdf>
- 66 Шевченко, В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики [Электронный ресурс] / В. Э. Шевченко // Медиаскоп. – 2014. – №4. – Режим доступа: www.mediascope.ru/1654
- 67 Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с
- 68 Шемелина, Ю. В. Лингвокогнитивные аспекты новостных текстов: на материале британской качественной прессы: дис. ...канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «германские языки» / Ю. В. Шемелина. – Архангельск, 2008. – 193 с.
- 69 Шестакова, Э. Г. Жанр текста массовой коммуникации как проблема теории словесности / Э. Г. Шестакова // Вестник Кемеровского государственного

университета культуры и искусств. Журнал теоретических и прикладных исследований. – 2013. – №23. – С. 37-52.

70 Шмелева, Т. В. Автор в медиатексте [Электронный ресурс] / Т. В. Шмелева // Новгородские медиа: стилистический портрет. – 2010. – Режим доступа:

http://www.novsu.ru/npe/files/um/1588617/portrait/Data/avtor_v_mediatekste.html

71 Щерба, Л. В. Избранные работы по русскому языку / Л. В. Щерба. – М: Учпедгиз, 1957. –342 с.

72 Щербинина, Н. Г. Визуальный образ и оптический политический режим / Н. Г. Щербинина // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2013. – № 3. – С. 68.

73 Bignell, J. Media Semiotics: an Introduction / J. Bignell – Manchester: Manchester University Press, 2002. – P. 5-27.

74 Burton, G. Media and society: critical perspectives / G. Burton – UK: Open University Press, 2010. – 341 p.

75 Hall, S. The Work of Representation: Representation. Cultural Representation and Signifying Practices / S. Hall – UK, 1997. – P. 13-74.

76 Happer, C. The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change / C. Happer, G. Philo // Journal of Social and Political Psychology. – 2013. – P. 312-336.

77 O’Keeffe, A. Media and discourse analysis / A. O’Keeffe, // The Routledge Handbook of Discourse Analysis. – London: Routledge, 2011. – P. 441-454.

78 Silverstone, R. Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis / R. Silverstone – Cambridge: Polity, 2006. – P. 224.

79 Wodak, R. Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity [Электронный ресурс] / R. Wodak // Language and Linguistics Compass. –2003. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/158170/>

80 Wodak, R. Approaches to media texts / R. Wodak, B. Busch // Handbook of Media Studies. – London, New Delhi, 2004. – 105-123 p.

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

ПРИЛОЖЕНИЕ К БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ

42.03.02 Журналистика

**ДИНАМИКА МЕДИАТЕКСТОВ О РОССИИ И СИБИРИ В
БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ**

Руководитель	_____	ст. преподаватель	Богуславская О. В.
Выпускник	_____		Полежаева Л. О.
Консультант	_____	проф., д-р. филос. наук	Нескрябина О. Ф.
Нормоконтролер	_____	ст. преподаватель	Устюжанина Д. А.

Красноярск 2018

СОДЕРЖАНИЕ

- Приложение А Примеры актуализации медиаконцептов «Россия» и «Сибирь», а также образов адресата и адресанта в The Guardian и The New York Times **Ошибка! Закладка не определена.**
- Приложение Б Фотографии о России в The Guardian**Ошибка! Закладка не определена.**
- Приложение В Фотографии о Сибири в The Guardian**Ошибка! Закладка не определена.**
- Приложение Г Фотографии о России в The New York Times**Ошибка! Закладка не определена.**
- Приложение Д Фотографии о Сибири в The New York Times **Ошибка! Закладка не определена.**

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Примеры актуализации медиаконцептов «Россия» и «Сибирь», а также образов адресата и адресанта в *The Guardian* и *The New York Times*

- 1) «US officially accuses Russia of hacking DNC»¹ [12.04.2016];
- 2) «The Russian federation employed members of its armed forces to gain control over parts of the territory of Ukraine»² [12.04.2016];
- 3) «Between 2011 and 2015 the Russian state orchestrated a doping program»³ [15.07.2017];
- 4) «On the ground, Germany is to lead a battle group of 1,000 troops, who will be stationed in Lithuania, amid growing concerns over Putin’s intentions in the Baltics»⁴ [03.04.2017];
- 5) «Russian use of nuclear weapons is hardwired into Moscow’s military strategy»⁵ [21.06.2016];
- 6) «He also built bridges between the Kremlin and the art world, protecting some and intimidating others – and speaking to artists in their own language, as opposed to tiresome Russian bureaucratese»⁶ [30.03.2017];
- 7) «But the crucial point, says Levinson, is that “for Russian people, none of this is really serious”»⁷ [21.05.2018];
- 8) «And what wounded Russians began to say some years ago – make Russia great again – is now echoed by confused Americans»⁸ [21.03.2017];

¹ Соединенные штаты официально обвинили Россию во взломе DNC;

² Российская федерация привлекла Вооруженные Силы страны, чтобы усилить свой контроль на территории Украины;

³ С 2011 по 2015 гг. Российское государство осуществляло реализацию допинговой программы;

⁴ На этом основании Германия ввела боевую группу в составе 1000 военных, которые будут оставаться в расположении Литвы в следствие возрастающих опасений по поводу намерений Путина в Балтике;

⁵ Использование Россией ядерного оружия напрямую связано с военной стратегией Москвы;

⁶ Он также прокидывал мостик между кремлем и миром искусства, защищая одних и угрожая другим, разговаривая с художниками на их языке, а не на языке русских бюрократов;

⁷ Но основная трудность в том, сказал Левинсон, что «для русских людей ничего из этого не представляется серьезным»;

⁸ Обиженные русские начали говорить пару лет назад, что Россия снова становится великой страной, и то же самое сейчас происходит с запутавшимися американцами;

9) «The 325-page review by an independent commission uncovered a “deeply rooted culture of cheating” and recommended that Russia be suspended from competition»¹ [09.11.2016];

10) «...an attempt by Russia to legalise cheating for the benefit of their athletes»² [08.09.2016];

11) «...the crisis sparked by systemic Russian cheating»³ [20.09.2016];

12) «It outlines a culture of cheating in which Russian coaches were “out of control”»⁴ [09.11.2016];

13) «...when Russia is caught and punished this is seen not as justice but as discrimination» [27.07.2018]; «Dishonest athletes should be punished» [17.07.2016]; «...it has been difficult for Wada to establish individual guilt, which has led some to suggest that the country’s athletes should again be punished collectively for the behavior of the Russian state»⁵ [20.03.2017];

14) «Reedie was a member of the Wada executive council that called for a ban on Russian athletes before the Rio Olympics last summer» [29.03.2017]; «The report recommended that five middle-distance runners and five coaches be given lifetime doping bans»⁶ [07.01.2017];

15) «Sebastian Coe defies select committee over Russia corruption scandal» [10.01.2017]; «Exposure of the Russian doping scandal presented the International Olympic Committee with a defining moment in the fight for integrity in international sport»⁷ [31.07.2017];

¹ 325-страничный отчет независимой комиссии раскрыл «глубоко уходящую корнями культуру вранья»;

² ...попытка России легализовать допинг, чтобы предоставить преимущество своим спортсменам;

³ ...кризис вспыхнул из-за систематического российского обмана;

⁴ Это раскрывает культуру вранья, в которой российские тренеры «не были под контролем»;

⁵ когда Россия поймали и наказали, они (из контекста: россияне) смотрят на это не как на акт справедливости, но как на дискриминацию; Нечистые спортсмены должны быть наказаны; ВАДА было сложно установить индивидуальную вину спортсменов, вследствие чего и было выдвинуто; предложение о том, что все российские спортсмены должны быть наказаны коллективно за поведение всего российского государства;

⁶ Риди был членом исполнительного совета ВАДА, который требовал отстранения российских спортсменов от участия в Олимпийских играх в РиО прошлым летом; Из отчета следует, что пять бегунов на средней дистанции и пять тренеров должны быть отстранены от соревнований пожизненно;

⁷ Себастьян Коу сделал запрос в выборный комитет о проверке коррупционного скандала в России; Разоблачение российского допингового скандала показало Международному олимпийскому комитету, с чем нужно бороться, чтобы установить обеспечить чистоту международного спорта;

16) «The president of the IAAF, Sebastian Coe, said that the approach would help protect track and field for clean athletes», «The desire to win medals superseded their collective moral and ethical compass and their Olympic values of fair play»¹ [19.08.2017];

17) Russia sponsored doping program, Russia sabotaged the Olympiad, Russian state doped athletes, Russia corrupted London 2012; Russia will struggle to return, Russia faces real struggle, Russia faces expulsion, Latvia skeleton team to boycott world championships in Russia² [19.08.2017];

18) «Russia be suspended from competition and barred from the Olympic Games in Rio» [05.12.2017]; «Russia was being persecuted over doping»; «Russia as a nation is not recommended by us to be reinstated»³ [14.08.2017];

19) «Russia now has a friendly American leadership replacing an outgoing administration that sought to punish invasion of Ukraine and bombing in Syria»⁴ [22.12.2016];

20) «Russian warships escorted through the English Channel tonight for the third time in six months» [15.04.2017]; «Russia transfers nuclear-capable missiles to Kaliningrad»⁵ [08.10.2016];

21) «Propaganda portrays Russia as a distinct centre of power with unique values and “spiritual bonds” that combine Soviet, imperial and Orthodox values in a unified world» [22.03.2017]; «Russia’s use of hybrid warfare, which combines propaganda, cyberwarfare and the infiltration of regular troops disguised as local rebels»⁶ [12.01.2017];

¹ Президент ИААФ Себастьян Коу сообщил, что такой подход поможет защитить и очистить легкоатлетический трек; Желание завоевать медали побороло и их коллективную мораль, и этический компас, и олимпийские ценности честной игры;

² России придется сильно постараться, чтобы вернуться, России предстоит настоящая борьба, Россия столкнулась с изгнанием, Латвийская сборная по скелетону будет бойкотировать мировой чемпионат в России;

³ Россия должна быть временно отстранена от соревнований и не допущена до Олимпиады в Рио; Россию подвергли гонениям из-за употребления допинга; Россия как нация не рекомендована нами к восстановлению в правах;

⁴ Дружественно настроенное по отношению к России американское правительство заменило администрацию, которая намеревалась наказать ее за вторжение в Украину и бомбардировки в Сирии;

⁵ Российские военные корабли были конвоированы через Ла-Манш 3 раз за 6 месяцев; Россия переместила ракеты с ядерным БЧ в Калининград;

⁶ Пропаганда изображает Россию как особый центр силы с уникальными ценностями и духовными скрепами, которые объединяют Советскую, империалистическую и православные ценности в унифицированном мире;

22) «The controversial St Petersburg law banning the “propaganda of homosexuality and pedophilia among minors»¹ [25.04.2017];

23) «Propaganda about “traditional” values works effectively in Russia» [22.03.2017], «Like old-style propaganda it uses pernicious lies to support the Kremlin»² [25.03.2017];

24) «Russian cyber-attacks will undoubtedly continue», «Kremlin ordered a series of cyber-attacks to target Hillary Clinton’s campaign»³ [01.09.2017];

25) «Russia bears responsibility for Assad's gas attack» [23.01.2018], «Iran and Russia bore “heavy responsibility” for the chemical attack»⁴ [07.04.2017];

26) «Russia is a threat», «Today Russia poses the greatest threat to the security and unity of Europe since 1945»⁵ [25.03.2017];

27) «All those calculations, which gave Russia hope of looking more like a peacemaker than a warmonger, are now up in the air»⁶ [10.04.2017];

28) «West and Russia on course for war», «The West is already at war with Russia»⁷ [18.05.2016];

29) «Russkiy mir – “Russian world”: a philosophy that harks back to the Soviet era. Central to it is the belief that Ukraine is part of a greater Russia»⁸ [25.03.2017];

30) Russia subsequently illegally annexed Crimea and invaded Donbas, Russia exploits weakness, Russia expands its sphere of influence, destabilises countries, and

Россия использует гибридные средства войны, такие как пропаганда, кибервойны и внедрение войск, которые замаскированы под местных повстанцев;

¹ спорный Санкт-Петербургский закон, запрещающий «пропаганду гомосексуализма и педофилии среди несовершеннолетних»);

² Пропаганда «традиционных» ценностей в России работает эффективно; Как и старомодная пропаганда, она использует пагубную ложь для поддержки Кремля;

³ Российские кибератаки несомненно продолжатся; Кремль произвел серию кибератак нацеленную на предвыборную кампанию Хиллари Клинтон;

⁴ Россия несет ответственность за газовую атаку Асада; Иран и Россия несут «большую ответственность» за химическую атаку;

⁵ Россия – это угроза; Россия является самой большой угрозой для безопасности и единства Европы с 1945 года;

⁶ Те расчеты, которые давали России надежды на создание образа миротворца, а не разжигателя войны, сейчас растворились в воздухе;

⁷ Запад и Россия держат курс на войну; Запад уже вступил в войну с Россией;

⁸ Русский мир – это философия, уходящая корнями в Советскую эру. В центре нее лежит вера в то, что Украина – это часть более великой России;

weakens the alliance, Russia attempts to subvert democracy, Russia pose a fundamental threat to sovereignty for Britain¹;

31) Russia desired a post-West world order; Russia wants pragmatic relations²;

32) «Russia hopes to normalise relations with the United States»³ [01.12.2016];

33) «Russia is open to a broad partnership with other nations to carry out mutually beneficial projects in tapping natural resources, developing global transport corridors and also in science and environment protection»⁴ [29.03.2017];

34) «Russia is an enigma wrapped in a conundrum surrounded by a mysterious riddle. Above all, it's BIG. Big attitudes. Big grudges. Big intensity» [31.12.2016], «Russia likes being Russia. Nowhere else does Russia like Russia does»⁵ [17.03.2017];

35) «There can be no talk of lifting sanctions. They hurt Russia more than the Kremlin cares to admit» [25.03.2017], «There can be no talk of lifting sanctions until Russia is brought to heel and persuaded to comply with international rules. And sanctions hurt Russia more than the Kremlin cares to admit. They are slowly reducing Russia's ability to destabilise Europe and the world»⁶ [25.03.2017];

36) «...called for NATO to stay strong and to deter and dissuade Russia from this course»⁷ [02.02.2017];

37) The Kremlin has denied that..., The Kremlin has denied any involvement in the leaks, The Kremlin has denied the accusations; Russia denied involvement in the highly sophisticated attack⁸;

¹ Россия впоследствии незаконно аннексировала Крым и вторглась в Донбас, Россия эксплуатирует слабости (др. стран), Россия расширяет сферу своего влияния, дестабилизирует страны и ослабляет альянс), Россия пытается разрушить демократию), Россия представляет собой основную угрозы суверенности Британии;

² Россия хочет установить пост-западный миропорядок;

³ Россия надеется нормализовать отношения с США;

⁴ Россия открыта к многостороннему сотрудничеству с другими странами для реализации выгодных проектов по добыче полезных ископаемых, развитию мировых транспортных коридоров, науки и защите окружающей среды;

⁵ Россия – это загадка, окруженная мистикой. Прежде всего, она заключает в себе масштаб. Масштаб амбиций. Масштаб озлобленности. Масштаб энергии. России нравится быть Россией. Нигде более Россия не может проявить себя, как в России;

⁶ Не может быть и речи о том, чтобы отменить санкции. Они имеют на Россию больше влияния, чем об этом заявляет Кремль; Не может быть и речи о том, чтобы снять санкции до тех пор, пока Россия не придет в чувства и не начнет соблюдать международные правила. И санкции ударяют по России сильнее, чем об этом говорит Кремль. Они медленно сокращают дестабилизирующий потенциал России;

⁷ ...призывать НАТО оставаться сильными и удерживать Россию от данного курса;

⁸ Кремль отрицает, что..., Кремль отрицает свою причастность к утечке информации, Кремль отрицает обвинения, Россия отрицает причастность к изощренной атаке;

38) «In total, more than 150 Russian diplomats, many of whom are believed to be intelligence operatives working under diplomatic cover, have been expelled from two dozen countries»¹ [30.03.2018];

39) «UK to ask EU leaders to expel Russian spies from own countries» – «In Germany, the government’s decision to expel Russian diplomats»² [21.03.2018];

40) «Two Russian spies had been asked to leave Australia, in a show of solidarity with the UK»³ [26.03.2018];

41) «London blames Moscow for the attack but Russia denies involvemen» [29.03.2018], «Russia has vehemently denied being behind the attack on Skripal» [24.03.2018], «Putin had rejected as “nonsense” allegations that Russia was behind the attack on the Skripals»⁴ [18.03.2018];

42) «Britain accuses Russia of responsibility for the poisoning»⁵ [13.03.2018];

43) «Lawmakers worried about interference in upcoming European elections» [26.04.2018], «Marine Le Pen and officials are on alert for campaign meddling» [12.05.2017]; «Washington worried about Russia’s actions»⁶ [05.04.2018];

44) «Confusion around the ongoing investigation into Russian interference in the presidential election»⁷ [17.05.2017];

45) «Is this Cold War 2.0? Power-plays, US-Russia relations and how Putin is rewriting the rulebook»⁸ [31.12.2016];

¹ В общей сложности более 150 российских дипломатов, многие из которых предположительно работают на разведку под дипломатическим прикрытием, были изгнаны из двух десятков стран;

² Соединенное Королевство попросило лидеров Евросоюза выслать российских шпионов – Правительство Германии приняло решение выслать российских дипломатов;

³ двух российских шпионов попросили покинуть Австралию в знак солидарности с Британией;

⁴ Лондон обвиняет Москву в атаке, но Россия отрицает любые посягательства; Россия решительно отрицает, что стоит за атакой на Скрипаля; Путин отверг как нонсенс предположения о том, что Россия может стоять за атакой на Скрипаля;

⁵ Британия обвиняет Россию в отравлении;

⁶ законодатели обеспокоены вмешательством в грядущие европейские выборы; Мари Ле Пен и официальные лица готовы к вмешательству в предвыборную кампанию; Вашингтон обеспокоен действиями России; Британские шпионские агентства сыграли важную роль в предупреждении своих коллег в Вашингтоне о возможных контактах между членами предвыборной кампании Дональда Трампа и российскими разведывательными структурами;

⁷ неразбериха в продолжающемся расследовании вмешательства России в президентские выборы.

⁸ Это Холодная война 2.0? Игры сильных мира сего, отношения США и России, как Путин переписывает правила?

46) «The Putin paradox – how does a leader distrusted in the west remain so popular at home?»¹ [21.10.2016];

47) ...Ramzan directed, turning Grozny into a modern city of skyscrapers and new buildings, all with the Kremlin's money. At the same time, around Kadyrov grew a cult of personality, which humiliated those who dare to criticize him... In exchange for the loyalty that Kadyrov promised Moscow, critics say he was allowed to freely run the republic... However, he [Putin] referred to impunity, which, apparently, Kadyrov enjoys² [25.03.2016];

48) «Outspoken director has been questioned in a criminal investigation that his supporters claim is politically motivated»³ [08.07.2017];

49) «“The strangest thing here is how close Nureyev came to a premiere. Why wasn't it postponed earlier?” asked Simon Morrison, a music historian at Princeton University who has recently written a history of the Bolshoi. He said “the frisson of intrigue, political or otherwise” has become part of the Bolshoi brand over the years... “...this is an expensive show with a new score and I personally can't see it all going to waste,” said Morrison»⁴ [08.07.2017];

50) «As our correspondent prepares to leave Russia, he argues that the Russia leader's rule has been dedicated to restoring pride lost in the collapse of the Soviet Union»⁵ [17.02.2018];

51) I saw the consequences of the Soviet collapse vividly on my first trip to Russia in 2000. Life in the decade since 1991 had progressed along the lines of a

¹ Парадокс Путина: как лидеру, которому не доверяют на западе, удается оставаться таким популярным в России;

² ...Рамзан управляет Чечней, превращая Грозный в современный город небоскребов и новых зданий на деньги Кремля. В то же время вокруг Кадырова вырос культ личности, которая унижает тех, кто осмеливается ее критиковать... Как говорят критики, в обмен на лояльность, которую обещал Кадыров Москве, ему разрешили свободно управлять республикой...Однако он [Путин] упомянул о безнаказанности, которой, по-видимому, пользуется Кадыров;

³ Оскорбленный режиссер был допрошен в ходе уголовного расследования, которое, как утверждают его сторонники, политически мотивировано;

⁴ «Самое странное во всем этом – то, насколько близко был Нуреев к премьерке. Почему ее не отложили раньше?» – спрашивает Симон Моррисон, историк музыки в Принстонском университете, который недавно написал историю Большого театра. По его мнению, «фриссон интриги, политической или какой-либо другой» за последние годы стал частью бренда Большого... «...это дорогое шоу с новой оценкой, и лично я не могу себе представить, что все это просто пойдет в никуда»;

⁵ Поскольку наш корреспондент готовится покинуть Россию, он утверждает, что правление лидера России было посвящено восстановлению гордости, утраченной во время развала Советского Союза;

particularly implausible episode of a job-swap reality TV show: biochemists were now taxi drivers, market stallholders were CEOs... At the end of 2003, I returned to Moscow... The city was slowly becoming more prosperous. Over the next decade, oil prices rose so high that, even allowing for the rampant corruption in Putin's inner circle, money did trickle down and provide real benefits to people in the cities. In Moscow and other major settlements, abject squalor was disappearing from the central streets and a middle class began to develop. With it came coffee shops, wine bars and frequent flights to Europe¹ [17.02.2018];

52) I ask Navalny about the current alarm over Kremlin interference in the west... I ask him if he regrets those videos now, and he's unapologetic... A grotesque caricature of Putin's face peers at me through the O² [17.02.2018];

53) «“The cops who arrest me” – Navalny has been detained or arrested multiple times – “always say: ‘We support you, you’re a good guy, we’ve seen the films, Medvedev is taking the fucking piss, but Putin’s foreign policy is great. Of course, the internal policies aren’t so good’”. This chimes with what I have heard on my trips around Russia: people are miserable about their own situations, but believe Putin’s interventions in Ukraine and Syria have saved the world from US hegemony»³ [17.02.2018];

54) «This matters more widely in the wake of Mr Putin’s re-election because, although his win in Sunday’s contest was wholly expected and predictable, it is a reminder that liberal democracies must play a long game in the contest with authoritarian regimes. Dealing with Russia will remain difficult for years to come.

¹ Я видел последствия развала Советского Союза в время первой поездки в Россию в 2000 году. Начиная с 1991 года жизнь развивалась как по плохому сценарию неправдоподобного телешоу о смене профессий: биохимики стали таксистами, торгаши - руководителями... В конце 2003 года я вернулся в Москву... Город постепенно процветал. В течение следующего десятилетия цены на нефть выросли настолько, что, даже несмотря на необузданную коррупцию в ближайшем окружении Путина, деньги просочились и дали реальную пользу людям в городах. В Москве и других крупных городах с центральных улиц исчезло скудное убожество, и средний класс начал развиваться. С ним пришли кафе, винные бары и частые полеты в Европу;

² Я спрашиваю Навального о нынешней тревоге по поводу вмешательства Кремля на западе ... Я спрашиваю его, сожалеет ли он об этом видео, и он непримиримый ... Гротескная карикатура Путина смотрит на меня через О.

³ «Копы, которые меня арестовывают» – Навального арестовывали и задерживали множество раз - «всегда говорили: «Мы поддерживаем тебя, ты хороший парень, мы видели фильмы, Медведев берет эти чертовы взятки, но внешняя политика Путина все-таки велика. Конечно, внутренняя политика не так хороша». Это созвучно с тем, что я слышал во время моих поездок по России: люди несчастны, но считают, что вмешательство Путина в Украину и Сирию спасло мир от гегемонии США;

Strategic alliances between the European nations are vital if the long process of defending liberal democracy against Russian and other threats is to be successful»¹ [19.03.2018];

55) «Let's answer Chechen brutality with a global uprising against homophobia. History will damn the thugs persecuting gay citizens in Chechnya. But we must gather to support the victims now – and fight for LGBT rights everywhere»² [14.04.2017];

56) «I tell you one thing that improves the quality of my days, Vlad. That I'm not a woman who lives in the kind of Russia you've been building. Your absolute power, Panamanian bank accounts and public trolling of that hapless clown destroying America suggest you're having a dandy time. But the human rights reports suggest it's not so rosy for my beloved sisters there»³ [09.06.2017];

57) «Apologists say we do not understand Russia and Putin. Yet the whole world understands a liar and a cheat»⁴ [08.02.2018];

58) It bought a World Cup, invaded two neighbours, bombed children to save a butcher in the Middle East. Its athletes can't even represent their country, so tarnished is its Olympic status as a serial cheat. And now it wants to start a new nuclear arms race⁵ [09.03.2018];

59) «So how can the current president, who has already served three terms and wielded power in the Kremlin continuously since 1999, be assured of victory in advance? The answer is that Russia's is an election in name only»⁶ [08.02.2018];

¹ Это имеет особенное значение после переизбрания Путина, потому что, хотя его победа в воскресном шоу и была предсказуемой, напоминает о том, что либеральной демократии предстоит вести долгую игру против авторитарного режима. Еще долгие годы сотрудничество с Россией будет сложной задачей. Стратегические альянсы между европейскими странами будут жизненно важны, если процесс защиты либеральной демократии от России и других угроз окажется успешным;

² Давайте ответим чеченской brutality глобальным восстанием против гомофобии. История накажет головорезов, которые преследуют гомосексуалов в Чечне. Но мы должны объединиться, чтобы поддержать жертв насилия сейчас и побороться за права ЛГБТ;

³ Я расскажу вам, что улучшает качество моих дней, Влад [Владимир Путин]. То, что я не женщина, живущая в России, которую вы построили. Ваша абсолютная власть, панамские банковские счета и троллинг этого несчастного клоуна, разрушающего Америку, показывают, что вам живется как во времена денди. Однако доклады о правах человека показывают, что моим любимым сестрам в России живется не так сладко.

⁴ Апологеты говорят, что мы не понимаем Россию и Путина. В то время как весь мир слушается обманщика.

⁵ Россия купила Кубок мира, вторглась в соседние страны, бомбила детей, чтобы спасти мясника на Ближнем Востоке. Ее спортсмены даже не смогли защитить честь своей страны, запятнавшей олимпийский статус продолжительным обманом. Теперь она еще и хочет развязать новую гонку ядерного вооружения;

⁶ Как действующий президент, который уже отслужил три срока и властвовал в Кремле с 1999 года, может быть уверен в своей победе заранее? Ответ прост, дело в том, что выборы в России – одно название;

60) Why is Russian power like this: cynical, destructive, zero-sum, determined to bring everything down to a base level where everyone thinks the worst of each other and behaves accordingly? I think there are two reasons¹ [09.03.2018];

61) «This matters more widely in the wake of Mr Putin's re-election because, although his win in Sunday's contest was wholly expected and predictable, it is a reminder that ...»² [19.03.2018];

62) «As Vladimir Putin steals the Russian election, our leaders are shamefully silent»³ [08.02.2018];

63) «Thus, Russia returned to a familiar tsarist geopolitical and military posture, believing that all great nations achieve security through the creation and assertion of raw power»⁴ [04.04.2017];

64) «...in the Taiga was satisfying because I felt a belonging to nature», «Siberia is the area filled with wolves», «a forest that is home to bears and wolves in southern Siberia»⁵ [22.09.2016];

65) «...place makes you feel part of the forest, just like the bear, or a fish, or a bird», «...weekly travel inspiration, emailed direct to you»⁶ [14.12.2017];

66) «The Khanty-Mansi region is Russia's hydrocarbon heartland...», «a hero in Russia's Tuva republic»⁷ [17.03.2017];

67) «Russian hermit to return to Siberian wilderness after hospital stint», «the remote Russian Tuva region in Siberia»⁸ [19.01.2016];

68) «hunters dig for woolly mammoths in Siberia»⁹ [01.09.2016];

¹ Почему российская власть такая: циничная, деструктивная, с нулевым результатом, решившая свести все до уровня инстинктов, когда все думают друг о друге все самое плохое и ведут себя соответственно? Я думаю, что есть две причины.

² Это имеет особенное значение после переизбрания Путина, потому что, хотя его победа в воскресном шоу и была предсказуемой, напоминает...

³ Владимир Путин похитил российские выборы, но наши лидеры постыдно молчат;

⁴ Таким образом, Россия вернулась к знакомой царской геополитической и военной позиции, полагая, что все великие нации достигают безопасности благодаря созданию и утверждению сырьевой власти.

⁵ В тайге было хорошо, потому что я почувствовал себя частью природы; Сибирь – местность, в которой водятся волки; ...лес, который является домом для медведей и волков в южной Сибири;

⁶ ...здесь ты чувствуешь себя частью леса, словно ты тот же медведь, рыба или птица; ...недельное вдохновение от путешествия, которое создано только для тебя;

⁷ Ханты-Мансийский округ – главный регион России по добыче угля; ...герой Тувы – одного из регионов России.

⁸ Русский отшельник вернулся в глушь Сибири после госпитализации; отдаленный регион России – Тува в Сибири

⁹ ...охотники до археологических находок нашли мамонта с Сибири;

69) «...chance to travel across the largest country on Earth on an absorbing, perception-shifting adventure»¹ [12.11.2016];

70) «extreme Siberian cold snap», «extreme stories about taiga life»² [14.03.2017];

71) «banks of snow and three-metre thick ice», «we passed fields and snow, and snowy fields»³ [17.01.2018];

72) «Starvation has killed 80,000 reindeer in Siberia because of melting sea ice»⁴ [23.11.2016];

73) «At night we sipped vodka and played chess», «Deaths in Irkutsk highlight widespread ingestion of ‘surrogate’ alcohol in Russia»⁵ [19.12.2016];

74) «...survived for two weeks alone in the taiga», «Three-year-old boy survives three days alone in wolf-infested Siberian wilderness», «For decades, her family survived on their homestead, where temperatures fell as low as -40°C»⁶ [06.07.2017];

75) ...a remote village in Siberia, Starvation has killed reindeer in Siberia, the permafrost in Siberia⁷;

76) Siberian city of Irkutsk, Siberian town of Tiksi, Siberian Lake; Siberian huts, the Trans-Siberian railway, the Siberia; Siberian mentality and philosophy, Siberian character, Siberian independence, Siberian harshness⁸;

77) «Siberians have always been brave, freedom-loving and enterprising people. They’ll never leave you by the side of the road. If your car breaks down, they’ll help

¹ ...шанс отправиться в путешествие по самой большой стране на планете Земля и окунуться с головой в меняющую жизнь приключение;

² ...невероятный сибирский мороза хруст, невероятные истории о жизни в тайге;

³ ...сугробы снега и трехметровая толща льда, мы проезжали мимо полей и снега, и мимо заснеженных полей;

⁴ В результате голода, установившегося из-за таяния льда, 80 000 оленей погибли в Сибири;

⁵ Всю ночь мы потихоньку пили водку и играли в шахматы, Смерти в Иркутске выявили проблему повсеместной распространенности суррогатного алкоголя в России;

⁶ ...выживал в тайге один в течение двух недель; Трехлетний мальчик в течение трех дней один находился (выживал) в сибирском лесу; Десятки лет ее семья выживала в собственном доме, когда температура падала до – 40 градусов;

⁷ ...в далекой сибирской деревушке, олени погибли из-за голода в Сибири, вечная мерзлота в Сибири;

⁸ сибирский город Иркутск, сибирский город Тикси, сибирское озеро; Times сибирские хаты, Транссибирская магистраль, Сибирские Таймс; сибирская ментальность и философия, сибирский характер, сибирская независимость, сибирская суровость;

you. Because if you're stuck on the side of the road when it's 22 below you'll never survive»¹ [05.01.2017];

78) «Snow-covered track deep inside the endless Siberian taiga»² [18.02.2016];

79) «The landscape is too engrossing, too hypnotic»³ [18.02.2016];

80) «An excellent study of Siberian exile under the tsars tells of punishments, executions and visitors feeding prisoners like zoo animals... In the 1890s, when Russia exiled about 10,000 men and women a year to Siberia, the Siberian authorities killed, or drove to suicide, dozens of recalcitrant political prisoners»⁴ [29.09.2016];

81) «When 70,000 prisoners were released in 1917, there was a wave of robbery, rape and murder; And finally: in 1890, for every million people in Tsarist Russia, there were 970 prisoners. Today, for every million people in Russia, there are 4,500. The House of the Dead no longer seems so bad»⁵ [29.09.2016];

82) «It is three nights to Irkutsk in Siberia, where, like most Trans-Sibbers, we'd break the trip for two nights before travelling for another three days to reach Vladivostok»⁶ [12.11.2016];

83) «I am still wandering, but I am not so obsessed with travelling. My experience made me understand that the best way to stop feeling that time is fleeing is just to sit somewhere for a while»⁷ [07.12.2016];

¹ Сибиряки всегда славились своей смелостью, свободолобием и предприимчивостью. Если твоя машина сломалась, они всегда помогут, потому что, если ты застрянешь на дороге при температуре -22, ты не выживешь.

² занесенная снегом дорожка в бесконечной сибирской тайге;

³ Пейзаж здесь всепоглощающий, завораживающий;

⁴ Исследования, посвященные ссылкам в Сибирь во времена царского правления, говорят нам о распространенных наказаниях, экзекуциях и посетителях, которые кормили заключенных, словно животных в зоопарке... в 1890-х, когда Россия ссылала в Сибирь порядка 10 000 мужчин и женщин в год, сибирские власти убивали или доводили до самоубийства непокорных политических заключенных;

⁵ Когда 70 000 заключенных были выпущены на волю в 1917, волна воровства, насилия и убийств нахлынула на страну. И наконец, в 1890 на каждый миллион человек приходилось 970 заключенных. Сегодня на каждый миллион приходится 4500. Дом смерти уже не кажется таким плохим?

⁶ после трех ночей в пути до Иркутск мы, как и большинство транссиберов, сделали перерыв на 2 ночи перед еще одним трехдневным путешествием уже до Владивостока;

⁷ Я все еще под впечатлением, но я не настолько одержим путешествиями. Мой опыт дал мне понять, что лучший способ перестать чувствовать, как утекает время, - просто отсидеться где-то некоторое время;

84) «It sounds simple, and it is, but to understand the Trans-Siberian journey, you need to look out of the window. First, there are the station stops. Some have fantastically long tongue-twister names...»¹ [12.11.2016];

85) «The following day, we drove for 45 miles out of Irkutsk to Lake Baikal, the world's deepest lake. We walked gingerly on the three-metre thick ice...»² [12.11.2016];

86) «Kechimov has gone up against the oil workers for years. A major complaint is that Surgutneftegas access roads have severed rivers and streams, ruining fish stocks, killing off trees, constricting reindeers' movements and contaminating their food... Oil spills also poison the fish and plant life. Kechimov claims there have been at least four spills over the past year and a large leak in 2013 just north of the lake that was covered with sand rather than cleaned up»³ [17.03.2017];

87) «In 2013, the Russian government invited Mexican photographer Pablo Ortíz Monasterio to make a record of the country before it hosted the G20 summit. He was granted access to the nuclear physics laboratories in Akademgorodok, Siberia's science capital, founded in 1957»⁴ [20.03.2016];

88) «For decades, this remote Soviet science town was a thriving hub of invention, attracting many of the country's finest minds, who could work undisturbed by Moscow. At its peak it boasted 65,000 scientists and more than 25 miles of underground rooms. This picture is of an organic chemistry lab»⁵ [08.09.2017];

¹ Это звучит просто, и это на самом деле так, но, чтобы понять транссибирское путешествие, вам нужно посмотреть в окно. Во-первых, названия станций. Некоторые из них имеют невероятно длинные и сложные для произношения названия...

² На следующий день мы проехали 45 километров от Иркутска до озера Байкал, самого глубокого в мире озера. Мы осторожно шагали на трехметровом льду, проезжая волчьим собакам для ежедневных упражнений...;

³ В течение многих лет Кечимов борется с нефтяниками. Основная жалоба заключается в том, что подъездные пути Сургутнефтегаза разрушили реки и ручьи, обеднили рыбные запасы, убили деревья, повлияли на миграцию оленей и испортили их корм... Разливы нефти также отравили рыбу и растения. Кечимов утверждает, что за последний год случилось как минимум четыре утечки нефти, а масштабный разлив нефти на территории к северу от озера в 2013 года, практически не был ликвидирован: его засыпали песком, вместо того, чтобы очистить;

⁴ В 2013 году в преддверии саммита G20 российское правительство пригласило мексиканского фотографа Пабло Ортиса Монастерио сделать запись о стране. Ему был предоставлен доступ к лабораториям ядерной физики в Академгородке, столице науки Сибири, основанном в 1957 году. На этой фотографии вы можете увидеть охрану на одной из станций ускорителя частиц;

⁵ На протяжении десятилетий этот далекий советский научный городок был процветающим центром изобретений, привлекавший лучшие умы страны, которые при желании могли спокойно работать в Москве. На пике своего подъема он насчитывал 65 000 ученых и более 25 миль подземных помещений. На фотографии – лаборатория органической химии;

89) Photographer Antonio Olmos travelled to the Russian far east to document the work of Pavel Fomenko, a man of the wilderness and tiger protector with the World Wildlife Fund¹ [24.06.2017];

90) «The increase in tiger numbers is encouraging but the species' future in its natural environment still hangs in the balance and numbers remain perilously low,” said Rebecca May, WWF’s tiger specialist»² [24.06.2017];

91) «Each day goes by, a mirror of the one before, a rough draft of the one to come. You can find happiness in the possibility of things, but you can also find it in knowing exactly what will happen. It is peaceful, a very slow life, but you become rich»³ [31.05.2013];

92) «Doesn't a reluctance to thank others frequently grant the word a new sanctity?»⁴ [19.05.2015];

93) Sergei Kechimov, an indigenous Khanty reindeer herder, lives in a one-room cabin with no running water more than 20 miles from the nearest village in Western Siberia. But his home is not as silent as you might think⁵ [17.03.2018];

94) «“Why Siberia?” is a question that I’ve grown quite used to hearing. That any sane person should want to live here is a fact met with incredulity by Brits and Russians alike. It’s imagined by westerners as a land of darkness, harsh winters, bears and exiles, and it’s a home seldom coveted by foreigners. People think Siberia is a desolate, icy wasteland – but I love its isolation, the glum locals and the out-there strangeness of the place»⁶ [19.05.2015];

¹ Фотограф Антонио Олмос отправился на дальний восток России, чтобы задокументировать работу Павла Фоменко, человека пустыни и защитника тигра со Всемирным фондом дикой природы;

² «Увеличение числа тигров обнадеживает, но будущее вида в его естественной среде все еще висит на волоске, а цифры остаются опасно низкими», – рассказала Ребекка Мэй, специалист по тиграм в WWF;

³ Каждый день, который ты проживаешь, – зеркало дня предыдущего и грубый черновик следующего. Ты можешь находить счастье не только в возможности каких-либо вещей, но в осознании того, что ты точно знаешь, что произойдет. Это мирная, очень медленная жизнь, но ты становишься богаче;

⁴ Но разве нежелание благодарить других по пустякам не придает сказанному «спасибо» особое значение?

⁵ Сергей Кечимов, коренной хант, оленевод, живет в однокомнатном домишке без воды более чем в 20 милях от ближайшей деревни в Западной Сибири. Но это не такая глушь, как вы могли подумать;

⁶ «Почему Сибирь?» – привычный для меня вопрос. Тому, что здравомыслящий человек самовольно захочет здесь жить, не верят ни британцы, ни русские. Для жителей Запада Сибирь представляется как место тьмы, суровых зим, медведей и ссыльных, и уж точно Сибирь не тот дом, который жалуют иностранцы. Люди думают, что Сибирь – ледяная пустыня, но я люблю ее изоляцию, местных жителей и странность;

95) «Thanks to the work of men like Ruslan they are well-stocked but expensive»¹ [11.05.2016];

96) «Ruslan owns a small apartment in a block here. Like many towns in the region it has a strong community spirit and feels generally happy despite its isolation»² [11.05.2016];

97) «The arbitration panel that ruled against Russia in 2014 had met in The Hague and had been chosen jointly by Yukos and the Russian Federation»³ [20.04.2016];

98) «Ask the Baltic States that have been spared Putin's aggression only because they are now NATO members»⁴ [28.03.2016];

99) «... NATO is obsolete — a view Moscow has been pressing since the end of the Cold War»⁵ [20.12.2017];

100) «defense system that the Kremlin installed after Turkey shot down one of its jets»⁶ [20.12.2017];

101) «The Russian Olympic team has been barred from competing in the coming Winter Games because of a doping scheme that corrupted several Olympics and many other major international events»⁷ [19.01.2018];

102) «In investigating corruption related to Russian sports doping, the Austrian and Norwegian authorities have joined French and American officials»⁸ [10.04.2018];

¹ Благодаря работе таких людей, как Руслан, они [магазины] имеют хороший, но дорогой ассортимент;

² У Руслана есть своя квартира в небольшом многоквартирном доме. Как и во многих городах региона, в доме царит общественный дух, а люди чувствуют себя в целом счастливыми, несмотря на изоляцию;

³ Арбитражная группа, выступавшая против России в 2014 году, встретилась в Гааге и была выбрана совместно ЮКОСом и Российской Федерации;

⁴ Спросите Балтийские государства, которые избавились от путинской агрессии только потому, что они стали членами НАТО;

⁵ НАТО устарела – точка зрения, на которой Москва настаивает с конца Холодной войны;

⁶ система защиты, которую Кремль установил после того, как Турция сбивала один из их самолетов;

⁷ Олимпийской сборной России было запрещено участвовать в предстоящих Зимних играх из-за допинговых махинаций, повлиявших на результаты Олимпийских игр и многих других крупных международных соревнований;

⁸ При расследовании коррупции, связанной с российским спортивным допингом, австрийские и норвежские власти присоединились к французским и американским официальным лицам;

103) «Russian officials' lacking cooperation with global sports regulators as well as their failure to acknowledge the evidence of systematic cheating laid out nearly two years ago»¹ [29.01.2018];

104) «Observers last week saw 88 tanks on the pro-Russian side of the line»² [21.02.2016];

105) «He said Mr. Putin that his administration was spending \$700 billion to upgrade the American military, and that the United States would win any arms race between the two»³ [20.03.2018];

106) «Russia is one of the world's two largest nuclear-weapons states, along with the United States»⁴ [08.03.2018];

107) «Around \$80 billion <...> was earmarked to rebuild the Russian Navy. Even so, Russia was not expected to catch up to the United States, which has 10 nuclear-powered carriers, each capable of carrying 60 aircraft and with decades of experience in combat»⁵ [21.10.2016];

108) «Moreover, we shouldn't fall into the trap of thinking this is just a new Cold War and then rely on the instincts we developed back then. The Cold War was actually simpler»⁶ [09.08.2017];

109) «We can't make Russia welcome NATO on its border, but we can work to strengthen NATO's unity and deterrence strategy, counteract Russian diplomacy aimed at wavering members and build on steps like the recent forward deployment of NATO forces into the Baltic States and Poland»⁷ [09.08.2017];

¹ Российским чиновникам не хватает взаимодействия с мировым спортивным сообществом, они до сих пор не могут признать доказательства систематического обмана, изложенные почти два года назад;

² На прошлой неделе видели 88 танков на пророссийской части фронта;

³ Он сказал Путину, что его администрация тратит 700 миллиардов долларов на модернизацию военного арсенала, и что Соединенные Штаты выиграют любую гонку вооружений;

⁴ Россия наряду с Соединенными Штатами – два крупнейших государств в мире, которые обладают ядерным оружием;

⁵ Около 80 млрд. долларов отведены на восстановление ВМФ России. Несмотря на это, никто не ожидал, что Россия догонит обладающие многолетним опытом боевых действий Соединенные Штаты, в арсенале которых 10 атомных перевозчиков, каждый из которых способен перевозить 60 самолетов;

⁶ Более того, мы не должны попасться в ловушку, думая, что это новая холодная война, и нам нужно, полагаться на инстинкты, выработанные еще тогда. Та холодная война более простой;

⁷ Мы не можем заставить Россию радоваться присутствию НАТО на ее границах, но мы можем работать над укреплением стратегии НАТО, противодействовать российской дипломатии, направленной на расшатывание парламента, и делать такие шаги, как недавнее развертывание сил НАТО в Прибалтике и Польше;

110) «We dare not let Russia have its way, whether it's messing with our elections or violating borders of independent nations that look to us to enforce international agreements that we and they have signed. Still, we must avoid a shooting war with a country whose threshold for resorting to nuclear weapons is lower than ours»¹ [04.02.2018];

111) «And in today's Russia, the question is what does Vladimir Putin want <...> And his goals are quite clear: unchallenged dominance at home; heavy influence over his neighbors; a weakening of Western institutions like NATO and the European Union; and “great power” influence in key regions like the Middle East»² [04.02.2018];

112) «Russia keeps violating international law in Crimea and Ukraine» [22.07.2017], «Moscow risks breaking relations entirely» [26.03.2018], «Russia has very deftly exploited America's weaknesses — but these are weaknesses of our own making»³ [24.09.2017];

113) «Russia Didn't Want Trump to Win — or Did It?» [17.02.2017], «Russia focused on Washington»⁴ [12.06.2017];

114) «Russia was devastated by financial crisis» [20.03.2018], « Trump to Impose New Sanctions on Russia Over Support for Syria» [15.04.2018], «Russia weathered a round of sanctions over the annexation of Crimea in 2014, which limited its access to Western capital markets, cut off arms sales and limited technology transfer»⁵ [11.04.2018];

115) «Putin, or the World? Sanctions May Force Oligarchs to Choose»; «...tycoons have feared falling afoul of the Kremlin and having their assets in Russia

¹ Мы не должны позволять России делать то, что она делает: вмешиваться в наши выборы или нарушать границы независимых государств, которые стремятся к соблюдению международных соглашений, которые мы и они подписали. Тем не менее, мы должны избегать войны со стрельбой со страной, чей порог для применения ядерного оружия ниже нашего;

² И в сегодняшней России вопрос заключается в том, чего хочет Владимир Путин <...> и его цели совершенно ясны: неоспоримое доминирование в России; сильное влияние на своих соседей; ослабление западных союзов, таких как НАТО и Европейский союз; и установление контроля «великой державы» в ключевых регионах, таких как Ближний Восток;

³ Россия продолжает нарушать международное право в Крыму и Украине; Москва рискует полностью разорвать отношения; Россия очень ловко использует слабости Америки, но в этом мы виноваты сами;

⁴ Россия не хотела, чтобы Трамп победил. Или все-таки хотела? Россия нацелена на Вашингтон;

⁵ Финансовый кризис разорил Россию; Трамп намерен наложить новые санкции на Россию из-за ее поддержки Сирии; Россия выдержала ряд санкций за аннексию Крыма в 2014 году, которые ограничили его доступ к западным рынкам капитала, приостановили продажу оружия и ограничили обмен технологиями;

seized, but any oligarch cut off completely from international financial markets might be more amenable to shifting funds home»¹ [9.04.2018];

116) «The Kremlin has been trying to force rich Russians to bring their money home and the sanctions might help. To really wreak economic havoc in Russia, he joked, the West should roll out the red carpet for assets from the oligarchs, effectively stalling the Russian economy»² [11.04.2018];

117) «The Russian economy has stagnated in the absence of reforms»³ [20.03.2018];

118) «Polls have found that most Russians believe the government should pursue its current foreign policy despite the sanctions»⁴ [16.03.2018];

119) «Russia's Feared 'Night Wolves' Bike Gang Came to Bosnia. Bosnia Giggled. The Night Wolves, a Russian motorcycle gang known as Putin's Angels and widely feared as agents of meddling and mayhem beyond Russia's borders, provoked more bemusement and giggles than awe on their latest outing, a nine-day tour of the Balkans designed to show that Russia still had some fervent friends left in Europe. Instead of roaring into town amid throbbing engines and clouds of smoke, the tattooed, potbellied bikers arrived by car and minivan in Banja Luka...»⁵ [31.03.2018];

120) «Expelling Diplomats, a Furious Kremlin Escalates a Crisis. Furious at what it described as an anti-Russian campaign orchestrated by Washington and London. The crisis over the March 4 poisoning of a former Russian double agent and his daughter has driven tensions between the Kremlin and the West to their highest pitch in decades and forced European countries like Germany that are usually wary of

¹ Путин или мир? Новые санкции могут поставить русских олигархов перед выбором; Раньше магнаты опасались падения Кремля и захвата их активов в России, но любой олигарх, полностью отрезанный от международных финансовых рынков, может быть склонен к переводу своих средств домой;

² Кремль пытается заставить богатых россиян вернуть свои деньги домой, и санкции могут помочь ему в этом. Чтобы действительно нанести экономический ущерб России, он пошутил, Запад должен пустить красную ковровую дорожку для активов, затормозив российскую экономику;

³ Российская экономика впала в стагнацию в ожидании реформ;

⁴ Исследования общественного мнения показали, что россияне считают, что их правительство должно продолжать свою зарубежную политику, несмотря на санкции;

⁵ В Боснию приехали бойцы «Ночных волков» России. Босния забилась в смехе. «Ночные волки», русская мотоциклетная банда, известная как «Ангелы Путина», которых боятся за их вмешательство и учинение хаоса за пределами России, вызвали больше смеха и хихиканья, чем страха во время их последней девятидневной прогулки по Балканам, которая должна была показать, что у России еще остались друзья в Европе. Вместо того, чтобы ворваться в город под звуки рычащих моторов, в облаках дыма, татуированные бастующие байкеры прибыли в Баня-Луку на машине и микроавтобусе;

clashing with Moscow to choose sides. The intensifying crisis has also put new pressure on President Trump..., when he telephoned Mr. Putin to congratulate him on his lopsided victory in Russia's March 18 election»¹ [29.03.2018];

121) «At the end of this banner stock market year, you can bet that major business publications will be naming their investor of the year. You can stop now. I have the winner, and nobody is even close when it comes to his total return on investment: Vladimir Putin, the Russian president... So Vladimir Putin, come on up! You're my Investor of the Year. You're the Warren Buffett of geopolitics»² [19.01.2017];

122) «In November 2006 I wrote a column for The Wall Street Journal under the headline "Russia: The Enemy." It was then a controversial view... At the time, Moscow had bombed Chechnya into submission. But it hadn't yet invaded Georgia and Ukraine. The journalist Anna Politkovskaya and dissident security officer Alexander Litvinenko had been murdered under suspicious circumstances. But the whistle-blower Sergei Magnitsky was still alive. The Kremlin was using its network of pipelines crudely to bully vulnerable neighbors. But it hadn't yet mastered the art of using information networks cleverly to subvert democratic adversaries. So it came as a disappointment, but not a surprise, when about a year later I wound up on the losing side of an Intelligence Squared debate on the motion, "Russia is becoming our enemy again"»³ [15.12.2017];

¹ Изгнание дипломатов, яростный Кремль усиливает кризис. Разъяренный тем, что он назвал антироссийской кампанией, организованной Вашингтоном и Лондоном. Кризис, связанный с отравлением бывшего российского двойного агента и его дочери 4 марта, вызвал напряженность между Кремлем и Западом до самого высокого уровня за последние десятилетия и заставил такие европейские страны, как Германия, обычно опасаться столкнуться с Москвой, чтобы выбрать стороны. Усиление кризиса также оказало новое давление на президента Трампа ..., когда он позвонил Путину, чтобы поздравить его с его односторонней победой на выборах 18 марта в России;

² В конце этого фондового года, в бизнес-публикациях, можете спорить, назовут инвестора года. Теперь вы можете остановиться. У меня есть победитель, и никто даже не близок, когда дело доходит до его полной отдачи от инвестиций: Владимир Путин, российский президент ... Итак, Владимир Путин, вставай! Ты мой инвестор года. Вы - Уоррен Баффет геополитики;

³ В ноябре 2006 года я написал колонку для The Wall Street Journal под заголовком «Россия: Враг». Это было спорное мнение ... В то время, Москва бомбила Чечню. Но еще не вторглась в Грузию и Украину. Журналист Анна Политковская и диссидент, офицер безопасности Александр Литвиненко были убиты при подозрительных обстоятельствах. Но Сергей Магнитский был еще жив. Кремль грубо использовал свою сеть для запугивания уязвимых соседей. Но он еще не овладел искусством использования информационных сетей умным образом, чтобы подрывать демократических оппонентов. Так что это стало разочарованием, но не неожиданностью, когда примерно через год я попал в проигрышную сторону дискуссии «Россия снова становится нашим врагом»;

123) «The proposed new regulation is evidently intended as retaliation»¹ [15.11.2017];

124) «For the first time in his 17 years in power, Mr. Putin has one chief opponent – a dominant opposition leader who is, in fact, a lot like Mr. Putin»² [3.07.2017];

125) «And almost certainly, Radio Free Europe itself — which continues to operate out of its headquarters in Prague — has shaped Vladimir Putin’s worldview»³ [13.10.2017];

126) «The Cold War was actually simpler: a black-and-white global struggle between two diametrically opposed ideologies, one of which had to die. Theirs did. They lost their country, empire and the Communist economic system»⁴ [09.08.2017];

127) «We must take every diplomatic step necessary to protect our allies and our democracy, and to deter a revanchist Russia that is intent on rewriting history and threatening our way of life. This reminded me of a lesson I took away from earlier dealings with Russians: They always know what they want, so you’d better know what you want or they will roll right over you»⁵ [11.04.2018];

128) «We can’t change geography or force Russia to ignore neighboring regions where it has deep trade and cultural relations. But we can continue to punish Moscow for seizing territory or conducting covert influence operations intended to undercut a neighbor’s independence and limit its foreign policy options. We can give Ukraine more sophisticated defensive weapons to protect itself against Russian invaders»⁶ [09.08.2017];

¹ Предлагаемое новое постановление, очевидно, предназначено как возмездие;

² Впервые за свои 17 лет правления у Путина появился оппонент –лидер оппозиции, который, по сути, очень похож на г-на Путина;

³ И почти наверняка, само Радио «Свободная Европа», которая продолжает действовать из своего штаба в Праге, сформировало мировоззрение Владимира Путина;

⁴ Холодная война была на самом деле более простой: черно-белая глобальная борьба между двумя диаметрально противоположными идеологиями, одна из которых должна была умереть. Они сделали это. Они потеряли свою страну, империю и коммунистическую экономическую систему;

⁵ Мы должны сделать дипломатический шаг, необходимый для защиты наших союзников и нашей демократии, и удержать реваншистскую Россию, которая намерена переписать историю и угрожает нашему образу жизни. Это напомнило мне урок, который я вынес из отношений с русскими: они всегда знают, чего хотят, поэтому вам лучше знать, что хотите вы, или они пройдутся по вам катком;

⁶ Мы не можем изменить географию или заставить Россию игнорировать соседние регионы, с которыми у нее развиты торговые и культурные отношения. Но мы можем продолжать наказывать Москву за захват территории или проведение манипуляций, направленных на то, чтобы подорвать независимость соседей и ограничить их

129) «Still, we must avoid a shooting war with a country whose threshold for resorting to nuclear weapons is lower than ours»¹ [09.08.2017];

130) «To be sure, America can inflict more economic pain on Russia than Russia can on America»² [13.04.2018];

131) «Now, what do we want? Of course, we dare not let Russia have its way, whether it's messing with our elections or violating borders of independent nations that look to us to enforce international agreements that we and they have signed»³ [09.08.2017];

132) «The American spirit does not say, “We shall manage”, or “We shall make the best of it”, Bush concluded. “It says, “We shall overcome”»⁴ [20.10.2017];

133) «At the end of a month that has seen him unveil new “invincible” missiles, announce a space mission to Mars and secure a sky-high vote in Russia’s election, President Vladimir V. Putin faced a grim reality on the ground Tuesday: a nation enraged by the deaths of children trapped in a burning mall in Siberia»⁵ [27.03.2017];

134) «At the end of a month that has seen him unveil new “invincible” missiles, announce a space mission to Mars and secure a sky-high vote in Russia’s election, President Vladimir V. Putin faced a grim reality on the ground Tuesday: a nation enraged by the deaths of children trapped in a burning mall in Siberia»⁶ [27.03.2017];

135) «Daniel Fisher, a paleontologist at the University of Michigan, said the hypothesis was well-founded, but that tusks should not have been used in the study

внешнюю политику. Мы можем дать Украине более изощренное защитное оружие для защиты от русских захватчиков;

¹ Тем не менее, мы должны избегать войны со стрельбой со страной, чей порог для применения ядерного оружия ниже нашего;

² Безусловно, Америка может нанести большой экономической ущерб России, чем Россия – Америке;

³ Теперь, чего мы хотим? Конечно, мы не можем позволить России делать свое дело, будь то возня с нашими выборами или нарушение границ независимых государств, которые стремятся к соблюдению международных соглашений, которые мы и они подписали;

⁴ Американский дух не говорит: «Мы справимся», или «Мы сделаем все возможное», - заключил Буш. «В нем говорится: «Мы победим»;

⁵ В конце месяца, во время которого он обнаружил новые «непобедимые» ракеты, объявил космическую миссию на Марс и обеспечил себе победу на выборах, президент Владимир В. Путин столкнулся с мрачной реальностью на земле: нация в ярости от гибели детей, попавших в горящий торговый центр в Сибири;

⁶ В конце месяца, во время которого он обнаружил новые «непобедимые» ракеты, объявил космическую миссию на Марс и обеспечил себе победу на выборах, президент Владимир В. Путин столкнулся с мрачной реальностью на земле: нация в ярости от гибели детей, попавших в горящий торговый центр в Сибири;

because males often broke their tusks while fighting each other, but that did not mean they died»¹ [27.11.2017];

136) «Wood smoke hangs like a mist over this town, nestled in a valley deep in Siberia. The log houses lean at jaunty angles, dogs bark in the yards and cows, their neck bells clanging, walk the dusty streets. At once picturesque and poor, Soloneshnoye, like so much of rural Russia, was passed over by the oil boom and bust of faraway Moscow. But for all its woes, the town may have found its ticket in another form of fossil fuel: human prehistory, linked to discoveries of ancient bones in the area»² [19.10.2016].

¹ Дэниел Фишер, палеонтолог из Мичиганского университета, сказал, что гипотеза имеет место быть, но эти клыки не должны использоваться в исследовании, потому что самцы часто ломали свои клыки во время боя друг с другом, но это не значит, что они умерли;

² Древесный дым висит, как туман, над городом, расположенным глубоко в Сибири. Бревенчатые дома держатся на проваливающихся опорах, лающие во дворах собаки и коровы с бречащими колокольчиками на их шеях, идущие по пыльным улицам. Своеобразное живописное и нищее Солнечное, как и вся сельская Россия, обошли стороной и нефтяной бум, и кутеж далекой Москвы. Но при всех бедах город, возможно, нашел свой счастливый билет в другой форме ископаемого топлива: человеческая история, связанная с найденными древними костями в этом районе.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Фотографии о России в The Guardian



Рисунок Б.1 – Владимир Путин, мотив «суровый правитель» [12.04.2016]



Рисунок Б.2 – Владимир Путин, мотив «суровый правитель» [30.03.2017]



Рисунок Б.3 – Владимир Путин, мотив «хитрый, расчетливый правитель»
[04.05.2017]



Рисунок Б.4 – Владимир Путин, мотив «суровый правитель» [12.02.2017]



Рисунок Б.5 – Владимир Путин, мотив «деловой правитель» [16.01.2018]



Рисунок Б.6 – Владимир Путин, мотив «деловой правитель» [18.04.2016]



Рисунок Б.7 – Владимир Путин, мотив «деловой правитель» [12.04.2016]



Рисунок Б.8 – Владимир Путин, мотив «деловой правитель» [30.09.2017]

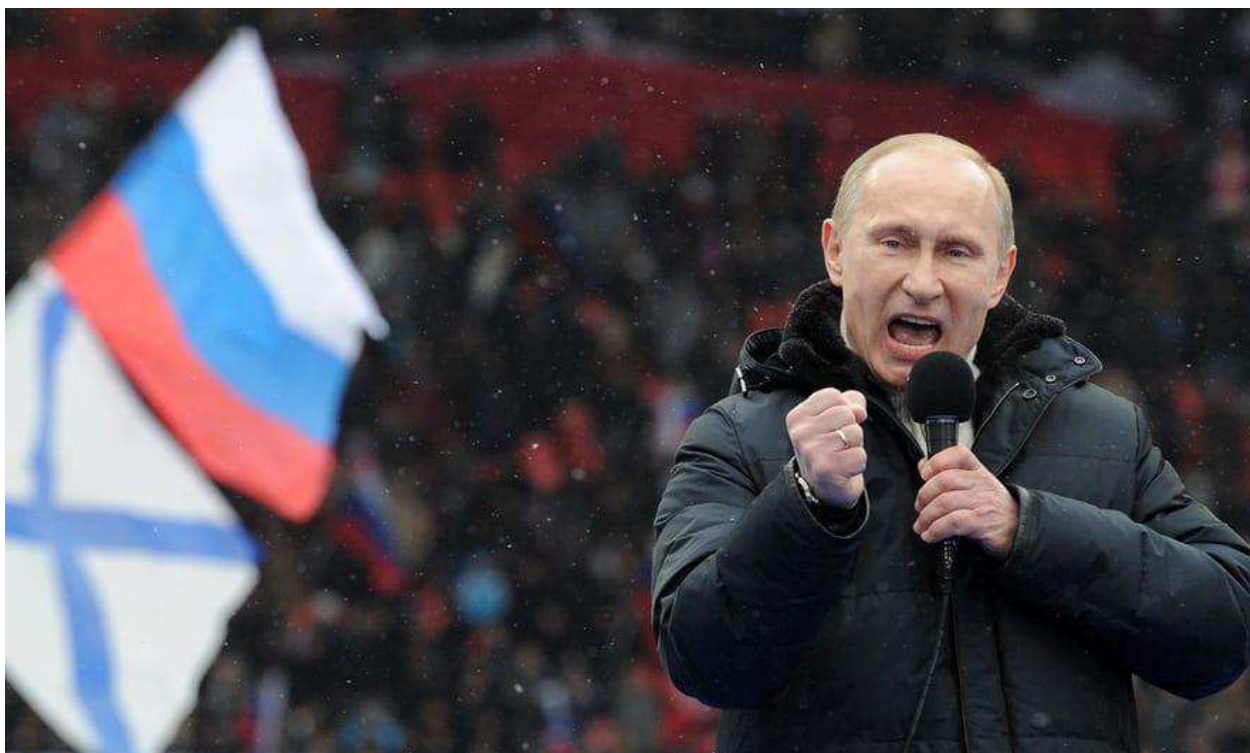


Рисунок Б.9 – Владимир Путин, самый «тиражируемый» жест – сжатые в кулак руки [20.03.2018]



Рисунок Б.10 – Владимир Путин, самый «тиражируемый» жест – сжатые в кулак руки [31.10.2016]



Рисунок Б.11 – Владимир Путин, самый «тиражируемый» жест – сжатые в кулак руки [30.03.2017]



Рисунок Б.12 – Владимир Путин и Рамзан Кадыров, мотив «дружбы» между президентом страны и жестоким правителем Чечни [01.02.2018]



Рисунок Б.13 – Владимир Путин и Рамзан Кадыров, мотив «дружбы» между президентом страны и жестоким правителем Чечни [12.12.2016]



Рисунок Б.14 – Владимир Путин и Рамзан Кадыров, мотив «дружбы» между президентом страны и жестоким правителем Чечни [12.04.2017]



Рисунок Б.15 – Рамзан Кадыров, мотив «главный злодей, деятельность которого идет вразрез с ценностями демократии» [12.09.2017]



Рисунок Б.16 – Рамзан Кадыров, мотив «главный злодей, деятельность которого идет вразрез с ценностями демократии» [28.11.2017]



Рисунок Б.17 – Рамзан Кадыров, мотив «главный злодей, деятельность которого идет вразрез с ценностями демократии» [19.11.2017]



Рисунок Б.18 – Алексей Навальный, мотив «олицетворение отношения
российского правительства к оппозиции» [28.04.2017]



Рисунок Б.19 – Алексей Навальный, мотив «олицетворение отношения
российского правительства к оппозиции» [22.08.2017]



Рисунок Б.20 – Алексей Навальный, мотив «олицетворение отношения
российского правительства к оппозиции» [12.06.2017]



Рисунок Б.21 – Алексей Навальный, мотив «олицетворение отношения
российского правительства к оппозиции» [12.06.2017]



Рисунок Б.22 – Военный арсенал России, мотив «нависшая угроза» [12.03.2018]



Рисунок Б.23 – Военный арсенал России [12.01.2018]



Рисунок Б.24 – Военный арсенал России [14.12.2017]



Рисунок Б.25 – Военный арсенал России, русские солдаты [29.03.2018]



Рисунок Б.26 – Военный арсенал России, мотив «нависшей угрозы»
[19.02.2018]



Рисунок Б.27 – Толпа пророссийских активистов [14.03.2016]



Рисунок Б.28 – Толпа пророссийских активистов [12.04.2016]



Рисунок Б.29 – Толпа пророссийских активистов [19.03.2018]



Рисунок Б.30 – Толпа пророссийских активистов [28.04.2017]



Рисунок Б.31 – Толпа пророссийских активистов [22.08.2016]



Рисунок Б.32 – Толпа пророссийских активистов [30.03.2017]



Рисунок Б.33 – Оппозиционная толпа [12.06.2017]



Рисунок Б.34 – Оппозиционная толпа [12.06.2017]



Рисунок Б.35 – Оппозиционная толпа [12.06.2017]



Рисунок Б.36 – Оппозиционная толпа [12.06.2017]



Рисунок Б.37 – Оппозиционная толпа [12.06.2017]



Рисунок Б.38 – Оппозиционная толпа [12.06.2017]



Рисунок Б.39 – мотив «Россия – страна с полицейским режимом»



Рисунок Б.40 – мотив «Россия – страна с полицейским режимом»



Рисунок Б.41 – мотив «Россия – страна с полицейским режимом» [12.06.2017]



Рисунок Б.42 – мотив «Россия – страна с полицейским режимом» [05.09.2017]

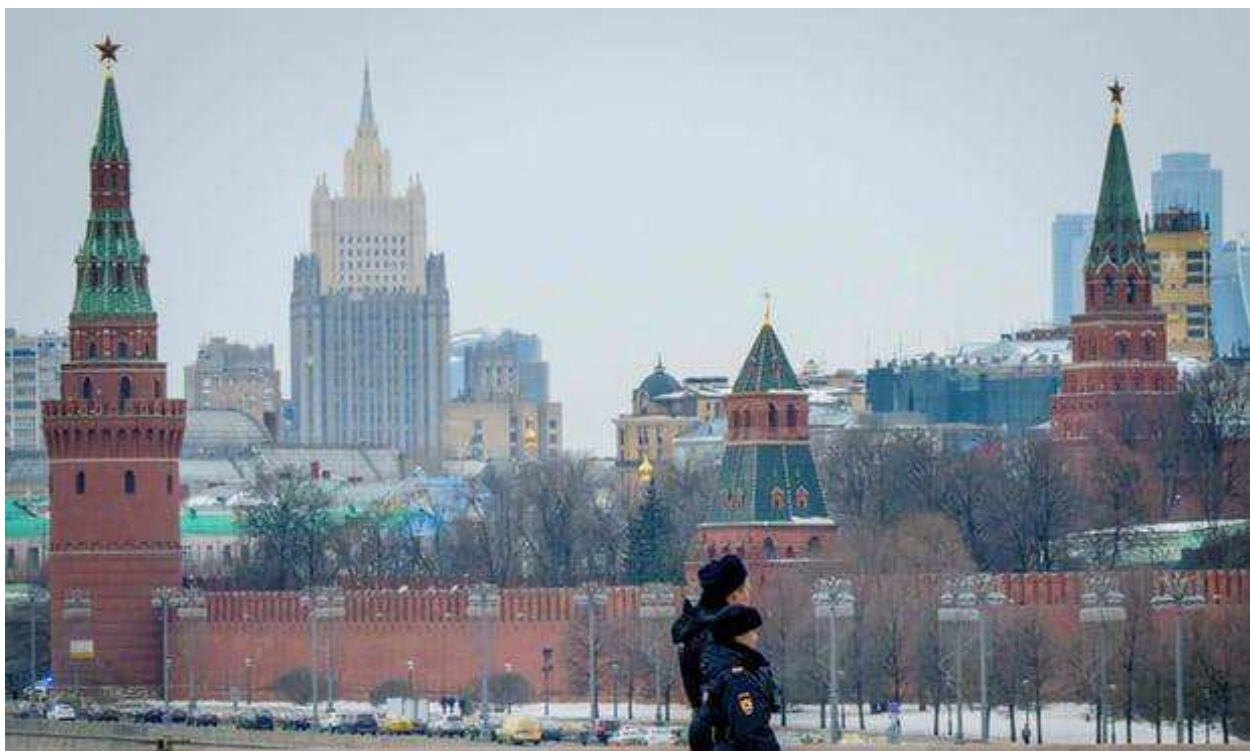


Рисунок Б.43 – мотив «Россия – страна с полицейским режимом» [18.04.2016]



Рисунок Б.44 – Мотив «руины, которые оставляет после себя Россия»
[18.09.2017]



Рисунок Б.45 – Мотив «руины, которые оставляет после себя Россия»
[15.10.2017]



Рисунок Б.46 – Мотив «руины, которые оставляет после себя Россия»
[27.03.2017]



Рисунок Б.47 – Мотив «несчастные дети Сирии» [03.10.2016]



Рисунок Б.48 – Мотив «несчастные дети Сирии» [15.01.2017]



Рисунок Б.49 – Мотив «несчастные дети Сирии» [26.01.2018]



Рисунок Б.50 – Мотив «несчастные дети Сирии» [17.02.2017]



Рисунок Б.51 – Мотив «несчастные дети Сирии» [24.07.2017]



Рисунок Б.52 – Рисунок как часть визуального образа России, Владимир Путин, мотив «хитрый, расчетливый правитель» [13.04.2016]



Рисунок Б.53 – Рисунок как часть визуального образа России, мотив «Россия – угроза» [18.05.2017]



Рисунок Б.54 – Рисунок как часть визуального образа России, мотив «Россия – страна Владимира Путина» [06.08.2016]

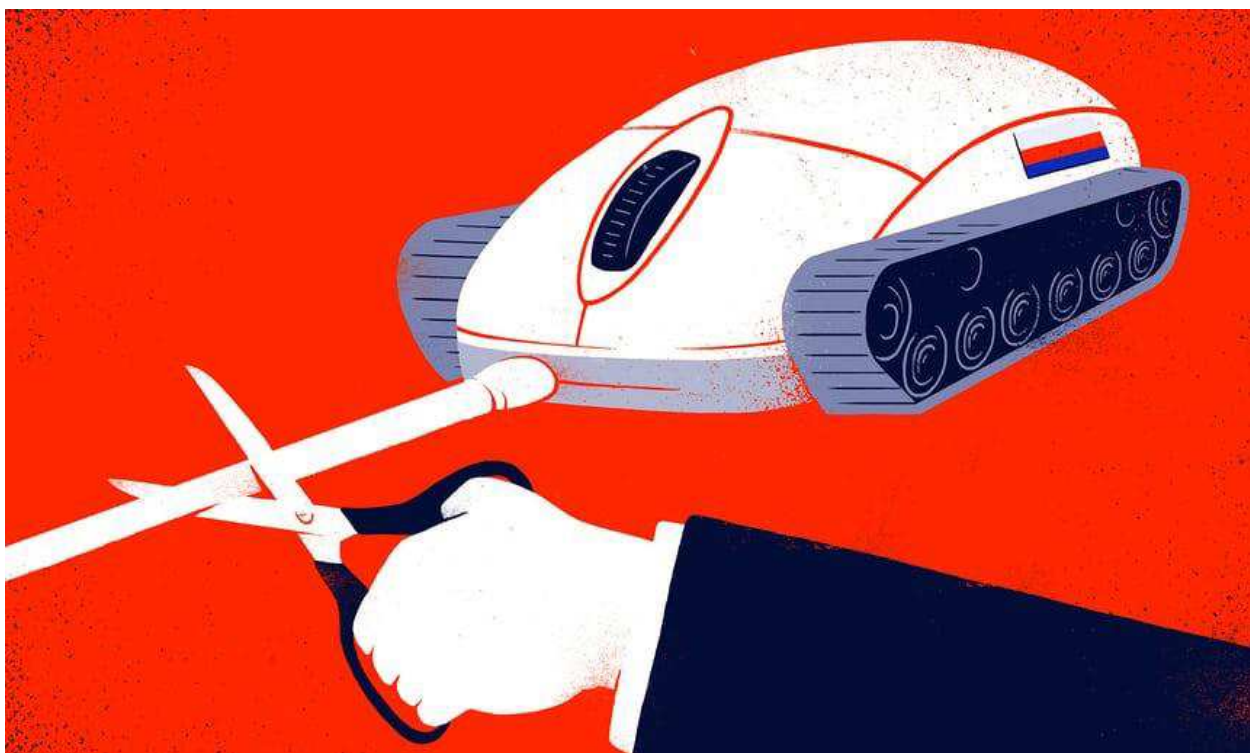


Рисунок Б.55 - Рисунок как часть визуального образа России, мотив «Россия – страна, которая ведет войну на информационном фронте» [19.12.2017]



Рисунок Б.56 – Карикатура как часть визуального образа России [14.03.2018]



Рисунок Б.57 – Карикатура как часть визуального образа России [17.08.2016]



Рисунок Б.58 – Карикатура как часть визуального образа России [28.12.2016]



Рисунок Б.59 – Карикатура как часть визуального образа России [26.02.2018]

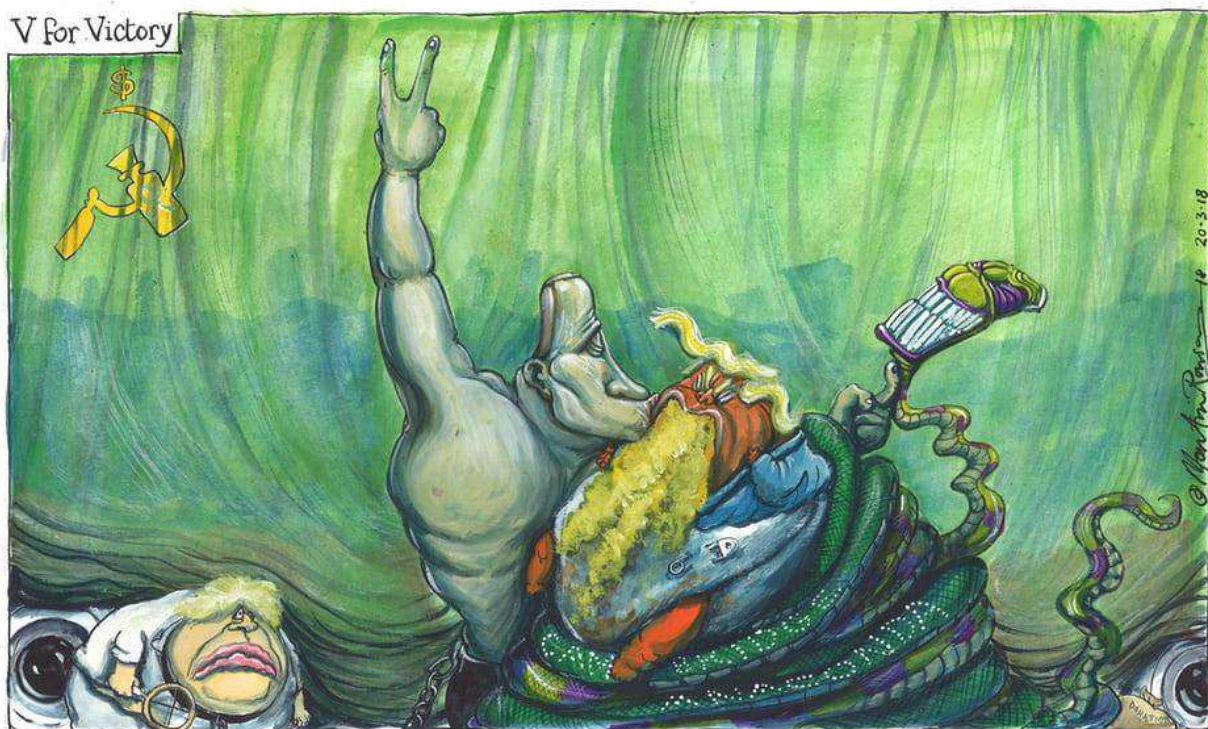


Рисунок Б.60 – Карикатура как часть визуального образа России [20.03.2018]



Рисунок Б.61 – Карикатура как часть визуального образа России [26.08.2017]

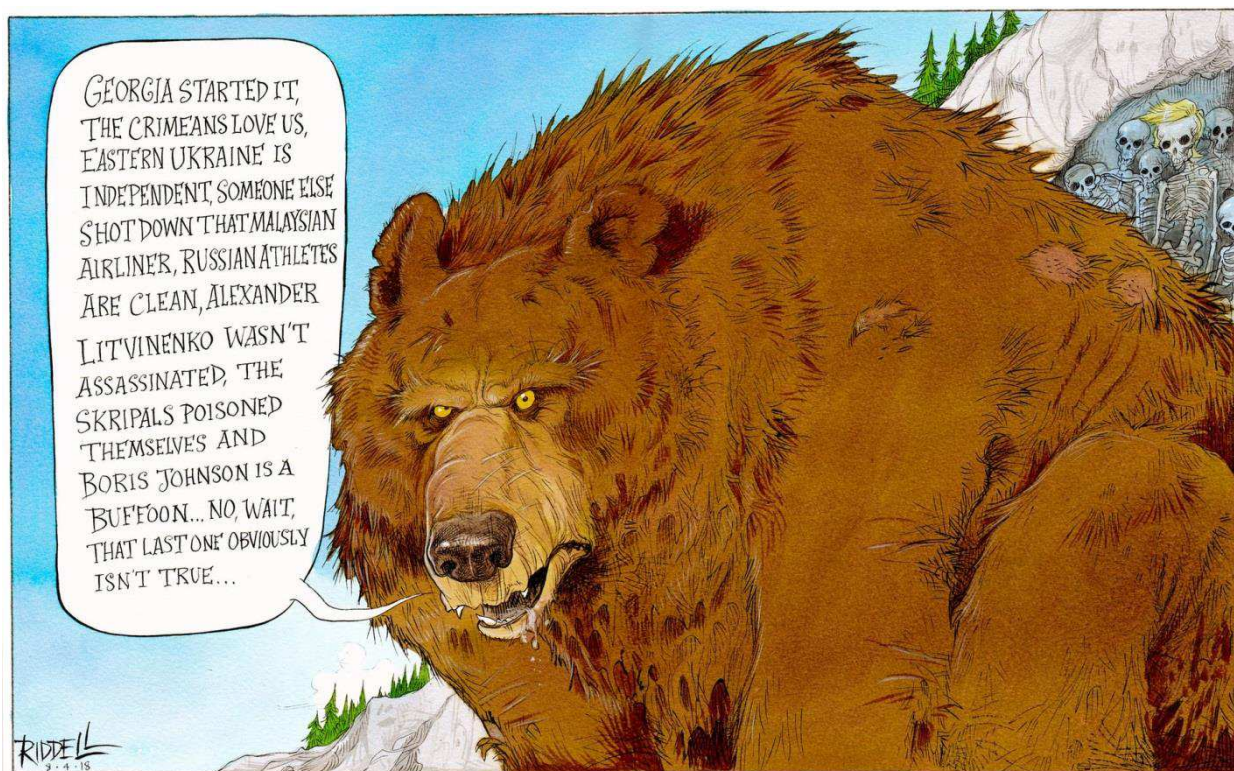


Рисунок Б.62 – Карикатура как часть визуального образа России [13.04.2018]

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Визуальный контент о Сибири в The Guardian



Рисунок В.1 – Сибирские поселенцы [05.05.2016]



Рисунок В.2 – Сибирские поселенцы [05.05.2016]



Рисунок В.3 – Сибирские поселенцы [04.05.2016]

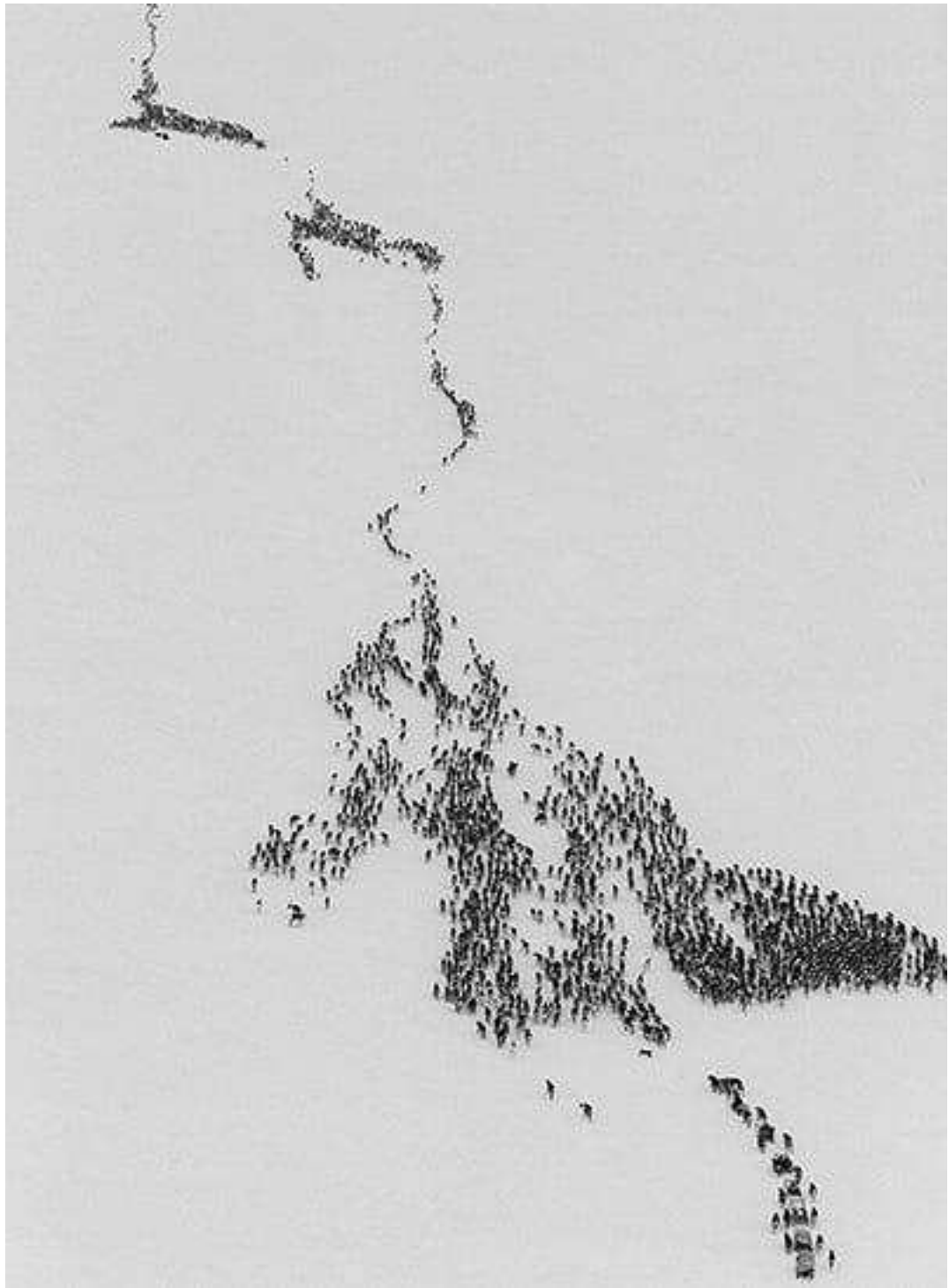


Рисунок В.4 – Сибирские поселенцы, групповой портрет кочевого племени
[07.12.2016]



Рисунок В.5 – Сибирские поселенцы, портрет семейства [07.12.2016]



Рисунок В.6 – Сибирские поселенцы, мотив «единение с природой»
[07.12.2016]



Рисунок В.7 – Сибирские поселенцы [22.12.2016]



Рисунок В.8 – Сибирские поселенцы [12.02.2017]



Рисунок В.9 – Сибирские поселенцы, мотив «одиночество» [14.04.2016]



Рисунок В.10 – Сибирские поселенцы, мотив «сила духа» [28.05.2016]



Рисунок В.11 – Быт сибирских поселенцев [07.12.2016]



Рисунок В.12 – Быт сибирских поселенцев [28.05.2016]



Рисунок Б.13 – Быт сибирских поселенцев [28.05.2016]



Рисунок В.14 – Быт сибирских поселенцев [28.05.2016]



Рисунок В.15 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[26.03.2018]



Рисунок В.16 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[28.05.2016]



Рисунок В.17 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[28.05.2016]



Рисунок В.18 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[19.03.2017]



Рисунок В.19 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[28.05.2016]

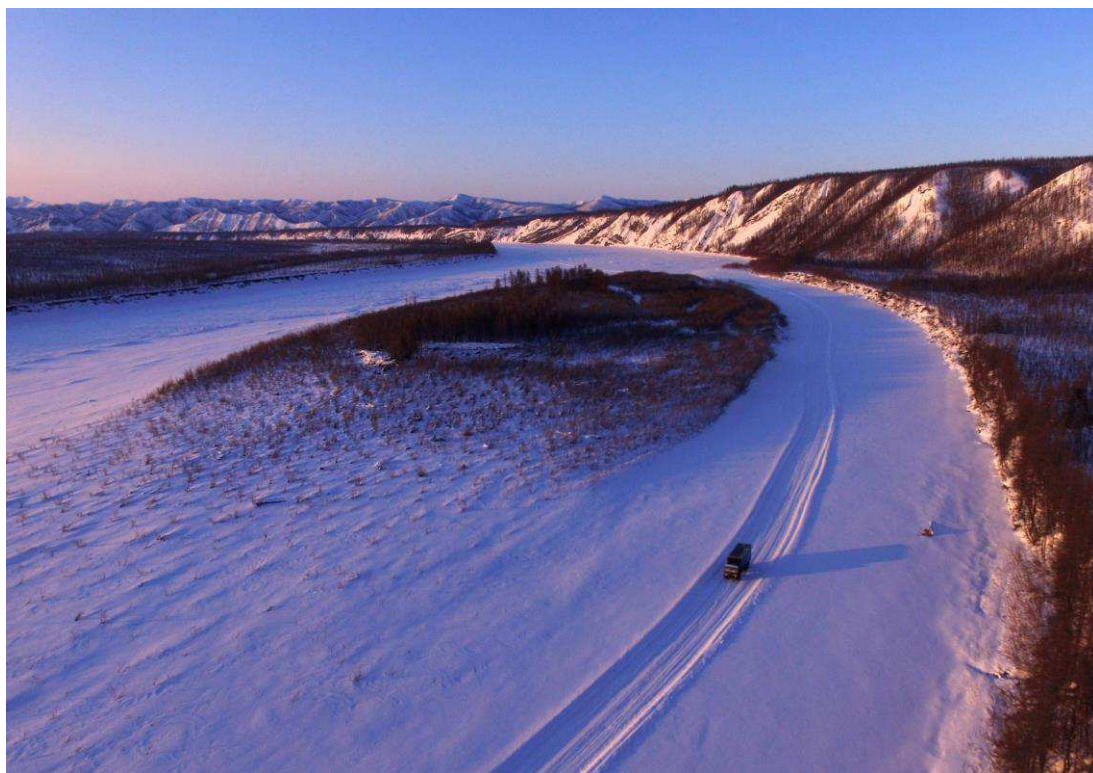


Рисунок В.20 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[28.05.2016]



Рисунок В.21 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[29.04.2016]



Рисунок В.22 – Сибирь, мотив «красота и простор сибирской природы»
[18.11.2016]

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Фотографии о России в The New York Times



Рисунок Г.1 – Американский истребитель мотив «гонка вооружений»

[12.03.2018]



Рисунок Г.2 – Российская военная техника [19.04.2017]



Рисунок Г.3 – Российская военная техника [19.04.2017]



Рисунок Г.4 – Российские спортсмены, мотив «незаслуженная победа»

[19.04.2016]



Рисунок Г.5 – Российские спортсмены, мотив «незаслуженная победа»

[12.06.2016]



Рисунок Г.6 – Российские спортсмены, мотив «коррупцированная система»

[28.02.2018]

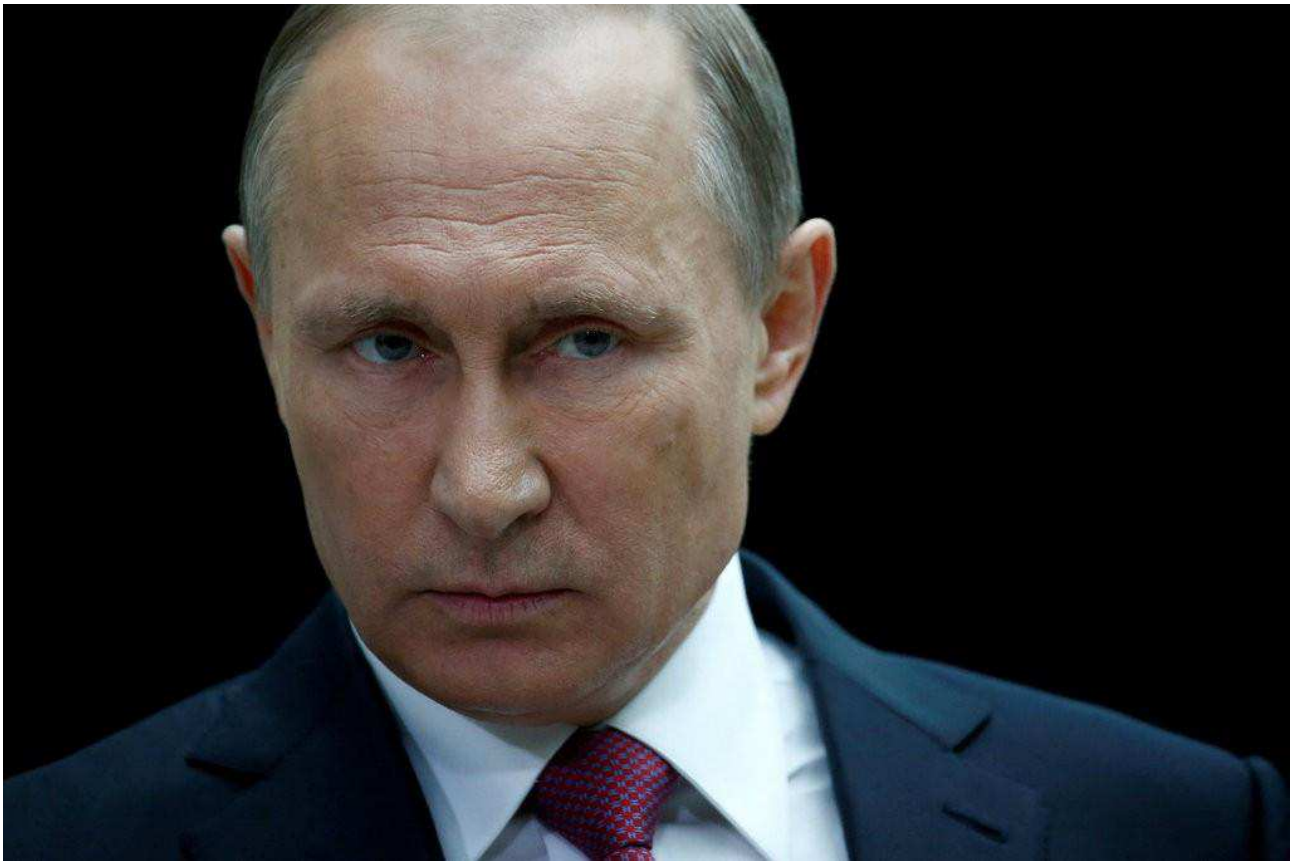


Рисунок Г.7 – Владимир Путин, мотив «авторитарный правитель» [01.03.2068]



Рисунок Г.8 – Владимир Путин, мотив «авторитарный правитель» [12.02.2016]



Рисунок Г.9 – Владимир Путин, мотив «равный собеседник» [23.01.2017]



Рисунок Г.10 – Владимир Путин, мотив «лидер коллектива» [15.03.2018]



Рисунок Г.11 – Владимир Путин, мотив «лидер коллектива» [07.07.2017]



Рисунок Г.12 – Владимир Путин, мотив «лидер коллектива» [28.01.2018]



Рисунок Г.13 – Владимир Путин, мотив «лидер коллектива» [16.11.2017]



Рисунок Г.14 – Владимир Путин, мотив «сумрачный правитель» [18.11.2017]



Рисунок Г.15 – Владимир Путин, мотив «сумрачный правитель» [31.09.2017]

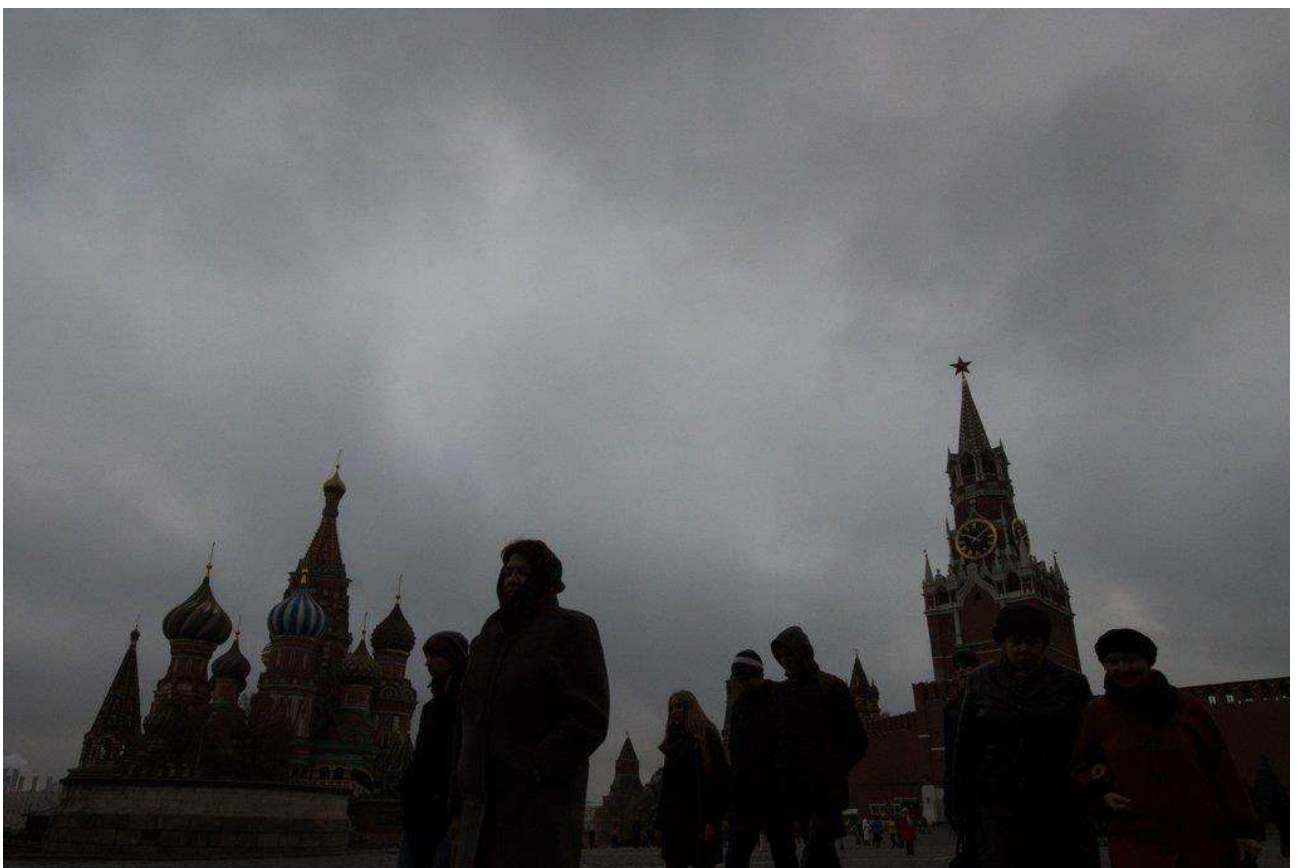


Рисунок Г.16 – Россия, Москва, мотив «сумрачная страна» [16.12.2016]



Рисунок Г.17 – Российское посольство, мотив «сумрачная страна» [01.03.2018]

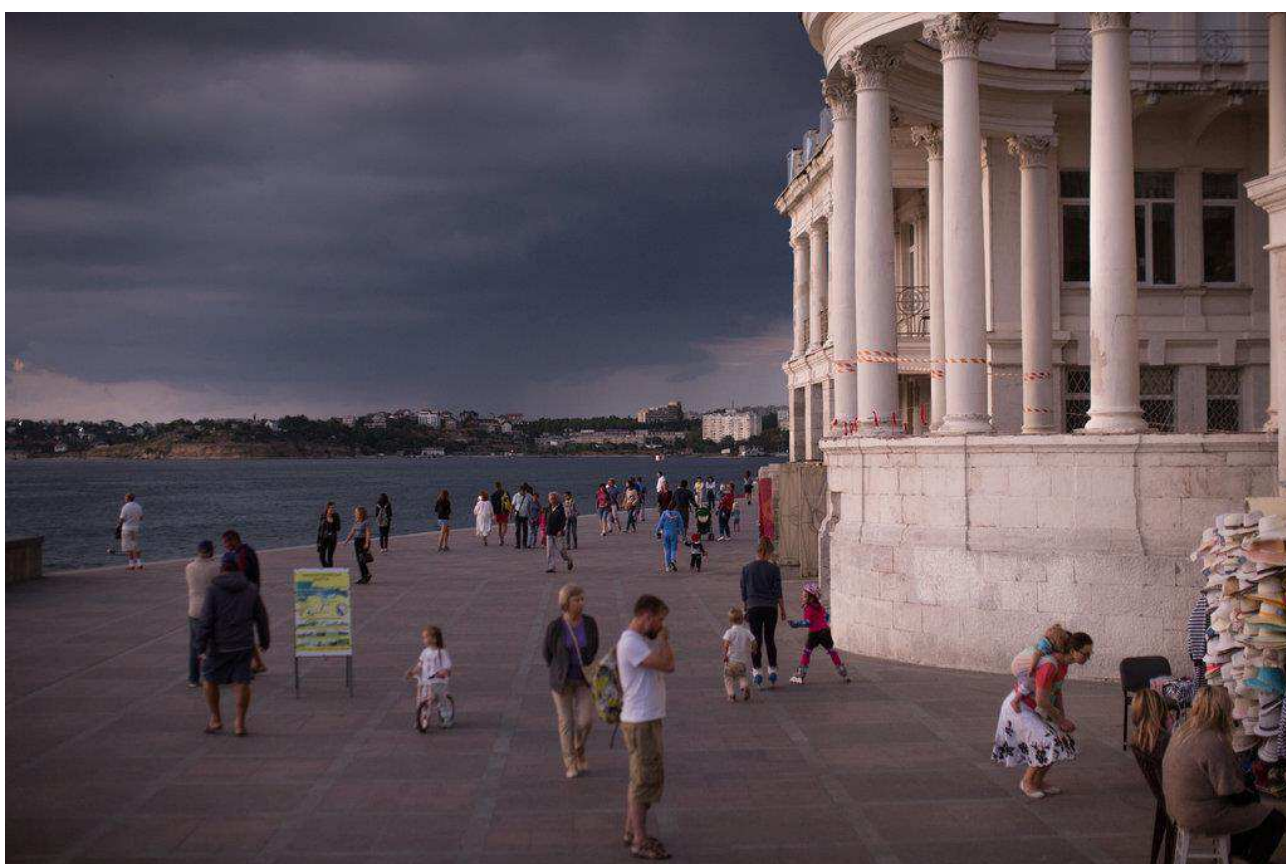


Рисунок Г.18 – Россия, Крым, мотив «сумрачная страна» [19.05.2016]



Рисунок Г.19 – Алюминиевый завод, мотив «нестабильная экономика»

[07.04.2018]



Рисунок Г.20 – Курс валют, мотив «нестабильная экономика» [11.04.2018]



Рисунок Г.21 – Курс валют, мотив «нестабильная экономика» [17.04.2018]

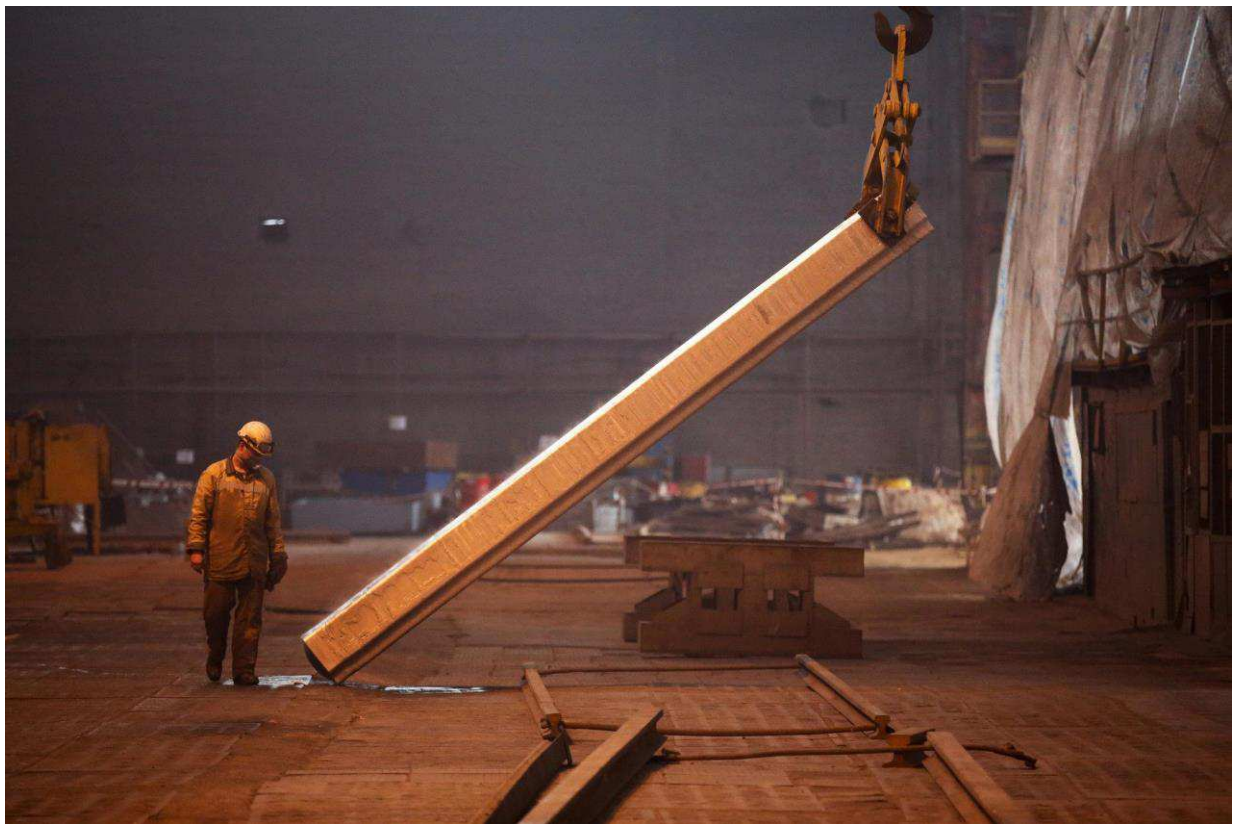


Рисунок Г.22 – Алюминиевый завод, мотив «нестабильная экономика»
[07.04.2018]



Рисунок Г.23 – Коллаж как часть визуального образа России [20.10.2017]



Рисунок Г.24 – Коллаж как часть визуального образа России [18.02.107]



Рисунок Г.25 – Коллаж как часть визуального образа России [28.05.2017]



Рисунок Г.26 – Рисунок как часть визуального образа России, отношения между Россией и Китаем [07.11.2017]

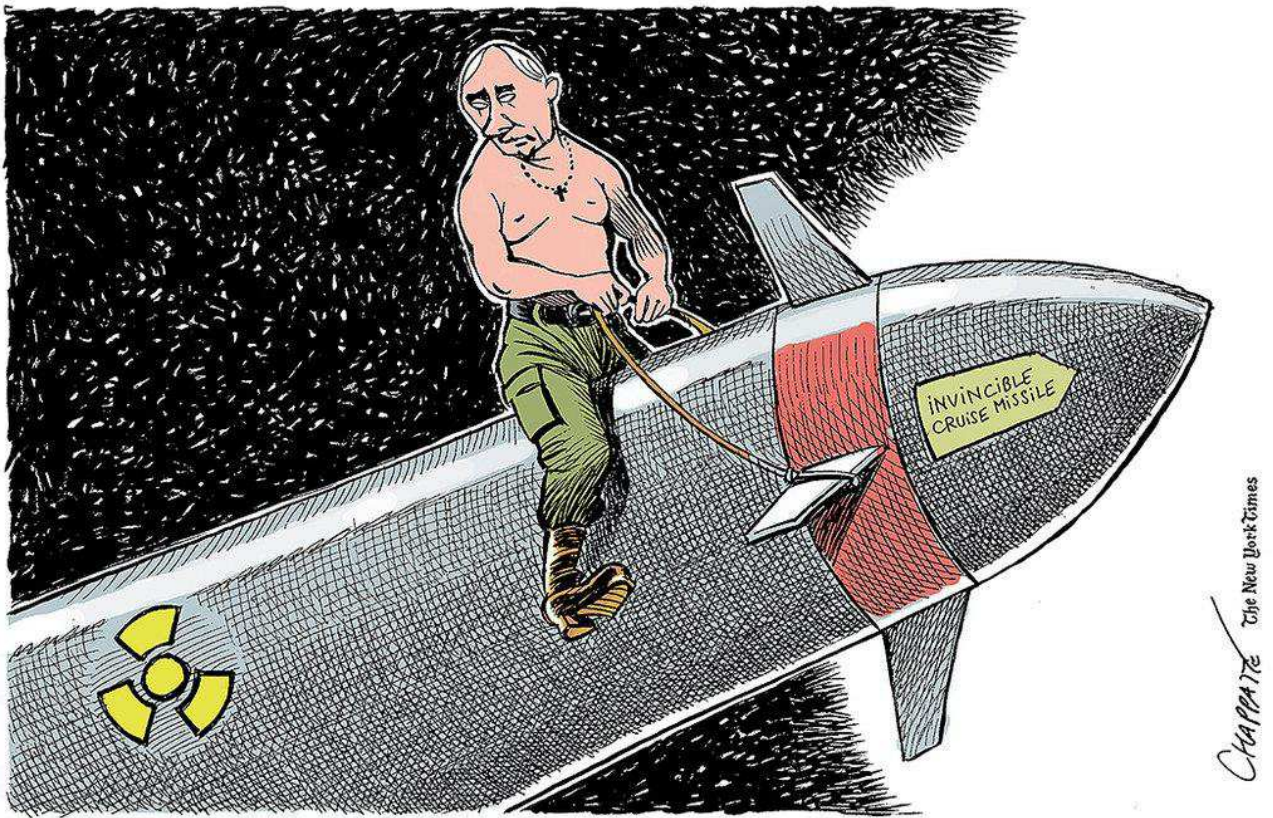


Рисунок Г.27 – Рисунок как часть визуального образа России, мотив «гонка вооружений» [09.03.2018]

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Фотографии о Сибири в The New York Times



Рисунок Д.1 – Сибирь, Байкал, мотив «красота сибирской природы»

[16.04.2016]



Рисунок Д.2 – Сибирь, Байкал, мотив «красота сибирской природы»

[18.08.2017]



Рисунок Д.3 – Сибирь, Байкал, мотив «красота сибирской природы»

[28.06.2017]



Рисунок Д.4 – Сибирь, мотив «красота сибирской природы» [18.02.2018]



Рисунок Д.5 – Сибирь, мотив «красота сибирской природы» [04.12.2017]



Рисунок Д.6 – Сибирь, мотив «красота сибирской природы» [02.11.2017]



Рисунок Д.7 – Сибирь, мотив «красота сибирской природы» [07.12.2016]



Рисунок Д.8 – Сибирь, мотив «место археологических находок» [20.03.2018]



Рисунок Д.9 – Сибирь, мотив «место археологических находок» [11.10.2016]

18

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 К. В. Анисимов

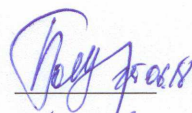
« 18 » июля 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

ДИНАМИКА МЕДИАТЕКСТОВ О РОССИИ И СИБИРИ В БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ


Руководитель



ст. преподаватель

О. В. Богуславская

Выпускник



Л. О. Полежаева

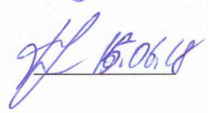
Консультант



проф., д-р. филос. наук

О. Ф. Нескрябина

Нормоконтролер



ст. преподаватель

Д. А. Устюжанина

Красноярск 2018