Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.В. Магировская

« ____» _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В СОВРЕМЕННОМ БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Научный руководитель _____ д-р филол. наук,
зав. кафедрой ТГРЯиПЛ
О.В. Магировская

Выпускник _____ А.В. Легенченко

Нормоконтролер _____ Е.В. Курилова

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3
ГЛАВА 1. МЕДИАДИСКУРС КАК ДИСКУРСИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРОЯВЛЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ 7

1.1. Языковая игра в фокусе научных исследований 7
1.1.1. Языковая игра как философский феномен 7
1.1.2. Осмысление феномена языковой игры в отечественных и зарубежных лингвистических исследованиях 8
1.2. Языковая игра как особая функциональная стратегия использования языковых средств 10
1.3. Дискурсивная основа, сущность и компоненты медиадискурса 14
1.4. Полидискурсивная специфика политического медиадискурса 19
1.5. Специфика формирования образа политического деятеля в политическом медиадискурсе 21
1.5.1. Терминологическое разграничение понятий «образ» и «имидж» 21
1.5.2. Основные характеристики политического медиаобраза и способы их репрезентации 24

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 28
ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПРЕМЬЕР-МИНИСТРА ВЕЛИКОБРИТАНИИ В БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ 31

2.1. Основные особенности британской прессы 31
2.2. Основные образные характеристики медиаобраза Лиз Трасс, созданные с помощью использования приемов языковой игры 32
2.2.1. Персональные образные характеристики 33
2.2.2. Социальные образные характеристики 41
2.2.3. Символические образные характеристики 44
2.3. Основные образные характеристики медиаобраза Риши Сунака, созданные с помощью использования приемов языковой игры 47
2.3.1. Персональные образные характеристики 48
2.3.2. Социальные образные характеристики 52
2.3.3. Символические образные характеристики 55

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ 70
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА 71

ВВЕДЕНИЕ

Данная бакалаврская работа посвящена изучению языковой игры, реализуемой в политическом медиадискурсе при создании медиаобраза политического лидера. В современном мире данный феномен является одним из наиболее распространенных языковых приемов, которые используются в том числе в текстах политических газет. Языковая игра может быть определена как использование отдельных слов или целых выражений в необычных или неожиданных контекстах для придания эмоциональной тональности описываемому событию. Она может быть использована для создания юмористического эффекта или для передачи сложных концептов и идей. В британском политическом медиадискурсе языковая игра используется для создания различных наиболее значимых ассоциаций, медиаобразов политических деятелей и манипуляции общественным мнением.

Быстрая смена политических лидеров, экономический и миграционный кризисы порождают все больше провокационных статей, посвященных политическим лидерам Великобритании. Среди них особенно выделяются яркие заголовки о действующем и бывшем премьер-министрах – Риши Сунаке и Лиз Трасс соответственно. Использование разнообразных приемов языковой игры в разных дискурсивных контекстах позволяет журналистам создавать определенный медиаобраз.

Современная лингвистическая наука рассматривает проблему конструирования образа политического деятеля как одну из актуальных областей исследования. **Актуальность** данной работы также определяется использованием различных приемов языковой игры в заголовках и текстах современных британских газет и необходимостью подробного изучения данного феномена. Не менее актуальным выступает отсутствие опыта анализа медиаобразов политических лидеров Великобритании – Риши Сунака и Лиз Трасс.

Цель данной работы – выявление доминирующих образных характеристик медиаобразов Риши Сунака и Лиз Трасс, получающих свою репрезентацию в современном британском политическом медиадискурсе с помощью приемов языковой игры, а также проведение сравнительно-сопоставительного анализа медиаобразов данных политических лидеров.

Объектом исследования является феномен языковой игры как элемент создания медиаобраза политического лидера в современном британском политическом медиадискурсе.

Предмет исследования – приемы языковой игры как элементы создания медиаобразов Риши Сунака и Лиз Трасс в современном британском политическом медиадискурсе.

Достижение поставленной цели обеспечивается постановкой и решением целого **ряда задач**:

1) изучить и обобщить теоретический материал по феномену языковой игры;

2) систематизировать имеющийся теоретический материал о медиадискурсе;

3) описать особенности создания медиаобраза в политическом медиадискурсе;

4) выявить, описать и систематизировать приемы использования языковой игры, доминирующие при создании медиаобраза Лиз Трасс в современном британском медиадискурсе;

5) выявить, описать и систематизировать наиболее частотные приемы языковой игры, используемые для формирования медиаобраза Риши Сунака в современном британском политическом медиадискурсе;

6) провести сопоставительный анализ основных образных характеристик медиаобразов Риши Сунака и Лиз Трасс в современном британском медиадискурсе, получивших свою вербальную репрезентацию с помощью приемов языковой игры.

В качестве **гипотезы исследования** выступает предположение о том, что языковая игра выступает одним из ведущих инструментов создания медиаобраза современного политика (в частности Риши Сунака и Лиз Трасс).

Теоретическая база данного исследования основана на определении языковой игры, изначально сформулированном Л. Витгенштейном, впоследствии получившем развитие в отечественной лингвистической науке благодаря таким ученым, как Е.А. Земская, Г.А. Китайгородская, Е.Б. Курганова, С.Ж. Нухов, А.А. Ривлина, Н.Н. Розанова, В.З. Санников и И.В. Цикушева. Определения дискурса, медиадискурса и политического медиадискурса основаны на работах Н.Д. Арутюновой, В.З. Демьянкова, Т.Г. Добросклонской и Ю.С. Степанова. В данном исследовании значительную роль играет описание и классификация основных черт медиаобраза Е.Н. Богдан, Т.Н. Галинской, Л.В. Хочунской и классификация образных характеристик политического лидера Е.В. Егоровой-Гантман.

Материалом исследования послужили заголовки и тексты статей либеральных *(The Guardian, The Independent)* и консервативных *(The Times, The Daily Telegraph)* интернет-изданий, а также популярных таблоидов *(The Sun, Daily Mail, Daily Express, Daily Star)* о действующем премьер-министре Великобритании Риши Сунаке с 2022 г. по 2024 г. и бывшем премьер-министре Великобритании Лиз Трасс в 2022 г.

Практическая значимость исследования обусловлена тем, что полученные результаты могут быть использованы при подготовке лекционных курсов по межкультурной коммуникации, стилистике, страноведению, а также при выполнении исследовательских работ по проблеме конструирования различных концептуальных смыслов с помощью приемов языковой игры. Результаты исследования могут быть также интересны специалистам в области политологии, культурологии и журналистики.

При анализе использования приемов языковой игры для создания образа премьер-министра Великобритании в заголовках современных

интернет-источников в данной работе были использованы следующие **методы исследования**: метод сплошной выборки; лингвостилистический анализ; контекстуально-интерпретационный анализ и статистический анализ.

Апробация. Результаты исследования были представлены на международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» в секции «Концептуальные исследования языка» в 2023 г.

Работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения и списка литературы.

Во Введении указываются актуальность работы, формулируются цель, предмет, объект, задачи и гипотеза исследования, описываются основные методы, материал, практическая значимость и структура исследования.

В Главе 1 «Медиадискурс как дискурсивное пространство проявления языковой игры» описывается развитие феномена «языковая игра», дается современное определение данному понятию, систематизируются ее основные функции и приемы. В данной главе также дается обзор основных определений дискурса, описываются сущность медиадискурса и особенности политического медиадискурса.

В Главе 2 «Языковая игра как способ формирования образа премьер-министра Великобритании в британском политическом медиадискурсе» проанализированы основные образные характеристики медиаобразов Лиз Трасс и Риши Сунака (персональные, социальные, символические) с позиции использования приемов языковой игры.

Заключение содержит в себе основные выводы, а также указание на дальнейшие перспективы исследования.

Список использованной литературы включает 61 наименование, из которых 11 – на английском языке.

ГЛАВА 1. МЕДИАДИСКУРС КАК ДИСКУРСИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРОЯВЛЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

1.1. Языковая игра в фокусе научных исследований

1.1.1. Языковая игра как философский феномен

Языковая игра выступает объектом многих лингвистических, культурно-социальных и философских научных работ. Свою первую детальную разработку феномен получил в рамках философских исследований.

Термин «языковая игра» впервые использовал австрийский философ Л. Витгенштейн. Ученый дал свое осмысление данного понятия и системы языка в целом. По его мнению, язык – это лингвистическое поведение говорящих, а языковая игра – связь используемых языковых средств с учетом их функций (апеллятивной, экспрессивной и т.п.) и коммуникативной цели, которую хочет достичь говорящий [Витгенштейн, 1985: 13].

Л. Витгенштейн утверждал, что слово и предложение имеют смысл только при соблюдении «правил игры», в которую играют собеседники [Там же]. Как следствие, языковое наполнение сообщения бессмысленно без конкретной коммуникативной цели. Оно приобретает значение только в том случае, если ее закрепляют в определенном контексте использования. Философ сравнивает это с «...одной из тех игр, посредством которой дети овладевают родным языком» [Там же].

Рассматриваемая концепция основывалась на аналогии, в основе которой лежит утверждение о том, что правила языка аналогичны правилам игр. Соответственно, сказать что-то в процессе общения аналогично тому, как сделать ход в игре [Там же].

Таким образом, философский подход, основанный на сравнении языка с игрой, показывает, что в новых видах речевой деятельности используются уже известные языковые модели, но их использование зависит от конкретной

ситуации общения. Все действия, происходящие в речи человека, можно рассматривать как игру с использованием значений слов и фраз, которые приобретают новый смысл в соответствии с новыми обстоятельствами.

1.1.2. Осмысление феномена языковой игры в отечественных и зарубежных лингвистических исследованиях

Первые работы отечественных лингвистов, посвященные исследованию языковой игры, положили начало развитию новой гипотезы о том, что языковая игра – это намеренное отклонение от речевых норм с целью придания художественной образности.

Ученые считают, что игра слов является неотъемлемой частью разговорной речи. По их мнению, игра слов должна рассматриваться исключительно как проявление поэтического аспекта языка. Это может быть простой юмор, игра слов или различные фигуры речи, такие как сравнения, метафоры, описания и т.д. [Земская, Китайгородская, Розанова, 1983: 175].

Исследование этого явления показывает, что термин «языковая игра» стал синонимом уже существующего термина «стилистически маркированное употребление языковых единиц». В результате этого языковая игра в основном воспринималась как один из способов применения художественных выразительных средств в тексте [Там же].

Со временем начали появляться новые исследования, в которых ученые стремились уточнить значение термина «языковая игра». В работе В.З. Санникова «Русский язык в зеркале языковой игры» выделено различие между игрой и структурными элементами языка, ситуативными шутками, основанными на комическом обыгрывании ситуаций [Санников, 1999: 108]. Исследователь считает, что основа языковой шутки заключается в знании системы языковых единиц, правил их использования и разнообразных способов творческой интерпретации этих единиц. Это достигается через

преднамеренное нарушение языковых норм с целью создания комического эффекта [Там же].

В результате термин «языковая игра» приобрел многофункциональный характер в отечественных лингвистических исследованиях. Этот феномен рассматривался как сознательное нарушение языковых норм, направленное не только на придание поэтической выразительности, но и на создание комического эффекта. В отечественной теории также утвердилась идея, что объектом изучения языковой игры являются исключительно письменные тексты: материалы СМИ, реклама и публицистика. Вследствие такого подхода способность к языковой игре имплицитно приписывается журналистам [Там же].

И.В. Цикушева определяет языковую игру как осознанное и целенаправленное манипулирование выразительными ресурсами речи, направленное на создание комического эффекта [Лебедева; цит. по: Цикушева, 2009: 3]. Из этого следует, что феномен языковой игры следует изучать как специфический механизм индивидуального стиля, связывая его с жанровыми признаками письменных текстов.

В зарубежных лингвистических работах языковая игра рассматривается как стилистический феномен с четким и однозначным содержанием, который может использоваться на всех уровнях языка. Британский лингвист Д. Кристал отмечает, что пространство языковой игры (*verbal game*) и её формы безграничны: «Играть со словами – это исключительно человеческое занятие... Люди с удовольствием перебирают слова, переделывают их, используют в новом значении, выстраивают в хитроумные узоры, находят в них скрытые смыслы…» [Кристал, 2006: 64]. Ученый определяет языковую игру как «интонационные, ритмические, фонетические, лексические и морфологические модификации языка, которые не соответствуют принципу языковых норм» [Там же].

Широкая трактовка феномена языковой игры предлагается в работе С.Ж. Нухова, который определяет языковую игру как вид речевого

поведения человека, как «самовыражение языковой личности, проявление ее лингвокреативных способностей» [Нухов, 2012: 169]. Подход ученого основывается на работе американского лингвиста и писателя П. Фарба, в которой игра рассматривается в рамках речевого поведения и понимается как взаимодействие между собеседниками согласно четко определенным правилам и конвенциям, вместе с тем предполагающими свободу и творчество в их использовании [Фарб, 1993: 230].

Таким образом, к ключевому аспекту языковой игры, который выделяется в отечественных и зарубежных лингвистических исследованиях, относится выражение творческого потенциала и языковой компетенции личности, проявляющееся в намеренном нарушении языковых норм с целью достижения дополнительной экспрессии не только с помощью создания стилистического эффекта (эстетического или комического), но и психологической манипуляции.

1.2. Языковая игра как особая функциональная стратегия использования языковых средств

Исследования языковой игры привели к созданию классификации, в основе которой лежат стратегии использования языковых единиц. К основным относятся:

1) употребление нормативных языковых средств для выражения дополнительного коннотативного, реже денотативного смысла (в большинстве случаев такими языковыми средствами выступают уменьшительно-ласкательные суффиксы или слова в несвойственном им значении. К этому виду языковой игры можно отнести игру с лексической сочетаемостью и создание неологизмов;

2) сознательное нарушение норм литературного языка для достижения той же цели;

3) использование в речи известных носителям языка прецедентных текстов для создания аллюзии (для реализации языковой игры данного типа берутся во внимание культурологические, исторические, литературные знания реципиента) [Макаревич, 2001: 75].

Анализируя данную классификацию, можно отметить, что языковая игра реализуется через сочетание языковых единиц как в процессе соблюдения речевой нормы, так и в процессе ее нарушения.

По мнению А.А. Ривлиной, к проявлениям языковой игры относится неопределенно широкий перечень языковых фактов отклонения от речевой нормы. Среди них ученый выделяет следующие:

1) каламбурная юмористическая игра слов (приём с использованием в одном контексте разных значений одного слова, разных слов или словосочетаний, сходных по звучанию);

2) балагурство (использование шуток в разговоре);

3) пародирование (комическое изображение высмеиваемого объекта);

4) макаронизмы (использование слов из разных языков в одном сообщении);

5) засекреченные детские формы речи (придуманный язык);

6) закодированные воровские арго;

7) шутливое обыгрывание скороговорок;

8) шутливое обыгрывание детских шуток (в их основе лежат нелогичность изложения и комичность ситуаций);

9) разнообразные виды игрового обрядового фольклора [Ривлина, 2011].

Приведенная классификация доказывает все разнообразие проявления языковой игры, которая выполняет только одну из множества своих функций – комическую.

К настоящему времени лингвисты пришли к выводу о том, что в создании «игры» в тексте задействованы языковые средства каждого уровня

языка: фонетического, лексического, грамматического. Особое значение имеют орфография и графика.

На *фонетическом уровне* языковая игра существует на основе приемов парономазии, ритма, рифмы, созвучия, аллитерации, ономатопеи. Фонетическая языковая игра осуществляется в виде подражания определенной манере произношения.

На *лексическом уровне* языковая игра проявляется за счет использования различных художественных приемов: эпитетов, метафор, оксюморона, олицетворения, сравнения. С их помощью изначальный текст становится многозначным, способным вмещать в себя различные коннотации.

На *грамматическом уровне* задействуются преимущественно словообразование и использование нетипичных для слова грамматических категорий. На данном уровне языка языковая игра представлена через окказионализмы и каламбуры. Сознательное изменение устойчивых сочетаний, к которому прибегают исследователи, делает привычные конструкции более выделяющимися и привлекающими к себе внимание. Языковая игра также может быть основана на сознательном нарушении морфологического восприятия лексических единиц. Иногда языковые шутки обыгрываются тем, что позволяют рассечь языковую единицу на части. Существует также обыгрывание категории лица глагола (употребление одного лица вместо другого) и т.д.

На *уровне орфографии* прием графического выделения наиболее частотен в качестве дополнительного средства экспрессии. Графические искажения создают возможность «двойного» прочтения одной фразы. Одним из графических приемов создания языковой игры выступают кавычки, помогающие передать антонимичный смысл лексической единицы.

Указанные приемы языковой игры могут проявляться во всем языковом разнообразии: от использования средств художественной

выразительности до шутливого изменения скороговорок. Данный феномен охватывает все уровни языка и выполняет ряд функций.

В зависимости от того, какой аспект языковой игры является приоритетным, от сферы функционирования и коммуникативной ситуации, исследователи выделяют различные функции такого сложного, многогранного и многофункционального явления, как языковая игра. Е.Б. Курганова выделяет и анализирует следующие основные функции языковой игры:

1) эстетическая функция, заключающаяся в сознательном стремлении испытать самому и вызвать у реципиентов определенной формой речи чувство прекрасного;

2) гностическая функция, направленная на порождение новой модели мира путем пересоздания уже существующего языкового материала;

3) гедонистическая функция, суть которой состоит в развлечении реципиента необычной формой речи;

4) прагматическая функция, нацеленная на привлечение внимания к оригинальной форме речи;

5) выразительная функция, служащая более образной, и, соответственно, более тонкой передаче мысли;

6) изобразительная функция, позволяющая наглядно воссоздать речь, а также каким-либо образом охарактеризовать человека, слова которого передаются;

7) поэтическая функция, приводящая к созданию эстетического чувства прекрасного у читателя посредством выбора особой формы речи;

8) маскировочная функция, надевающая «маску» пристойности, благоразумия и логики на любой циничный или даже абсурдный текст;

9) комическая функция, предполагающая наличие остроумных фраз, вызывающих смех у читателя [Курганова, 2004: 28].

Таким образом, многофункциональность языковой игры и ее ориентация на достижение определенного эффекта обусловливает широкое

использование многообразных форм выражения данного феномена в различных видах дискурса, одним из которых выступает медиадискурс.

1.3. Дискурсивная основа, сущность и компоненты медиадискурса

В последнее время дискурс выступает объектом междисциплинарного изучения. Данное языковое явление оказывается в фокусе внимания целого ряда гуманитарных наук (литературоведения, социологии, психологии, философии, теологии и др.) Наибольшую актуальность оно представляет для лингвистических исследований.

Как правило, лингвисты по-разному определяют понятие дискурса и исследуют его виды. Так, по мнению В.З. Демьянкова, дискурс является произвольным фрагментом текста, состоящим более чем из одного предложения или независимой части предложения [Демьянков, 1984: 7]. Как отмечает ученый, он концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т.п., определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который «строится» по ходу развертывания дискурса [Там же].

Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными и другими факторами [Арутюнова, 1990: 136]. Дискурс, по метафорическому сравнению исследователя, – это речь, «погруженная в жизнь». Данная характеристика во многом объясняет, почему термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно [Там же].

Ю.С. Степанов рассматривает дискурс как первоначально особое использование языка для выражения особой ментальности, в данном случае также особой идеологии [Степанов, 1995: 35–73]. Дискурс существует в

текстах, за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика. Из этого следует, что дискурс – это особый мир [Там же].

Приведенные определения, тесно связанные между собой, успешно трансформируют представления о речи, тексте, диалоге, стиле и даже языке. Дискурс выступает как речь, вписанная в коммуникативную ситуацию с более четко выраженным социальным содержанием по сравнению с речевой деятельностью отдельного человека.

Различные определения термина позволяют выделить три основных подхода к пониманию дискурса: структурный, функциональный и тематический.

В рамках *структурного подхода* особое внимание уделяется компонентам дискурса. Соответственно, дискурс рассматривается как результат различных аспектов речевой деятельности, включая вербальные и экстралингвистические характеристики. К концу XX века была разработана универсальная модель коммуникации, которая включает все основные элементы коммуникации: отправителя сообщения, его получателя, канал, обратную связь, само сообщение, процессы его кодирования и декодирования, а также ситуацию общения, или контекст. Определения дискурса, основанные на структурном подходе, позволяют выделить ключевые компоненты речевой деятельности, участвующие в процессе коммуникации: от отправителя сообщения до контекста общения. Важнейшим экстралингвистическим компонентом структурных определений дискурса является контекст, который включает исторический, социальный, культурный, политический и идеологический аспекты [Добросклонская, 2015: 6].

В рамках *функционального подхода* основным критерием определения дискурса является связь употребления речи с различными сферами человеческой деятельности. На основе речевых практик в соответствующих социально значимых сферах человеческого общения выделяются различные

типы дискурса (научный, политический, медицинский, юридический и др.). Отдельным типом дискурса в представленной функциональной классификации также выступает массмедийный [Там же].

Тематический подход к определению дискурса позволяет группировать письменные и устные тексты как продукты речевой деятельности вокруг определенных социально значимых тем, которые в то или иное время оказываются в центре общественного внимания (иммиграция, терроризм, выборы в органы власти и т.п.) [Там же].

Разнообразие подходов к исследованию дискурса указывает на то, что он является многогранным и неоднозначным феноменом, представляющим собой сложное коммуникативное явление, которое охватывает всю совокупность экстралингвистических и лингвистических факторов в процессе коммуникации [Там же].

Медиадискурс, как один из видов дискурса, вмещает в себя всестороннее понимание дискурса. Как коммуникативное событие данный феномен становится соединением языковой формы, знаний об окружающем мире и коммуникативно-прагматической ситуации.

Семантическое содержание медиадискурса гораздо шире и глубже, чем семантика высказываний. Это объясняется тем, что благодаря своей многомерной структуре оно выступает в качестве знаковой системы, на различных уровнях которой осуществляется когнитивная обработка информации от всех участников коммуникативной ситуации (внеязыковой действительности; установок и намерений медиаканала, жизненного опыта аудитории; семантики языковых единиц и т. п.) [Там же].

По мнению Т.Г. Добросклонской, медиадискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия [Там же].

Концепция медиадискурса основана на трех подходах к исследованию дискурса. Это позволяет получить всестороннее представление о речевой

деятельности в СМИ, так как медиадискурс включает не только вербальное сообщение и медиаканал, но также все экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания сообщения и политическим, социальным и идеологическим контекстом [Там же].

Определяя текст, медиатекст и медиадискурс, представляется возможным разграничить данные понятия следующим образом: текст – это сообщение, медиа-текст – это сообщение плюс канал, дискурс – это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации [Там же].

Концепция медиатекста как многоуровневого явления дополняется системой параметров, которая позволяет дать точное описание медиатекста с точки зрения его производства, канала распространения и лингвоформатных признаков:

1) способ производства текста (авторский – коллегиальный);

2) форма создания (устная – письменная);

3) форма воспроизведения (устная – письменная);

4) канал распространения (средство массовой информации-носитель: печать, радио, телевидение, Интернет);

5) функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика (*features*), реклама);

6) тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику [Добросклонская, 2015: 44].

Другим важным параметром в описании медиатекстов являются содержательные характеристики текста, которые позволяют определить его тематику. Анализ содержательной стороны информационного потока демонстрирует наличие устойчивых тематических структур, вокруг которых естественным образом организованы все медиатексты. Данная особенность позволяет отметить, что СМИ организуют, упорядочивают динамично меняющуюся картину мира с помощью устойчивой системы так называемых медиатопиков или регулярно воспроизводимых тем, к которым относятся,

например, политика, бизнес, спорт, культура, погода, новости международной и региональной жизни и т.п.

Например, одной из постоянных тем для британских СМИ является освещение подробностей частной жизни членов королевской семьи и высокопоставленных политиков. Регулярно воспроизводимые темы, отражающие национальную и культурную специфику, терминологически обозначаются как *buzz-topics*, или темы, вызывающие повышенный интерес аудитории [Там же].

Заголовок выступает в роли ключевого элемента медиатекста, который отражает его содержательную сторону. Словарь В.И. Даля трактует заголовок как «выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено его название». Заголовком также называют название отдела, главы книги [Даль, 1978]. Словарь С.И. Ожегова уточняет, что заголовок – это «название какого-либо произведения или отдела его частей» [Ожегов, 1952].

Заголовок может либо заинтриговать и заставить читателя прочитать статью, либо оттолкнуть его. Эффективный заголовок должен быть не только информативным, но и привлекательным для целевой аудитории, а также соответствовать специфике и формату публикации. Для интернет-ресурсов чаще всего используется более яркий, красочный и лаконичный заголовок, в свою очередь, для печатных изданий он может быть более длинным и содержательным.

Анализируя работы отечественных исследователей медиадискурса, среди которых филологи С.П. Суворов [Суворов, 1965: 27] и Л.А. Ноздрина [Ноздрина, 2008: 179] и лингвисты Г.О. Винокур [Винокур, 1959: 132], В.П. Вомперский [Вомперский, 1966: 4], З.Я. Тураева [Тураева, 1986: 54], В.Г. Костомаров [Костомаров, 1999: 174], основные функции заголовка можно свести к следующим:

1) назывная (способ сообщить читателю о характере и жанре текста);

2) информативная (способ обозначить основное содержание материала);

3) рекламная (способ заинтересовать читателя);

4) экспрессивно-апеллятивная (способ оказать эмоциональное воздействие на читателя).

Таким образом, изучение дискурса и медиадискурса является необходимым для понимания современных коммуникативных практик и их влияния на общественное сознание. Медиадискурс можно определить как совокупность текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации. В контексте медиа сферы он отражает не только языковые формы, но и социальные, политические и идеологические аспекты. Анализ функций заголовка в медиатексте позволяет понять его роль в привлечении внимания аудитории и формировании смысла сообщения.

1.4. Полидискурсивная специфика политического медиадискурса

С развитием информационной политической среды существенно увеличивается потенциал медиадискурса выступать одной из влиятельных структур власти. Через виртуализацию политической реальности медиадискурс создает идеологически символическую политическую структуру. Сконструированный медиадискурсом виртуальный образ политической реальности представляет собой политическую медиареальность, которая включена в символическое поле политики и оказывает существенное воздействие на сознание граждан.

На сегодняшний день политика является единственной сферой профессиональной деятельности, которая ориентирована на широкий круг людей. Политические деятели все реже обращаются к гражданам напрямую, предпочитая использовать для этого средства массовой информации. На современном этапе развития политики массмедиа являются основным каналом осуществления политической коммуникации, в связи с этим

наблюдается тенденция к объединению политического и массмедийного дискурса [Шейгал, 2000].

Язык, выступающий в роли главного инструмента создания политических медиатекстов, на современном этапе существования является результатом воздействия различных факторов. К ключевым относятся развитие информационных технологий, повлекшее за собой все более массовое использование СМИ в качестве арены для политических сражений, а также стремление политических деятелей идти в ногу со временем и использовать для привлечения последователей новейшие технологии, реализуемые в пространстве Интернета.

Для описания и анализа современных моделей политической коммуникации исследователи политического дискурса все чаще используют понятия «политический медиадискурс» и «медиатизация политики».

Джон Б. Томпсон первый использовал термин «медиатизация» для обозначения роли медиа как социального института, транслирующего не просто информацию, а образцы культуры, формирующие современное общество [Thompson, 1995: 46].

По мнению современных исследователей, понятие «медиатизация» рассматривается, с одной стороны, как новая реальность политического, а с другой стороны, как социальный процесс, где СМИ выступают новым социальным институтом, функции которого заключаются в производстве и расширении знаний в самом широком смысле [Черных, 2011: 110].

Политический дискурс в СМИ – это сложное коммуникативное явление, имеющее своей целью борьбу за власть посредством формирования общественного мнения, включающее текст как результат речи, контекст – ситуативный, социокультурный и прагматический, а также специальные языковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса [Левшенко, 2012].

Политический дискурс выполняет три основные функции: осуществление власти, убеждение и манипуляция. В.А. Маслова включает в политический дискурс также процесс и результат порождения и восприятия

политических текстов, экстралингвистические факторы, которые влияют на их порождение и восприятие [Маслова, 2008: 44].

Основной функцией политического медиадискурса является формирование коллективной политической картины мира посредством выработки и трансляции определенных образов и смыслов, мифологем и идеологических установок, ценностных ориентиров и политических предпочтений [Русакова, 2013].

Таким образом, СМИ давно перестали быть лишь средством выражения мнения и отображения событий, происходящих в мире. Они сами являются активными участниками политических процессов. Это объясняется тем, что, несмотря на установку объективности отражения реальности, СМИ формируют свою собственную медиареальность, в которой они способны изменять настроение аудитории относительного того или иного явления, события, личности.

1.5. Специфика формирования образа политического деятеля в политическом медиадискурсе

1.5.1. Терминологическое разграничение понятий «образ» и «имидж»

Термины «имидж» и «образ» описывают восприятие или представление об объекте, но в то же время применяются в разных контекстах и с лингвистической точки зрения не являются тождественными.

В русском языке слово «имидж» в переводе с французского или английского *image* означает образ, облик. Е.Б. Шестопал, анализируя специфическую эквивалентность английского существительного «имидж» русскому существительному «образ», подчеркивает, что имидж создает впечатление, выстраиваемое целенаправленно и сознательно. Он «специально сконструирован и растиражирован» [Шестопал, 2008: 12–13].

По мнению Е.В. Шалагиной, имидж представляет собой целенаправленно сформированный образ. Кроме того имидж содержит некоторые ценностные характеристики и используется для того, чтобы «оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию» [Шалагина, 2015: 7].

Под имиджем некоторыми учеными понимается естественный продукт обработки больших массивов информации [Почепцов, 2000: 235]. Как следствие, имидж рассматривается как свернутый текст, с помощью которого информация передается как на вербальном, так и на невербальном уровнях [Там же].

Определение понятия «образ» так же многогранно, как и определение понятия «имидж». Согласно словарю С.И. Ожегова, образ – это внешний вид, облик, наглядное представление о чём-нибудь, возникающее в воображении, мыслях, а также художественное отражение идей и чувств в звуке, слове, красках или созданный художником или актером характер, тип [Ожегов, 1952]. Иными словами, образ не только формируется. Изначально он спонтанно возникает в сознании в результате специфической деятельности по обработке и обобщению чувственных данных.

По мнению ученых, образ – категория не просто собирательная, она сложна для репрезентации и последующего анализа тем, что является дискурсивно конструированной, т.е. зависит от большого количества факторов вследствие того, что привязана к определенным условиям, событиям, настроениям и иным маркерам ситуации [Берендеев, 2011].

Образ апеллирует к интуитивной, внерациональной части сознания реципиента (в данном случае, аудитории интернет-СМИ), создавая впечатление о выбранном объекте конструирования.

Н.Д. Арутюнова отмечает, что в создании конкретного образа в создании человека достаточно часто задействованы «механизмы стихийного, непроизвольного исследования мира и жизни» [Арутюнова, 1999: 318].

Демонстрируя взаимосвязь и взаимозависимость понятий «имидж» и «образ», современные исследователи поясняют, что образ представляет собой всю совокупность мнений или представлений о качествах чего-либо (предмета, товара), в том числе внедряемых в массовое сознание; в свою очередь, имидж кристаллизуется в массовом сознании в результате этого внедрения [Рожков, Кисмерешкин, 2006: 18]. Вместе с тем подчеркивается серьезная отличительная характеристика имиджа, которая заключается в его вторичности по отношению к реальному объекту: имидж не столько отображает реальность, сколько создает виртуальные объекты [Там же].

Большинство исследователей также определяют понятие «имидж» через понятие «образ», включающий определённые черты, качества, социальные характеристики [Егорова-Гантман, 1994: 29].

Первое различие между терминами «имидж» и «образ» заключается в том, что образ представляется как стереотип, отрефлексированный через призму эмоционального и чувственного. Тем самым указывается односторонняя направленность психологического воздействия образа, или так называемая односторонняя коммуникация [Загайнов, 2007].

Второе существенное отличие понятия «образ» от понятия «имидж» состоит в прагматичном, активном механизме формирования имиджа в СМИ по сравнению с конструированием образа. Образ существует всегда, в то время как имидж формируется целенаправленно и является совокупностью специально сконструированных ассоциаций и представлений об объекте.

Таким образом, понятия имидж и образ имеют общие черты: оба понятия воссоздают картину реальности. Различие образа от имиджа заключается в том, что в задачу создания имиджа входит стратегически продуманный, спланированный подход. В свою очередь, образ формируется стихийно под влиянием экстралингвистических факторов.

1.5.2. Основные характеристики политического медиаобраза и способы их репрезентации

Несмотря на активное апеллирование научного сообщества к термину «медиаобраз» и обширный массив работ, посвященных анализу медиаобраза тех или иных явлений реальности в разных контекстах, в современных гуманитарных исследованиях еще не сложилось устойчивое и единое понимание этого понятия.

В наиболее обобщенном смысле медиаобраз может трактоваться как особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией [Богдан, 2007: 24], а также как совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации медиа [Марущак, 2012: 95]. Медиаобраз совмещает в себе социальный мир и его образ в сознании общества.

Для более полного описания медиаобраза необходимо принимать во внимание наличие как узкого, так и широкого значения этого понятия. В узком значении медиаобраз понимается как фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов и отражающие их ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества. В широком значении медиаобраз представляет собой образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве как профессиональными журналистами, так и другими медиакоммуникаторами [Галинская, 2013: 91–92].

Если в узком значении делается акцент на осмысленное конструирование фрагментов реальности профессиональными журналистами, то, в свою очередь, в широком значении – на хаотичность конструирования образов реальности в ходе двустороннего процесса интернет-коммуникации между автором медиатекста и его аудиторией [Там же].

В связи с этим некоторые исследователи выделяют два сценария создания медиаобраза: субъектно-объектный и субъектно-субъектный.

Субъектно-объектный сценарий описывает процесс однонаправленной трансляции медиаобразов в традиционных СМИ (журналист влияет на аудиторию). Субъектно-субъектный сценарий, наоборот, подразумевает полилогический, а не монологический характер коммуникации между журналистом и аудиторией [Волкова, Ашур, 2021: 44].

Субъектно-субъектный сценарий, как следствие, характеризуется процессом совместного формирования и освоения образов действительности в медиапространстве: не только журналист, транслируя медиаобразы, влияет на аудиторию, но и аудитория, также способная формировать и распространять медиаобразы, может влиять на автора медиатекста [Там же].

Медиаобраз также представляет собой закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее диалогический или полилогический характер и вызывающее ценностную реакцию адресата [Хочунская, 2013: 93]. В приведенном определении подчеркивается, что медиаобраз существует в нескольких измерениях. Во-первых, это мир, воспринимаемый и интерпретируемый автором медиатекста. Во-вторых, это мир как текст, существующий формально – в дискурсе, в наборе знаков. В-третьих, это увиденный в медиаобразе мир, воспринятый и оцененный адресатом в зависимости от его индивидуальных особенностей: мировоззренческих, психологических, интеллектуальных, возрастных и др. [Там же].

Центральной фигурой в политическом дискурсе выступает политик как коммуникативная личность. Создание образа политика во многом зависит от средств массовой информации, без которых сложно представить современное государство [Никифорова, 2014].

Согласно классификации Е.В. Егоровой-Гантман, структура образа политического лидера состоит из персональных, социальных и символических характеристик [Егорова-Гантман, 1994].

К персональным характеристикам политического деятеля относятся физические особенности (прежде всего внешность и стиль в одежде) и психологические особенности (включая характер и личностные черты). Политические качества (например, организаторские способности и чувство ответственности) также выступают компонентами персональных характеристик.

Социальные характеристики отражают статус лидера, его происхождение и биографию, а также его взаимодействие с различными социальными группами. Они формируются в соответствии с требованиями реальности и могут меняться в зависимости от обстоятельств.

Символические характеристики являются неотъемлемой частью образа политика и отражают его идеологические установки и курс действий. В переломные моменты истории они становятся особенно значимыми, выражая потребность в объединяющих символах. В мирное время их значение может быть менее выраженным. Тем не менее, они остаются устойчивыми компонентами образа лидера, связанными с социокультурными архетипами и прототипами политических лидеров.

Для передачи тех или иных образных характеристик политического лидера активно используются лингвистические и экстралингвистические средства, которые являются неотъемлемой частью конструирования образа.

Лингвистические и экстралингвистические средства разнообразны. К лингвистическим относятся тропы, стилистические фигуры и выразительные языковые средства. Экстралингвистические включают, например, использование прецедентных имен.

Для создания образа политического деятеля в средствах массовой информации, а также для формирования общественного мнения особая роль отводится языковой игре. Назвав какое-либо личностное качество политического деятеля, журналисты могут оставить его незамеченным или обыграть так, что именно это качество станет восприниматься главной характеристикой представляемого политика.

Таким образом, исследование медиаобраза в современных реалиях выявляет сложность и многомерность данного понятия. Оно может трактоваться как образ реальности, создаваемый различными медиакоммуникаторами. В политическом контексте медиаобраз политического лидера состоит из персональных, социальных и символических образных характеристик, которые, наряду с различными языковыми единицами и приемами, также вербализуются посредством использования приемов языковой игры.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Впервые термин «языковая игра» был введен австрийским философом Л. Витгенштейном, который утверждал, что существующие языковые и речевые модели каждый раз приобретают свое новое значение в зависимости от контекста и речевой ситуации.

Отечественные лингвисты исследовали данный феномен в качестве одного из средств художественной выразительности. Впоследствии понимание того, что существует множество приемов языковой игры, которые могут проявляться во всем языковом разнообразии (парономазия, аллитерация, ономатопея, эпитеты, метафоры, оксюморон, олицетворение, антитеза, графическое выделение, каламбур и окказионализм) привело к ее более широкой трактовке. В современном научном мире языковая игра представляет собой осознанное и целенаправленное манипулирование экспрессивными ресурсами речи, обусловленное установкой на реализацию определенной цели.

Феномен языковой игры охватывает все уровни языка и выполняет ряд функций: эстетическую, гностическую, гедонистическую, прагматическую, выразительную, изобразительную, поэтическую, маскировочную и комическую.

Языковая игра находит свою реализацию в разных видах дискурса, в том числе в медиадискурсе, который объединяет структурный, функциональный и тематический подходы к понимаю дискурса. Он представляет собой совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации.

Понятие «медиадискурс» тесно связано с понятиями «текст» и «медиатекст». Соответственно, медиатекст включает в себя сообщение и канал, медиадискурс представляет собой сообщение в его взаимосвязи со всеми элементами коммуникации. Особое значение в медиатексте имеет заголовок, который способен не только сформировать убеждения реципиента

о том или ином событии, но и определенную прагматическую установку аудитории. Основными функциями заголовка являются назывная, информативная, рекламная и экспрессивно-апеллятивная.

В современном мире СМИ являются полноправным участником политических процессов, имея возможность интерпретировать события, формируя определенные политические взгляды у аудитории.

С развитием информационной политической среды существенно увеличивается потенциал развития медиадискурса. Обладая силой виртуализации политической реальности, медиадискурс может превращать политику в символический идеологический конструкт.

Основной функцией политического медиадискурса является формирование коллективной политической картины мира посредством выработки и трансляции определенных медиаобразов и смыслов с определенными идеологическими установками и политическими предпочтениями. Одними из основных терминов, используемых для анализа медиадискурса выступают «образ» и «имидж». Оба термина фокусируются на совокупности внешних признаков и характеристик объекта.

Понятия «имидж» и «образ» не являются взаимозаменяемыми. Имидж является продуктом обработки информации, который создается намеренно и чаще всего несет в себе положительные характеристики политического лидера. Он динамичен и формируется с помощью комплекса образов-прототипов. Образ является сложной дискурсивно-конструируемой собирательной категорией и зависит от большого количества экстралингвистических факторов.

Медиаобраз является образом политического деятеля или другой значимой личности, создаваемым средствами массовой информации с целью эмоционального воздействия на аудиторию. Структура медиаобраза включает фрагменты реальности и мировоззренческие установки, ценностные ориентации, политические предпочтения и психологические

качества авторов медиатекстов. В связи с этим выделяются два сценария создания медиаобраза: субъектно-объектный и субъектно-субъектный.

Образ политика можно рассматривать как возникающую в сознании людей ассоциацию при упоминании конкретной личности, образ мыслей, поведение, манеры, мировоззрение этого человека. Согласно классификации Е.В. Егоровой-Гантман, медиаобраз политического лидера формируется благодаря таким образным характеристикам, как персональные, социальные и символические. В создании образа политика активно используются выразительные и изобразительные средства, основными из которых являются приемы языковой игры.

Языковая игра не является простым остроумным искажением литературного языка. Данный дискурсивный прием отражает реакцию языка на процессы и явления, а также проблемы, происходящие в жизни современного общества, и создает условную модель действительности.

ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПРЕМЬЕР-МИНИСТРА ВЕЛИКОБРИТАНИИ В БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

2.1. Основные особенности британской прессы

Британская пресса выступает одной из самых влиятельных в мире и имеет богатую историю. Многие газеты Великобритании были созданы еще в XVIII веке. Некоторые из них, такие как *The Times* и *The Guardian* являются национальными газетами, оказывающими сильное влияние на формирование отношения британского общества к событиям и политическим деятелям.

В настоящее время текст британской прессы сочетает традиционное качество с инновационными технологиями. Большинство статей в прессе создаются по методу, известному в англоязычной журналистике как «перевернутая пирамида» (*the inverted pyramid*). Этот подход заключается в том, что наиболее важная информация размещается в начале текста. Основная смысловая нагрузка приходится на первую фразу (*the lead*), которая представляет собой краткое изложение статьи и включает все ключевые элементы сообщения, и на заголовок [Добросклонская 2008: 46]. По мере прочтения текста информационная плотность постепенно снижается. Чтобы понять основное содержание статьи, читателю достаточно ознакомиться с заголовком и первым абзацем.

Британская пресса играет значительную роль в формировании общественного мнения. Многие газеты поддерживают политические убеждения и идеи определённых партий. По содержанию британские газеты делятся на две категории: серьёзные широкоформатные издания (*broadsheets*) и желтую таблоидную прессу (*tabloids*) [Там же].

Манипуляция через медиатексты помогает формировать определённый образ политиков и влиять на их восприятие аудиторией. Широкоформатная пресса способствует формированию общественного мнения, предоставляя

аналитическую информацию и проверенные факты. Таблоиды же воздействуют на эмоции и интересы более широкой публики, способствуя созданию упрощённых и часто сенсационных представлений о политических событиях и деятелях (Таблица 1).

Таблица 1. Политическая позиция британских изданий

Название	**Дата основания**	**Категория**	**Политическая позиция**
The Times	1785	Broadsheet	правоцентристская (консервативная партия Великобритании)
The Daily Telegraph	1855	Tabloid	правоцентристская (консервативная партия Великобритании)
The Guardian	1821	Broadsheet	левоцентристская (либеральная партия Великобритании)
The Sun	1900	Tabloid	правоцентристская (консервативная партия Великобритании)
Daily Mail Daily Express Daily Star	1978	Tabloid	правоцентристская (консервативная партия Великобритании)
The Independent	1986	Broadsheet	левоцентристская (либеральная партия Великобритании)

Таким образом, британская пресса функционирует в роли важного инструмента информирования и формирования общественного мнения в Великобритании и за ее пределами. Одними из медиаобразов, создаваемых британской прессой в рамках современной геополитической ситуации, выступают образы бывшего и действующего премьер-министров Великобритании – Лиз Трасс и Риши Сунака соответственно.

2.2. Основные образные характеристики медиаобраза Лиз Трасс, созданные с помощью использования приемов языковой игры

Лиз Трасс — бывший премьер-министр Великобритании (сентябрь-октябрь 2022 года), занимавшая эту должность на протяжении 50 дней. В

течение короткого срока своего премьерства Трасс анонсировала масштабные реформы финансовой системы, которые затем была вынуждена отменить. Это решение привело к падению рейтингов консервативной партии и курса фунта стерлингов. Впоследствии медиаобраз Лиз Трасс стал главной темой заголовков статей британских интернет-изданий.

В период пребывания на посту и до момента отставки Лиз Трасс её медиаобраз был представлен исключительно в негативном ключе в британских интернет-изданиях. Журналисты критиковали политика за решительный и прямолинейный стиль общения, чрезмерную эмоциональность и пустословие. Однако, в контексте политической гонки за пост премьер-министра (лето 2022 г.), лозунг «*In Liz we Truss*» часто появлялся в заголовках газет и таблоидов, что указывает на изначальный высокий уровень доверия граждан и членов партии, а также позитивных ожиданий по поводу её политической деятельности в качестве премьер-министра страны.

Проведенное исследование показало, что медиаобраз Лиз Трасс, формируемый в СМИ в период её нахождения на посту премьер-министра с 6 сентября 2019 г. по 25 октября 2022 г., создается относительно трех основных групп характеристик: персональных, социальных и символических [Егорова-Гантман, 1994]. Языковая игра выступает в роли неотъемлемого элемента их создания, позволяя СМИ влиять на восприятие аудитории.

2.2.1. Персональные образные характеристики

Анализ статей современных британских интернет-изданий показал, что образ Лиз Трасс создается относительно всех персональных образных характеристик. К ним относятся внешний облик, стиль, профессиональные и деловые качества.

Вербализация данных характеристик приводит к неоднозначности и в определенной степени противоречивости медиаобраза бывшего премьер-

министра. С одной стороны, внешний вид Лиз Трасс репрезентирован в положительном ключе. Данный факт проявляется в том, что в заголовках делается акцент на умение политика выбирать яркие модные наряды и сочетать их с элементами стиля Маргарет Тэтчер, которая была первой женщиной-премьер-министром Великобритании и яркой фигурой в политике 20 века, известной своей консервативной политикой. С другой стороны, деловые качества Лиз Трасс как премьер-министра представлены в негативном ключе. Негативный образ создается в контекстах осуждения политика за профессиональную некомпетентность и двуличность.

Для формирования указанных характеристик в заголовках статей используются различные приемы языковой игры. К основным относятся эпитет, метафора, сравнение и антитеза.

В описании одежды политика современными британскими интернет-изданиями наиболее частотно выделяется черта, указывающая на индивидуальный элегантный стиль Лиз Трасс. Основным стилистическим средством при этом выступает группа эпитетов, выраженная именами прилагательными с семантикой яркости, наличия стиля и изысканности.

Например, в заголовке *Truss's chic transformation: Treasury secretary strides into No 10 in a series of fashionable, eye-catching outfits from high street labels Zara and COS* (Glen Owen. Daily Mail. 25.09.2022) использование прилагательных *chic, fashionable, eye-catching* в стилистической функции эпитетов позволяет создать образ женщины, предпочитающей изысканный, шикарный стиль *(chic — the quality of being fashionable and attractive* [Oxford Dictionary]*),* дорогую одежду, соответствующую последним тенденциям моды (*fashionable — used or visited by people following a current fashion, especially by rich people* [Oxford Dictionary]*),* и желающей всегда выглядеть впечатляюще и ярко *(eye-catching — immediately likely to attract attention because it is particularly interesting, bright or attractive* [Oxford Dictionary]*).* Используемые эпитеты в своей совокупности представляют Лиз Трас как политика, который всегда выглядит элегантно и стильно.

Анализируемая образная характеристика получает свою вербализацию в заголовке *From fluorescent suits to Thatcher bows – Liz Truss's fashion journey to No 10* (Max McLean. The Independent. 6.09.2022). Она представлена за счет прилагательного *fluorescent*, выступающего в роли эпитета, и семантического потенциала описания чего-то яркого и броского *(appearing very bright when light shines on it* [Oxford Dictionary]*).* Этот прием помогает транслировать идею о том, что наряды Лиз Трасс привлекают внимание публики своей яркостью и индивидуальностью. Дискурсивный контекст самой статьи подчеркивает, что выбор одежды премьер-министра вызывает большой интерес публики: *The new Prime Minister has often turned heads with her political outfits.* Использование идиомы *to have turned heads* за счет своей семантики восхищения и привлечения внимания *(to capture people's attention due to being exceptionally interesting, beautiful, unusual* [The Free Dictionary]*)* помогает вербализовать идею о том, что Лиз Трасс вызывает интерес к своей персоне через такой визуальный элемент, как одежда.

В заголовке статьи *Liz Truss is a dedicated follower of UK fashion... Just like her idol Margaret Thatcher* (Glen Owen. Daily Mail. 31.09.2022) прилагательное *dedicated,* в данном контексте выступающее в роли эпитета, имеет положительную коннотацию. Согласно семантике слова, оно используется для описания человека, который очень предан конкретному делу и активно отслеживает все последние изменения, показывая свою заинтересованность *(believing that something is very important and giving a lot of time and energy to it* [Cambridge Dictionary]*).* Использование данного эпитета в контексте статьи помогает создать образ Лиз Трасс как политика, который интересуется модой и стилем и демонстрирует свою приверженность родным британским брендам.

Спецификой такой персональной образной характеристики, как стиль политика выступает подражание Маргарет Тэтчер, которая занимала пост с 1979 г. по 1990 г. и стала одной из наиболее влиятельных фигур в политической истории Великобритании. Ее решительный и жесткий подход к

управлению страной вызывал как поддержку, так и критику, но оставил значительный след в политической и исторической памяти Великобритании и мирового сообщества. Большинство британских интернет-изданий отмечают, что фигура Маргарет Тэтчер является главным образцом поведения для Лиз Трасс. Политик старается соответствовать стилю одежды, прическе и манерам «железной леди», чтобы завоевать доверие граждан.

Данная черта прослеживается, например, в заголовке *From fluorescent suits to Thatcher bows – Liz Truss's fashion journey to No 10* (Max McLean. The Independent. 6.09.2022). Она передается с помощью метафоры *Thatcher bows*, которая за счет ассоциативных признаков эффективно передает атрибуты внешнего вида и стиля Маргарет Тэтчер, характерные для ее имиджа. Существительное *bow* в анализируемом дискурсивном контексте несет в себе два семантических значения. С одной стороны, данная лексическая единица означает декоративный узел или бант, обычно используемый на одежде в качестве украшения *(a knot with two loops and two loose ends which is used for decoration on clothes* [Oxford Dictionary]*)*, с другой — поклон в качестве акта уважения, смирения или благодарности, который может быть проявлен как вежливый жест *(to move your head or the top half of your body forwards and downwards as a sign of respect* [Oxford Dictionary]*)*. В результате анализируемый прием метафорической языковой игры помогает создать образ подражателя стиля Маргарет Тэтчер. Такая метафора устанавливает связь между образом Лиз Трасс и наследием Маргарет Тэтчер, акцентируя, что стиль Лиз Трасс вдохновлен Маргарет Тэтчер и ассоциируется, в частности, с ее типичными узловатыми бантами на одежде. Эта метафора не только обращается к визуальному стилю и образу, но также указывает на такую символическую ассоциацию, как преемственность политического наследия и идеологических ценностей. Данная ассоциация с Маргарет Тэтчер, известной своей решительностью и консервативными реформами, помогает Трасс позиционировать себя как продолжателя данного

политического курса, что усиливает её положительный образ в глазах сторонников.

В заголовке *Liz Truss is a dedicated follower of UK fashion... Just like her idol Margaret Thatcher* (Glen Owen. Daily Mail. 31.09.2022) данная характеристика вербализуется двумя приемами языковой игры, а именно с помощью использования эпитета и сравнительного оборота *just like her idol Margaret Thatcher*. Образ политика, оказавшего большое влияние на стиль Лиз Трасс, создается с помощью прилагательного *idol,* которое обычно используется для описания человека, являющегося объектом почитания, поклонения или восхищения *(a person or thing that is loved and admired very much it* [Oxford Dictionary]*).* В свою очередь, сравнительный оборот *just like her idol Margaret Thather* помогает передать идею о том, что главной иконой стиля для Лиз Трасс стала Маргарет Тэтчер. В контексте анализируемой статьи указывается, что Трасс часто старается подражать знаменитой «железной леди» во всем, включая сюжеты и обстановку на фотографиях. Например, в статье приводится информация о том, как во время своего пребывания в Москве Лиз не упустила шанса воссоздать образ Маргарет Тэтчер, которая посетила Россию в 1987 году. Трасс прогулялась по Красной площади в такой же меховой шубе и шапке, сделав несколько фотографий на память (*Media has mocked Liz Truss' decision to wear a Thatcheresque fur hat in Moscow, despite there being a 'thaw' in the Russian capital*).

В отличие от характеристики внешнего вида политика, которая представлена положительно, профессиональные качества бывшего премьер-министра Великобритании в современном британском медиадискурсе представлены исключительно в негативном ключе.

Как правило, репрезентации подвержена такая черта, как несоответствие должности. Наиболее частотной используемой лексической единицей в заголовках проанализированных статей является существительное *disruption,* употребляемое в заголовках анализируемых статей в роли метафоры. Данная языковая единица имеет негативную

коннотацию и используется для обозначения нарушения целостности, порядка или стабильности, вызванного отрицательными изменениями *(situation in which it is difficult for something to continue in the normal way* [Oxford Dictionary]*)*.

Например, в заголовке статьи *Liz Truss: the PM who caused disruption in all the wrong places* (Pippa Crerar. The Guardian. 20.10.2022) использование данной языковой единицы указывает на то, что период нахождения Лиз Трасс на посту премьер-министра ассоциируется с политическим кризисом, бедностью, подорванной репутацией партии и хаосом в стране: *As a result people are poorer, her party's reputation is shattered and the prospect of the Tories suffering a brutal election defeat has grown.* Словосочетание *in all the wrong places* за счет прилагательного *wrong*, семантически указывающего на ошибочность и неправильность действий *(not right or correct* [Oxford Dictionary]*)*, помогает подчеркнуть, что все попытки Лиз Трасс исправить ситуацию были неэффективными и не принесли желаемого результата.

Использование данного существительного в заголовке *Liz Truss insists she has an 'iron grip' on UK finances but admits tax cuts will reap 'short-term disruption' (Harry Cole. Natasha Clark. The Sun. 30.10.2022)* в сочетании с прилагательным *short-term* помогает усилить негативный характер влияния политики Лиз Трасс и показать, какой ущерб она смогла нанести экономике страны за короткий период на должности премьер-министра: правительство представило стратегию экономического развития, которая обвалила курс фунта до исторического минимума.

Такая образная персональная характеристика, как некомпетентность бывшего премьер-министра также отражена в заголовке *Liz Truss elbowed way to No 10 on a wave of ambition, only to become a complete embarrassment* (Harry de Quetteville. The Independent. 21.10.2022).

Данная характеристика передается с помощью нескольких приемов языковой игры, а именно развернутой метафоры и антитезы. В роли развернутой метафоры выступает устойчивое словосочетание *elbowed one's*

way (on a way of ambition), в котором глагол *to elbow* указывает на такой способ передвижения, как протискивание, проталкивание с большим усилием сквозь толпу с использованием локтей *(to make one's way by pushing with the elbow* [The Free Dictionary]*).* В анализируемом дискурсивном контексте данная метафора вызывает ряд таких ассоциативных признаков, как целеустремленность и упорство. Использование локтей подразумевает определенную степень агрессивности и означает, что человек, прокладывающий себе путь, готов действовать решительно, несмотря на препятствия. Как следствие, метафора помогает передать такую образную характеристику, как целеустремленность Лиз Трасс на начальных этапах ее политической карьеры, которая помогла преодолеть сложный путь от выпускника Оксфорда до премьер-министра Великобритании: *the qualities that helped her elbow her way from comprehensive school to Oxford get noticed on the lowest rungs of the political ladder*.

В анализируемом заголовке антитеза представлена с помощью двух лексических единиц: *ambition* и *embarrassment*. Использование существительного *ambition* имеет положительную коннотацию и означает жажду достижений и успеха. Оно помогает создать образ конкурентоспособного политика, который всегда идет к своим целям *(the desire or strength of mind to be successful* [Oxford Dictionary]*).* В то же время оно противопоставляется существительному *embarrassment*, имеющему негативную коннотацию и использующемуся для описания неприятных ситуаций, которые вызывают чувство стыда *(a person who causes problems for another person or other people and makes them feel embarrassed* [Oxford Dictionary]*).* С помощью использования антитезы противопоставляются изначальные амбиции Лиз Трасс полному провалу в её политической карьере. Дискурсивный контекст статьи подтверждает эту идею, отмечая неожиданный поворот событий в жизни Лиз Трасс, которая, имея все качества целеустремленного и решительного лидера, столкнулась с трагическим провалом в самый ответственный момент своей политической

карьеры: *A politician known above all as a survivor, a bundle of contradictions elastic enough to survive and thrive under three very different prime ministers, came dramatically unstuck when the top job was finally hers.*

Похожее сравнение образов Лиз Трасс представлено в заголовке *From fighter to quitter: the 'weird' rise and fall of Liz Truss* (Andrew Anthony. The Guardian. 22.10.2022). Использование антонимичных существительных *fighter* и *quitter*, в данном контексте выступающих единицами номинации активиста или борца за определенные цели *(a person who does not give up hope* [Oxford Dictionary]*)* и человека без упорства и силы воли *(a person who gives up easily* [Oxford Dictionary]*)* соответственно, помогает создать образы борца и труса, характеризующие амбициозное начало и позорный конец политической карьеры Лиз Трасс в качестве премьер-министра Великобритании.

Иронический оттенок в заголовке создается с помощью эпитета *weird*, который семантически передает противоречие между ожиданиями и реальностью политической деятельности Лиз Трасс *(very strange or unusual and difficult to explain* [Oxford Dictionary]*).*

Персональная образная характеристика не справляющегося со своей должностью политического деятеля также находит свое отражение в заголовке *We underestimated Liz Truss… we underestimated how awful she would be as PM* (Suzanne Breen. The Independent. 20.10.2022), в котором прилагательное *awful* выступает в роли эпитета и несет отрицательную оценку. Семантическое значение данной лексической единицы включает в себя негативные ассоциации, связанные с чем-то неприятным, плохим или неудачным, вызывающим негодование и разочарование *(very bad or unpleasant* [Oxford Dictionary]*).* С помощью данного эпитета транслируется недовольство народа действиями Лиз Трасс в качестве премьер-министра.

Таким образом, использование таких приемов языковой игры, как эпитет, метафора, сравнение и антитеза в заголовках современных британских газет помогает создать неоднозначный образ Лиз Трасс, в

котором положительная репрезентация внешности и одежды политика контрастирует с критикой ее профессиональных навыков.

2.2.2. Социальные образные характеристики

Согласно классификации Е.В. Егоровой-Гантман, к социальным образным характеристикам политического лидера относятся характер взаимодействия с различными социальными группами — сторонниками и оппонентами, официальная позиция, принадлежность к определенной социальной группе и материальное положение [Егорова-Гантман, 1994].

Анализ заголовков современных британских интернет-изданий показал, что социальные образные характеристики представлены негативно. Основным компонентом медиаобраза Лиз Трасс является взаимоотношение бывшего премьер-министра с партией Тори и жителями страны. Материальное положение политика не находит свою репрезентацию в статьях анализируемых британских интернет-изданий.

Основными социальными образными характеристиками, формируемыми в заголовках данного типа дискурса, выступают неспособность взять ответственность за собственные действия, несостоятельность и непредсказуемость политика в роли премьер-министра страны.

Для формирования указанных характеристик в заголовках статей используются различные приемы языковой игры. К основным относятся развернутая метафора, эпитет, аллегория.

Такая образная характеристика, как неспособность политического лидера взять ответственность за свои поступки находит отражение в заголовке *Liz Truss is like a driver who crashes at 100mph... then blames it on the passengers in the back* (Dominic Lawson. Daily Mail. 6.10.2022). Использование в данном заголовке развернутой метафоры *Liz Truss is like a driver who crashes at 100mph... then blames it on the passengers in the back* устанавливает

аналогию между действиями Лиз Трасс и поведением водителя, который попал в аварию из-за превышения скорости (*is like a driver who crashes at 100mph*) и обвинил в этом пассажиров (*blames it on the passengers in the back*). Такой образный контекст позволяет провести целый ряд ассоциативных связей, представив граждан Великобритании пассажирами и указав на символическое сходство аварии и кризиса в стране.

Лиз Трасс, подобно водителю, несет ответственность за происходящее в стране. Авария, которая символизирует такое негативное событие, как экономический кризис Великобритании, подчеркивает серьезность, масштабность и потенциальную опасность ситуации. Однако, бывший премьер-министр стремится переложить вину в на других, обвиняя в этом обычных граждан, вместо того чтобы предпринять активные меры для исправления кризиса в стране. Данная метафора служит мощным риторическим средством, иллюстрирующим управленческую некомпетентность и отказ от ответственности, что усиливает негативное восприятие лидерства Лиз Трасс.

Такая социальная образная характеристика, как несостоятельность политического лидера в заголовке *What is now the point of poor Prime Minister Liz Truss? The Tory party need to take back control* (The Sun. 16.10.2022) актуализируется в качестве риторического вопроса. В анализируемом контексте эпитет *poor*, представленный прилагательным, имеет негативную коннотацию и ассоциируется с неумелым человеком *(not good at something* [Oxford Dictionary]*)*. Использование данного эпитета добавляет оттенок жалости и подчеркивает недовольство автора и, как следствие, граждан страны текущим положением дел. В данном контексте также использован риторический вопрос, который отражает недовольство и разочарование действиями Лиз Трасс как лидера консервативной партии. Данный заголовок является призывом к действию и утверждением необходимости изменения ситуации в партии Тори.

Взаимоотношения партии с Лиз Трасс становятся главной темой статьи *When you're in a hole, you should stop digging – but Liz Truss and the Tories are determined to be buried* (Ian O'Doherty. The Independent. 12.10.2022). Выбранная для заголовка аллегорическая фраза *when you're in a hole, you should stop digging* вербализует состояние критической ситуации, когда человек продолжает принимать неверные решения, что только усугубляет его положение (*if you're in a bad situation, stop doing things that will prolong or worsen it* [The Free Dictionary]*)*. В анализируемом дискурсивном контексте данная аллегория сочетается с метафорой *to be buried*, несущей негативную коннотацию вследствие своей семантики, позволяющей за счет этого обозначить намерения Лиз Трасс и консервативной партии продолжать свои действия, даже если это может привести к политическому провалу. Как следствие, с помощью метафоры создается образ непреклонного и упорного в реализации своих целей политика.

В анализируемом заголовке медиаобраз Лиз Трасс аллегорически представлен как безрассудный экспериментом от партии Тори: *The Tories must end this reckless experiment or face electoral disaster* (Nick Timothy. The Telegraph. 9.10.2022). Сравнение с экспериментом подразумевает, что действия Трасс являются неопределенными, необдуманными и могут привести к нежелательным результатам, в данном случае, к политической катастрофе на выборах. Использованное прилагательное *reckless* имеет негативную коннотацию и помогает подчеркнуть неосторожное и опрометчивое поведение политика *(showing a lack of care about danger and the possible results of your actions* [Oxford Dictionary]*)*. В данном контексте он метафорически описывает действующую политику Лиз Трасс как опасную и непредсказуемую.

Таким образом, использование таких приемов языковой игры, как развернутая метафора, эпитет, аллегория в заголовках современных британских газет помогает создать негативный медиаобраз Лиз Трасс, отражая такие социальные характеристики, как неумение отвечать за свои

действия, некомпетентность и неопределенность политического курса в должности премьер-министра.

2.2.3. Символические образные характеристики

Группа символических характеристик тесно связана с социальными и персональными характеристиками. Она включает в себя такие аспекты проявления политика, как мировоззрение, ценности и нормы, которые сформировались у него под влиянием социальных условий и индивидуальных особенностей. Символические образные характеристики отражаются, как правило, в символах, метафорах и образах, используемых для описания выполняемой политической роли [Егорова-Гантман, 1994].

Основными символами, которые ассоциируются с образом Лиз Трасс, являются салат латук и граната в руке. Системными образами выступают образы Маргарет Тэтчер и Терезы Мэй. Главными приемами языковой игры, которые использованы для передачи данных символических образных характеристик, являются аллегория, метафора и сравнение.

14 октября 2022 г. британский таблоид *Daily Star* начал прямую трансляцию салата латук, сравнивая срок годности салата с ожидаемым оставшимся сроком пребывания Лиз Трасс на посту премьер-министра Великобритании. Этот символический образ использовался в ответ на продолжающийся политический кризис, который возник всего через несколько недель после её вступления в должность. Аллегория, построенная вокруг данного символа, используется в ряде заголовков в британских интернет-изданиях для усиления критики в адрес Лиз Трасс:

Farewell, Liz Truss, a PM outlasted by a lettuce (Madeline Grant. The Telegraph. 20.10.2022);

Lettuce in wig outlasts Liz Truss premiership as PM's political career wilts (Colin Drury. The Independent. 20.10.22).

Данная аллегория использована для того, чтобы подчеркнуть слабость и неэффективность руководства Лиз Трасс. Сравнение с салатом латук акцентирует внимание на краткосрочности и непредсказуемости её пребывания в должности, указывая на её некомпетентность и неспособность справиться с обязанностями премьер-министра в условиях политического кризиса.

Такой символ, как граната в руке встречается в заголовке *Liz Truss: The human hand grenade who tragically blew herself up* (Harry de Quetteville. The Telegraph. 20.10.2022). В данном контексте используется аллегория *human hand grenade*, которая за счет своей семантики метафорически описывает Лиз Трасс как оружие, способное разрушить политическое и экономическое положение дел в стране (*a small bomb that can be thrown by hand or fired from a gun* [Oxford Dictionary]). В свою очередь, выражение *tragically blew herself up* в составе придаточного определительного предложения за счет своей семантики помогает передать ироническую метафору взрыва. Данный прием помогает проиллюстрировать политическое падение Лиз Трасс после отставки с должности премьер-министра Великобритании.

В современном британском медиадискурсе образ Лиз Трасс нередко ассоциируется с подражателем двум известным британским политикам: Маргарет Тэтчер и Терезе Мэй.

Например, в заголовке Лиз Трасс сопоставляется с бывшим премьер-министром Великобритании с помощью использования такого приема языковой игры, как сравнение: *Liz Truss channels Margaret Thatcher in vow to defeat 'enemies of enterprise' holding Britain back* (Ben Riley-Smith. The Telegraph. 5.10.2022). Сравнение получает свою репрезентацию с помощью глагола *channel*, который используется для обозначения поведения человека, во всем старающегося копировать другого, подражать ему *(to behave in the manner of somebody else, as though that person has given you the idea or desire to act in that way* [Oxford Dictionary]). Данное сравнение подчеркивает стремление Лиз Трасс принять на себя такие определенные качества

Маргарет Тэтчер, как настойчивость и целеустремленность. В анализируемом заголовке это выражается через решительную и боевую позицию, направленную против тех, кто препятствует экономическому развитию и предпринимательству в Великобритании.

В заголовке *Liz Truss has become another Theresa May* (Ross Clark. The Telegraph. 3.10.2022) образ Лиз Трасс сравнивается с образом Терезы Мэй. Аллегория *another Theresa May* по отношению к образу Лиз Трасс предполагает схожесть политических решений и стратегий двух политиков.

Имя Терезы Мэй вызывает у аудитории определенные ассоциации с её пребыванием на посту премьер-министра, включая её попытки справиться с Брекситом, политическими трудностями и внутренними конфликтами. Использование данной аллегории переносит часть этих ассоциаций на Лиз Трасс, создавая контекст для восприятия её политической деятельности. Анализируемый прием языковой игры также может нести в себе скрытую оценку эффективности Лиз Трасс как лидера. Сравнение бывшего премьер-министра с Терезой Мэй, которая не справилась со своими обязанностями на посту премьер-министра, подразумевает её возможные неудачи и слабые стороны.

В анализируемом заголовке не просто представлено сравнение двух политиков, но и использована аллегория для создания многослойного символического образа, который формирует общественное мнение о Лиз Трасс через призму её предшественницы.

Таким образом, в современном политическом британском медиадискурсе символические образные характеристики Лиз Трасс (салат латук, граната в руке и подражатель) представлены преимущественно негативно с помощью использования таких приемов языковой игры, как аллегория, метафора и сравнение. Данные языковые средства помогают создать образ непредсказуемого лидера, который старается копировать образы авторитетных политиков с целью завоевать доверие граждан страны.

2.3. Основные образные характеристики медиаобраза Риши Сунака, созданные с помощью использования приемов языковой игры

Риши Сунак, премьер-министр Великобритании, лидер консервативной партии, стал одной из самых обсуждаемых фигур в британских СМИ в период с 2022 г. по 2024 г. Журналисты британских интернет-изданий часто комментируют его действия и высказывания, анализируют стиль ведения внешней политики, а также пишут о его личной жизни (биографии, семье и имуществе).

В статье *Who is Rishi Sunak? Everything you need to know about Britain's next prime minister* (Helen Sullivan. The Guardian. 25.10.2022) Риши Сунак представлен как человек с передовыми взглядами через использование следующих дескриптивных языковых единиц: *ultra rich, young and the first person of colour* (Helen Sullivan. The Guardian. 25.10.2022). Состояние британского премьер-министра на данный момент больше, чем у любого другого политического деятеля страны. Он также является самым молодым политиком на посту премьер-министра за всю историю Великобритании. В британских СМИ часто отмечается, что фигура Риши Сунака как первого премьер-министра пенджабского происхождения и индуистского вероисповедания очень важна для истории Великобритании с позиции расового и религиозного равенства.

Газеты и таблоиды, поддерживающие консервативную и либеральную партии Великобритании, создают преимущественно негативные образные характеристики политика, обвиняя его в непрофессионализме, бездеятельности, лицемерии и алчности. Однако журналисты также отмечают, что Риши Сунак является важной фигурой в истории государства, который может навсегда изменить отношение к расовым меньшинствам: *Without being able to claim any kind of salt-of-the-earth immigrant backstory, Sunak has still defied the odds as an Asian man to make it to the highest position in the land. His journey is a reminder of how black and brown Britons have to fight*

against the current to be taken seriously (Hashi Mohamed. The Guardian. 25.10.2022).

Подобно образам других политиков образ Риши Сунака создается относительно трех основных групп характеристик, а именно персональных, социальных и символических [Егорова-Гантман, 1994]. При это языковая игра выступает основным приемом их создания.

2.3.1. Персональные образные характеристики

В британской прессе в большинстве статей преимущественно освещается идея о профессиональный компетентности Риши Сунака в роли премьер-министра. В свою очередь, его внешний вид и стиль описываются в меньшей степени. Особенности характера премьер-министра Великобритании не получают отдельного освещения. Специфика их репрезентации заключается в том, что они находят свое отражение только в сочетании с деловыми качествами политика.

Анализ заголовков современных британских газет показал, что основной составляющей образа Риши Сунака, формируемого в данном типе дискурса, являются его профессиональные качества. В большинстве заголовков они представлены негативно. Основными характеристиками выступают двуличность, фальшивость, безынициативность, некомпетентность и пустословие.

Для формирования указанных характеристик в заголовках статей используются различные приемы языковой игры. К основным относятся лексический каламбур, графическое выделение, антитеза и прецедентный текст.

Такие негативные персональные образные характеристики, как двуличность и фальшивость Риши Сунака выражаются преимущественно с помощью лексического каламбура.

Например, в заголовке *Mister – Rishi Sunak does his best* *Mr. Goody-Goody* (Quentin Letts. The Times. 01.02.2023) использована идиома *goody-goody* с обращением. Идиоматическое выражение *goody-goody* содержит в себе негативную коннотацию и используется для описания слишком правильного и услужливого человека *(a person who behaves very well to please people in authority* [The Free Dictionary]*)*. Сокращенная форма обращения *Mr* в анализируемом дискурсивном контексте выступает в форме вежливого обращения по отношению к незнакомому мужчине *(used to address a man whose name you do not know* [Oxford Dictionary]*)*. Использование данных языковых единиц, имеющих различную коннотацию, по отношению к одному и тому же лицу (в данном случае Риши Сунаку) позволяет создать образ льстивого, услужливого политика.

Похожая форма лексического каламбура использована, например, в таких заголовках, как:

Rishi Sunak comes across as *Mr. Clean*, *but I've got his number* (Bidisha. The Guardian. 5.02.2022);

The real Rish! has been hiding in plain sight – don't look for *Mr. Nice Guy* *within"* (John Grace. The Guardian. 26.04.2023).

В первом заголовке используется идиома *Mr. Clean*, семантически обозначающая человека, обладающего властью в политике, который является или считается неподкупным *(a man with power or influence, especially in politics, who is or is considered completely incorrupt or is known to adhere to the rules and standards of propriety* [The Free Dictionary]*)*. Созданный с её помощью каламбур помогает указать на несоответствие реальной фигуры премьер-министра ожиданиям жителей страны о появлении справедливого и щедрого политика в правительстве Великобритании, который сможет улучшить экономическое положение. Данное противоречие получает свою экспликацию в дискурсивном фрагменте о том, что вся жизнь Риши Сунака (даже брак с дочерью известного индийского предпринимателя) была связана

с целью разбогатеть *(He married a billionaire because he's into maths too – like, numbers with lots of zeros at the end).*

Во втором примере использован каламбур *Mr. Nice Guy*, который, исходя из смысла всего заголовка и дискурсивного контекста статьи, также использован в негативном значении. В тексте статьи отмечается, что Риши Сунак оказался таким же фальшивым и пустословным политиком, как Борис Джонсон и Лиз Трасс, хотя на него возлагали много надежд *(…we were led to believe that Rish! was a break from the recent past. An escape from the follies of Boris Johnson and Liz Truss. A serious man for serious times…he's just another Tory leader, scanning the horizon frantically for any available life raft).* Использование каламбура в заголовке статьи способствует созданию негативного образа политика. С помощью него автор призывает читателей не доверять открытому и общительному Риши Сунаку, так как это, по мнению автора статьи, всего лишь ложный образ.

Для передачи таких персональных характеристик, как некомпетентность и безынициативность британского премьер-министра прослеживается тенденция к употреблению графических приемов языковой игры.

Например, в заголовке *Behind <u>the smile</u>, <u>smart suits</u> and <u>'reasonable'</u> solutions lies Rishi Sunak <u>the authoritarian</u>* (Andy Beckett. The Guardian. 24.03.2023) с помощью графического выделения (кавычек) достигается использование прилагательного *reasonable* в несвойственном ей значении Данное прилагательное имеет положительную коннотацию и чаще всего используется для характеристики объектов, явлений, действий, решений как справедливых и логичных *(based on or using good judgment, and therefore fair and practical* [Cambridge Dictionary]*)*. Кавычки помогают создать новое коннотативное значение данного прилагательного, антонимичное основному. Как следствие, использование данного приема языковой игры позволяет создать образ некомпетентного политика, который принимает решения безрассудно.

В данном заголовке получает свою репрезентацию еще одна персональная образная характеристика – двуличность политика. Способом её передачи выступает антитеза. Образ внешне приятного политика противопоставляется его авторитарным политическим решениям.

Образ приветливого политика создается с помощью лексических единиц *smile* и *smart suits*, семантические и коннотативные значения которых влияют на восприятие читателя. Существительное *smile* ассоциируется с дружелюбностью, открытостью и позитивным настроем (*the expression that you have on your face when you are happy* [Oxford Dictionary]). Как следствие, упоминание того, что политик часто улыбается, помогает создать образ человека, который легко идет на контакт и вызывает доверие. Номинативное словосочетание *smart suits* ассоциируется с профессионализмом и вниманием к деталям. Это обусловлено тем, что стильный костюм часто воспринимается как признак успешности и серьезного подхода к своей работе. Соответственно, за счет данных языковых единиц создается образ политика, который заботится о своем внешнем виде и стремится произвести хорошее впечатление. Анализируемые лексические единицы противопоставлены в заголовке существительному *authoritarian.* Отрицательное значение данной лексической единицы позволяет эксплицитно указать на жесткий, диктаторский стиль руководства, сопровождающийся подавлением и ограничением свобод, а также пренебрежением к демократическим принципам и правам человека *(very strict and not allowing people freedom to do what they want* [Cambridge Dictionary]*).*

Проведенный анализ заголовков, указывающих на личностные характеристики британского премьер-министра, показал, что для создания образа пустословного и некомпетентного политика также может быть использован прецедентный текст. Данный прием наиболее ярко демонстрирует связь языка и общей когнитивной базы аудитории.

Например, в статье, посвященной внешней политике Великобритании под руководством Риши Сунака и министра иностранных дел Джереми

Ханта, упоминается название английской народной сказки *Chikien Licken*: *Sunak and Hunt's ‘Chicken Licken’ act will make us poorer in the long run* (Ben Marlow. The Telegraph. 20.01.2023). Данный прием языковой игры помогает семантически связать мораль сказки о том, что нельзя доверять всем на слово, со скрытым призывом критически относиться к действиям политиков, которые в конечном итоге нерезультативны и должны привести к кризису в стране *(make us poorer in the long run).*

Таким образом, использование таких приемов языковой игры, как лексический каламбур, графическое выделение, антитеза и прецедентный текст в заголовках современных британских газет помогает создать целый ряд негативных персональных образных характеристик Риши Сунака. Это, прежде всего, некомпетентность и пассивность в политике, неискренность, алчность, двуличность и пустословие.

2.3.2. Социальные образные характеристики

Основными компонентами социальных образных характеристик Риши Сунака являются его взаимоотношения с консервативной и либеральной партиями и финансовое состояние. В период с июля 2022 г. в большинстве заголовков данные характеристики представлены негативно, заголовки с преимущественно положительными характеристиками, в которых Риши Сунака ассоциировали с надеждой на восстановление страны после Лиз Трасс на посту премьер-министра, появлялись только во время предвыборной кампании (например, *Rishi Sunak's ‘show, don't tell’ approach brings hope back to Tories* (Pippa Crerar. The Guardian. 11.03.2023)).

Основными социальными образными характеристиками, формируемыми в заголовках данного типа дискурса, выступают склонность к предательству по отношению к членам партий, наглость, лицемерие, а также жажда выгоды и корыстолюбие.

Для формирования указанных характеристик в заголовках статей используются различные приемы языковой игры. К основным относятся аллегория, фонетический каламбур, графическое выделение и эпитет.

Например, в заголовке *Rishi Sunak dubbed '<u>snake and back-stabber'</u> in astonishing attack on PM hopeful* (Charles Harrison. Daily Express. 23.07.2022) существительное *back-stabber* используется для описания человека, который способен обмануть и предать своих сторонников самым коварным способом *(one who attacks or betrays someone in a deceitful, underhanded, or treacherous way* [The Free Dictionary]*)*. Существительное *snake* несет в себе функцию аллегории: змея ассоциируется с опасностью, хитростью и двуличностью *(a deceitful or treacherous person* [The Free Dictionary]*)*. Использование идиомы и аллегории с негативной коннотацией позволяет передать негативное отношение либеральной партии (партия оппонентов) к лидеру консервативной партии Риши Сунаку.

В современных британских СМИ журналисты очень активно обсуждают многомиллиардное состояние Риши Сунака и его расходы. Политика осуждают за то, что его доход в несколько раз больше среднего дохода других представителей правительства Великобритании.

Для передачи такой характеристики Риши Сунака, как корыстолюбие в одной из статей таблоида *Daily Express* используется такой прием языковой игры, как фонетический каламбур: *<u>Rishi's riches</u>: How rich is Rishi Sunak? Chancellor becomes first MP to make rich list* (Allis Higham. Daily Express. 20.03.2022). В данном заголовке каламбур возникает благодаря созвучию имени премьер-министра с существительным *riches*, семантически указывающим на огромное богатство *(abundant wealth* [The Free Dictionary]*)*. Это созвучие создает у читателя ассоциацию между именем Риши Сунака и его состоянием, усиливая восприятие его как корыстного политика.

Для передачи такой же негативной характеристики в заголовке используется прием графического выделения (кавычки): *Sunak <u>‘understands’</u> energy bill worries despite cost of heating his private pool* (Pippa Crerar. Daily

Star. 13.03.2023). Пренебрежительное отношение политика к личным тратам передается с помощью антонимичного значения глагола *understand*, которое достигается за счет использования кавычек. Согласно дискурсивному контексту статьи автор стремится донести до читателей идею о том, что политик двуличен в своих высказываниях о поднятии цен на электричество в стране, так как в условиях экономического и экологического кризиса тратит деньги казны на отопление личного бассейна (…*his new heated swimming pool uses so much energy that the local electricity network had to be upgraded to meet its power demands*).

Этот прием языковой игры выделяет глагол *understand* и делает его сомнительным или условным, подчеркивая недоверие к заявлениям Сунака и указывая на противоречие между его словами и действиями. Кавычки придают иронический оттенок и усиливают негативное восприятие действий политика. Как следствие, этот прием не только обращает внимание читателя на противоречия в поведении Сунака, но и выражает критику в адрес его образа жизни.

Для описания материального состояния политика в заголовке использовано прилагательное *eye-watering*: *Rishi Sunak's <u>eye-watering net worth</u> he shares with wife who is daughter of billionaire* (Harry Thompson. Daily Star. 24.10.2022). Данное прилагательное семантически указывает на объект в огромном количестве, который может шокировать и даже вызвать слезы *(extremely surprising, because of being great in amount* [Cambridge Dictionary]*)*. Эпитет помогает показать, что состояние Риши Сунака немыслимо огромное для роли премьер-министра, что абсолютно абсурдно в условиях экономического кризиса. В совокупности эти элементы создают образ Риши Сунака как богатого и оторванного от реальности политика, чьи действия и намерения могут негативно повлиять на жизнь простых людей.

Таким образом, использование аллегории, фонетического каламбура, графического выделения и эпитета позволяет передать основные социальные образные характеристики Риши Сунака: склонность к предательству по

отношению к членам партий, наглость, лицемерие, жажду выгоды и корыстолюбие.

2.3.3. Символические образные характеристики

Символические характеристики также являются неотъемлемым компонентом создания образа политика в современном политическом медиадискурсе. Характеристики данной группы являются наиболее устойчивыми и неизменными и связаны с социокультурными архетипами и прототипами политических лидеров [Егорова-Гантман, 1994]. Как следствие, символические характеристики рассматриваются как самая объективная составляющая образа любого политического деятеля. Вследствие того, что она представлена преимущественно в положительном ключе.

Анализ заголовков статей о Риши Сунаке показал, что данная образная характеристика является наименее частотной. Тем не менее, представляется возможным выделить два основных компонента символических образных характеристик, формируемых СМИ о британском премьер-министре: происхождение и религиозная принадлежность политика.

В контексте политической ситуации в Великобритании Риши Сунак символизирует весь пенджабский народ, индуистов и Индию. Как отмечает *Daily Star*, выбор премьер-министра неевропейского происхождения, который исповедует индуизм – важная веха в эволюции Британии как мультикультурного и многоконфессионального общества. Именно поэтому приемы языковой игры используется преимущественно в положительном значении, что позволяет подчеркнуть значимость личности в политике. Наиболее частотными приемами выступают метафора, метонимия (синекдоха) и эпитет.

Например, в заголовке статьи используется синекдоха (стилистический прием, когда название общего переносится на частное): *The Indian Diaspora Has Arrived* (Shashi Tharoor. Daily Star. 15.03.2023). В данном примере *The*

Indian Diaspora представляет собой обобщающее понятие, которое включает в себя всех выходцев из Индии, проживающих за пределами своей исторической родины. В контексте статьи анализируемое выражение метонимически ассоциируется с Риши Сунаком, чье назначение на пост премьер-министра Великобритании символизирует значительный успех для индийской диаспоры в целом. Использование данного приема языковой игры помогает создать образ политического деятеля, находящегося на пересечении культурных ожиданий и национальных интересов. В тот период британское общество оценивало Риши Сунака положительно, отмечая, что его происхождение может быть поводом для гордости: *his appointment as his country's first prime minister of colour has been cheered by Indians who still consider him a son of the soil.* Как следствие, назначение Сунака на высокий государственный пост служит символом интеграции и признания вклада индийской общины в жизнь Великобритании.

В заголовке *Britain's first Hindu prime minister is destroying Tories' pitiful vision of diversity* (Pankaj Mishra. The Guardian. 28.10.2022) используется ряд эпитетов (*first* и *Hindu*) помогают установить принадлежность Риши Сунака к определенной религии (индуизму) и подчеркнуть его уникальность среди других представителей партии. Эпитет *first* указывает на первенство Сунака в истории страны в статусе премьер-министра индуистского вероисповедания, что само по себе является значительным событием. Этот прием акцентирует внимание на его уникальности и важности для политической и социальной истории Великобритании. Дискурсивный контекст статьи поддерживает эту идею, формируя положительный образ Риши Сунака как политика, который важен для истории развития государства как представитель другой культуры и религии. Словосочетание *historic* *milestone* акцентирует внимание на том, что его назначение на пост премьер-министра является важной вехой в процессе признания и интеграции разнообразных культурных и религиозных групп в политическую жизнь страны *(a very important stage or event in the development of something* [Oxford Dictionary]*)*.

Таким образом, в современном британском политическом дискурсе символические образные характеристики Риши Сунака представлены положительно. Британский премьер-министр представлен как олицетворение всего пенджабского народа и индуизма. Основными приемами языковой игры для формирования данных характеристик выступают метафора, синекдоха и эпитет.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Современная британская пресса характеризуется несколькими основными особенностями. Во-первых, по содержанию британские газеты представлены серьезной широкоформатной прессой и желтой таблоидной прессой. Во-вторых, британский медиадискурс является важным инструментом формирования общественного мнения, так как каждая газета пропагандирует политику конкретной партии (консервативной или либеральной). Эта манипуляция помогает формировать определённые медиаобразы, оказывая существенное влияние на сознание общества. В-третьих, в британской прессе представлены преимущественно медиаобразы членов королевской семьи и политических деятелей, в том числе бывшего и действующего премьер-министра Великобритании Лиз Трасс и Риши Сунака соответственно.

Медиаобразы Лиз Трасс и Риши Сунака создаются на основе главных образных характеристик политических лидеров: персональных, социальных и символических.

Персональные характеристики медиаобраза Лиз Трасс формируются посредством репрезентации внешнего облика, стиля, профессиональных и деловых качеств. Внешний вид Трасс описывается в положительном ключе (в заголовках статей особое внимание уделяется её ярким модным нарядам и элементам стиля Маргарет Тэтчер). Деловые качества политика представлены негативно через профессиональную некомпетентность и двуличность. Данные характеристики вербализуются в заголовках за счет таких приемов языковой игры, как эпитет, метафора, сравнение и антитеза. Сравнение с Маргарет Тэтчер указывает на использование исторических аналогий для укрепления медийного образа.

Социальные характеристики медиаобраза Лиз Трасс представлены негативно. Основными характеристиками, формируемыми в заголовках, выступают неспособность взять ответственность за свои действия,

несостоятельность и непредсказуемость политика в роли премьер-министра. Для создания данного образа используются развернутая метафора, эпитет и аллегория.

Символические характеристики отражаются в символах, метафорах и образах, описывающих политическую роль. Основными символами, ассоциируемыми с Лиз Трасс, являются салат латук и граната в руке, системными образами — Маргарет Тэтчер и Тереза Мэй. Аллегория, метафора и сравнение выступают главными приёмами языковой игры для передачи анализируемых характеристик.

Основной составляющей персональных характеристик медиаобраза Риши Сунака, формируемого в данном типе дискурса, являются его профессиональные и личностные качества. В большинстве заголовков они представлены негативно через описание двуличности, фальшивости, безынициативности, некомпетентности и пустословии политика. Внешний вид и стиль Риши Сунака значительно реже получают репрезентацию с помощью анализируемых приемов языковой игры. Для создания данных характеристик используются различные приёмы языковой игры, включая лексический каламбур, графическое выделение, антитезу и прецедентный текст. Негативные характеристики в большинстве случаев вербализуются с помощью лексического каламбура.

Основными компонентами социальных образных характеристик Риши Сунака являются его взаимоотношения с консервативной и либеральной партиями, а также финансовое состояние. В период с июля 2022 года данные характеристики в большинстве заголовков представлены негативно. Положительные характеристики, ассоциирующие Сунака с надеждой на восстановление страны после Лиз Трасс, были актуальны только во время предвыборной кампании. Основными социальными характеристиками, формируемыми в заголовках, являются склонность к предательству, наглость, лицемерие, жажда выгоды и корыстолюбие. Для формирования

анализируемых характеристик используются такие приёмы языковой игры, как аллегория, фонетический каламбур, графическое выделение и эпитет.

В контексте политической ситуации Великобритании символические характеристики, связанные с происхождением и религиозной принадлежностью политика, выступают значимым элементом в процессе конструирования медиаобраза Риши Сунака. Медиаобраз премьер-министра олицетворяет не только пенджабский народ и индуистов, но и Индию в целом. Его избрание на пост премьер-министра рассматривается как важный этап в эволюции Великобритании как мультикультурного и многоконфессионального общества. Наиболее частотными приемами при создании данных символов являются метафора, метонимия (синекдоха) и эпитет.

В современном британском политическом медиадискурсе медиаобразы действующего и бывшего премьер-министра Великобритании представлены преимущественно в негативном ключе. Универсальными приемами языковой игры выступают эпитет, метафора и аллегория. Универсальность приемов обусловлена их способностью эффективно передавать сложные эмоциональные оттенки, что делает их широко применимыми в различных контекстах коммуникации. В современном британском политическом медиадискурсе данные приемы особенно значимы, т.к. позволяют создавать яркие медиаобразы и воздействовать на восприятие аудитории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная бакалаврская работа посвящена изучению языковой игры, получающей свою реализацию в политическом медиадискурсе. Современная лингвистическая наука рассматривает проблему конструирования образа политического деятеля как одну из актуальных областей исследования. В ходе работы было выявлено, что использование различных приемов языковой игры в заголовках и текстах современных британских газет играет важную роль в формировании медиаобразов политических лидеров.

Языковая игра представляет собой осознанное и целенаправленное манипулирование экспрессивными ресурсами речи, обусловленное установкой на реализацию той или иной цели. Данный феномен охватывает все уровни языка и выполняет ряд функций: эстетическую, гностическую, гедонистическую, прагматическую, выразительную, изобразительную, поэтическую, маскировочную и комическую. К основным приемам языковой игры относятся парономазия, аллитерация, ономатопея, эпитет, метафора, оксюморон, олицетворение, антитеза, графическое выделение, аллегория и каламбур.

В современном мире СМИ являются полноправным участником политических процессов, имея возможность интерпретировать события так, чтобы сформировать определённое общественное мнение. Медиаобразы, созданные с помощью медиадискурса, могут оказывать сильное эмоциональное воздействие на аудиторию и как положительно, так и отрицательно влиять на восприятие политических лидеров.

В современном британском политическом медиадискурсе медиаобразы Лиз Трасс и Риши Сунака создаются относительно трех основных групп образных характеристик: персональных, социальных и символических. Персональные образные характеристики включают в себя внешность и физические данные (возраст, пол, национальность, рост, черты лица, стиль одежды), личностные качества (харизма, интеллект, воля, решительность,

эмпатия, доброжелательность, искренность, честность, компетентность). Социальные образные характеристики отражают социальные связи и окружение политика (политическая партия, социальные группы, отношения с медиа, профессиональные сообщества), образ жизни (стиль жизни, увлечения, места отдыха, семейная жизнь) и поведение (манеру общения, реакции на критику, отношение к проблемам общества). Символические образные характеристики формируют идеологическую основу (политические взгляды, идеология, символы, связанные с лидером), бренд (образ, который лидер стремится создать в глазах общественности, как его воспринимают в медиа). Именно взаимодействие всех трех типов характеристик формирует полноценный образ политического лидера в медиа.

Сравнительный анализ 32 заголовков британских интернет-изданий *(The Guardian, The Independent, The Times, The Daily Telegraph, The Sun, Daily Mail, Daily Express, Daily Star)* демонстрирует, что медиаобразы Лиз Трасс и Риши Сунака представлены преимущественно в негативном ключе, но с разными акцентами на образных характеристиках. Политические предпочтения СМИ не влияют на формирование медиаобразов политических лидеров Великобритании.

Преобладающими характеристиками медиаобраза Лиз Трасс являются персональные. Они конструируются через более широкий спектр, охватывая как внешний вид и стиль, так и профессиональные качества бывшего премьер-министра. Это создает противоречивый образ: внешний вид Трасс описывается положительно (многие статьи посвящены элегантному стилю политика), её профессиональные качества (некомпетентность в роли премьер-министра) критикуются.

В отличие от медиаобраза Лиз Трасс внешний вид и стиль не играют значительной роли в создании медиаобраза Риши Сунака. Основное внимание уделяется его профессиональным качествам, которые в основном представлены негативно (двуличность и фальшь политика). Положительные

черты, ассоциирующие Сунака с надеждой на восстановление страны после правления Трасс, упоминаются только в период предвыборной кампании.

Социальные характеристики медиаобразов Лиз Трасс и Риши Сунака отличаются в плане партийных взаимодействий. При конструировании медиаобраза Лиз Трасс акцентируется внимание на связи бывшего премьер-министра с партией Тори и гражданами Великобритании, в медиаобразе Риши Сунака упор делается на взаимодействие как с консервативной, так и с либеральной партиями. В отличие от Лиз Трасс, финансовое состояние Риши Сунака часто обсуждается и формирует значительную часть его социального образа.

Символические характеристики обоих политиков также различаются. Лиз Трасс ассоциируется с такими символами, как салат латук и граната в руке, а также образами Маргарет Тэтчер и Терезы Мэй, что укрепляет её медиаобраз через исторические аналогии. Медиаобраз Риши Сунака олицетворяет мультикультурное и многоконфессиональное общество Великобритании, представляя пенджабский народ и индуистов, что подчёркивает его символическую значимость для этнических и религиозных меньшинств.

Целый ряд различий прослеживается по количеству и разнообразию используемых приемов языковой игры в заголовках британских интернет-изданий. В заголовках про Лиз Трасс преимущественно применяются эпитет, метафора, сравнение и антитеза, что характерно для создания временного «скандального» образа. Основными приемами языковой игры в заголовках, посвященных Риши Сунаку, выступают каламбур, графическое выделение и аллегория.

Прецедентный текст, графическое выделение, каламбур и метонимия (синекдоха) выступают уникальными приемами языковой игры при формировании медиаобраза Риши Сунака. Это может быть связано с созданием более динамичного и «запоминающегося» образа Риши Сунака, который находится в активной политической игре. С помощью

использования необычных, ярких приемов языковой игры авторы статей стремятся привлечь внимание общественности к личности действующего премьер-министра страны.

Языковая игра имеет большое значение в британском политическом медиадискурсе, так как она не только позволяет создать медиаобраз политика, но и влияет на общественное мнение, формируя представления о политике и его деятельности.

Образ создаётся разными журналистами. Соответственно, он не целостен, одни характеристики могут противоречить другим, и тем не менее их неоднократное повторение указывает на их актуальность в создаваемом образе, так как именно в этом случае они формируют целостное восприятие политика.

Дальнейшие перспективы работы включают более глубокое исследование феномена языковой игры в других видах дискурса и исследование взаимодействия языковой игры с визуальными элементами в медиа, такими как карикатуры, мемы и видеоконтент. Не менее перспективным представляется изучение приемов языковой игры, использующихся для формирования политических лидеров других государств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Большая Российская энциклопедия, 1990. С. 136–137.

2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека // Издательский дом "ЯСК". 1999. 896 с.

3. Берендеев М.В. Образ и дискурс: к вопросу о дискурсивном характере формирования политических образов // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2011. Вып. 6. С. 91–99.

4. Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2007. № 4. С. 122–127.

5. Викторова О.А. Разные подходы к исследованию языковой игры на современном этапе // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2014. № 2. С. 174–180.

6. Виноградова С.А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 4. С. 45–47.

7. Винокур Г.О. Избранные работы по русскому языку: учебное пособие / Винокур Г. О.Москва: Просвещение, 1959. 221 с.

8. Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. 1985. № 16. С. 79–129.

9. Волкова И.И., Ашур Х.Ю. Д. Медиаобраз Иордании в интернет-СМИ Рунета: особенности «неперсонификации» // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т.10. № 1. С. 39–50.

10. Вомперский В.А. К изучению синтаксических структуры газетного заголовка: учебное пособие // Москва: Искусство публикации, 1966. 4 с.

11. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. № 11 (160). С. 91–94.

12. Гуреева А.Н., Киреева П.А. Формирование медиаобраза государства в контексте медиатизации политической коммуникации // Вестник МГУ. 2022. № 6. С. 28–56.

13. Демьянков В.З. Коммуникативное воздействие на структуру сознания // Роль языка в структурировании сознания. М.: Институт философии АН СССР, 1984. Ч. 1. С. 138–161.

14. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3. С. 32–43.

15. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь // М.: Флинта: Наука, 2008. 263 с.

16. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. М.: КДУ, 2012. 116 с.

17. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 45–56.

18. Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. М.: Москва, 1994. 264 с.

19. Загайнов А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению // Ученые записки Казанского государственного университета Серия Гуманитарные науки. 2007. Т.149. Вып. 3. С. 71–79.

20. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.И. Языковая игра // Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М.: Наука, 1983. С. 172–214.

21. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. 2010. № 2 (83). С. 13–21.

22. Коновалова Ю.О. Языковая игра в современной русской разговорной речи Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2008. 196 с.

23. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа // В. Г. Костомаров, СПб. Златоуст, 1999. 174 с.

24. Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. 2004. 24 с.

25. Лебедева Е.Б. Уточнение понятия «Языковая игра» в лингвистике // Язык и культура. 2014. № 4. С. 48–63.

26. Левшенко Ю.И. Политический дискурс: аналитический обзор теоретико-методологических подходов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология, искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 7. С. 100–108.

27. Макаревич О.В. К вопросу о целях языковой игры // Интерпретация коммуникационного процесса. 2001. С. 74–77.

28. Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93–96.

29. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика // Минск: ТетраСистемс. 2008. 266 с.

30. Негрышев А.А. Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции (на материале газетных новостей) // Inter-Cultural-Net. 2006. Вып. 5. С. 66–79.

31. Никифорова О.О. Политический дискурс, политическая коммуникация и СМИ // Вестник Сургутского педагогического университета. 2014 № 6 (33). С. 36–41.

32. Ноздрина Л.А. Современная стилистика: учебное пособие / Л.А. Ноздрина, Москва: Академия, 2008. 179 с.

33. Норман Б.Ю. Игра на гранях языка. М.: Флинта: Наука, 2006. 344 с.

34. Нухов С.Ж. Языковая игра: возможные подходы и трактовки явления // Вестник Башкирского университета. Серия «Филология и искусствоведение». 2012. № 1. Т.17. С. 165–170.

35. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, 2000. 698 с.

36. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Бренды и имиджи: страна, регион, город, отрасль, предприятие, товары, услуги // Москва $b: РИП М.: Изд-во "РИП-холдинг". 2006. 255 с.

37. Ривлина А.А. Об основных приемах современной англо-русской языковой игры // Публикации ГУ ВШЭ. [Электронный ресурс]. 2011. URL: http://publications.hse.ru/chapters/80291961 (дата обращения: 18.04.2023).

38. Русакова О.Ф. Медиадискурс как концепт дисциплины «Политическая коммуникативистика» // Научные ведомости. 2013. № 27. С. 150–160.

39. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 1999. 544 с.

40. Солганик Г.Я. Язык СМИ и политика. М.: МГУ, 2012. с. 828.

41. Степанов Ю.С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности // Язык и наука конца 20 века. 1995. С. 35–73.

42. Суворов С.П. Особенности стиля английских газетных заголовков. Язык и стиль Москва: Просвещение, 1965. 27 с.

43. Тураева З.М. Лингвистика текста: структура и семантика. Москва: Просвещение, 1986. 54 с.

44. Хочунская Л.В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестн. РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. № 2. С. 91–95.

45. Цикушева И.В. Феномен языковой игры как объект лингвистического исследования // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 90. С. 169–171.

46. Черных А.И. Медиа и демократия. М.; СПб.: Университет. 2011. 272 с.

47. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб. пособие. М.: Изд-ва «Флинта», «Наука». 2006. 254 с.

48. Шалагина Е.В. Имиджелогия: создание корпоративного имиджа // Е.В.Шалагина; ФГБОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т». 2015. 112 с.

49. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: автореф. дис. д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Волгоград, 2000. 31 с.

50. Шестопал Е.Б. Образы российской власти: От Ельцина до Путина. М.: РОССПЭН. 416 с.

51. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. 2nd edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 487 p.

52. Durant A., Lambrou M. Language and Media. London; New York: Routledge, 2009. 200 p.

53. Gidengil E., Everitt J. Conventional Coverage // Unconventional politicians: Gender and Media Coverage of Canadian Leader's Debates. Canadian Journal of Political Science. 2003. Vol 36. P. 559–577.

54. Farb P. Word Play: What Happens When People Talk N.Y.: Bantam Books, 1976. 421 p.

55. Fetzer A., Lauerbach G. Political Discourse in the Media. Crosscultural perspectives // John Benjamins Publishing Company. 2007. P. 14–16.

56. Filmer D. Systemic Functional Linguistics // Berlusconi's Language in the British Press Translation, Ideology and National Image in News Discourse across Italian and English Lingua cultures Durham theses, University of Durham School of Modern Languages and Cultures. 2015. P. 46–47.

57. Hacker P.M.S. Language, Language-Games and Forms of Life // Forms of Life and Language Games. APORIA. 2011. Vol 5. P. 17–36.

58. Harris Z. Discourse analysis // Language. 1952. Vol. 25 № 1. P. 1–30.

59. O'Keeffe A. Media and Discourse Analysis // The Routledge Handbook of Discourse Analysis / ed. by James Paul Gee. London: Routledge, 2011. P. 441–454.

60. Talbot M. Media Discourse: Representation and Interaction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. P. 198–200.

61. Thompson J.B. The Media and Modernity: a Social Theory of the Media. Cambridge: Polity Press, 1995. 314 p.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка в 3 т. // М.: Рус. яз., 1978. Т.2. 544 с.

2. Ожегов С.И. Словарь русского языка. / С. И. Ожегов, Москва: ОГИЗ, 1952. 848 с.

3. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus [Электронный ресурс]. URL: https://dictionary.cambridge.org (дата обращения: 26.05.2024).

4. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com (дата обращения: 26.05.2024).

5. The Free Dictionary [Электронный ресурс]. URL: https://www.thefreedictionary.com (дата обращения: 26.05.2024).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Daily Mail. 25.09.2022 – Truss's chic transformation: Treasury secretary strides into No 10 in a series of fashionable, eye-catching outfits from high street labels Zara and COS [Электронный ресурс]. Daily Mail, 2022. URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-6764741/Liz-Truss-strides-No-10-series-fashionable-eye-catching-outfits.html (дата обращения: 10.09.2023).

2. The Independent. 6.09.2022 – From fluorescent suits to Thatcher bows – Liz Truss’s fashion journey to No 10 [Электронный ресурс]. The Independent, 2022. URL: https://www.independent.co.uk/news/uk/liz-truss-prime-minister-thatcher-cabinet-treasury-b2160608.html (дата обращения: 10.09.2023).

3. Daily Mail. 31.09.2022 – Liz Truss is a dedicated follower of UK fashion... Just like her idol Margaret Thatcher [Электронный ресурс]. Daily Mail, 2022. URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-11065525/Liz-Truss-dedicated-follower-UK-fashion-Just-like-idol-Margaret-Thatcher.html (дата обращения: 10.09.2023).

4. The Guardian. 20.10.2022 – Liz Truss: the PM who caused disruption in all the wrong places [Электронный ресурс]. The Guardian, 2022. URL: https://www.theguardian.com/politics/2022/oct/20/liz-truss-resigns-prime-minister-who-broke-wrong-records (дата обращения 23.09.2023).

5. The Sun. 30.10.2022 – Liz Truss insists she has an ‘iron grip’ on UK finances but admits tax cuts will reap ‘short-term disruption’ [Электронный ресурс]. The Sun, 2022. URL: https://www.thesun.co.uk/news/19972347/liz-truss-iron-grip-uk-finances-tax-cuts (дата обращения: 23.09.2023).

6. The Independent. 21.10.2022 – Liz Truss elbowed way to No 10 on a wave of ambition, only to become a complete embarrassment [Электронный ресурс]. The Independent, 2022. URL: https://www.independent.ie/world-news/britain/liz-truss-elbowed-way-to-no-10-on-a-wave-of-ambition-only-to-

become-a-complete-embarrassment/42083997.html (дата обращения: 23.09.2023).

7. The Guardian. 22.10.2022 – From fighter to quitter: the ‘weird’ rise and fall of Liz Truss [Электронный ресурс]. The Guardian, 2022. URL: https://www.theguardian.com/politics/2022/oct/22/from-fighter-to-quitter-the-weird-rise-and-fall-of-liz-truss (дата обращения: 25.09.2023).

8. The Independent. 20.10.2022 – We underestimated Liz Truss… we underestimated how awful she would be as PM [Электронный ресурс]. The Independent, 2022. URL: https://www.independent.ie/opinion/comment/we-underestimated-liz-truss-we-underestimated-how-awful-she-would-be-as-pm/42082898.html (дата обращения: 25.09.2023).

9. Daily Mail. 6.10.2022 – Liz Truss is like a driver who crashes at 100mph... then blames it on the passengers in the back [Электронный ресурс]. Daily Mail, 2022. URL: https://www.dailymail.co.uk/debate/article-11716701/DOMINIC-LAWSON-Liz-Truss-like-driver-crashes-100mph-blames-passengers.html (дата обращения: 4.10.2023).

10. The Sun. 16.10.2022 – What is now the point of poor Prime Minister Liz Truss? The Tory party need to take back control [Электронный ресурс]. The Sun, 2022. URL: https://www.thesun.co.uk/news/20127065/liz-truss-chaos-not-charge-government/ (дата обращения: 5.10.2023).

11. The Independent. 12.10.2022 – When you’re in a hole, you should stop digging – but Liz Truss and the Tories are determined to be buried [Электронный ресурс]. The Independent, 2022. URL: https://www.independent.ie/opinion/comment/when-youre-in-a-hole-you-should-stop-digging-but-liz-truss-and-the-tories-are-determined-to-be-buried/42059185.html (дата обращения: 5.10.2023).

12. The Telegraph. 9.10.2022 – The Tories must end this reckless experiment or face electoral disaster [Электронный ресурс]. The Telegraph, 2022. URL: https://www.telegraph.co.uk/news/2022/10/09/tories-must-end-reckless-experiment-face-electoral-disaster/ (дата обращения: 20.10.2023).

13. The Telegraph. 20.10.2022 – Farewell, Liz Truss, a PM outlasted by a lettuce [Электронный ресурс]. The Telegraph, 2022. URL: https://www.telegraph.co.uk/politics/2022/10/20/truss-admitted-defeat-potential-replacements-scattered-far-wide/ (дата обращения: 20.10.2023).

14. The Independent. 20.10.22 – Lettuce in wig outlasts Liz Truss premiership as PM's political career wilts [Электронный ресурс]. The Independent, 2022. URL: https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/liz-truss-lettuce-outlasts-resigns-b2207009.html (дата обращения: 14.11.2023).

15. The Telegraph. 20.10.2022 – Liz Truss: The human hand grenade who tragically blew herself up [Электронный ресурс]. The Telegraph, 2022. URL: https://www.independent.co.uk/voices/liz-truss-china-taiwan-b2339948.html (дата обращения: 20.11.2023).

16. The Telegraph. 5.10.2022 – Liz Truss channels Margaret Thatcher in vow to defeat 'enemies of enterprise' holding Britain back [Электронный ресурс]. The Telegraph, 2022. URL: https://www.telegraph.co.uk/politics/2022/10/05/liz-truss-defeat-enemies-enterprise-holding-britain-back/ (дата обращения: 10.12.2023).

17. The Telegraph. 3.10.2022 – Liz Truss has become another Theresa May [Электронный ресурс]. The Telegraph, 2022. URL: https://www.telegraph.co.uk/news/2022/10/03/has-liz-truss-become-another-theresa-may/ (дата обращения: 8.02.2024).

18. The Guardian. 25.10.2022 – Who is Rishi Sunak? Everything you need to know about Britain's next prime minister [Электронный ресурс]. The Guardian, 2022. URL: https://www.theguardian.com/politics/2022/oct/25/who-is-rishi-sunak-everything-you-need-to-know-about-britains-next-prime-minister (дата обращения: 21.02.2023).

19. The Guardian. 25.10.2022 – Rishi Sunak is Britain's first Asian prime minister – but it's no progressive victory [Электронный ресурс]. The Guardian, 2022. URL: https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/oct/25/rishi-sunak-britain-first-asian-prime-minister (дата обращения: 20.02.2023).

20. The Times. 01.02.2023 – Rishi Sunak does his best Mr. Goody-Goody [Электронный ресурс]. The Times, 2023. URL: https://www.thetimes.co.uk/article/quentin-letts-rishi-sunak-does-his-best-mr-goody-goody-rznqq38dv (дата обращения: 21.02.2023).

21. The Guardian. 05.02.2022 – Rishi Sunak comes across as Mr.Clean but I've got his number [Электронный ресурс]. The Guardian, 2022. URL: https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/feb/05/rishi-sunak-comes-across-as-mr-clean-but-ive-got-his-number (дата обращения 06.03.2023).

22. The Guardian. 26.04.2023 – The real Rishi! has been hiding in a plain sight – don't look for Mr.Nice Guy within [Электронный ресурс]. The Guardian, 2023. URL: https://www.theguardian.com/politics/2023/apr/26/rishi-sunak-keir-starmer-pmqs-sloganeering (дата обращения 06.05.2023).

23. The Guardian. 24.03.2023 – Behind the smile, smart suits and 'reasonable' solutions lies Rishi Sunak the authoritarian [Электронный ресурс]. The Guardian, 2023. URL: https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/24/rishi-sunak-authoritarian-technocrat-liz-truss-boris-johnson (дата обращения: 26.03.2023).

24. The Telegraph. 20.01.2023 – Chikien Licken: Sunak and Hunt's 'Chicken Licken' act will make us poorer in the long run [Электронный ресурс]. The Telegraph, 2023. URL: https://www.telegraph.co.uk/business/2023/01/20/sunak-hunts-chicken-licken-act-will-make-us-poorer-long-run/ (дата обращения 20.02.2023).

25. The Guardian. 23.03.2023 – Rishi Sunak's 'show, don't tell' approach brings hope back to Tories [Электронный ресурс]. The Guardian, 2023. URL: https://www.theguardian.com/politics/2023/mar/11/rishi-sunak-show-dont-tell-approach-hope-tories (дата обращения 26.03.2023).

26. Daily Express. 23.07.2022 – Rishi Sunak dubbed 'snake and back-stabber' in astonishing attack on PM hopeful [Электронный ресурс]. Daily Express, 2022. URL: https://www.express.co.uk/news/politics/1644760/rishi-

sunak-backstab-snake-tory-leadership-contest-liz-truss (дата обращения 20.01.2023).

27. Daily Express. 20.03.2022 – Rishi’s riches: How rich is Rishi Sunak? Chancellor becomes first MP to make rich list [Электронный ресурс]. Daily Express, 2022. URL: https://www.express.co.uk/news/politics/1613715/rishi-sunak-net-worth-rich-list-evg (дата обращения 20.01.2023).

28. The Guardian. 13.03.2023 – Sunak ‘understands’ energy bill worries despite cost of heating his private pool [Электронный ресурс]. The Guardian, 2023. URL: https://www.theguardian.com/politics/2023/mar/13/sunakunderstands-energy-bill-worries-despite-cost-of-heating-his-private-pool (дата обращения 26.03.2023).

29. Daily Star. 24.10.22 – Rishi Sunak's eye-watering net worth he shares with wife who is daughter of billionaire [Электронный ресурс]. Daily Star, 2022. URL: https://www.dailystar.co.uk/news/latest-news/rishi-sunaks-eyewatering-net-worth-25308571 (дата обращения 23.02.2022).

30. Daily Star. 26.10.2022 – India revels, UK shrugs [Электронный ресурс]. Daily Star, 2022. URL: https://www.thedailystar.net/world/europe/news/india-revels-uk-shrugs-3152471 (дата обращения 27.01.2023).

31. Daily Star. 15.03.2023 – The Indian Diaspora Has Arrived [Электронный ресурс]. Daily Star, 2023. URL: https://www.thedailystar.net/opinion/views/project-syndicate/news/the-indian-diaspora-has-arrived-3164466 (дата обращения 19.03.2023).

32. The Guardian. 28.10.2022 – Britain’s first Hindu prime minister is destroying Tories’ pitiful vision of diversity [Электронный ресурс]. The Guardian, 2022. URL: https://www.theguardian.com/politics/2022/oct/28/rishi-sunak-britain-first-hindu-prime-minister-destroying-tories-pitiful-vision-of-diversity (дата обращения 29.01.2023).

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.В. Магировская
«26» июня 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В СОВРЕМЕННОМ БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Научный руководитель _____ д-р филол. наук,
зав. кафедрой ТГРЯиПЛ
О.В. Магировская

Выпускник _____ А.В. Легенченко

Нормоконтролер _____ Е.В. Курилова

Красноярск 2024