

СПЕЦИФИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МЕДИАОБРАЗА РОССИИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Е. Ю. Панова

Челябинский государственный университет

Поступила в редакцию 15 октября 2020 г.

Аннотация: одним из существенных факторов, влияющих на восприятие любой страны, является ее медиаобраз, который формируется средствами массовой информации в общественном сознании аудитории. В статье¹ на основе анализе медиатекстов печатных изданий Великобритании и США делаются выводы о медиаэстетическом эффекте репрезентации медиаобраза России и специфике его формирования на лексико-стилистическом уровне организации медиатекста.

Ключевые слова: медиаобраз, печатные СМИ, Великобритания, США.

Abstract: one of the significant factors influencing the perception of any country is its media image, which is formed by the mass media in the public consciousness of the audience. In the article, based on the analysis of media texts of printed publications in Great Britain and the USA, conclusions are drawn about the media-aesthetic effect of the representation of the media image of Russia and the specifics of its formation at the lexico-stylistic level of the organization of the media text.

Key words: media abstraction, print media, Great Britain, USA.

Термин «медиаобраз» в современном употреблении чрезвычайно востребован и существует одновременно с синонимичными ему вариантами — медиа-имидж, медийный образ, медийный имидж, имидж, что позволяет сделать вывод о 1) многоаспектности данного понятия, 2) его включенности в процессы научного осмысления медиареальности, 3) активных процессах определения объема понятия и параметров дефиниции. Англоязычный термин *image* полисемичен, зарубежными исследователями понимается чаще всего как смоделированный и отраженный в медиа образ. Существуют терминологически свободные сочетания *visual image* — визуальный образ, *TV image* — телевизионный образ, *man's image* — мужской образ, *public image* — публичный образ, *body image* — образ тела, *image of reality* — образ реальности [1, 300]. В русскоязычном дискурсе понятие медиаобраз генетически связан с понятием художественного образа как «творимой реальности», обладающей специфическими параметрами репрезентации, иными словами, его можно создать, задать вектор восприятия, предположить эмоционально-аксиологическую сферу реализации и интерпретационные модели. Определения понятия «медиаобраз» давались в трудах многих ученых, но нам ближе всего определение медиаобраза Л. В. Хочунской, и именно оно будет использоваться как базовое в рамках данного

исследования: «Медиаобраз — отраженное в журналистском тексте кодирование представления автора о действительности или ее фрагменте, детерминированное концепцией адресата и установкой на архетипическую ориентацию аудитории» [2, 36].

В арсенале современных медиа множество различных стратегий и приемов формирования медиаобраза страны, их можно классифицировать по: 1) функциональности (манипуляционные или коммуникационные); 2) масштабу формирования медиаобраза (уровни международный, федеральный, региональный, локальный); 3) срокам проведения кампании по формированию имиджа (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные); 4) адресной направленности [3]. Формирование внешнего медиаобраза страны осуществляется благодаря использованию ряда значимых стратегий, например, современные исследования выделяют как наиболее актуальные имиджевую, коммуникативную и контент-стратегию [4]. Структура имиджа определяется взаимообусловленными компонентами: функциональным, нормативным, эстетическим и эмоциональным [5]. Все эти четыре компонента влияют на конечное восприятие образа страны, обуславливают его и, безусловно, необходимо учитывать их комплексное воздействие. Но в рамках нашей статьи мы сосредоточим внимание на медиаэстетическом аспекте репрезентации медиаобраза страны, под которым мы будем понимать способность лексико-стилистического уровня реализации словесной ткани медиатекста формировать ценностно-эмоциональные установки и репрезентировать авторскую позицию.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 18-18-00007)

В качестве эмпирической базы исследования был привлечен материал «качественных» газет Великобритании (*The Guardian, The Independent, The Times*), таблоидов (*Daily Mirror, The Sun, Daily Express*) и прессы США (*The New York Times, USA Today, The Wall Street Journal*) за период с марта 2018 г. по декабрь 2018 г. Предметом нашего анализа стала тематическая сфера «Дело Скрипалей» как информационный повод, обостривший политические и идеологические конфликты России и западных стран, в частности, США и Великобритании.

Из 95 проанализированных статей 12 медиатекстов (13% от общего числа публикаций) отражали нейтральную позицию (что выражалось в отсутствии экспрессивно окрашенных лексических средств), 83 медиатекста достаточно очевидно выражали отрицательную ценностно-эмоциональную оценку. В целом на одну нейтральную статью приходилось 7 негативных, что позволяет говорить о достаточно высоком индексе агрессивности в прессе Великобритании и США по отношению к России в анализируемый временной отрезок.

В исследуемых медиатекстах образ России получает негативную оценку, что в первую очередь явно выражается в использовании пейоративной лексики в отношении страны и президента: *Moscow Fools* («идиоты из Москвы»²), *SICK Russian firms*' («больные русские компании») — *The Sun*, *Four blundering agents from Vladimir Putin's GRU military intelligence service* («бестолковые агенты ГРУ»), *ONE of the smirking assassins* («ухмыляющийся наемник») — *Daily Express*, *furiously Kremlin* («взбешенный Кремль») — *The New York Times*.

Медиатексты исследуемой области отличает активное использование стилистических фигур и тропов (метафор, эпитетов, метонимий и т.д.), что вполне объяснимо: привлекаемая сфера образности, неявно выраженный переносный или скрытый смысл позволяет читателю широко интерпретировать исходный тезис, а авторам текстов избегать прямых обвинений или безаргументационности. Качественная пресса Великобритании и США активно обращается к тропам: «*The New York Times* продолжает создавать словесный портрет президента как беспринципного лидера: *The practice of carrying out dubious deeds through the hands of proxies or other hard-to-identify agents has since become something of a trademark of Mr. Putin's*», *Mr. Putin has pushed this tactic even further, implicitly or explicitly encouraging independent agents to act on their own, keeping the Kremlin's hands clean*». Присоединение Крыма, о котором идет речь в статье, описывается как «сомнительное деяние», совершенное «переодетыми актерами Кремля», чьи руки Пу-

тин хочет сохранить чистыми. Здесь журналист использует метафору «руки Кремля», под последним подразумевая ключевых политиков и самого президента России. *The Guardian* поддерживает демонический образ президента эпитетом «леденящее душу послание»: «*Was the attack the work of rogue Russia security agents — or a chilling message from Putin?*» *The Times* использует иронию, называя сообщения России «нелепыми»: «*Other Russian institutions issued a more ridiculing response to the official British confirmation*».

«*Experts and Russian dissidents claimed ruthless Russia boss Vladimir Putin ordered the assassination attempt to boost his strongman image, just 11 days before the country's presidential election on March 18*» — *The Sun*. Эпитеты *ruthless boss* («безжалостный босс»), *strongman image* («образ силача») демонстрируют попытку журналистов создать образ недалекого и безжалостного диктатора. Его даже называют не президентом, а подчеркнуто обывательски — боссом. В лидер-абзаце в *Daily Express* встречается сочетание «убийцы Путина», что опять же формирует образ диктатора: «*Sergei Skripal's ex-girlfriend in hiding from Putin's assassins*». *New York Times* более сдержана в оценке действий России в связи с конфликтом, однако им удается едко напомнить о деталях прошедших выборов с помощью эпитета «однобокая победа»: «*He [Trump] telephoned Mr. Putin to congratulate him on his lopsided victory in Russia's March 18 election*». *The Wall Street Journal* также не скупится на эпитеты и иронию, подчеркивая, что Россия пытается неумело замести следы: «*The Kremlin and its propaganda channels have spread a flurry of theories about who was behind the nerve-agent attack on a former Russian spy in the U. K. They have one common theme: It was anyone but Russia*». *The Sun* поступает также, используя эпитет «смехотворные заявления», тем самым обесценивая их: «*President Vladimir Putin had personally backed laughable claims by Boshirov*».

The Times, делая предположение о возможном заказчике, упоминает похожий случай из 2006 г. — тогда в Лондоне был отравлен Александр Литвиненко: «*Another former Russian agent who British officials believe was poisoned in London on the orders of the Kremlin*». Издание использует сравнение с похожим случаем, не делая, однако, никакого вывода, предоставляя читателям самим решить, есть ли возможная связь.

Также издание с помощью метафоры «какофония диковинных объяснений» указывает на различные конспирологические теории вокруг отравления, которые «пытается придумать Кремль»: «*The cacophony of outlandish explanations has sown an atmosphere of confusion and distrust about official versions*». Интересен прием антитезы, используемый изданием: Россия против Запада, а также сравнение — упоминание холодной войны, сценарий которой разыгрывается сейчас: «*Touching off a furious confrontation between Russia and the West that has played out like a Cold War*».

² Здесь и далее перевод наш, совместно с М. В. Афоншиной, магистрантом факультета журналистики Челябинского государственного университета.

thriller». Вообще издания неоднократно проводят параллель с холодной войной: «*the most far-fetched Cold War skulduggery*», «*shock report shows Russia still has Cold War mindset*», что позволяет сформировать у читателя негативное представление о стране как об инициаторе развязывания новой войны. Прием гиперболы также встречается как в таблоидах, так и в качественной прессе, однако за надуманными размерами обычно нет никакой аргументационной базы. Например, таблоид *Daily Express* заявляет, что половина россиян, проживающих в Лондоне, — шпионы Кремля: «**HALF of the Russians living in London are spies for the Kremlin, with five times more secret intelligence officers than in 2010, a shocking report has claimed**». Аргументы, сопровождающие этот громкий заголовок, следующие: «*The report, which is based on information from dissidents, defectors and intelligence sources, has revealed the widespread Russian espionage in the UK*», — издание ссылается на информацию, полученную от «диссидентов, перебежчиков и данных разведки». Это же издание заявляет о «шокирующих цифрах»: «**Putin's army of 80,000 spies EXPOSED as four Russian agents caught hacking novichok probe**», и снова в статье нет четких подтверждений этих данных.

Примечательно, как меняется образ жертвы Сергея Скрипаля. Сначала сразу после отравления в марте и до июня журналисты только начинают выяснять информацию о личности потерпевшего, и потому сначала его образ вызывает максимальное сочувствие благодаря соответствующим эпитетам и метафорам: «*Sergei Skripal has lived a quiet and modest but not completely hidden life in the cathedral city of Salisbury*». «*Certainly, Skripal had begun to feel at home. He had taken to popping into the Railway social club where he applied to become a member in October and was recommended by a friend called Ross*» — *The Guardian*. Журналисты подчеркивают, что в России он был в опасности и, наконец, обрел покой в Великобритании: «*He lived in a modest semi-detached house in a cul-de-sac in the genteel cathedral city of Salisbury*», «*Skripal would have been all too aware of how his colleagues viewed him: "Death to spies"*» — *The Guardian*. В американской прессе про Сергея пишут в нейтральном ключе: «*Mr. Skripal and his daughter remained in critical condition on Tuesday at Salisbury District Hospital, about 85 miles southwest of London*» (NYT). Выстраивание коммуникативной линии максимального сочувствия в эмоциональном плане и антитезы «мирный, скромный, тихий» Сергей Скрипаль и «разъяренный, взбешенный, глупый Кремль» продолжается до того момента, как бывший полковник ГРУ приходит в сознание. Нельзя сказать, что тональность поменялась кардинально — сочувственно-позитивный тон сменился на нейтральный. Это подтверждает отрывок из статьи-интервью от *The Guardian*, где выясняется, что Сергей поддерживает политику Путина, аннексию Крыма и отзывает-

ся об украинцах как о «заблудших овцах»: «*Skripal, a former paratrooper, supported Putin's 2014 annexation of Crimea and referred disparagingly to Ukrainians as "simply sheep who needed a good shepherd"*», «*Skripal also refused to believe Russian troops had entered eastern Ukraine covertly, saying that if they had, they would have quickly reached the capital, Kiev*».

Вызывающие по своей сути заявления, которые могли бы иметь эффект разорвавшейся бомбы при правильной подаче, в данном пассаже стилистически нейтральны — СМИ не осуждают позицию Скрипаля, они просто документируют ее без лишней оценочности.

Интересно то, как СМИ мифологизируют отравление, превращая его в увлекательный шпионский боевик: в заголовках часто используются такие лексемы, как *spies* («шпионы»), *hitmen squad* («отряды убийц»), *organised poisoning* («заказное отравление»), эпитеты *horrifying truth* («ужасающая правда»), *mysterious fiancé* («таинственный жених»), *dirty money* («грязные деньги»), *furious Kremlin* («взбешенный Кремль»). Они выполняют функцию дополнительного привлечения внимания читателя своей эмоциональной оценкой, — читатель чувствует сопричастность позиции журналиста, на глазах читателя создается литературное произведение, за перипетиями которого увлекательно следить.

Рассматривая синтаксические особенности презентации медиаобраза в СМИ, можно отметить обилие пассивных конструкций: «*The expulsion orders retaliate specifically for the poisoning of a former Russian spy, Sergei Skripal, and his daughter in Britain, for which the Kremlin has been blamed*» (NYT). В этой же статье: «*The Russian consulate in Seattle will be closed*», «*more than 250 counter terrorism police were involved in the investigation*» (*Daily Mirror*), «*this investigation is focused on...*» (*Daily Mirror*), «*so far it had been assumed Mr Skripal and daughter Yulia were exposed to the toxic substance during their visits to a Zizzi restaurant or a nearby pub on Sunday afternoon*» (*The Times*), «*The PM and her senior ministers were also told it was "touch and go"*» (*The Sun*), «*No improvement in their condition is expected soon*» (*The Sun*), «*what was administered to the colonel for weeks, or possibly ever*» (*The Sun*), «*Though the meeting was scheduled, its agenda was ripped up to deal with the poisoning drama*» (*The Sun*), «*When Vladimir Putin was asked recently what historical event he would change if he had the power, he said he would undo the collapse of the Soviet Union*» (*The Guardian*), «*Russia was robbed of its wealth and superpower status*» (*The Guardian*), «*he credible suspicion of Kremlin responsibility, must be seen in this context*» (*The Guardian*), «*Skripal, 66, and his daughter, Yulia, 33, were poisoned*» (*USA today*). Это лишь несколько примеров, отражающих общую тенденцию.

Можно сказать, что пассивные конструкции встречаются не реже, чем активные: это, на наш

взгляд, связано с тем, что в активном залоге основное внимание уделяется субъекту, который совершает действие, тогда как в страдательном залоге фокус внимания находится на объекте. Журналисты при написании новостных репортажей не только передают информацию, но и также выражают свою точку зрения, предположение, но так как им нужно оставаться объективными и не усугубить ситуацию, особенно в такой категории, как международная политика, они вынуждены «перестраховываться», убирая субъект действия, заменяя его пассивной конструкцией, в которой смещается внимание с субъекта на объект.

Следующей синтаксической особенностью создания медиаобраза России является использование настоящего исторического времени в заголовках и лид-абзацах. По словам профессора риторики и английского языка университета Джорджии Ричарда Нордквиста, «в английской грамматике “историческое настоящее” — это использование глагольной фразы в настоящем времени для обозначения события, имевшего место в прошлом» [6, 123]. Также оно называется историческое настоящее, драматическое настоящее или нарративное настоящее и используется при описании события в прошлом в настоящем времени, что дает читателю более непосредственное ощущение причастности. В риторике использование настоящего времени для сообщения о событиях из прошлого называется *translatio temporum* («перенос времени»). «Это ясно показывает, что историческое настоящее существует только как намеренное тропическое отклонение прошедшего времени» [6, 123]. Заголовок газеты изначально предназначался для того, чтобы привлечь внимание читателей (и побудить их приобрести газету). Обрамление смелых высказываний в заголовках и лид-абзацах в настоящем времени дает читателю ощущение срочности и возбуждения, что (как предполагается) более заманчиво для приобретения или прочтения статьи. Эта особенность реализована в публикациях при освещении «дела Скрипалей»: в большем количестве материалов (80 статей или 84% материалов) вне зависимости от степени эскалации конфликта используется настоящее историческое в заголовках и лид-абзацах:

The Sun от 6 марта 2018 г., 2 дня после отравления: **PUTIN: PRIME SUSPECT** *Spy chiefs say Russia is 'prime suspect' for Sergei Skripal attack — using a poison so rare spy boffins haven't found it.* Лид-абзац: **Military scientists are still unable to identify the poison used in attack;**

USA Today от 29 марта 2018 г., 25 дней после отравления: **Russia accuses U.S. of discrimination in withholding visas for wrestlers.** Лид-абзац: **The Russian Ministry of Foreign Affairs says the United States attempts to bar its freestyle wrestlers from competing in a World Cup next week in Iowa;**

Daily Express от 28 марта 2018 г., 24 дня после отравления: **Theresa May promises to 'DEFEAT RUSSIA'**

after 'attack' with new CYBER WARFARE initiative. Лид-абзац: **THERESA May promises to "defeat" Russia following the Salisbury attack with a new cyber warfare initiative entitled the Fusion Doctrine that will aim to tackle the threats imposed by cyber warfare, it has emerged;**

The Independent от 11 ноября 2018 г., 8 месяцев спустя отравления: **Kremlin is quietly happy about British reactions to Skripal affair and 'dirty money'.** Лид-абзац: **Analysis: The UK government's tough-talking on unexplained wealth is not enough to worry the Russian elite;**

The Wall Street Journal от 6 ноября 2018 г., 8 месяцев спустя отравления: **U. S. Finding on Russia Chemical Weapons Paves Way for New Sanctions.** Лид-абзац: **Lawmakers say White House needs to sanction Kremlin over determination that Russia hasn't shown that it stopped using chemical, biological weapons;**

Daily Express от 6 ноября 2018 г., 8 месяцев спустя отравления: **Half of Russians in London are SPIES: Shock report shows Russia still has Cold War mindset.** Лид-абзац: **HALF of the Russians living in London are spies for the Kremlin, with five times more secret intelligence officers than in 2010, a shocking report has claimed.**

Замечено, что журналисты используют настоящее историческое время преимущественно в заголовках (когда основной текст статьи в прошедшем) вне зависимости от того, когда произошло то или иное событие. Эта особенность привлекает читателя своей сиюминутностью, скоротечностью, сопричастностью со «здесь и сейчас», что вызывает читательский интерес.

И для таблоидов, и для качественной прессы характерно использование риторических вопросов как в заголовках (*Who is the Salisbury spy Sergei Skripal? (The Guardian); Why is the UK accusing Russia of launching a nerve agent attack on Sergei Skripal in Salisbury, and what is the evidence? (The Independent); How did Sergei Skripal's son and wife die, was there a car crash and what's disseminated endometrial carcinoma? (The Sun); Who is Salisbury Novichok poisoning suspect Ruslan Boshirov and is his real name Anatolij Chepiga? (Daily Mirror); What is Novichok? How Russia developed deadliest nerve agent ever (Daily Mirror); Is this the Salisbury poisonings hitman? (Daily Mirror)*), так и в основном тексте статьи (*Why did Russia risk so much in the Sergei Skripal case? (NYT); Who is Salisbury poisoning suspect Ruslan Boshirov? What is the background of the Skripal poisoning hitman? What was his involvement in the Salisbury attack? (The Sun); Why does a strongman brought up in the K.G.B. put up with it? (The Times)*) и т.д. Использование риторических вопросов — очень убедительный прием, когда в одном вопросе можно сделать акцент на нужном смысле, задать вектор интерпретации и спровоцировать читателя на определенную реакцию. Разберем некоторые из указанных примеров. Таблоид *Daily Mirror* публикует статью с заголовком «Что такое Новичок? Как Россия разработала самый смертонос-

ный нервно-паралитический агент в истории». Риторический вопрос здесь служит для оправдания провокационного обвинения в адрес России, читателю не предлагают порассуждать, что же такое «новичок», ему в следующем предложении сразу же дают ответ и делают акцент на том, что он был разработан именно в России, указывая на связь с отравлением Скрипалей. *The Sun* публикует статью со следующим заголовком: «Как погибли сын и жена Сергея Скрипаля, была ли эта автокатастрофа и что такое диссеминированная карцинома эндометрия?» В заголовке намеренно используется союз «ли», чтобы заставить читателя сомневаться в этом. Также журналисты намеренно не упрощают медицинский термин «диссеминированная карцинома эндометрия» более бытовым «рак матки» (от которого умерла жена Сергея Скрипаля), чтобы оставить у читателя только один вариант, который и должен вызвать у него сомнение. Далее это же издательство строит аналитическую статью по принципу ответов на вопросы: каждый раздел начинается с риторического вопроса, который анализируется в абзаце: «Кто такой подозреваемый в отравлении Солсбери Руслан Боширов? Какова была его роль в нападении на Солсбери? Что было до отравления Скрипаля наемником?» Безапелляционные вопросы сформулированы так, чтобы читатель подсознательно усвоил истину: Руслан Боширов — наемный убийца, который отравил Скрипаля и приступал к чтению абзаца с этой позицией. Напомним, что официально обвинения предъявлены не были — российская сторона полностью отрицает свое участие и роль «русских наемников» в отравлении. Отсюда можно заключить, что приведенные выше риторические вопросы используются для эффекта, акцента или провокационной цели, и если для качественной прессы риторические вопросы обусловлены аналитическим жанром, то для таблоидов это служит маскировкой провокационных мнений.

Таким образом, СМИ становятся неотъемлемой частью политической коммуникации, особое место в которой занимает проблема формирования меди-

образа страны — некоего образа, формирующегося в сознании общественности. Анализ лексико-стилистических особенностей медиатекстов изданий Великобритании и США во время освещения инцидента с Сергеем Скрипалем позволяет устанавливать определенные векторы формирования этико-эмоциональных и аксиологических оценок и их медиаэстетический эффект: 1) образ России в западных СМИ носит негативный характер и базируется на восприятии, которое сложилось за последнее время — это образ врага; 2) Россия характеризуется как возрождающаяся / возрожденная империя, ищущая возможности для того, чтобы во что бы то ни стало вернуть себе утраченную роль великой державы; 3) Россию часто описывают как страну, которая «стремится быть великой державой», но в негативном ключе; ее внешняя политика характеризуется как агрессивная, несущая угрозу для всего мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Fourie P. J. Media Studies: Media history, media and society / P. J. Fourie. — Juta and Company Ltd., 2007.
2. Хочунская Л. В. Медиаобраз как диалог ценностей / Л. В. Хочунская. — Москва, 2011.
3. Василенко И. А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта / И. А. Василенко // Власть. — 2013. — № 7. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevaya-strategiya-rossii-v-kontekste-mirovogo-opyta> (дата обращения: 28.05.2020).
4. Соломатин А. Н. Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России: дис. ... канд. филол. наук / А. Н. Соломатин. — Москва, 2014.
5. Buhmann A. The 4D Model of the country image: An integrative approach from the perspective of communication management / A. Buhmann, D. Ingenhoff // International Communication Gazette. — 2015. — 102–124. — URL: <https://doi.org/10.1177/1748048514556986> (дата обращения: 28.05.2020).
6. Nordquist, R. What Is the Historical Present (Verb Tense) in English? / Richard Nordquist // ThoughtCo. — 2020. — Aug. 26. — URL: [thoughtco.com/historical-present-verb-tense-1690928](https://www.thoughtco.com/historical-present-verb-tense-1690928) (дата обращения: 28.05.2020).

Челябинский государственный университет
Панова Е. Ю., кандидат филологических наук, доцент
кафедры журналистики и массовых коммуникаций
E-mail: Elena_panova81@mail.ru

Chelyabinsk State University
Panova E., Candidate of Philology, Associate Professor of the
Department of Journalism and Mass Communications
E-mail: Elena_panova81@mail.ru