

КОНСТРУИРОВАНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИДЕОЛОГЕМ И ПОЛИТИЧЕСКИХ МИФОЛОГЕМ В МАССМЕДИА

Ю. В. Маркина

Ростовский государственный экономический университет

Поступила в редакцию 10 июля 2021 г.

Аннотация: в статье рассматриваются лингвистические идеологемы и политические мифологемы в зарубежных СМИ, которые формируют в общественном сознании целостный медийный образ определенного государства. Образ страны детерминруется во многом конструированием определенных информационных, социокультурных, политико-экономических архетипов и представлений о данном государстве, значительную часть которых активно поддерживают массмедиа. Сегодня, помимо введения экономических санкций против неугодного государства, вполне эффективны меры, когда возможно представить данную страну инвестиционно непривлекательной, дискредитировать ее на авторитетных международных площадках и во всевозможных рейтингах.

Ключевые слова: политические мифологемы, медийный образ, лингвистические идеологемы, мировые СМИ, медиапотребление, медианпространство.

Abstract: the article examines linguistic ideologemes and political mythologemes in foreign media, which form in the public consciousness a holistic media image of a particular state. The construction of certain information, socio-cultural, political and economic archetypes and ideas about the state determine the image of this country, and significant part of such archetypes is actively supported by the mass media. Today, in addition to the introduction of economic sanctions against an unwanted country, measures are quite effective when it is possible to present it as unattractive for investment, discredit it on reputable international platforms and in all kinds of ratings.

Keywords: political mythologemes, media image, linguistic ideologemes, world media, media consumption, media space.

Многообразные стороны российской действительности на протяжении последних тридцати лет активно освещаются в зарубежных СМИ. Значительно увеличилось количество серьезных и интересных публикаций в известных иностранных изданиях, посвященных внешней и внутренней российской политике, ее социокультурной жизни.

На информационном поле Запада вокруг России уже долгое время преобладают негативные точки зрения. Политические мифологемы и лингвистические идеологемы прочно вошли в медийный дискурс, и, чтобы адекватно воспринимать и реагировать на них, необходимо более осознанно изучать то, что пытаются внедрить в общественное сознание медийные структуры. Для этого необходимо более глубокое и детальное практическое изучение данной проблемы в контексте современных зарубежных СМИ, поскольку иностранные массмедиа для защиты собственных интересов располагают различными возможностями информационно-идеологического влияния на мировое общественное сознание и, следовательно, достижения своих геополитических целей. Составленные соответственным образом визуальный ряд и тексты позволяют создать в умах

западной аудитории нужную картинку.

Вопросы изучения влияния СМИ на процесс формирования медийного образа определенного государства являются темой дискуссии и предметом работ многих российских и зарубежных исследователей. Значительный вклад в формирование медиаобраза, изучение сущности, методов и особенностей ведения информационных войн, а также основ информационной безопасности современного государства внесли такие исследователи, как С. Г. Кара-Мурза, И. М. Дзялошинский, И. Н. Панарин.

Известный исследователь МГУ Н. И. Клушина рассматривает идеологему сквозь призму коммуникативной стилистики, что является определяющим и решающим фактором в ее представлениях о данном феномене. Автор понимает под лингвистической идеологемой «центральное понятие публицистики, единицу коммуникативной стилистики, базовую интенциональную категорию публицистического текста и публицистического дискурса, которая задает определенный идеологический модус любому публицистическому тексту» [1, 34].

По мнению Н. А. Купиной, «мифологемой может стать идеологема, получившая приращение, объективно обладающее недостоверностью. Такое приращение мифологизирует идеологему» [2, 184].

Мифологема и идеологема являются эффективным инструментом воздействия на общественное сознание. Политические мифологемы активно поддерживаются любимыми коммуникативными потоками, поскольку представляют собой многократно проверенный путь к массовому сознанию. Именно этим они и интересны, поскольку опираются на уже имеющиеся в сознании связи, симпатии и антипатии, сломать которые пока никому не удалось. Перевод имеющегося сообщения на язык мифологем потребителя информации, несомненно, облегчает воздействие. «Мифологема может использоваться как особый язык, «культурный код», на котором можно объясниться с человеком. Такой «культурный код» может служить идентификацией природного национализма, который разделяет людей на *своих* и *чужих*» [3]. Однако во благо или во вред они будут использованы, будет зависеть от тех, в чьих руках сосредоточены рычаги управления массовым сознанием, и в первую очередь, от представителей СМИ, не случайно называющих себя «четвертой властью».

Политическая мифология, определяемая как разновидность современной мифологии, как утверждает исследователь А. В. Шульга, «может быть конструирована согласно основному принципу построения послед ней: при сохранении основных мыслительных процедур и когнитивных особенностей, характерных для мифологического мышления, в качестве материала используются не вые, современные реалии. Современная политическая мифология — это осмысление в логике мифомышления социальных реалий, связанных с отношениями власти» [4].

Активную информационную войну Запад ведет с Россией еще с момента образования СССР и продолжает вести ее и по сей день, когда на мировой геополитической арене Российская Федерация укрепляет свои позиции. Политологи и журналисты западных стран применяют разнообразные методики манипулирования и приемы воздействия. «Мы не можем победить Советский Союз в обычной войне, — заявлял Джон Кеннеди еще в 1961 г. при вступлении в должность президента США. — Это неприступная крепость. Мы можем победить Советский Союз только идеологическими и психологическими методами, пропагандой и экономикой» [5].

Сегодня, в рамках нарастающей глобализации и усиливающегося сопротивления глобальным процессам, лингвистическая идеологема «свой/чужой» приобретает глобальные формы: «свой» демократичный Запад противопоставляется обычно «чужой» недемократичной, авторитарной России. Мы постарались выявить национально-культурные составляющие концепта «свой/чужой» в западной культуре (на материале публикаций европейских и американских изданий), являющихся наиболее значимыми в процессе межкультурной коммуникации.

Большинство статей, проанализированных нами

в ходе исследования, строятся на противопоставлении западного и российского, соответственно, правильного и неправильного образа жизни. Основная часть российских исследователей обращается к идеологеме «свой/чужой» с позиции России. В данных работах уделяется внимание исследованию образа различных стран мира в представлениях россиян, мы же попробуем осуществить противоположную задачу. Для этого выделим критерии деления на «своих» и «чужих» и попробуем объяснить причины формирования данной дихотомии.

Лингвистическая идеологема «свой/чужой» строится на непрерывном сравнении, сопоставлении мировоззрения, образа жизни различных культур. Проанализируем с данной позиции образ России, формируемый в европейской прессе.

Наиболее ярко в журналистских текстах представлена зооморфная лингвистическая идеологема «Россия в образе медведя», прочно вошедшая еще в период Наполеоновских войн. «О “русском медведе” писал и Карл Маркс, медведя рисовал английский журнал «Панч», медведем пугали своих сограждан такие разные политические персонажи как Гитлер, Черчилль и Рейган. Причем после распада СССР это все не закончилось, медведь продолжил пугать Запад» [6]. Данная идеологема позволяет образно представить целый ряд характерных для зарубежных политических текстов понятий и противопоставлений. На конкурсе World Press Cartoon в 2007 г. первое место заняла карикатура шведского художника под псевдонимом Riber, представившая президента России в образе медведя, ухаживающего за своими когтями — ядерными ракетами.

В зарубежных СМИ характерно восприятие России в образе опасного, агрессивного, дикого и ленивого «русского медведя». Для того, чтобы убедиться в этом, достаточно остановить внимание на следующих высказываниях и заголовках:

— *Бойтесь русского медведя! Коварный хищник обманывал США снова и снова* (The National Review, 3 марта 2014, США) [7];

— *Россия — это огромный «полярный медведь», с существованием которого Запад не может смириться* (The Global Times, 19 апреля 2021, Китай) [8];

— *Крымский кризис: Дэвид Кэмерон осмелился толкнуть русского медведя* (The Guardian, 3 марта, 2014, Великобритания) [9];

— *Медведь рычит на Европу: Неожиданные военные учения Путина раздражают соседей России* (The Washington Times, 29 марта 2013, США) [10];

— *Россия ведет себя как раненый медведь, который бросается на все подряд* (The Voice of America, 11 февраля 2019, США) [11];

— *... для Британии опасно самой отправиться в крепкие объятия русского медведя; Если отвернешься на секунду, русский медведь тут же набросится на тебя* (The Daily Mail, 9 февраля 2020, Великобри-

тания) [12];

— *Европа и страх перед русским медведем* (Wiener Zeitung, 7 мая 2019, Австрия) [13];

— *Россия — опасный, но больной медведь* (Le Point, 27 августа 2015, Франция) [14].

Сопоставление России с образом медведя усугубляет сложившиеся противоречия и воспринимается изданиями не как символ мощи страны, а, напротив, как символ агрессии, соответственно формируя в общественном сознании идеологему «чужой».

Следующая анализируемая нами мифологема, реализуемая в современной зарубежной прессе и являющаяся одной из базовых — это «герой/антигерой». Как утверждает российская исследовательница Н. В. Шульга: «Мифологема “героя” при дает смысл индивидуальному существованию «массового человека», создавая для него некие «идеальные» образцы поведения» [15].

Рассмотрим на конкретных примерах процесс формирования мифологем «герой» и «антигерой» в иностранной прессе.

Применительно к России в зарубежном медиапространстве складывается двоякая ситуация: с реализацией данной мифологемы один и тот же человек, Владимир Владимирович Путин, предстает в роли героя и антигероя одновременно, что само по себе не может не вызывать удивления. Отечественный политолог Андрей Савельев говорит по этому поводу следующее: «Представление о героизме в наших условиях оказывается настолько размытым и неясным, что большинству населения уже трудно отличить информационную обертку какой-нибудь пустышки от действительного героя, совершившего подвиг» [16, 251].

Журнал The Time назвал в 2007 году человеком года президента России Владимира Путина. Однако это нельзя трактовать как признание его героем, о чем отмечает сам журнал: «Звание “человек года”, присуждаемое журналом The Time, не является в данном случае почестью. Это — не знак одобрения, и не признание популярности...» [17]. Свой выбор журнал объясняет тем, что, поступившись в значительной мере принципами и идеями, которые так ценят свободные нации (имеется в виду противопоставляемый Запад), «Путин продемонстрировал выдающиеся лидерские качества, дав стабильность нации, которую та почти не знала, и, вернув России статус мировой державы» [17].

В зарубежной прессе в первой декаде 2000-х гг. существовал весьма распространенный миф о том, что Владимир Путин — живое воплощение советского КГБ. По мнению издания The Guardian, «Путин — не “человек в штатском”, а классический образец постсоветского бизнесмена» [18].

Пожалуй, самой популярной идеологемой «антигерой», представленной в англоязычных СМИ является образ Путина-диктатора.

— *Идеология России представляет собой смесь ксенофобии, национализма, авторитаризма, самодовольства и ностальгии по советскому прошлому, в том числе и по сталинской эпохе* (The Daily Mail, 17 января 2008, Великобритания) [19];

— *Хулиганство Путина может выйти ему боком. Западные страны все больше привыкают к ответственности России Владимира Путина* (The Financial Times, 18 января 2008, Великобритания) [20].

Очень популярен у англосаксонских СМИ и образ Путина-царя или князя:

— *Путин использует новые технологии, но он является классическим русским царем* (The Washington Post, 20 октября 2020, США) [21];

— *Путин — царь на глиняных ногах после 20 лет у власти?* (La Dépeche, 9 августа 2019, Франция) [22];

— *Он пытался позиционировать себя в общественном сознании как “хороший царь”, и у него это получилось* (The Christian Science Monitor, 11 августа 2009, США) [23];

— *Путин — царь всея Руси и миротворец* (Mediapart, 27 июля 2018, Франция) [24];

— *“Новый император”: Россия готовится еще к 16 годам Путин* (The New York Times, 11 марта 2020, США) [25].

Образ В. В. Путина на основании анализа рассмотренных статей наиболее соотносится с мифологемой «антигероя», хотя зачастую формально содержит в себе все компоненты, относящиеся к жизненному пути «героя» (чудесное рождение героя — жизнь — подвиги — борьба с врагом — смерть — жизнь после смерти). Издание The New York Times пишет, что Россия, в лице президента Владимира Путина активно, но незаконно вмешивается в политику других стран (например, присоединение территории другого государства — полуострова Крым). В. В. Путин, по мнению The New York Times, имеет также непосредственное отношение к выборам президента США в 2016 году [25]. Следовательно, у американского читателя формируется идеологема «антигероя» — В. В. Путина как политика агрессивного, жесткого и недемократичного.

Конечно же, иностранные СМИ активно освещают предвыборную кампанию президента В. В. Путина, например:

— *За 19 лет пребывания у власти он заглушил голоса оппозиции в большинстве общенациональных средств массовой информации, ликвидировал региональные выборы, укротил Думу, увеличил президентский срок с четырех до шести лет и потворствует подхалимским попыткам создать ему культ личности. В результате в России возникла так называемая управляемая демократия, являющаяся жестокой пародией на реальную демократию* (The Washington Post, 5 января 2018, США) [26].

Анализируя интернет-ресурсы американских изданий The Daily news и The Washington Post, мы

видим, как журналисты акцентируют свое внимание на наращивании военной мощи России, якобы Россия готовится к ядерной войне, а инициатором этого является Владимир Путин. Именно он, по мнению данных изданий, продолжает уже закончившуюся холодную войну и американцам следует ожидать реванша.

Таким образом, в англосаксонских СМИ представлена идеологема «антигероя» — образ В. В. Путина как врага демократических ценностей, жесткого политика с имперскими амбициями. Многие его действия, по мнению британских и американских СМИ, противоречат демократическим ценностям Запада; он поступает только в личных интересах, стремясь увеличить свое влияние в мире.

Образ же В. В. Путина в китайских СМИ несомненно, отражает идеологему «герой», поскольку российский президент представлен в роли культового непревзойденного лидера и политика.

Образ «героя» также представлен и во французской прессе, где Россию называют одной из самых развитых стран мира, которая первой в мире изобрела вакцину от COVID-19. Обсуждения начались после выхода 12 августа 2020 г. французской газеты *Liberation*, на обложке которой был представлен президент Владимир Путин в образе супергероя Джеймса Бонда, только вместо пистолета он держит в руке шприц. Заголовок также делает отсылку к названию фильма о Бонде «Завтра не умрет никогда» [27]. Журналисты, по-видимому, хотели подчеркнуть важность данного открытия. После выхода этого выпуска французские сети переполнились обсуждениями российской разработки. Некоторые читатели пытались иронизировать, но их быстро отрезвили тем, что вакцина — это возможность спасти людям жизни и подобный юмор не уместен. «Многие в комментариях высмеивают этот подвиг, который может спасти миллионы жизней во всем мире. Они не знают, что Россия — самая развитая страна с точки зрения бактериологической войны; вакцина не была создана из ничего, это была уже существующая вакцина, которую модифицировали против COVID-19. Но французы вместо того, чтобы радоваться, не хотят отступить от правила быть капризными пессимистами», — оставил свой комментарий после статьи пользователь Тарик Амири.

В заключение можно резюмировать, что политические мифологемы и идеологемы в зарубежных СМИ являются отражением информационной политики, диктуемой высшим руководством изданий, а также результатом умелой работы мифотехнологов и опытных журналистов. Так, политические мифологемы и лингвистические идеологемы в англосаксонских массмедиа в большинстве своем приводят не к интеграции, а к дезинтеграции общества, к противостоянию «своего/чужого». Образ России как «чужого» поддерживается в американских и британских СМИ

и получает свое дальнейшее воплощение в литературе, искусстве, спорте.

Как утверждает Н. Е. Булгакова, «идеологема всегда маркирована, то есть эмоционально окрашена. Целенаправленное использование идеологем является эффективным средством управления общественным сознанием. Идеологема легко запоминается и создает иллюзорный эффект понимания у объекта манипуляции» [28].

Разделение мира на «свой» и «чужой» является универсальной лингвистической идеологемой, при этом культурное разнообразие порождает непрерывное сравнение. Хотелось бы, чтобы «чужое» не всегда оценивалось бы однозначно негативно, и в итоге пришло понимание того, что есть что-то лучше, и в итоге более критичное отношение к своей культуре побудило бы развиваться и добиваться превосходства. Это видится нам очень важным, поскольку в рамках нарастающей глобализации и усиливающегося сопротивления глобальным процессам, оппозиция «свой/чужой» приобретает широкие масштабы и негативные последствия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клушина Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000–2008 гг.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Н. И. Клушина. — М., 2008.
2. Купина Я. А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем / Я. А. Купина // Русский язык сегодня / отв. ред. Л. П. Крысин. — М.: Азбуковник, 2000. Вып. 1. — С. 182–190.
3. Лебон Г. Психология масс / Г. Лебон; переводчики Э. К. Пименова, А. Фридман. — М.: Юрайт, 2020.
4. Шульга Н. В. Мифотворчество в средствах массовой информации / Н. В. Шульга // Концепт. — 2013. — № 3 (19). — С. 137–143.
5. Kennedy John F. Inaugural Address / John F. Kennedy // January 20, 1961. — Режим доступа: <https://www.bartleby.com/124/pres56.html> (дата обращения: 14.07.2020).
6. Сокирко В. Запад разбудил русского медведя: Россия выбирает символ силы / В. Сокирко // Свободная пресса. — 2019. — 29 ноября. — Режим доступа: <https://svpressa.ru/society/article/250375/> (дата обращения: 03.06.2021).
7. Fund John. Beware the Russian Bear. The wily predator has fooled the U.S. / John Fund // National Review. — March 3, 2014. — Режим доступа: <https://www.nationalreview.com/2014/03/beware-russian-bear-john-fund/> (дата обращения: 02.06.2021).
8. Hu Xijin. Russia a huge 'polar bear' the West can't digest / Xijin Hu // Global Times. — April 19, 2021. — Режим доступа: <https://www.globaltimes.cn/page/202104/1221409/> (дата обращения: 11.06.2021).
9. Crimea crisis: David Cameron dares to poke the Russian bear // The Guardian. — March 3, 2014. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/> (дата обращения: 13.06.2021).

10. Waterman Shaun. Bear roars at Europe: Putin's surprise military exercise irks Russia's neighbors / Shaun Waterman // The Washington Times.— March 29, 2013.— Режим доступа: <https://www.washingtontimes.com/news/2013/mar/29/putins-surprise/> (дата обращения: 05.06.2021).
11. US Navy calls Russia 'a wounded bear that just throws itself' // Voice of America.— February 11, 2019.— Режим доступа: <https://www.forumdaily.com/en/v-voorzuzhennyx-silax-ssha-nazvali-rossiyu-ranenym-oslablennym-medvedem-kotoryj-prosto-brosaetsy/> (дата обращения: 12.06.2021).
12. Almond Mark. The Kremlin is ruthlessly exploiting the Covid-19 and Brexit chaos... and Britain's cut-price defences / Mark Almond // Daily Mail.— February 9, 2020.— Режим доступа: <https://www.dailymail.co.uk/debate/article-9036583/> (дата обращения: 05.06.2021).
13. Geets Siobhán. Europa und die Angst vor dem russischen Bär / Siobhán Geets // Wiener Zeitung.— Mai 7, 2019.— Режим доступа: <https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/politik/europa/20081/> (дата обращения: 07.06.2021).
14. Colomès Michel. La Russie, un ours dangereux, mais malade / Michel Colomès // Le Point.— Août 27, 2015.— Режим доступа: <https://www.lepoint.fr/editos-du-point/michel-colomes/la-russie/> (дата обращения: 07.06.2021).
15. Шульга А. В. Мифологема в структуре массового сознания: автореф. дис. ... канд. филос. наук / А. В. Шульга.— Омск, 2006.— Режим доступа: <https://www.disserscat.com/content/mifologema> (дата обращения: 29.05.2021).
16. Савельев А. Политическая мифология / А. Савельев.— М.: Литрес, 2018.
17. Stengel Richard. Why We Chose Putin / Richard Stengel // The Time.— December 19, 2007.— Режим доступа: <http://www.inosmi.ru> (дата обращения: 16.06.2021).
18. Белковский С. Путин — не “человек в штатском” / С. Белковский // The Guardian.— January 31, 2008.— Режим доступа: <http://inosmi.ru/inrussia/20080131/239301.html> (дата обращения: 15.06.2021).
19. Lucas Edward. Putin: the brutal despot who is dragging the West into a new Cold War / Edward Lucas // The Daily Mail.— January 17, 2008.— Режим доступа: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-509177/Putin-brutal-despot/> (дата обращения: 13.06.2021).
20. Putin's bullying may backfire // The Financial Times.— January 18, 2008.— Режим доступа: <https://www.ft.com/content/750bc378-c52c/> (дата обращения: 13.06.2021).
21. Drehle David. Putin may be using new technology, but he is a classic Russian czar / David Von Drehle // The Washington Post.— October 20, 2020.— Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/putin-may-technology-but-he-is-a-classic-ruczar/2020/10/20/> (дата обращения: 18.06.2021).
22. Blanc Hélène. Après 20 ans de pouvoir: Poutine, un tsar aux pieds d'argile? / Hélène Blanc // La Dépeche.— Août 9, 2019.— Режим доступа: <https://www.ladepeche.fr/2019/08/09/apres-20-ans-de-pouvoir-poutine-un-tsar/> (дата обращения: 16.06.2021).
23. Weir Fred. Ten Years on, Russia's Putin Has Gone from 'Nobody' to Unshakeably Powerful / Fred Weir // The Christian Science Monitor.— August 11, 2009.— Режим доступа: <http://www.csmonitor.com/World/Europe/2009/0811/p06s07-woeu.html> (дата обращения: 12.06.2021).
24. Chitou Chems Eddine. Poutine le tsar de toutes les Russie faiseur de paix tranquille / Chems Eddine Chitou. // Mediapart.— Jul 27, 2018.— Режим доступа: <https://blogs.mediapart.fr/semcheddine/blog/260718/poutine-le-tsar-de> (дата обращения: 14.06.2021).
25. Trojanovsky Anton. New 'Emperor': Russia Girds for 16 More Years of Putin / Anton Trojanovsky // The New York Times.— March 11, 2020.— Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/03/11/world/europe/russia-putin.html> (дата обращения: 18.06.2021).
26. Filipov David. This Russian Presidential Contender has Zero Chance Against Putin. But a Man Can Dream / David Filipov // The Washington Post.— January 5, 2018.— Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/world/europe/this-russian/2018/01/05/> (дата обращения: 18.06.2021).
27. Французская газета поместила на обложку Путина в костюме Бонда // РИА новости, 12.08.2020.— Режим доступа: <https://ria.ru/20200812/1575688023.html> (дата обращения: 20.06.2021).
28. Булгакова Н. Е. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие / Н. Е. Булгакова // Мир русского слова.— 2012.— № 2.— Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovesnye/> (дата обращения: 30.06.2021).

Ростовский государственный экономический университет

Маркина Ю. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и культуры речи

E-mail: yulia_markina@list.ru

Rostov State University of Economics
Markina Y. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Russian Language and Speech Culture Department
E-mail: yulia_markina@list.ru