

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
Кафедра английского языка и методики преподавания

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В
СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ СМИ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование,
профиль Иностранный язык и экономика
очной формы обучения, группы 02051208
Романовой Полины Андреевны

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Морозова Е.Н.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА I. Теоретические основы медиалингвистики	7
1.1. Роль медиалингвистики в исследовании языка современных масс-медиа.....	7
1.2. Особенности языка средств массовой информации.....	9
1.3. Образ государства: проблемы определения понятия.....	13
1.4. Исторически сложившиеся иррациональные компоненты образа России в сознании британцев.....	16
1.5. Репрезентативные особенности языка современных СМИ.....	23
Выводы по ГЛАВЕ I	27
ГЛАВА II. Анализ британских СМИ на предмет языковых средств, формирующих образ России	29
2.1. Средства репрезентации образа России в современных британских СМИ.....	29
2.2. Основные компоненты образа России в современных медиа ресурсах Великобритании.....	39
2.2.1. Образ главы государства.....	39
2.2.2. Образ российской культуры.....	44
2.2.3. Географический образ России.....	46
2.2.4. Образ внутренней политики России.....	50
2.2.5. Образ жителей России.....	51

2.3. Сопоставительный анализ языковых средств, формирующих образ России в британских и российских англоязычных СМИ (на материале RT и BBC).....	53
Выводы по ГЛАВЕ II.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА.....	65

ВВЕДЕНИЕ

Взаимодействие России и Великобритании представляет значительный интерес для обеих стран, поскольку Великобритания играет одну из ведущих партий в формировании политики Запада по самым актуальным вопросам, а Россия представляет для европейцев сосредоточение политических, экономических и стратегических интересов. Важнейшим фактором на пути к успешному сотрудничеству и продуктивному диалогу государств является взаимное восприятие.

Интерес к изучению образа России в западном общественном сознании сохранялся всегда, но особенно ярко проявился в 90-е гг. двадцатого века.

Данной проблеме посвящен ряд работ социологов: монографии С.В. Чугрова, О.А. Казниной. Определенный вклад в изучение обозначенной темы внесли культурологи Л.В. Поздеева и А.В. Павловская. Ряд исследований сопряжен с анализом образа России в СМИ: лингвистические диссертационные работы З.А. Ужеговой, В.М. Соколова.

В работах рассматриваются различные этапы российско-английских отношений, отмечаются особенности отдельных периодов, представляется диалог культур в динамике. Очевидна необъятность данной проблемы, поэтому ее следует считать открытой для дальнейших исследований.

Глобализация информационного пространства, развитие информационных потоков привели к тому, что представления, знания людей о мире, общественное сознание в значительной мере формируются на основе средств массовой информации. СМИ оказывают влияние практически на все сферы, включая политику, экономику, образование.

Актуальность исследования обусловлена незначительным количеством трудов, посвященных формированию образа России британскими СМИ с точки зрения лингвистики.

Объектом исследования является образ России, формируемый в общественном сознании Великобритании посредством масс-медиа.

Предметом исследования являются лингвистические средства, репрезентирующие образ России в средствах массовой информации Великобритании.

Цель настоящей работы заключается в выявлении и систематизации языковых средств, формирующих образ России в британских СМИ.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Изучить теоретический материал по проблеме исследования.
2. Выявить репрезентанты образа России на основе анализа материалов британских СМИ.
3. Выделить и проанализировать структурные компоненты, составляющие образ России;
4. Выявить языковые средства, формирующие каждый из структурных компонентов образа;
5. Сравнить языковые средства, используемые в британских и российских англоязычных СМИ при формировании образа России.

Фактическим материалом данного исследования послужили британские качественные издания "The Guardian", "The Independent", сайт телерадиовещательной организации BBC.

Критериями для выбора стали: объемы тиражей, направленность на политически и экономически активного читателя и освещение политических, экономических и социальных проблем.

В данной работе были использованы следующие **методы исследования**: анализ литературы по исследуемой проблеме, интерпретационный анализ, сравнительно-сопоставительный анализ, контекстуальный анализ. Был использован метод сплошной выборки примеров из фактического материала.

Практическая значимость работы заключается в том, ее материалы могут быть использованы на практических занятиях и служить дополнительным материалом для подготовки студентов к семинарам по

языковым дисциплинами, могут быть полезными в практике преподавания английского языка.

Апробация работы. Материалы настоящего исследования были представлены в рамках научной конференции НИУ «БелГУ» - «Студенческая весна – 2017», с последующей публикацией статьи в сборнике научных студенческих работ «Национальные языки и культуры в эпоху глобализации».

Структура и содержание работы определены составом решаемых проблем и задач. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка использованной литературы, списка источников фактического материала.

ГЛАВА I. Теоретические основы медиалингвистики

1.1. Роль медиалингвистики в исследовании языка современных масс-медиа

Наряду с ростом количества телеканалов, радиостанций, интернет версий печатных изданий и возникновением онлайн публикаций образовалось всемирное информационное пространство, рассматриваемое современными отечественными и западными исследователями в качестве специфической особой сферы функционирования языка, что потребовало инновационного подхода к изучению языковых дисциплин.

Во второй половине XX века началось активное исследование медиаречи и постепенное выделение нового раздела лингвистики. Уже к концу XX века медиалингвистика уверенно заявила о себе как о новом самостоятельном направлении в изучении языка СМИ.

Предметом новой дисциплины стало изучение языка массовой коммуникации, языка масс-медиа. Если для традиционной лингвистики ключевым понятием выступал словесный текст, обладающий целостностью и связностью, то для медиалингвистики таковым стал *медиа-текст*, построенный не только на вербальном уровне, но и при помощи любых иных знаков. Таким образом, дискурс масс-медиа объединил в единое целое вербальный и экстралингвистический компоненты (Добросклонская, 2008: 45).

Еще в конце 70-х гг. XX в. французский социолог А.Моль предсказал, изменение отношения к культурному достоянию общества в связи с появлением масс-медиа. Даже базовая система образования, принятая в обществе, также перестает играть прежнюю роль. Для рядового человека гораздо большее значение имеет не сумма знаний, полученных в семье,

школе или колледже, а то, что он услышит по радио, увидит по телевизору или в кино, прочтет в афише или газете, узнает из разговора с сослуживцами и соседями. Таким образом, прежняя более или менее целостная система знаний и ценностей, составлявшая мировоззрение и структуру личности, заменяется набором переменчивых установок, на которые постоянно воздействуют масс-медиа (Моль, 1973: 112).

В сегодняшних условиях информационного общества формирование картины мира практически полностью происходит посредством СМИ (Хачатуров, 2003: 75). Образы и интерпретации, тиражируемые масс-медиа, глобальная клишированность новостных текстов требуют от журналистов уметь отражать события в различных форматах и видеть информационную картину мира в динамике и одновременно в логическом и устойчивом порядке структурно-тематических связей.

Медиалингвистика позволяет изучить, каков механизм медийной интерпретации событий, какие лингвистические технологии используются для создания медиаобразов (Phillipson, 1992: 10).

Дисциплина выделяет теоретические основы и общие предпосылки своего возникновения и становления в самостоятельный раздел лингвистики. Она изучает роль СМИ в динамике языковых процессов и функционально-стилистический статус медиаречи, рассматривает основные типы медиатекстов, их структуру и динамику, анализирует лингвоформатные признаки новостных, информационно-аналитических, публицистических, рекламных текстов, а также исследует медиатексты в рамках межкультурной коммуникации. Концепция единого информационного пространства, новой виртуальной территории без государственных границ помогает представить целостную информационную картину мира в динамике, оперируя такими терминами, как *информационная среда, информационное поле, инфосфера, медиасфера, медиаландшафт, медиадискурс*.

Эти сложные и многогранные процессы требуют разработки новых парадигм исследования языка СМИ. Новая виртуальная среда текстового

общения создает множество своих медиапотоков, которые активно влияют на языковые процессы (Добросклонская, 2005: 41).

Нельзя не согласиться с мнением Т.Г.Добросклонской, что «наряду с вербальным и медийным уровнем важнейшей составляющей языка СМИ является уровень концептуальный, или когнитивно-идеологический. Действительно, именно язык СМИ является тем кодом, той универсальной знаковой системой, с помощью которой в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира. Специалисты по медиапсихологии признают, что сегодня восприятие человеком окружающего мира в очень большой степени зависит от того, каким представляют этот мир средства массовой информации. Не располагая собственным опытом огромного количества происходящих в мире событий, мы вынуждены строить своё знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях, которые в силу самой своей природы идеологичны и культуроспецифичны» (Добросклонская, 2008: 10).

Таким образом, медиалингвистика играет значительную роль в изучении и выявлении лингвистических средств, используемых современными СМИ с целью воздействия на реципиента и формирования в его сознании определенных образов.

1.2. Особенности языка средств массовой информации

Под средствами массовой информации понимаются: *периодические печатные издания; радио-, теле- или видеопрограммы; кинохроники.* Относительно новым явлением в системе средств массовой информации стало создание *интернет-газет*, в основном представляющих собой модифицированные электронные версии существующих печатных изданий, «гибриды», объединяющие черты традиционной прессы и оригинальных

сетевых газет (Любимов, 2009: 215). Примером такого рода изданий являются интернет-версии британских газет, относящихся к качественной прессе: сайты *The Times*, *The Sunday Times*, *The Daily Telegraph*, *The Guardian*, *The Independent* и т.д.

Говоря о характерных особенностях языка прессы, нельзя забывать и о том, что язык различных рубрик газеты или ее интернет-версии (например, передовая статья, раздел коротких новостей, раздел объявлений и т.д.) будет иметь свои характерные особенности (Шмелева, 2012: 56). У нас же, исходя из предмета нашего исследования, главный интерес вызывает стиль статей и коротких новостей и заголовков.

В качестве их основных стилистических характеристик традиционно выделяют:

1) Большой процент политических и экономических терминов в текстах: *democracy*, *president*, *Parliament*, *gross domestic product (GDP)*, *inflation*, *corruption* и т.д. Это объясняется тематикой газетных публикаций.

2) Частое использование нейтральной лексики, относящейся к политической и общественной жизни: *public*, *peace*, *discrimination*, *public opinion*, *welfare*, *public services* и т.д. Исследователями также отмечается большой процент собственных имен: топонимов, антропонимов, названий учреждений, организаций и т.д., Большое количество числительных и слов, обозначающих количество и множество, а также обилие дат.

3) Высокий процент интернациональных слов и неологизмов. Первое объясняется экономической, политической и общественной тематикой публикаций, а второе тем, что газеты и журналы сообщают читателям обо всем новом, что происходит в обществе, политике, экономике, науке и т.д., и, соответственно, быстро включают в свой язык слова, которые обозначают эти новые явления, постепенно вводя их в слой лексики общего употребления.

4) Аббревиатуры. В целях экономии печатного пространства, из-за необходимости поместить как можно больше информации на ограниченном

количестве страниц газет и журналов использование аббревиатур стало отличительной чертой языка прессы. В основном это названия общественных, экономических и политических организаций (*UNO, WTO, EU, NATO*, и т.д.), экономические и др. термины (*VAT, GDP, MP* и т.д.);

5) Клише и устойчивые выражения. Газетные и журнальные публикации - это тексты на один день, потому как завтра они становятся уже неактуальными. Кроме того, текст должен сжато и по существу излагать содержание. Общая тематика статей постоянно повторяется: это политические, экономические и общественные вопросы, выборы, переговоры, саммиты, экономические форумы и т.д. Повторяющаяся тематика, требование компактности изложения и недостаток времени у журналистов на тщательную обработку материала приводит к частому использованию клише и общеупотребительных штампов. Такие стереотипные выражения, как *vital issue, pressing problem, to escalate conflict, overwhelming majority, pillars of society, well-informed sources, to manipulate the electoral process*, и т.д. автоматически вызывают определенные ассоциации в сознании читателей, ментальные образы определенной стереотипной ситуации, передавая, таким образом, большой пласт информации.

И самое главное, данные клише не требуют никаких мыслительных затрат, так как те концептуальные связи и цепочки, которые они вызывают, прочно сидят в нашем сознании, легко узнаваемы и ведут к однозначным выводам. Вместе с тем, наряду с обычной, постоянно повторяющейся тематикой в прессе появляется практически любая тематика, почему-либо оказывающаяся актуальной. Затем эти новые ситуации и аргументы тоже начинают повторяться, что ведет к их использованию как штампов.

б) Использование эвфемизмов и идеологизированной лексики. В последние десятилетия, начиная с 70-ых годов XX века, стал набирать силу вопрос о политической корректности, и это требование в первую очередь стало предъявляться к речи общественных и политических деятелей, а также к текстам газетных и журнальных публикаций.

7) Высокая частотность косвенной речи (Аветисян, 2012: 80-83).

Рассматривая лексику в денотативном плане, отмечают также такую особенность языка прессы, как наличие большого количества абстрактных слов, при том, что информация, как правило, вполне конкретна. Что касается коннотаций, то присутствуют скорее не эмоциональные, а экспрессивные и оценочные коннотации. Исследователи отмечают усиление эмоциональных и оценочных коннотаций в публикациях, и даже в статьях, которые по своей функции являются чисто информативными. Объясняется это тем, что пресса давно перестала выполнять только информативную функцию, и даже короткие газетные сообщения со своим лаконичным языком и, на первый взгляд, только информационными функциями, могут нести оценку (Бондаренко, 2014: 206).

Согласно так называемой концепции «*формирования повестки дня*» (“*agenda setting theory*”), средства массовой информации диктуют своей аудитории, какие события или явления являются важнейшими, предлагая темы для освещения в новостях. Благодаря определению проблем для освещения, средства массовой информации уже оказывают влияние на формирование общественного мнения, поскольку СМИ, выбирая темы статей, определяют и аспект их освещения, а также и критерии для их оценки. Средства массовой информации могут влиять на общественное мнение, как на уровне языка, так и на неязыковом уровне (McCombs, Shaw, 1993: 59).

В текстах британских изданий присутствует определенный пласт культурозначимой информации о России, который может вызывать трудности при понимании текста носителями английской культуры. В основном, данная информация представлена на лексическом уровне. Это можно объяснить тем, что в английском языке нет точных эквивалентов некоторым русским словам, обозначающим свойственные российской культуре явления. Чтобы более точно передать смысл, а также и национальный колорит, журналисты используют русские слова, внедряя их в

английский текст. Некоторые из таких слов уже прочно вошли в английский язык, например, *perestroika*, *dacha*, *balalaika*, *matreshka*, *borsch* и т.д.

Для того чтобы передать как можно больше оттенков значения слова, журналисты прибегают к описательному переводу. Важную роль в материалах английских СМИ, в которых встречается культурозначимая информация о России, играют и авторские комментарии. Журналист не только переводит русские слова, но и объясняет их смысл, раскрывает специфические для русского языка дополнительные оттенки значения и оценочные коннотации. Он также дает экспрессивную оценку тем или иным событиям, в чем проявляется его принадлежность к английской, западной культуре, т.е. выступает в роли посредника между двумя культурами, способствуя продуктивному межкультурному диалогу (Савинова, 2012: 35).

Таким образом, использование заимствованной русской лексики, а также слов, еще не вошедших в словарный состав языка реципиентов информации, с сопутствующими пояснениями их значения и особенностей употребления в русском языке вносит свой вклад в формирование образа России в общественном сознании Великобритании. Читатель британских газет может сделать вывод о том, как представители русской культуры видят различные явления, какие ассоциации, положительные или отрицательные, возникают в русском сознании при использовании того или иного слова.

1.3. Образ государства: проблемы определения понятия

Исследование образа государства имеет сравнительно недолгую историю. Во многом интерес к данной проблеме возник вследствие изменения характера современного общества, которое принято называть информационным. Впервые понятие образа государства было использовано в 1959 г. американским социологом К. Боулдингом, который выдвинул мысль

о том, что негативное отношение государств друг к другу, во многом зависит от сложившихся в их общественном сознании отрицательных образов друг друга.

Дальнейшее развитие понятия образа в международных отношениях происходило в основном в направлении всестороннего изучения образа врага, под которым понимался образ «*другого*» государства. Б. Сильверстейн условно подразделяет исследования образа врага на три группы, выделяя кроме когнитивного еще два подхода: мотивационный, связанный с изучением образов врага с точки зрения индивидуальных (сознательных и бессознательных) мотивов и ценностей, а также подход, предполагающий анализ процессов социального посредничества (Соколов, 2008: 307-308).

В науке исследуется также понятие «*национального образа*», под которым понимается сформировавшееся устойчивое представление о сущностных типических чертах определенной нации, которое находит свое выражение в вербальных (слова, выражения, пословицы и т. д.) и невербальных формах (государственная, национальная, религиозная символика и т. д.). Национальный образ имеет две основные стороны: аффективную (эмоциональную) и когнитивную (рациональную).

Образ являет собой целостность, состоящую из чувственно воспринимаемой оболочки, изобразительной (конической) стороны, и содержания, включающего идейно-понятийный и чувственно-эмоциональный аспекты (Панарин, 2006: 319). Каждый из компонентов играет важную роль, и в своем взаимодействии они задают смысл данному образу.

Существует также понятие «*образ «Я» государства*», то есть совокупность убеждений коллективного субъекта о себе, конструируемых политическим руководством государства.

В литературе встречается также термин «*медиа-образ*», который имеет много общего с понятием «*имидж*», в том числе значение результата некоего направленного действия. Медиа-образ рассматривается как преобразованное

пресс-индустрией представление о государстве, создаваемое для восприятия его аудиторией и ориентации в окружающем мире (Лебедева: 2012, 13).

Таким образом, в исследованиях международных отношений *«образ государства»* принимает различные облики, что свидетельствует об отсутствии единого подхода в изучении данного понятия. Образ государства в политологических исследованиях и работах, посвященным международным отношениям рассматривается как совокупность убеждений коллективного субъекта, то есть общества страны, прежде всего о себе, проявляющихся в процессе международных отношений. Образы *«других»* государств формируются под влиянием объективных факторов, происходящих в воспринимаемых странах, особенностями отношений с ними и устойчивыми стереотипами восприятия этих стран.

Что касается стереотипов как важных компонентов образа государства, они характеризуются устойчивостью и схематичностью. Стереотипы воспроизводятся в сознании носителей определенной культуры механически, они усваиваются некритически, а как нечто само собой разумеющееся. Функция же самоопределения, так же как и защитная, основана на отделении себя от других. Стереотипы помогают представителям социальных и этнических групп идентифицировать себя в качестве единого, противопоставленного другим целого, на основе оппозиции *«мы» – «они»*.

Стереотипы трудно поддаются изменению. Даже смена политического курса государства не означает, что стереотипы должны уйти в прошлое. Так, например, несмотря на резкие повороты в истории России, основные ее характеристики в глазах европейцев остаются прежними, только слегка видоизменяясь. Так, например, устойчиво сохраняется стереотип о России как о стране деспотичной во внутренней и внешней политике (Соколов, 2009: 36-42).

Таким образом, проанализировав основные теоретические моменты, связанные с понятиями *«образ»*, *«образ государства»* и *«стереотип»*, мы сформулировали определение понятия *«образ государства»*. Под этим

понятием мы подразумеваем представление о стране, характерное для культуры этой или другой страны, состоящее из компонентов, типичных в данный конкретный исторический период, и иррациональных компонентов, устойчивых на протяжении длительного исторического периода.

1.4. Исторически сложившиеся иррациональные компоненты образа России в сознании британцев

Образ России в статьях британских СМИ в диахроническом аспекте включает в себя набор иррациональных компонентов, без анализа которого невозможно в полной мере представить себе особенности восприятия России английским общественным сознанием.

Среди иррациональных компонентов образа принято выделять стереотипы и политические мифы. Однако последние скорее характерны для так называемого образа «Я» того или иного государства, который намеренно создается внутри государства в первую очередь для внутреннего потребления. Стереотипы же создаются как по отношению к самому себе, так и по отношению к другому. Они складываются под влиянием социальных условий и, что важно, предшествующего опыта и отражают привычное отношение к какому-либо явлению, тем самым экономя усилия человека при восприятии этого явления (Соколов, 2009: 42).

Выявление национальных стереотипов посредством языковых (паремиологических) единиц способно обозначить разноплановые характеристики «моделей действительности», представленные в сознании представителей различных этнокультур (Артемов, 1999: 57). Как известно, стереотипы представляют собой обобщенное представление лингвокультурного сообщества о том или ином явлении, этносе, стране, которое основано на избирательности восприятия информации и ригидности.

Кроме того, они характеризуются эмоциональной наполненностью. Прохоров Ю.Е. определяет языковой стереотип как «субъективно детерминированное представление предмета, в котором сосуществуют описательные и оценочные признаки и которое является результатом истолкования действительности в рамках социально выработанных познавательных моделей» (Прохоров, 1997: 72).

Многовековая история взаимоотношений России и Англии породила множество стереотипов народов двух стран друг о друге и логично предположить, что стереотипы о России, встречающиеся в статьях британских СМИ, берут свое начало в далеком прошлом и находят отражение в произведениях английской литературы разных времен. Это и стереотип о русской зиме, о душе, о религиозности русского народа, о повиновении и готовности к бунту, о бедности и расточительности, о лживости и прямоте русского человека (Соколов, 2009: 40).

Конечно, присутствуют в структуре образа России начала годов и стереотипы, развившиеся во времена «холодной войны», в первую очередь, стереотип о всесии КГБ. Этот стереотип, который в представлении западного англоязычного общественного мнения, как отмечает З. А. Ужегова, отошел на второй план в середине 1990-х годов, продолжая существовать как «подводное течение», в статьях английских СМИ начала 1990-х годов проявляется все еще достаточно часто, в основном, конечно, в контексте описания советского времени (Ужегова, 2012: 34).

Одна из основных характеристик России в статьях британских СМИ связана с такими лексическими единицами как *frost, cold, winter, snow*. На протяжении многих веков именно эта характеристика была главной в описании России английскими и не только английскими авторами. Понятие «холода» является одним из центральных компонентов в структуре образа России.

В английских газетах встречаются характеристики России, знакомые еще со времен первых описаний Руси в английской литературе, такие как

long Siberian winter nights, heavy frost и т. д. Причем холодно в России не только зимой, но и, по крайней мере, осенью и весной.

Русская зима ассоциируется в британском общественном сознании исключительно с негативными переживаниями, о чем свидетельствует подавляющее большинство негативно-окрашенных лексических единиц в описаниях этого явления. Русская зима в представлении английских СМИ – источник проблем. Конец же зимы связывается с надеждой на разрешение этих проблем. Все эти особенности образа русской зимы в общественном мнении британцев отражают многовековое представление англичан о зимней и заснеженной далекой Руси, Московии и России. Стереотип о русской зиме – яркий пример устойчивого стереотипа, который необходимо учитывать при анализе и построении межкультурного диалога (Бондаренко, 2014: 206).

Россия издавна рассматривалась представителями Запада как потенциальная угроза. Этот стереотип нашел свое отражение и в материалах британских печатных СМИ начала 1990-х годов, тем самым продемонстрировав устойчивость и важное место образа России в британском общественном сознании. Очень отчетливо он обозначен в статьях начала 1991 года, времени, когда неясность в дальнейшем пути развития страны, тогда еще СССР, вызывала наибольшие опасения со стороны представителей британского общества (Володина, 2003: 23).

В дальнейшем, после распада СССР и перехода России на новый путь политического и экономического развития, эти опасения уменьшились, поскольку Россия теперь рассматривалась как партнер, а не враг. Однако стереотип не был искоренен окончательно и до сих пор живет в британском общественном сознании.

О русских как о смиренных и рабски покорных власти людях отзывались еще английские путешественники, посещавшие Московию в XVI-XVII веках (Громыко 2008, 96). В начале 1990-х годов стереотип о рабстве русского народа трансформировался в представление о русских как о терпеливых людях, готовых молча снести все трудности. Читатель

британских газет начала 1990-х годов видит, что именно в такие тяжелые времена перемен в полной мере проявляется необходимость для русского человека в сильной, авторитарной власти.

Однако для английского общественного сознания характерно и представление о русских как о людях, готовых к бунту против власти. Люди, отчаянные из-за бедности и нескончаемых обещаний политиков о лучшей жизни, дали повод в начале 1990-х годов проявиться данному стереотипу.

Сочетание в русских людях покорности и готовности к бунту всегда отмечалось английским общественным сознанием и, неудивительно, что в период начала 1990-х годов этот стереотип становится одной из основных особенностей восприятия русских глазами британцев (Казнина, 1997: 416).

Еще одной особенностью восприятия англичанами России всегда было подчеркивание контраста между бедностью простого населения и богатством элиты, а также чрезмерностью всей страны в расточительности. Такой способ описания российской действительности, берущий свое начало еще в записках английских путешественников XVI века, присущ и публикациям британских СМИ (Медведева, 1996: 75).

Стереотип об удивительном сочетании в России тотальной бедности населения и богатством элиты общества, трансформируясь, прошел сквозь века и нашел свое отражение в процессе формирования образа «новой» России. Если в XVI веке нищета крестьян контрастировала в записках английских путешественников с роскошью царского двора, то в начале 1990-х годов бедность большей части населения противопоставляется в текстах британских средств массовой информации с богатством новых русских миллионеров, заработавших состояния на волне реформ (Михальская, 2003: 131).

При этом расточительность, отмечаемая англичанами также еще в XVI веке, по мнению англичан начала 1990-х годов, присуща всему российскому обществу и стране в целом и объясняется огромными природными запасами

России, которые достаются настолько легко, что их можно не экономить (Соколов, 2009: 38-40).

В образе России и россиян, формирующемся в текстах британских СМИ присутствуют и черты, характерные для того образа Московии в описаниях английских путешественников XVI-XVII веков, который Михальская Н.П. обобщающее называла «образом дикаря». Он основан на противопоставлении ценностей общества наблюдателя, которое он считает цивилизованным, и ценностей и качеств общества незнакомой страны, которая в глазах наблюдателя выглядит нецивилизованной.

Противопоставление двух обществ в статьях британских СМИ начала 1990-х годов основано, прежде всего, на том, что Россия снова, как и четыре столетия назад, открылась английскому общественному сознанию с новой стороны. После падения «железного занавеса» жителям России открылись многие продукты Западной культуры, которые прежде были недоступны жителям Советского Союза, и британские СМИ начала 1990-х годов часто описывали, как новые явления воспринимались в российском обществе, при этом описание российского общества в британских статьях напоминало описание нецивилизованного общества при встрече с представителями цивилизации.

Стереотипы британцев о русских во многом сохранились на протяжении веков. В чертах характера русских в описании британским журналистов можно узнать черты характера, описанные еще английскими путешественниками в XVI-XVII веках. Как видно из проведенного анализа, в целом, они сводятся к представлениям цивилизованного общества о «нецивилизованном» (Михальская, 2003: 131).

Корреспонденты английских газет начала 1990-х годов описывают меняющуюся политическую и экономическую систему в России. Они также рассуждают на тему опасности, которую может представлять Россия на международной арене, освещая мировые события. С не меньшим интересом пишут журналисты и о быте простых россиян, о трудностях, с которыми им

пришлось столкнуться в тяжелое время перемен. В начале 1990-х годов, английские журналисты стали одними из первых, кто показал широкой английской аудитории новую страну, заново открытую после падения «железного занавеса».

Иностранцы во все времена в первую очередь отмечали огромные размеры России, что не удивительно, учитывая соотношение размера территории и численности населения страны.

В статьях британских СМИ начала одним из главных определений России долгое время является прилагательное *wide*, а также *big*, *large*, обычно в превосходной степени. Указания на размеры территорий используются журналистами для того, чтобы создать яркий образ, иногда чтобы противопоставить огромный размер государства низкому уровню жизни его граждан или чтобы показать трудность управления такими территориями.

История России в статьях британских СМИ представляется поделенной на две части: история России до 1917 года и после 1917. Россия до Великой Октябрьской революции называется авторами статей *royal Russia*, а в период после революции – *communist Russia*. Примечательно, что оба этих периода воспринимаются как имеющие много общего, несмотря на разницу в продолжительности и особенностях развития государства.

Итак, образ российской истории в общественном сознании англичан является очень упрощенным. История России сводилась к двум этапам развития, дореволюционному и советскому, которые оба характеризовались авторитарной моделью управления.

Россия в начале 1990-х годов начинала новый этап своего развития после распада СССР, сменив политический и экономический курс в пользу демократии и рыночных отношений, и британское общественное мнение поддерживало смену политического курса в России. Однако, демократия в России характеризовалась британскими СМИ как *new, noisy, fragile, young, having no roots, just appeared, fledgling, vulnerable*.

Тем не менее, Россию начала 1990-х годов британские журналисты называют в противовес Советскому Союзу не иначе как *democratic Russia*. Советский период Российской истории называется *undemocratic Soviet era*, а 1980-е годы, последнее десятилетие существования СССР - *semidemocratic Soviet period*.

Таким образом, видно, что российская демократия начала 1990-х годов воспринималась в Англии неоднозначно. С одной стороны она представлялась как позитивное политическое явление, особенно в сравнении с «недемократическим» советским периодом, которое нуждается в поддержке. С другой стороны, демократия в России воспринималась как еще не достигнутая цель. Россия, в представлении британцев, была еще не готова к демократическому развитию, из-за чего процессы, происходившие в стране в начале 1990-х годов, часто сопровождались негативными явлениями в экономике, культуре и повседневной жизни жителей страны.

Что касается образа жителей России после перестройки, британские журналисты продолжили подчеркивать разрыв между бедным большинством населения, и богатым меньшинством, которое продолжает богатеть в новых политических и экономических условиях (Соколов, 2009: 38-41).

Изменения в политической и экономической системах российского государства оказали влияние и на культурное развитие населения страны, а именно на особенности развития массовой культуры, основанные на культурных ориентирах нового общества. Эти изменения достаточно четко фиксировались британскими СМИ.

Образ среднестатистических жителей России в тот период в общественном сознании Великобритании сводится к бедному, угрюмому, человеку, который не видит смысла в экономических преобразованиях, происходящих в его стране. Помимо этого, основными чертами образа русского человека в статьях британских СМИ начала 1990-х годов выступают жестокость, подозрительность и недружелюбие, пристрастие к водке и готовность ради нее на многое. Данный стереотип прочно укрепился

не только в сознании британцев, но и западного общества в целом (Хабибулина, 2010: 206).

Таким образом, в ходе истории посредством литературы и позднее СМИ в сознании британцев был сформирован ряд стереотипов о России, который и по сей день находит отражение в процессе межкультурной коммуникации России и Великобритании, и накладывает отпечаток на интерпретацию британскими журналистами тех или иных событий.

1.5. Репрезентативные особенности языка современных СМИ

Для достижения максимального воздействия на целевую аудиторию в текстах СМИ активно используются изобразительные средства языка. Одним из наиболее распространенных средств выражения оценки в медиатекстах является *метафора*. Исследователи отмечают, что ассоциативно-образные связи слов, формирующие особую метафорическую двуплановость высказывания и придающие ему экспрессивность, используются для реализации коммуникативно-прагматической ориентации индивида, для передачи собственного эмоционального отношения к явлению действительности, для его оценки. В текстах СМИ метафора в первую очередь выполняет воздействующую и оценочную функции. В основе оценочной метафоры лежат стереотипы мировосприятия, характерные для представителей конкретной ментальности.

Экспрессивно-оценочная метафора, способствуя реализации главной функции публицистического стиля - воздействующей - может рассматриваться как одна специфических черт указанного стиля. Динамический характер публицистики способствует тому, что неактуальные метафоры выходят из употребления, в то же время создаются и входят в активный обиход новые, отражающие текущие общественные процессы.

Большая часть метафор в медиатекстах воспринимается как словесные формулы, частотность их использования привела к тому, что метафоричность выражения перестала восприниматься носителями языка (Склерявская, 2003: 150).

Для современных медиатекстов характерно наличие *аллюзивных репрезентантов*, содержащих намеки на известные обстоятельства или тексты. Высказывания, включающие аллюзию, помимо буквального смысла имеют второй план, заставляющий слушателя обратиться к тем или иным воспоминаниям, ощущениям, ассоциациям.

Наблюдается тесное содержательное сходство между аллюзией и *прецедентными феноменами*, на основе которых она строится.

Прецедентные феномены – феномены, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и окружению данной личности, включая предшественников и современников, и, наконец, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности. К таковым относятся: прецедентные тексты, прецедентные высказывания, прецедентные имена, прецедентные ситуации.

Выделяют следующие функции прецедентных феноменов, используемых в СМИ: *номинативная* — вводящая прецедентный текст, указывающая на какое-то характерное свойство, типичную примету; *референтная* — воздействующая эстетически и этически; *функция цитирования* — отсылка на авторитетный источник, усиливающая авторскую аргументацию (Володина, 2003: 23).

Прецедентные феномены могут задать новую смысловую перспективу при включении в состав тропа или стилистического оборота. В таком случае ссылка, содержащаяся в прецедентном феномене, становится более выразительной. Нередко конструкцией, вводящей интертекстуальную отсылку, оказывается сравнение. В сравнениях чаще всего выступают прецедентные имена, которые служат концентрированным «сгустком»

сюжета текста или указывают на некоторую эталонную совокупность определенных качеств, а также прецедентные тексты и ситуации, тесно с ними связанные (Фатеева, 2007: 150).

Поскольку в образах особую важность имеет эмоционально-оценочная составляющая, в качестве репрезентативных средств журналисты зачастую используют *фразеологические обороты*, характеризующиеся метафоричностью, экспрессивностью, эмоциональностью.

Под фразеологизмом понимается устойчивое выражение с самостоятельным значением, близким к идиоматическому. В публицистике фразеологизмы зачастую употребляются в их обычной языковой форме с присущим им значением. Введение в текст фразеологизмов, как правило, обусловлено стремлением журналистов усилить экспрессивную окраску речи.

Фразеологизмы, сознательно употребляемые автором в несвойственном им значении, можно назвать семантическими неологизмами во фразеологии (Федоров, 1971: 87).

С целью актуализации фразеологизмов журналисты придают им необычную форму. Видоизменения фразеологизмов могут выражаться в сокращении или расширении их состава.

Основой современной медиалингвистики является принцип антропоцентризма, в соответствии с которым в фокусе исследователей все чаще оказывается активный субъект речи и связанные с ним антропоцентрические категории.

Одной из таких категорий является *оценка*, в структуре которой субъективное и объективное находятся в сложном взаимодействии. Как лингвистическая категория оценка представляет собой «объективно-субъективное или субъективно-объективное отношение человека к объекту, выраженное языковыми средствами эксплицитно или имплицитно» (Вольф, 2002: 280).

Таким образом, существует множество различных способов выражения оценки в языке на разных уровнях. Оценка может быть выражена интонационно, графически, с помощью словообразования, лексически и синтаксически.

Выводы по ГЛАВЕ I

В результате рассмотрения теоретических основ современного медиадискурса, его языковой специфики, а также изучения исторически сложившихся стереотипов о России в Британии и их роли в формировании образа государства, нами был сделан ряд выводов.

Язык СМИ стал объектом изучения относительно нового раздела языкознания – медиалингвистики, возникновение и развитие которой было обусловлено возросшим влиянием масс-медиа, где, в свою очередь, главным фактором передачи информации стал медиатекст, обладающий своими особенностями и отличный от традиционного текста.

При изучении специфики языка СМИ, были выявлены его основные характеристики, такие как: большое количество политических и экономических терминов, нейтральность лексики, сокращения (чаще всего аббревиатуры), устойчивые выражения, употребление эвфемизмов, неологизмов, интернациональных слов и т.д. При этом основными репрезентативными средствами выступают метафоры, аллюзии, прецедентные феномены, фразеологизмы, оценочная лексика.

В ходе анализа литературы было также выяснено, что для языка масс-медиа характерно наличие экспрессивных и оценочных коннотаций, несмотря на специфику журналистской деятельности, предполагающей нейтральное изложение событий и фактов. Рассмотрение взглядов исследователей и ученых из различных областей науки на понятие «*образ государства*» показало, что на сегодняшний день его единого определения не существует, оно по-разному трактуется в зависимости от целей и задач проводимого исследования.

Проанализировав понятия, тесно связанные с образом государства (*образ, медиа-образ, «Я»-образ, стереотип*), мы дали следующее определение образа государства - представление о стране, характерное для

культуры этой или другой страны, состоящее из компонентов, типичных в данный конкретный исторический период, и иррациональных компонентов, устойчивых на протяжении длительного исторического периода.

Для перехода к практической части исследования были изучены исторически сложившиеся стереотипы о России в сознании британцев, поскольку они способны стать причиной необъективного представления российской реальности; а также, при восприятии реципиентом британских медиа текстов, накладывать отпечаток даже на нейтрально изложенную информацию.

Анализ источников по данной тематике показал, что к числу основных стереотипов о России в сознании британцев относятся: авторитарность правителей; некоторая степень нецивилизованности, неотесанности российского общества; пристрастия русских к водке и суровый российский климат.

Опираясь на теоретические основы, в следующей главе нами будут рассмотрены основные репрезентанты образа России в современных британских СМИ; исследованы языковые средства, формирующие основополагающие компоненты медиа-образа России Британией, а также сопоставление их с языковыми средствами, используемыми наиболее авторитетными российскими англоязычными СМИ.

ГЛАВА II Анализ британских СМИ на предмет языковых средств, формирующих образ России

2.1. Средства репрезентации образа России в современных британских СМИ

На сегодняшний день язык СМИ играет большую роль в формировании картины окружающего мира реципиента, поскольку мы вынуждены строить свое знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях, которые в силу своей природы идеологичны и культуроспецифичны (Добросклонская, 2008: 30).

Формирование в сознании реципиента образа государства осуществляется медиаресурсами по средствам лексических и фразеологических репрезентантов. Анализ публикаций современных британских СМИ показал, что основными средствами репрезентации образа России являются:

- а) оценочная лексика;
- б) метафоры;
- в) прецедентные имена.

При анализе оценочной лексики мы использовали классификацию Н.Д. Арутюновой.

В британском медиа дискурсе редко встречаются слова, содержащие общеоценочные значения (*good, bad* и т.д.), авторы статей стараются избегать прямых оценок. Это объясняется спецификой журналистской деятельности, результаты которой должны не отражать субъективную оценку происходящего автором, а лишь информировать реципиента о тех или иных событиях.

Среди слов с частнооценочными значениями преимущественно встречаются примеры с этической оценкой. В основном лексемы показывают агрессивность, враждебность России по отношению к другим государствам, грубость политиков России и их политических действий, а также жестокое отношение к собственным гражданам: *aggressive steps, provocative, dirty tricks, aggressively asserting his country's strength, sharp policy* и т.д.

В материалах британской прессы встречаются также слова с другими видами оценки (нормативной, психологической, телеологической), однако эти примеры не столь частотны. Большая часть слов с аксиологической семантикой выражает не положительную, а отрицательную оценку.

Другим средством репрезентации имиджа России являются метафоры. Их частотное употребление объясняется тем, что язык метафорических образов не требует от человека специальной когнитивной подготовки для его создания и интерпретации (Склерявская: 2003, 150).

Мы выделили несколько метафорических сфер-источников, чаще всего используемых британскими СМИ в качестве репрезентантов образа России, такие как: «война», «болезнь» и «животное».

Милитарная (военная) метафора характеризуется высокой частотностью и продуктивностью, что объясняется текущей внешнеполитической ситуацией, свидетельствующей о наличии некоторых признаков «холодной войны» и сопровождающейся сменой тональности текстов британских СМИ.

Согласно картине мира, конструируемой британскими журналистами, Россия следует стратегии президента страны В. В. Путина (*Putin's strategy*), ведёт борьбу (*struggle*) против врагов (*enemies*), роль которых отводится странам Запада, бывшим республикам СССР и/или странам Восточной Европы.

Также в качестве враждебных, чуждых России используются понятия *freedom* и *democracy*. Россия представляется как субъект международных отношений, демонстрирующий крайне агрессивную тактику поведения

(*extremely aggressive tactics*). В сознании реципиента формируется представление о президенте России как о личности враждебной личности (*hostile*), чья цель заключается в поддержании постоянного конфликта (*be in conflict*), атаке (*hit out*) и уничтожении (*destory*) оппонентов. Такая логика подразумевает необходимость жесткого ответа со стороны Запада (*tough response*).

(1) *Last week, Putin hit out at the US during a meeting of the Valdai Club in Sochi, his annual PR forum.* (The Guardian, October 2014).

(2) *Donald Tusk described Putin's strategy as directly hostile and requiring a tough response. Simply to have enemies, to be stronger than them, to destroy them and to be in conflict.* (The Guardian, October 2014).

Вместе с тем в некоторых контекстах военные метафоры не формируют однозначно негативного образа России.

(3) *If yesterday was Black Tuesday, then today was Russia's Fightback Wednesday.* (The Guardian, January 2015).

(4) *Who's the true enemy of internet freedom — China, Russia, or the US?* (The Guardian, January 2015).

В примерах (3-4) речь идет о действиях России, как об ответе на агрессивное поведение со стороны иных субъектов международных отношений.

Сфера-источник «война» является одной из самых употребляемых при создании метафорического образа России британскими СМИ, особенно в последние годы, когда Россия и западные страны «расходятся во мнениях», что служит толчком к использованию британскими СМИ метафор, формирующих в сознании читателей образ преимущественно агрессивной и опасной для Запада России.

Помимо военной метафоры для концептуализации России журналисты британских СМИ используют метафоры, связанные с болезнями и способами их устранения.

Так, в статье издания The Guardian от 5 февраля 2016 года с заголовком: *“Pope Francis and Russian Orthodox patriarch to hold historic meeting”* журналист использует оборот *never-healing wound* (неисцеляемая рана), говоря о трагической ситуации, происходящей между странами.

(5) *It will be the first time a pope has met a Russian patriarch and shows a significant warming of relations between the two churches since they split almost 1,000 years ago... The metropolitan said it was necessary to sweep differences aside, although added there was a “never-healing” wound in alleged “anti-Russian” slogans attributed to the Ukrainian Greek Catholic church (The Guardian, February 2016).*

Описывая состояние российской экономики британские СМИ также используют метафоры сферы-источника «болезнь» и употребляют следующие выражения: *structural weakness, hurting itself, suffering, troubling*.

(6) *Russia faces two years of recession as the sharp fall in oil prices adds to the problems of an economy beset by structural weakness, the European Bank for Reconstruction and Development has warned. (The Guardian, May 2015).*

(7) *Opec, the oil cartel, believed it could help production. Instead, it ended up hurting itself as well as the Russian rouble (The Guardian, May 2015).*

(8) *Russia’s energy-reliant economy shrank by 3.7% in 2015 and is set to continue suffering this year (The Guardian, May 2015).*

(9) *In September, the World Bank warned against a “troubling” increase in poverty in Russia resulting from a sharp drop in the income of the most vulnerable social groups including pensioners (The Guardian, May 2015).*

(10) *Russia has spent the past nine months fighting an economic war...to take the risk on the grounds that Russia would suffer much more pain (The Guardian, May 2015).*

В случаях использования метафорических моделей со сферой-источником «болезнь» страна представляется в качестве больного организма, который «страдает, испытывает слабость», которого «беспокоит» что-либо.

В современных британских СМИ также широко используется зооморфная метафора. Наиболее частотной в употреблении является метафора *Россия – медведь*.

(11) *Angela Merkel has faced down the Russian bear in the battle for Europe.*

In 2014, the battle for Europe's future has been fought between two leaders: Russian president Vladimir Putin and German chancellor Angela Merkel. The contrast between them could not be sharper. There the Russian man: macho, militarist, practitioner of the Soviet-style big lie (Russian soldiers in Crimea? What soldiers?), a resentful postimperial nationalist who in a recent press conference compared Russia to an embattled bear (The Guardian, December 2014).

(12) *Nigel Farage intensified his attack on the EU's "vanity" foreign policy on Thursday as he accused Brussels of poking the "Russian bear with a stick" over Ukraine and of deepening the Syrian civil war by giving false hope to forces hoping to topple the Assad regime (The Guardian, December 2014).*

В публикации от 20 октября 2014 года и от 22 января 2016 года президента России также сравнивают с медведем и называют российских людей *angry, mighty*, что соответствует качествам «русского медведя».

(13) *The Russian leader compared his country to a bear who will "not ask ... One of these angry men is necessarily more amenable than the other (The Guardian, October 2014).*

(14) *Genius Putin reclaims the seas for the mighty Russian people (The Guardian, January 2016).*

Стоит отметить, что понятийная сфера «медведь», включающая как его образ, внешний вид, так и его физические качества, создаёт метафорический образ России как могущественной большой страны с сильными, волевыми, при этом агрессивными людьми.

Иными, не столь частотными метафорическими сферами-источниками, формирующими образ России в британских СМИ, являются:

- «*театр*» (*theatre, scenario, director, play, performance*);

- «человеческий организм» (*hand, muscles, spine*);
- «царская власть» (*tsar, Chaliph, prince, successor*);
- «физические явления» (*tension, pression*);
- «потусторонний мир, необъяснимые явления» (*demons, miracle, magic*).

В целом, метафоры, используемые в британском медиа дискурсе, формируют представление о России как о стране агрессоре, подавляющей своих соседей и провоцирующей конфликты в международном сообществе, при этом настоящие причины всех этих конфликтов российские власти пытаются скрыть, превращая свою политику в своеобразный театр. Однако, этот агрессор внутренне достаточно слаб, поскольку поражен различными серьезными «болезнями» в общественной жизни, сферах политики, экономики, образования.

На сегодняшний день отмечается тенденция к интеллектуализации материалов СМИ, то есть использование журналистами средств не прямой коммуникации, в качестве отличительной особенности которой можно выделить возможность множественной интерпретации, осложненную мыслительную деятельность адресата речи. Одним из сигналов этого служат прецедентные феномены, и подобные им единицы, поскольку они создают «вертикальный текст», усложняя содержание публикации.

В качестве основных функций прецедентных феноменов исследователи выделяют:

- экспрессивную;
- оценочную;
- интертекстуальную;
- прагматическую (Солганик, 2001: 252).

Это объясняет частое использование прецедентных имен в британском медиа дискурсе, одной из основных функций которых является функция воздействия.

К прецедентному имени относится «индивидуальное имя», связанное с

широко известным текстом, относящимся к числу прецедентных, или с ситуацией, широко известной носителям языка, и выступающей как прецедентная; имя-символ, указывающее на некоторую эталонную совокупность определенных качеств.

В британских масс-медиа широко распространено использование прецедентных имен политических лидеров для обозначения в переносном значении других государственных деятелей, которые в той или иной степени похожи на носителей соответствующего антропонима.

Такой прием дает возможность провести параллель между деятельностью, взглядами, поступками, методами управления государством или личными качествами политических деятелей, а также выразить отношение автора и оказать эмоциональное воздействие на реципиента (Бондаренко: 2014, 206).

Следует разграничивать денотативное (в первичном значении) и коннотативное (в метафорическом значении) использование прецедентных имен. При коннотативном употреблении имени имеется в виду уже не сама известная личность, но иной человек, в чем-то похожий на нее.

Как показал анализ британских СМИ, в статьях о России нередко используются прецедентные имена.

Имя Гитлера, имеющее устойчивую негативную аксиологическую характеристику.

(15) *David Cameron has told European leaders that the west risks making similar mistakes in appeasing Vladimir Putin over Ukraine as Britain and France did with Adolf Hitler in the run-up to the second world war. Cameron likened the west's dilemma with Putin to the infamous conduct of the British prime minister, Neville Chamberlain, with Hitler in Munich in 1938, when Anglo-French appeasement encouraged the Nazi leader to invade Poland the following year, sparking the second world war* (The Guardian, September 2014).

(16) *According to reports, Senator John McCain compared her initiative to the 1938 Munich agreement between Neville Chamberlain and Adolf Hitler.*

“History shows us that dictators will always take more if you let them,” McCain was quoted as saying in Munich. “They will not be dissuaded from their brutal behavior when you fly to meet them to Moscow – just as leaders once flew to this city (The Guardian, February 2015).

В примерах (15-16) мы видим денотативное использование имени Адольфа Гитлера. В обеих статьях авторы эксплицитно сравнивают В.В. Путина с данным политическим деятелем. Глава российского государства и Россия в целом включаются в контекст широко известной прецедентной ситуации накануне Второй мировой войны, а именно агрессии Гитлеровской Германии по отношению к соседним государствам. Эта модель переносится на отношения России и Украины, в которых России отводится роль агрессора.

В примере (16) дополнительно к установлению параллелей между политикой России и Гитлеровской Германии также актуализируется признак неограниченной власти посредством использования слова *dictator* в качестве альтернативной номинации. Таким образом, моделируется негативный образ страны.

(17) *But rather than actually explain how Merkel or other critics might be wrong, conservatives like the Wall Street Journal’s Brett Stephens instead have moved straight to comparing Vladimir Putin to the second-coming of Hitler, suggesting that Russia is somehow just a hair’s breadth away from invading all of Europe in order to justify shipping in US weapons. After all, how could this week’s Hitler possibly be stopped any other way? (The Guardian, February 2015).*

Автор статьи приводит взгляды консерваторов, сравнивающих действия президента России со вторым приходом Гитлера, указывая на распространенные обвинения России в агрессии в Европе. Далее, мы видим коннотативное использование имени Гитлера. Задавая риторический вопрос: *“After all, how could this week’s Hitler possibly be stopped any other way”?*, автор имеет в виду действия В.В. Путина, которым приписываются

характеристики, свойственные гитлеровской агрессии по отношению к соседствующим странам.

Другим часто используемым прецедентным именем является имя Иосифа Сталина.

(18) *Russian president Vladimir Putin has the potential to be as bad as Stalin* (The Guardian, September 2014).

(19) *Stalin's policies pushed the world into the cold war. Putin has the potential to be equally as dangerous* (The Guardian, September 2014).

Проведение параллелей со Сталиным несет негативную оценку, о чем свидетельствуют сравнительные обороты *as bad as Stalin, the potential to be equally as dangerous*. Упоминание прецедентной ситуации холодной войны, связанной с острым политическим противостоянием, международной напряженностью, гонкой вооружений, также призвано подчеркнуть негативный характер современного политического курса страны.

Еще одним прецедентным именем, используемым в последние годы британскими масс-медиа, является имя бывшего президента Республики Сербии и Союзной Республики Югославии Слободана Милошевича, имя которого тесно связано с этническими конфликтами и гражданскими войнами в Югославии, а также обвинениями в военных преступлениях, выдвинутых ООН и НАТО.

(20) *Vladimir Putin is the Slobodan Milošević of the former Soviet Union: as bad, but bigger. Behind a smokescreen of lies he has renewed his drive to carve out a puppet para-state in eastern Ukraine* (The Guardian, February 2015).

В данном примере используется коннотативное значение имени Слободана Милошевича. Отрицательная аксиологическая характеристика подкрепляется сравнением *as bad, but bigger* и метафорическими описаниями, негативные эмоционально-оценочные оттенки значения (*a smokescreen of lies, drive to carve out a puppet para-state*).

(21) *Like Milošević, Putin is prepared to use every instrument at his disposal, with no holds barred. In his war against the west he has deployed heavy*

military equipment, energy-supply blackmail, cyber-attack, propaganda by sophisticated, well-funded broadcasters, covert operations and agents of influence in EU capitals – oh yes, and Russian bombers nosing up the English Channel with their transponders off, potentially endangering civilian flights (The Guardian, February 2015).

В данном фрагменте прецедентное имя вводится при помощи сравнения. В.В. Путину приписываются отрицательные качества Милошевича. Последующее предложение, описывающее действия главы государства и содержащее выражения с негативной коннотацией (*energy-supply blackmail, propaganda by sophisticated, well-funded broadcasters*), призвано подкрепить отрицательную оценку.

(22) *Diplomacy always need to be backed by something, and on the face of it, supplying munitions might seem like the obvious threat to use. All else has failed to stop Mr Putin and his allies on the ground, so it may take guns and anti-tank missiles to do so. In 1995, western military support to Slobodan Milošević's adversaries in Bosnia helped force the Serbian dictator into peace talks* (The Guardian, February 2015).

В примере (22) имя Слободана Милошевича используется денотативно. Автор доказывает выдвигаемый тезис “*Diplomacy always need to be backed by something*”, приводя исторический пример борьбы Европы с сербским политическим деятелем Слободаном Милошевичем. При этом приписываемая ему отрицательная аксиологическая оценка подкреплена альтернативной номинацией *the Serbian dictator*. Автор предлагает использовать схожие методы в вопросе противодействия В.В. Путину, тем самым проводя аналогию между этими двумя политическими фигурами и способствуя созданию негативного образа главы российского государства у читателя.

Таким образом, использование вышеперечисленных прецедентных имен как средств репрезентации образа России, позволяет актуализировать в

сознании читателя такие характеристики, как авторитарность и жесткий режим правления, неограниченная власть, агрессия.

2.2 Основные компоненты образа России в современных медиа ресурсах Великобритании

На сегодняшний день не существует единого подхода к определению структуры образа государства. Исследователями выделяются различные структурные компоненты образа в зависимости от направления и целей исследований (Ужегова, 2012: 65). Россия, как одна из ведущих геополитических сил мира, традиционно представляла огромный интерес для Британии. В нашей работе мы рассмотрели такие компоненты, как: образ главы государства, образ российской культуры; географический образ, образ внутренней политики, образ жителей России.

2.2.1. Образ главы государства

Особое внимание всегда вызывали лидеры Российского государства, поскольку имидж страны – это не только ее культура и традиции, но и лицо, представляющее ее на мировой арене. Средства массовой информации, с одной стороны, отражают образ, создаваемый самим лидером и его имиджмейкерами, а с другой стороны сами формируют этот образ, иногда спонтанно, а, как правило, целенаправленно (Потемкина, 2006: 98).

В представлении образа В.В. Путина британскими СМИ прослеживается связь с исторически сложившимися стереотипами об авторитарности российской власти. Одна из самых популярных доминант в

британском медиадискурсе – Путин-диктатор. Так, в заголовке статьи издательства *The Guardian* президента называют *Big Brother*, проводя аналогию с персонажем романа-антиутопии «1984» Джорджа Оруэлла (*The Guardian*, June 2016). Имя *Большого Брата*, описанного в произведении как единоличного лидера партии, впоследствии стало нарицательным и ныне употребляется для обозначения общественного уклада, напоминающего описанный в романе тоталитарный режим (Фромм, 1995: 64).

При этом в британской прессе на сегодняшний день широко распространено явление словообразования от фамилии *Путин*. К примеру, в материалах BBC нередко используется глагол *to Putinise*. В статьях издания *The Guardian* также встречается термин *Putinisation*. При помощи суффикса фамилия политического деятеля трансформирована в название самостоятельного явления, которое приобрело негативное значение пропаганды и навязывания интересов лидера российского государства, что также формирует имидж авторитарного правителя.

Как правило, британские журналисты не называют президента России диктатором открыто, данную оценку принято вкладывать в уста третьих лиц («экспертов»), либо делать это суггестивными методами, используя ассоциативность человеческого мышления при помощи метафор, аллюзий, перифраз и сравнений.

В статье *The Guardian*, посвященной 15-летнему правлению В.В. Путина, журналистами дается оценка личности президента и значимости проведенных им преобразований. Описывая направления деятельности главы государства, один из подзаголовков журналисты называют *Cult of personality* (*The Guardian*, May 2015). Данное словосочетание в сознании ассоциируется с другим государственным деятелем, Иосифом Сталиным, - именно формирование его культа личности стало одним из элементов авторитарного политического режима СССР 1930-х годов.

Еще одна распространенная доминанта в британском медиа дискурсе – Путин-завоеватель. Ее трудно назвать объективной, поскольку она создается

при помощи экспрессивных средств и имеет цель дискредитировать президента России в глазах целевой аудитории.

Политическая деятельность российского президента В.В. Путина зачастую преподносится британскими СМИ как «враждебная» и «агрессивная», такой образ создается по средствам негативно окрашенной лексики. Хотя зачастую на первый взгляд может показаться, что лексика, используемая в статьях, лишь информирует читателя о деятельности президента. Однако рассматривается эта деятельность в определенном контексте, где используются топонимы *Chechnya, Syria* (вызывающие на западе ассоциации с терроризмом, военными действиями), а также слова с негативной окраской: *threat, intervention, Putin`s regime*.

Один из заголовков являет собой цитату «эксперта» Джорджа Сороса: *“Putin is a bigger threat to Europe's existence than Isis”* (The Guardian, February 2016). *Putin is a bigger threat to Europe's existence than Isis. George Soros*). Сравнение российского президента с террористической организацией оказывает соответствующее влияние на реципиента, формируя восприятие деятельности В.В.Путина британцами, как потенциальной угрозы, опасности.

В другой публикации в отношении российского президента используется словосочетание *shrugs off criticism of Syria* (The Guardian, April 2017). Глагольный репрезентант «отмахнулся» отражает своеобразие В.В.Путина и свидетельствует о расхождении его позиции с позицией Запада.

Также популярна доминанта Путин – монарх.

(23) *Putin is part of a continuum that stretches back to the tsars.*

(24) *Russia does not have a government; it has a prince, and a court riven by factions trying to win access to the resources they crave* (The Guardian, April 2017).

В примерах (23-24) при помощи сравнения В. В. Путина с князем, а российского правительства с двором, раздираемым интригами, жаждущим

захватить богатства страны, автор статьи подводит читателей к мысли о беспределе, вседозволенности и сомнительных, противоправных действиях главы государства внутри страны.

Также как и при формировании образа Путина-диктатора, при описании и характеристике его как монарха используется такой стилистический прием, как аллюзия на известные исторические личности. Такая риторическая фигура отсылает реципиентов к каким-либо историческим событиям, вызывая у них ассоциации, создающие второй план. Эта особенность используется прессой с целью создания и закрепления определенного образа в сознании читателей (Володина, 2003: 23).

Ярким примером является следующая характеристика В. В. Путина: *Vlad "the impaler" Putin* (Влад «кол» Путин) (The Guardian, April 2014). Здесь манипуляция сознанием осуществляется посредством использования метафоры *the impaler*, что являет собой негативную характеристику российского президента. Журналистами проводится аналогия с исторической фигурой Сажатель-на-кол. Это прозвище в свое время получил трансильванский князь Влад III (1448-1476), который был историческим прототипом легендарного графа Дракулы.

Кроме того, в британских медиа ресурсах популярно использование аллюзии на известного своим кровавым режимом царя Ивана Грозного. Обращение к данному сравнению продиктовано намерением показать жестокость, злость, вседозволенность лидера государства, создавая тем самым его агрессивный образ в языковом сознании читателей (Ермоленко, 2015: 76).

Монархия как форма правления государством ассоциируется с соответствующими атрибутами власти, такими как трон, скипетр, корона и т.д. Данные артефакты выступают в роли индексов реализации власти государя. В примерах они выражены посредством субстантивных и глагольных репрезентантов, формирующих монархическую метафору.

(25) *Who Holds The Royal Scepter? Vladimir Vladimirovich Putin.*
(Weekly standard, February 2017).

(26) *He hints that he will crown himself*
(Weekly standard, February 2017).

Субстантивный репрезентант *The Royal Scepter* и глагольный репрезентант *to crown* помогают сформировать в сознании читателей образ главы государства как могущественного монарха. Корона является одним из самых узнаваемых и необходимых атрибутов монархической власти. Скипетр также является одним из главных и древнейших символов власти. В результате чего внимание реципиентов умело акцентируется на имплицитной информации.

Метафорические единицы *imperial ambitions, Russian imperialism* передают возрастающую угрозу западной общественности перед глобальным политическим влиянием России на мировой арене. Употребление глагольных репрезентантов, таких как *to oscuru* указывают на агрессивные намерения на захват соседних территорий и народов под руководством В.В.Путина.

Британскими СМИ демонстрируется и имидж главы российского государства, формируемый, по мнению журналистов, намеренно. Так в материалах BBC представлен следующий фрагмент:

(27) *The president presents himself as a strong leader who took Russia out of the economic, social and political crisis. Russian TV has at time cultivated a macho image of Mr. Putin, including - most famously - footage of him riding a horse bare-chested* (BBC, December 2016).

Аналогичный фрагмент фигурирует в издании The Guardian:

(28) *Putin has given something much more in keeping with the macho spirit of the strong Russian muzhik: a horse-riding, bare-chested, tiger-wrestling, clean living, straight-talking action man* (The Guardian, May 2015).

В обоих фрагментах используются повторяющиеся лексические единицы, такие как: *macho* и *strong*, что свидетельствует о популярности представленной версии созданного Владимиром Путиным и его

имиджмейкерами образа сильного мужественного правителя. Следует отметить использованное словосочетание *Russian muzhik*. Вместо синонимичного “*man*”, журналистами используется заимствованное “*muzhik*” для более точной передачи образа истинно русского характера. При этом лексика в обоих фрагментах используется с долей иронии и даже сарказма, что выражает скептическую оценку подобного образа В.В. Путина британцами.

В некоторых статьях британские СМИ все же представляют позитивные стороны российского лидера посредством стилистически окрашенных эпитетов с положительной коннотацией: *charismatic man, regular guy, the wise elder statesman*. Однако подобные характеристики встречаются в британских СМИ гораздо реже негативных оценок.

2.2.2. Образ российской культуры

Иначе британскими медиа ресурсами преподносится образ культуры России, которую журналисты описывают как самобытную страну с богатым культурным наследием и широко освещают ее достижения в искусстве. Лексика употребляется здесь зачастую с положительной коннотацией.

Основными стилистическими средствами формирования образа культурной России в британских масс-медиа являются эпитеты и метафоры, при помощи которых описываются российские деятели искусства, освящаются культурные события.

(29) *The Russian violinist Liana Gourdjia, also a regular chamber music player, gives a spiky, robust performance on a spirited disc. This is gutsy playing, full of power and poetry, with crisp orchestral support* (The Guardian, February 2017).

В данном фрагменте статьи The Guardian, посвященной концерту российской виолончелистки, используются эпитеты *spiky, robust, crisp*, что позволяет реципиенту представить звучание музыкальных инструментов. Имеет место оценочная лексика: *gutsy playing, full of power and poetry* дающая положительную оценку.

В материалах британских СМИ о российской культуре довольно часто употребляется лексика, раскрывающая такую понятийную область как «мощь, величие». Примером может служить *larger-than-life*. Это прилагательное встречается в статьях, посвященных балету.

(30) *...the Bolshois brand of ballet - larger-than-life dancers capable of sky-high jumps and space-devouring sweep and willing to sacrifice academic perfection to electrify their audience* (The Guardian, February 2017).

Частотное использование сравнений:

(31) *Blok was the undisputed leader of Symbolism during the Russian Enlightenment, a Mozart-like genius* (The Guardian, September 2014).

(32) *Tolstoy's fame echoed around the globe, and thousands of people held him to be their spiritual father*” (The Guardian, November 2010).

Словосочетания *around the globe* и *thousands of people* в примере (32) характеризуют Л.Н. Толстого как личность мирового масштаба. Такого же эффекта добивается автор в примере (31), сравнивая А. Блока с известным во всем мире композитором (*Mozart-like genius*).

Для характеристики деятелей искусства и культурных событий России, журналисты нередко используют превосходную степень прилагательных, что создает образ оригинальности и неповторимости русской культуры:

(33) *Marina Tsvetaeva, one of Russia's most remarkable poets of the Silver Age* (The Guardian, September 2014).

(34) *Russian dancers are the best dancers in the world.* (The Guardian, February 2017).

Устойчивым в масс-медиа Британии стало понятие «русская душа», которая, по мнению журналистов, и делает русскую культуру такой

неповторимой. В материалах британских изданий встречаются такие словосочетания, как: *great Russian soul, mystifying Russian soul, enigmatic Russian soul*.

Журналистами нередко используются лексические единицы, семантизирующие сферу «роскошь, чрезмерность»:

(35) *Russians do things luxuriously. The love for a luxurious life is deeply rooted in Russians.* (The Guardian, February 2017).

Эта роскошь, богатство, присущее русской культуре перекликается с «варварством» русских. Но если прилагательное *barbaric*, применимое к экономической и политической жизни России, имеет ярко выраженную негативную коннотацию, то в разговоре о русской культуре *barbaric* скорее выражает необычность, уникальность, особенный дух русской культуры: “*barbaric feeling which is predominant in much Russian art*” (The Guardian, February 2017).

Таким образом, формируется образ России как страны с уникальной культурой. Этот факт подтверждается анализом заголовков, в которых чаще всего используются положительные коннотации: *saving a great poet's Legacy; addicted to Russia; In Awe of Aleksandr Blok; The Joseph Brodsky in my mind*.

2.2.3. Географический образ России

Интерес для британских СМИ представляет и географический образ России. Под географическим образом понимаются устойчивые пространственные представления, которые формируются в различных сферах культуры в результате какой-либо человеческой деятельности. Они являются, как правило, компактными моделями определенного географического пространства (или географической реальности) (Михальская, 2003: 131).

Данному вопросу британские масс-медиа посвящают заметки, статьи, документальные фильмы. Анализ публикаций показал, что в британском медиапотоке наиболее часто встречаются материалы, представляющие особенности российского климата, преимущественно Сибирской части страны. Широко освящается и образ «типичного» жителя Сибири, как следствия природно-климатических условий.

В процессе описания российского климата, издание *The Independent* использует набор эпитетов и метафор: *harsh Russian winters, freezing Siberian winters, A Siberian fairy tale, the bleakest winter, difficult Russian winter, Siberian stowaway*. Таким образом, возникает определенный ассоциативный ряд при помощи таких лексических единиц, как: зима, суровая, Сибирь, заморозки, мороз.

Продолжают данный ряд и репрезентанты, фигурирующие в других изданиях:

- BBC: *swirling snowstorm, Siberian bleak sight, freezing conditions, the northern forests, harsh winters of northern Russia*.

- The Guardian: *Siberian wilderness, winter forest was a silvery fur* и т.д.

Формируя образ типичного жителя Сибири, журналисты часто описывают сибирские племена (Ханты, Манси, Ненцы, Чукчи, Коми и др.).

Сибиряки представляются британскими СМИ, как люди, далекие от цивилизации. При этом лексика, характеризующая их, зачастую обладает выраженной положительной коннотацией.

(36) *I met Sasha and Yura, two Siberian fishermen. They were archetypal Russians, very strong, very big, speaking loudly, drinking a lot, very generous people with a lot of energy, who hadn't cut their link with the wilderness. If you put those people in the city they would be like an elephant* (The Guardian, May 2013).

(37) *Life is physically difficult. It is hard to live in a forest in the cold. When you are 50 you look 70 years old. Russians are still in a state of irrationality and magical thinking, like the Middle Ages. I found that with these kind of people.*

They don't say superficial things, only wise things. They are not blah-blah-blah people, like me (The Guardian, May 2013).

(38) *I've found Siberians to be a generally straightforward and honest lot. You can learn to value the fact that they won't hesitate to tell you what they think, and you'll quickly know where you stand with them* (The Guardian, May 2015).

Подобранные эпитеты *strong, big, generous, wise, straightforward, honest* дают представление реципиенту о нередко употребляемом в британском медиадискурсе словосочетании *Siberian soul*.

А употребляемые сравнения *like an elephant, like the Middle Ages* формируют образ «другого», но, тем не менее, подразумевают не врага, а человека необычного, загадочного с непостижимой русской душой.

Условия жизни сибиряков описываются по большей части с негативной стороны.

(39) *Siberia is a tough place to live. We checked into our hotel - the Hotel Siberia - it's a tough place to live too.*

The wallpaper is peeling. There is no lift. You have to lug everything up five flights of stairs.

For a true Siberian, I suppose, that is a walk in the park, but I was quickly out of breath.

Instead of a little book, explaining what time breakfast is, or how to make calls, there is a piece of paper warning me "Never to smoke when in a drunken state", and listing everyone who has died in Omsk in recent years after ignoring that particular piece of advice (BBC, November 2013).

Журналист описывает с иронией свое пребывание в Омске. Ключевой метафорой становится *tough place to live* («суровое место для жизни»), которую он использует в отношении Сибири, а затем и в отношении своего отеля, создавая тем самым ироничный эффект.

Одним из широко освящаемых аспектов географического образа России в британской прессе является депрессивное состояние российской глубинки, ее демографическая деградация.

(40) *Life is tough and people need jobs.*

(41) *There's a farm, but they pay practically nothing.*

(42) *People are driven to alcohol by lack of opportunity and the harsh living conditions. A long-promised gas supply has not been connected, so all the households are heated with wood or coal burners, or small electric heaters”.*

(43) *Sergei Kechimov, an indigenous Khanty reindeer herder, lives in a one-room cabin with no running water more than 20 miles from the nearest village in Western Siberia” (The reindeer herder struggling to take on oil excavators in Siberia).*

(44) *Mikhail Baburin likes the quiet life. For 10 years now, he's been its only remaining resident. With only the company of domestic animals, his humble home continues to endure harsh Russian winters (The Independent, December 2016).*

Описывая жизнь людей, живущих в 20 милях от ближайшей деревни, и вовсе единственного жителя сибирского населенного пункта, журналисты формируют и образ России, как страны с обширными территориями.

Также, Россия часто упоминается в британском медиа дискурсе, как страна с большим запасом природных ресурсов, что зачастую освящается с отрицательной стороны и рассматривается в контексте экологических проблем, либо неприемлемой Российской внешней и внутренней политики, связанной с использованием природных богатств.

Так, например, в одной из статей The Guardian употребляется метафорический эпитет *Putin's fossil fuel-fed autocracy*, обладающий негативным значением и подразумевающий злоупотребление Россией располагаемыми топливными ресурсами. Здесь же приводится метафорическое высказывание: *Russia is a country that has fallen victim to the now quite well-understood “resource curse”*, где Россия названа жертвой «ресурсного проклятия» (The Guardian, April 2014).

2.2.4. Образ внутренней политики России

На сегодняшний день одним из важнейших компонентов образа России, формируемого британскими медиа ресурсами, стал образ российской внутренней политики, подвергающийся широкой критике и также как и большинство иных аспектов, основанный на принципе: «свой/чужой».

Внимание журналистов зачастую обращено на российскую законодательную власть. В статье The Guardian, посвященной принятию российской думой закона, «запрещающего гей пропаганду», (упоминается также закон «об оскорблении чувств верующих»), цитируется мнение эксперта, использующего превосходную степень сравнения прилагательного «плохой» для характеристики России, как страны, где граждане ущемлены в правах: “*current situation in Russia is the worst human rights climate in the post-Soviet era*”(The Guardian, June 2013).

Медиа изданиями Британии был широко освещен законопроект «о декриминализации домашнего насилия». Говоря о статистике и частотности данного явления в России, журналисты употребляют эпитет *epidemic* в отношении домашнего насилия, и *vulnerable* в отношении женщин в русских семьях.

Издание The Guardian употребляет в заголовке фразеологизм «давать зеленый свет» для отражения последствий принятия соответствующего закона: “*Russian lawmakers are giving domestic abusers a green light*”. Говоря о положении женщин и детей в российских семьях, автор статьи использует семы *hurt, pain, fear, violence, aggressor, abuser, victims, violence, suffer*, создающие крайне негативный ассоциативный ряд.

Для отражения ситуации журналист использует прилагательные сравнительной степени, дающие качественную оценку (плохо/хорошо): “*This new law will not make the situation dramatically worse in Russia – the situation of*

victims is so bad already, this would be difficult. But it will not make things any better”.

(45) *These changes are simply the revelation of the obvious: the authorities cannot protect the powerless and will not bother to break the vicious circle of abuse within the home.* (The Guardian, January 2017). В данном фрагменте автор использует метафору *vicious circle of abuse*, демонстрируя ситуацию неподконтрольную властям.

В заключении дается оценка данному законопроекту по средствам превосходной степени сравнения прилагательного: *this is the biggest mistake*.

Таким образом, материалы британского медиа дискурса, посвященные российскому законодательству, отсылают к недемократичности российской внутренней политики. При формировании соответствующего образа помимо экстралингвистических данных журналисты используют метафоры, фразеологизмы, оценочную лексику.

2.2.5. Образ жителей России

Тесно связанным компонентом с образом российской внутренней политики является образ жителей России, который зачастую освещается в одном контексте, где второе является следствием первого.

Одной из доминант образа жителя России является «русский – бедный». Говоря о российских гражданах и образе их жизни британские СМИ нередко употребляют устойчивые словосочетания *below the poverty, economic crises*, и приводят ряд экстралингвистических данных – статистику, свидетельствующую о низком уровне жизни россиян.

Другой распространенной доминантой является «русский – агрессор». Примером стали события 2016 года на Чемпионате Европы по футболу.

Столкновения английских и российских футбольных фанатов были преданы широкой огласке в британских качественных изданиях.

В последствии, ВВС был снят документальный фильм, посвященный российским футбольным фанатам, названный “*Russia’s Hooligan Army*” («Армия российских хулиганов»). В описании фильма, журналист приводит высказывание: “*Brutal violence has become a mark of honour and a symbol of newly resurgent Russian masculinity*” («Жестокое насилие стало признаком чести и символом вновь возрождающейся российской мужественности») (BBC, February 2017).

Данное высказывание являет собой жесткую критику, сильный эффект достигается при помощи контрастности, антонимичности сопоставляемых понятий «насилие» – значит, «честь», «мужественность». Следует отметить, что в завершении высказывания автор говорит не о футбольных фанатах, а о россиянах в целом, тем самым формируя образ «русского-агрессора» в сознании реципиента.

В статье ВВС, освящающей события Евро 2016, журналисты используют оценочную лексику: *totally unacceptable, racist behavior*.

Стереотипной является доминанта «русский – пьющий». Так, статья The Guardian получила заголовок: “*Russian men losing years to vodka*”.

(46) *Drinking is so engrained in Russian culture there's a word that describes a drinking binge that lasts several days: zanoi.* (The Guardian, January 2014).

Говоря о пьянстве в России, журналист использует эпитет *engrained* (закоренелое), а также приводит русский жаргонизм *zanoi*, определяя его как типичное для России явление – «выпивка в течение нескольких дней».

В статье приводится мнение эксперта: “*It just seems to be part of being a guy in Russia that you are expected to drink heavily*”. Употребляя устойчивое выражение *drink heavily* (беспробудно пить), как характеристику неотъемлемой части жизни русского человека, в сознании реципиента получает подтверждение стереотип о пьянстве в России.

Таким образом, отражение британскими СМИ образа российского народа тесно перекликается с исторически сложившимися иррациональными компонентами о русских в сознании британцев: низком уровне жизни, дикости, пьянстве. Образ формируется при помощи употребления устойчивых выражений, эпитетов, метафор, сем, составляющих негативные ассоциативные ряды.

2.3. Сопоставительный анализ языковых средств, формирующих образ России в российских англоязычных и британских СМИ (на материале RT и BBC)

Глобальным влиянием на сегодняшний день обладают англоязычные СМИ различных стран, включая Россию. Наиболее авторитетным англоязычным медиа ресурсом в России является канал Russia Today (RT), нацеленный на зарубежную аудиторию и представляющий альтернативный взгляд западным странам на происходящее в мире и на российскую позицию.

По данным центра маркетинговых исследований Ipsos на 2016 год каждую неделю аудитория RT составляет около 70 миллионов человек в мире. В то время как по данным британского новостного гиганта BBC, аудитория BBC World News, вещающего более чем в 200 странах мира, составляет 76 миллионов зрителей в неделю (RT, January, 2016).

Также как и британские СМИ англоязычный RT вносит весомый вклад в формирование образа России за рубежом. Мы рассмотрели и сравнили языковые средства, используемые с этой целью, в материалах британского BBC и российского англоязычного RT, поскольку образ одного и того же государства может получить контрастные репрезентации в медиа дискурсах разных стран, а тем более стран с разной политической установкой.

В BBC и RT наблюдается различие в средствах номинации нашей страны. Так, первые широко используют метонимические замены лексемы *Russia*, такие как *Moscow*, *Kremlin*, *Russians*. Россию также отождествляют с ее президентом В.В. Путиным, который олицетворяет действия всего государства. Как средство номинации RT использует в основном нейтральный вариант *Russia*, употребляя лексему *Kremlin* только по отношению к работе правительства, а *Moscow* – как топографический ориентир.

В оценке действий и позиции нашего государства, отражающейся в использовании лингвистических средств, британский и российский политические медиа дискурсы резко отличаются. Одни и те же политические события получают разные номинации и оцениваются по-разному.

Одним из наиболее ярких примеров такого события последних лет является присоединение Крыма к России.

В отношении данного факта BBC используют военные метафоры, характеризующие действия России как незаконные: *annexation*, *intervention*, *occupation* и даже *a full-blown invasion*. RT, напротив, использует лексемы с положительным оттенком, характеризующим данный процесс как волеизъявление народа Крыма и восстановление исторической справедливости: *joining*, *reunion*, *republic`s integration*, *self-determination*.

Другим примером в корне отличающегося освещения событий британским и российским каналами могут служить действия российских военнослужащих в Сирии.

Службой BBC представлены следующие заголовки на данную тему: “*Syria: Russia's continuing war*” (BBC, April 2016); “*Russia to blame for Syria deaths - Sir Michael Fallon*” (BBC, April 2017); “*Newspaper headlines: 'Russia accused over Syria war crime'*” (BBC, April 2017).

Как видно, обвиняя Россию, для усиления воздействия на реципиента, в заголовках журналисты используют ряд эмоционально-экспрессивно окрашенных слов *death*, *blame*, *war*, *crime*.

В материалах RT представлены следующие заголовки на данную тему: *“Russia proposes 4 de-escalation zones in Syria to restart stalled peace process”* (RT, May 2017); *“Tough talks: Putin vows to extend Aleppo ceasefire as Merkel, Hollande accuse Russia of ‘war crimes’”* (RT, October 2016); *“Attacking terrorists in Aleppo is only way to protect civilians”* (RT, October 2016). Репрезентантами образа миротворческой России здесь выступают лексические единицы *peace, ceasefire, protect*.

Следует отметить, что RT не игнорирует западные статьи, формирующие отрицательный образ России, но и зачастую использует в своих материалах большое количество цитат и выражений зарубежной, в том числе и британской, прессы.

Одна из таких статей получила название *“2016: A year of Russian bear-baiting”* (RT, January 2017). Журналистом используется медвежья метафора, которая нередко фигурирует в российских изданиях, но в отличие от западной интерпретации обладает исключительно положительной коннотацией и подразумевает силу, мощь, выдержку.

Фрагмент статьи:

(47) *Lock up your daughters! Batten down the hatches! The Russians are coming! ‘New Hitler’ Vladimir Putin has invaded Ukraine, is threatening the Baltics, and is behind Brexit and the victory of Donald Trump in the US presidential election!*

When he’s not bombing hospitals for fun, propping up the ‘evil Assad,’ hacking into Democratic Party emails, or ordering the doping of Russian athletes, the sinister Russian President is orchestrating hooligan attacks on England football fans at the European Football Championships”! (RT, January 2017).

Автор прибегает к неприкрытому сарказму, демонстрируя тем самым абсурдность обвинений в адрес российского президента.

Статья завершается высказыванием *“The ‘evil’ Putin wishes a Happy New Year”!* Такой лексический контраст позволяет произвести наибольший эффект на реципиента и побуждает к размышлениям.

Также RT нередко использует в своих материалах словосочетание *demonization of Russia*, излагая позицию западных СМИ.

Одним из событий, получивших широкую огласку, стал запрет на участие России в песенном конкурсе «Евровидение 2017» на Украине.

BBC и RT также по-разному освящают это событие.

BBC:

(48) *“Performers from 42 countries strode down a long red carpet near Ukraine's parliament this week, as a curtain-raiser to this year's Eurovision Song Contest.*

But one nation, Russia, was missing.

For the first time in Eurovision history, the host nation barred another country's singer.

That is because in 2015, in violation of Ukrainian border rules, Russia's Julia Samoilova performed in Crimea, the Ukrainian peninsula annexed by Russia a year earlier” (BBC, May 2017).

Таким образом, фрагмент отражает образ «изолированной России», усиливая эффект при помощи устойчивого выражения «впервые в истории», а также сем *violation, annexation*, что указывают на вину России, и вновь представляют ее вторгшейся и завоевавшей чужую территорию.

Заголовки статей RT: *“Ukraine bans Russian wheelchair-using Eurovision singer from finals”* (RT, March 2017); *“‘What threat did they see in little girl like me?’ Disabled Russian Eurovision singer mocks Kiev ban”* (RT, March 2017).

Указывая на физическое состояние певицы, журналисты подчеркивают отсутствие какой-либо угрозы национальной безопасности Украины, под предлогом которой был введен запрет.

Таким образом, материалы российских англоязычных СМИ направлены на опровержение фактов о «демонизированной России», представляемых Британскими СМИ, репрезентирующих негативный образ страны-агрессора посредством метафор, сравнений, оценочной лексики и метонимии.

Выводы по ГЛАВЕ II

Анализ материалов британских медиа ресурсов показал, что в качестве основных средств репрезентации образа России выступают метафоры, оценочная лексика и прецедентные имена. При этом слова с общеоценочным значением редко употребляемы, что объясняется спецификой задач СМИ, преимущественно используются слова с частнооценочным значением. Россия зачастую представляется британскими масс-медиа посредством военной, морбиальной и зооморфной метафор и упоминается в контексте с негативными антропонимами.

В соответствии с задачами исследования были выделены основные компоненты образа российского государства, такие как: образ главы государства, образ культуры, географический образ, образ внутренней политики, образ жителей России. А также проанализированы языковые средства, используемые британскими масс-медиа с целью формирования данных образов.

Результаты анализа показали, что такими средствами преимущественно являются аллюзии, эпитеты, метафоры, метонимии, сравнения, семы, составляющие ассоциативные ряды.

В целом, благодаря лексическим репрезентантам и экстралингвистическим данным, журналистам Британских качественных изданий удастся создать негативный образ главы государства, представляемого диктатором, агрессором.

Отрицательные коннотации преобладают и в оценке внутренней политики страны, представляемой крайне недемократичной и анализируемой на основе дихотомии «свой-чужой».

Географический образ России представляется не так однозначно, фигурируют как положительные, так и отрицательные оценки, в целом

формирующие образ страны с суровым климатом, широтой территорий и богатой природными ресурсами.

Исключение составляет образ культуры России, освещаемой с положительной стороны. Лексика статей, посвященных российской культуре метафорична и зачастую выражает восхищение авторов российскими деятелями искусства, а также различного рода культурными событиями.

Образ российского народа, формируемый британскими СМИ тесно связан с исторически сложившимися стереотипами о русском человеке, как о нецивилизованном, агрессивном, злоупотребляющем алкоголем.

В ходе исследования также была выявлена противоположная направленность медиадискурсов России и Великобритании в репрезентации образа России. Первый имеет целью создать положительный образ России и обосновать правомерность и справедливость ее внешней политики. Британские СМИ, оценивая и описывая Россию, имеют цель представить ее миру как потенциальную угрозу. Для этого в материалах используются метонимия, оценочная лексика, метафоры, сравнения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного исследования мы обобщили теоретические данные о специфике языка СМИ, роли медиалингвистики в его изучении, понятии «образ государства» в современной науке и имеющихся иррациональных компонентах образа России в сознании британцев.

Кроме того были изучены репрезентативные средства, используемые в современных СМИ. В результате анализа литературы по проблеме, было выяснено, что наиболее частотными средствами репрезентации образов в масс-медиа сегодня являются метафоры, аллюзии, тесно связанные с ними прецедентные феномены, а также оценочная лексика и фразеологические обороты.

Полученные теоретические знания мы применили для анализа британского медиа дискурса на предмет языковых средств, формирующих образ России. Для многостороннего изучения проблемы нами был выделен и проанализирован ряд компонентов, составляющих данный образ; а также систематизированы данные о его языковых репрезентантах, наиболее частотными из которых, как показал анализ британских масс-медиа, являются метафоры, оценочная лексика, а также прецедентные имена, чаще всего призванные создать негативный имидж российского государства. Исключением является область культуры и искусства, в освящении которой преобладают положительные коннотации.

В ходе анализа медиа-текстов было выявлено явное отражение исторически сложившихся стереотипов о России в характеристиках британскими журналистами современной российской действительности. К наиболее ярко выраженным стереотипам относятся представления об авторитарности российской власти; неотесанности, грубости народа; суровом климате и пьянстве.

Кроме того, нами было произведено сравнение языковых средств, используемых британскими и российскими англоязычными масс-медиа для формирования образа России. Сопоставительный анализ показал, что медиа тексты характеризуются противоположной направленностью. Посредством языковых репрезентантов и экстралингвистических данных российские англоязычные издания стремятся создать положительный образ России, в то время как британские СМИ в отношении российского государства используют преимущественно лексику с негативной коннотацией, что формирует соответствующее восприятие России аудиторией британских масс-медиа.

Решив поставленные задачи, можно прийти к заключению, что язык современных британских СМИ характеризуется наличием прямых или скрытых оценок освящаемых событий, выражаемых посредством языковых репрезентантов (метафор, аллюзий, фразеологизмов, прецедентных феноменов и других). Таковые преимущественно формируют негативный образ России. Имеет место быть использование нейтральной лексики в контексте с топонимами, что также оказывает отрицательное влияние на восприятие реципиентом российской действительности и деятельности государства внутри страны и на международной арене.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аветисян Н.Г. Язык СМИ как фактор развития языка – М., 2012 - 80-83 с.
2. Артемов В.Л. Основные направления исследования и современное состояние теории массовой коммуникации за рубежом // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М., 1999 – 57 с.
3. Баранов А.Н., Паршин В.В. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М., 2003 – 112 с.
4. Беляевская Е.Г. Когнитивные основания изучения семантики слова - М.: ИНИОН РАН, 1994 - 87-110 с.
5. Беляевская Е.Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах: Когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова - М.: МГЛУ, 1991 – 91 с.
6. Бондаренко О.А. Механизмы создания системы ценностей в СМИ // Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Сер.: Филология и искусствоведение. – М., 2014 – 206 с.
7. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. – М., 2003 – 23 с.
8. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки - М.: Едиториал УРСС, 2002 - 280 с.
9. Гальперин И.Р. Информативность единиц языка. Пособие по курсу общего языкознания - М., 1974 – 103 с.
10. Громько А.А. Образы России и Великобритании: реальность и предрассудки: монография / Учреждение Российской акад. наук, Ин-т Европы РАН - М.: Ин-т Европы РАН: Русский сувенир, 2008. - 96 с.
11. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ – М., 2008 – 45 с.

12. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов - М.: УРСС, 2005 – 41 с.
13. Ермоленко Г.М. Медиаобраз В.В. Путина в текстах англоязычных СМИ - М., 2015 – 76 с.
14. Казнина О.А. Русские в Англии: русская эмиграция в контексте английских литературных связей в первой половине XX в. - М.: Наследие, 1997 - 416 с.
15. Конюхова Т.В. Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе // Фундаментальные науки. – М., 2005 - 71 – 72 с.
16. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М., 2003 – 56 с.
17. Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 21, 2011 – 13 с.
18. Любимов Б.И. СМИ Великобритании: процесс интеграции возрастает // Зарубежная журналистика. - М., 2009 – 215 с.
19. Макаров М.Л. Основы теории дискурса - М.: ИТДГК «Гнозис», 2003 - 153 с.
20. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для вузов. – М.: Академия, 2001. – 123 с.
21. Медведева С.Ю. Специфика языка печати как средства массовой коммуникации – М., 1996 – 75с.
22. Михальская Н.П. Образ России в английской художественной литературе IX-XIX вв. - М.: Литературный институт им. А. М. Горького, 2003 - 131 с.
23. Моль А. Социодинамика культуры - М., 1973 – 112 с.
24. Павловская А.В. Стереотипы восприятия России и русских на Западе // Россия и Запад: Диалог культур. - М., 1994 - 19-30 с.
25. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. - М.: Поколение, 2006 - 260 с.

26. Панарин И.Н. Информационная война и мир - М.: Олма-Пресс, 2003 - 319 с.
27. Потемкина О.Ф. Имидж политического лидера - М.: Аспект Пресс, 2006 - 98 с.
28. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев - М.: Изд-во ЛКИ, 2008 - 72 с.
29. Савинова О.Н. Культурная традиция и роль СМИ в межкультурном диалоге – М., 2012 - 35 с.
30. Склерявская Г.Н. Метафора в системе языка С.-П.: Изд-во Наука, 2003 – 150 с.
31. Соколов В.М. СМИ как источник по культурологии. Роль прессы в формировании имиджа государства и сохранении стереотипов восприятия – Казань: 2008 - 307-308 с.
32. Соколов В.М. Устойчивость этнических стереотипов (сравнительный анализ стереотипов о России в английской литературе XII-XVII вв. и текстах британских СМИ рубежа XX-XXI вв) - М.: Издательство МГУ, 2009 - 36-42 с.
33. Солганик Г.Я. Стилистика текста – Москва: Флинта: Наука, 2001. – 252 с.
34. Ужегова З.А. Современная российская государственность глазами Запада - М., 2012 - 34-65 с.
35. Федоров А.В. Очерки общей и сопоставительной стилистики – М., 1971 – 87 с.
36. Фромм Э. Комментарий к роману Дж. Оруэлла «1984» - М., 1995 – 64 с.
37. Хачатуров К.А. Умение писать для зарубежной аудитории // Информация. Дипломатия. Психология. – М., 2003 – 76 с.
38. Шмелева Т.В. Медиалингвистика как медийное речеведение - сб. статей / отв.ред. Л. Р. Дускаева, Н. П. Цветова - СПб, 2012 – 56 с.

39. McCombs M.E., Shaw D.L. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas – London, 1993 – 59 p.
40. Phillipson R. Linguistic Imperialism - London, 1992 – 10 p.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. Across Russia: Welcome to Siberia // BBC, November 2013. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://news.bbc.co.uk/3263051.stm> (дата обращения: 07.02.2017).

2. Angela Merkel has faced down the Russian bear in the battle for Europe // The Guardian, December 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/dec/22/angela-merkel-russian-europe-russia-german> (дата обращения: 07.04.2017).

3. Angela Merkel assailed from all sides in drive to pacify Russia and US on Ukraine // The Guardian, February 2015 - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2015/feb/09/angela-merkel-assailed-from-all-sides-in-drive-to-pacify-russia-and-us-on-ukraine> (дата обращения: 09.04.2017).

4. Attacking terrorists in Aleppo is only way to protect civilians // RT, October 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rt.com/news/363295-assad-terrorists-aleppo-civilians/> (дата обращения: 07.03.2017).

5. David Cameron warns of 'appeasing Putin as we did Hitler' // The Guardian, September 2014. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/politics/2014/sep/02/david-cameron-warns-appeasing-putin-ukraine-hitler> (дата обращения: 21.04.2017).

6. EU energy strategy must counter Putin's fossil fuel-fed autocracy // The Guardian, April 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/environment/2014/apr/07/eu-energy-strategy-putin-fossil-fuel-autocracy-russia> (дата обращения: 24.03.2017).

7. Eurovision on front line: Will Russia's absence spoil Ukraine's party? // BBC, May 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.com/world-europe-39847422> (дата обращения: 14.03.2017).

8. In Awe of Aleksandr Blok // The Guardian, September 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2014/sep/13/featuresreviews.guardianreview> (дата обращения: 17.12.2016).

9. Newspaper headlines: 'Russia accused over Syria war crime // BBC, April 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.com/blogs-the-papers-39542620> (дата обращения: 15.05.2017).

10. Pope Francis and Russian Orthodox patriarch to hold historic meeting // The Guardian, February 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2016/feb/05/pope-francis-to-meet-russian-orthodox-leader-in-cuba> (дата обращения: 05.03.2017).

11. Putin could be as bad as Stalin, says former defence secretary // The Guardian, September 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/politics/2014/sep/15/putin-bad-as-stalin-former-defence-secretary> (дата обращения: 15.02.2017).

12. Putin hardens Moscow's support of Syria regime before Tillerson visit // The Guardian, April 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2017/apr/11/g7-rejects-uk-call-for-sanctions-against-russia-and-syria> (дата обращения: 13.05.2017).

13. Putin is part of a continuum that stretches back to the tsars // The Guardian, April 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/apr/04/putin-continuum-tsars-russia> (дата обращения: 02.05.2017).

14. Putin is a bigger threat to Europe's existence than Isis. George Soros // The Guardian, February 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/feb/11/putin-threat-europe-islamic-state> (дата обращения: 13.04.2017).

15. Putin must be stopped. And sometimes only guns can stop guns // The Guardian, February 2015. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/feb/01/putin-stopped-ukraine-military-support-russian-propaganda> (дата обращения: 01.03.2017).

16. Putin puts the boot in // The Guardian, April 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2014/apr/30/wrap.sarahleft> (дата обращения: 05.12.2016).

17. Revolution: Russian Art review // The Guardian, February 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2017/feb/07/revolution-russian-art-review-from-utopia-to-the-gulag-via-teacups> (дата обращения: 12.03.2017).

18. Russia passes 'Big Brother' anti-terror laws // The Guardian, June 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2016/jun/26/russia-passes-big-brother-anti-terror-laws> (дата обращения: 08.02.2017).

19. Russia passes law banning gay 'propaganda' // The Guardian, June 2013 - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2013/jun/11/russia-law-banning-gay-propaganda> (дата обращения: 02.03.2017).

20. Russia proposes 4 de-escalation zones in Syria to restart stalled peace process // RT, May 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rt.com/news/387042-syria-deescalation-zones-astana/> (дата обращения: 30.05.2017).

21. Russia profile – Leaders // BBC, December 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/world-europe-17839882> (дата обращения: 26.04.2017).

22. Russian lawmakers are giving domestic abusers a green light // The Guardian, January 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jan/30/russia-decriminalise-domestic-violence-laws> (дата обращения: 17.03.2017).

23. Russian men losing years to vodka // The Guardian, January 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2014/jan/31/russian-men-losing-years-to-vodka> (дата обращения: 25.03.2017).

24. Russian recession will last two years, forecasts EBRD // The Guardian, May 2015. - [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://www.theguardian.com/world/2015/may/14/russian-recession-will-last-two-years-forecasts-ebd> (дата обращения: 07.03.2017).

25. Russia: solitude in Siberia // The Guardian, May 2013. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2013/may/31/siberia-cabin-lake-baikal-russia> (дата обращения: 17.05.2017).

26. Russia to blame for Syria deaths - Sir Michael Fallon // BBC, April 29 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/uk-39543202> (дата обращения: 10.05.2017).

27. Russia's Hooligan Army // BBC, February 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b08flw2v> (дата обращения: 30.04.2017).

28. Stravinsky: Violin Concerto, Works for Violin & Piano CD review – power and poetry // The Guardian, February 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/music/2017/feb/12/stravinsky-violin-concerto-works-for-violin-and-piano-review-liana-gourdjia-katia-skanavi> (дата обращения: 07.05.2017).

29. Syria: Russia's continuing war // BBC, April 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-36138594> (дата обращения: 18.05.2017)

30. Ten Russian Poets: Surviving the Twentieth Century // The Guardian, September 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/books/2014/sep/18/featuresreviews.guardianreview9> (дата обращения: 15.11.2016).

31. Tolstoy: A Russian Life, By Rosamund Bartlett // The Guardian, November 2010. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/books/2010/nov/14/tolstoy-russian-life-rosamund-bartlett-review> (дата обращения: 15.11.2016).

32. Tough talks: Putin vows to extend Aleppo ceasefire as Merkel, Hollande accuse Russia of ‘war crimes’ // RT, October 2016. - [Электронный ресурс] –

Режим доступа: <https://www.rt.com/news/363369-normandy-four-putin-merkel-hollande/> (дата обращения: 30.04.2017).

33. The Guardian view on the Ukraine conflict: Swift action needed // The Guardian, February 2015. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/feb/05/guardian-view-ukraine-conflict-swift-action-needed> (дата обращения: 21.01.2017).

34. The two angry men on Europe's borders: loud, proud, and impossible to ignore // The Guardian, October 2014. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2014/oct/29/europe-two-angry-men-west-vladimir-putin-recep-tayyip-erdogan-russia-turkey> (дата обращения 03.12.2016).

35. The reindeer herder struggling to take on oil excavators in Siberia // The Guardian, March 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2017/mar/17/reindeer-herder-oil-excavators-siberia> (дата обращения: 17.04.2017)

36. This man is the last resident of a remote village in Siberia // The Independent. December, 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/news/world/asia/this-man-is-the-last-resident-of-a-remote-village-in-siberia-a7466141.html>

37. Think dance isn't for you? No wonder with titles like these // The Guardian, February 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2017/feb/02/dance-titles-shows> (дата обращения: 17.01.2017).

38. Ukraine bans Russian wheelchair-using Eurovision singer from finals // RT, March 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rt.com/news/381760-kiev-bans-russias-eurovision-wheelchair-nominee/> (дата обращения: 24.03.2017).

39. What threat did they see in little girl like me?' Disabled Russian Eurovision singer mocks Kiev ban // RT, March 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rt.com/news/381920-eurovision-russia-ban-reaction/> (дата обращения: 24.03.2017).

40. Who Holds The Royal Scepter? Vladimir Vladimirovich Putin // The weekly standart, February 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.weeklystandard.com/who-holds-the-royal-scepter/article/15564> (дата обращения: 02.02.2017).

41. Who's the true enemy of internet freedom - China, Russia, or the US? // The Guardian, January 2015. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/jan/04/internet-freedom-china-russia-us-google-microsoft-digital-sovereignty> (дата обращения 13.02.2017).

42. Why I love living in Siberia. Henry Turner. // The Guardian, May 2015 - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/2015/may/19/why-i-love-living-in-siberia> (дата обращения: 18.02.2017).

43. 15 years of Vladimir Putin: 15 ways he has changed Russia and the world // The Guardian, May 2015. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2015/may/06/vladimir-putin-15-ways-he-changed-russia-world> (дата обращения: 15.12.2016).

44. 2016: A year of Russian bear-baiting // RT, January 2017. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rt.com/op-edge/372900-russia-propaganda-threat-evil-putin/> (дата обращения: 19.05.2017).

45. Телеканал RT еженедельно смотрят 70 млн человек по всему миру // RT, January 2016. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: russian.rt.com/article/152810 (дата обращения: 22.05.2017).