

Метафоризация медийного образа России (на материале английского языка)

Media Image of Russia Metaphorization (Based on the English Language)

DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-2-94-98

Получено: 21 ноября 2022 г. / Одобрено: 10 декабря 2022 г. / Опубликовано: 26 апреля 2023 г.

**Н.Л. Грейдина**

Д-р филол. наук, профессор,
Дипломатическая академия МИД РФ,
Россия, Москва, ул. Остоженка, 53/2,
e-mail:

N.L. Greidina

Doctor of Philology, Professor,
The Diplomatic Academy of the Ministry
of Foreign Affairs of the Russian Federation,
53/2, Ostozhenka st., Moscow, Russia,
e-mail:

Аннотация

Представленная научная статья отражает контекстуальный контент-семантический анализ понятия «медийный образ России» в сфере медийного информационного поля. Наряду с этим реализуется метод медиаанализа текста с политических и социокультурных позиций. Образ России рассматривается в рамках медийного дискурса посредством использования процесса метафоризации. Обозначение получает манипуляторная сущность средств массовой информации США. Дифференцированы понятия «образ страны» и «медийный образ страны» в контексте медиаплоскости на материале текстов средств массовой информации США. Устанавливаются различные формы и средства создания негативного образа России в рамках медийного информационного поля. Проведенное исследование позволяет уточнить понятие стереотипной медийной информации. Теоретические положения работы актуализируют анализ когнитивного формата медийного образа России в СМИ США с позиций сегодняшнего дня. Исследование подвергаются как заголовочные, так и текстовые медийные материалы. Результирующая база представлена широким комплексом тематических примеров на основе медийного анализа оригинальных статей политического характера.

Ключевые слова: метафоризация, медийный образ, когнитивный медиаанализ, образ страны, медийный образ страны, стереотипная медийная информация, манипуляторные технологии СМИ.

Введение

Исследование выполнено в рамках научной деятельности Дипломатической академии МИД России по тематике обеспечения безопасности, устойчивого развития и международного влияния Российской Федерации и направлено на защиту российских интересов в международном сообществе, укрепление российских позиций на мировой арене.

Центральным языковым феноменом исследования является процесс метафоризации при построении медийного образа России средствами массовой информации США.

Метафора отражает ментальное представление объекта средствами языка. Основываясь на ассоциативных связях на уровне нахождения сходств и различий, феномен метафоризации способствует категоризации восприятия. В результате метафорическое моделирование конструирует новые перцеп-

Abstract

The presented research article reflects the contextual content-semantic analysis of the concept of “media image of Russia” in media information field. Along with this, the method of media analysis of the text from the political and socio-cultural positions is implemented. The image of Russia is considered within the framework of media discourse through the use of metaphorization process. The designation is given to the manipulative essence of the US mass media. The concepts of “image of the country” and “media image of the country” are differentiated in the media plane context on the material of the US mass media texts. Various forms and means of creating a negative image of Russia within the media information field are established. The conducted research makes it possible to clarify the concept of stereotypical media information. The theoretical positions of the research actualize the analysis of the cognitive format of the media image of Russia in the US media, from today's perspective. Both headline and text media materials are subject to research. The resulting database is represented by a wide range of thematic examples taken from media analysis of original articles of political nature.

Keywords: metaphorization, media image, cognitive media analysis, image of the country, media image of the country, stereotypical media information, manipulative media technologies.

тивно-логические связи и способствует созданию новых смыслов. Постепенно индивидуальные смыслы трансформируются в общественные и отражают национальное видение фрагмента действительности. Метафора как когнитивный феномен, позволяющий осмысливать и интерпретировать окружающий мир, превращается в средство его преобразования. В языковую плоскость входит процесс метафоризации.

Метафоризация медийного дискурса характеризует один из эффективных способов его экспрессивизации как важного жанрового признака публицистического поля языкового проявления. Теория метафоры отражает длительный путь ее изучения, при этом дискуссии на данную тему продолжаются до сих пор [11, с. 38].

В данном исследовании используется когнитивный подход в рамках интерпретации явления метафоризации медийного пространства.

В ходе метафорического охвата медийного дискурса происходит выделение двух объектов внеязыковой действительности, логическая совместимость которых не является обязательным условием их co-существования. Следующий ментальный шаг приводит к установлению их когнитивных связей. Процедура осмысленной интеракции данных объектов достигается посредством идентификации их общих свойств, находящих отражение на уровне конструирования лексического значения. Последнее состоит из двух аспектов: интенсионала и импликационала. Первый связан с комбинацией когнитивно-семантических признаков объекта, второй – с набором построенных на основе вышеобозначенных признаков ассоциаций. Именно импликациональные признаки преобладают в процессе метафоризации действительности, в том числе и медийного пространства.

В процессе отражения медийных реалий субъект проявляет реакцию на собственные когнитивные представления данных действительности, используя метафоричность мышления. По мнению Э.С. Маккормака [6, с. 67], в основе появления метафоры лежит сопоставление семантических концептов, не являющихся соотносимыми в реальности. В результате созданная метафора представляет собой сходство признаков сопоставляемых объектов, в то же время она проявляет определенное различие данных объектов ввиду нацеленности на создание нового смысла.

Методы и материалы

В рамках данного исследования проведен контекстуальный контент-семантический анализ медийного образа России и ее президента, формируемого СМИ США посредством рассмотрения метафоры авторитаризма и власти. Подобная лингвистическая аналитика, осуществляемая на основе когнитивного подхода, проводится от языка к значению.

Созданная интерпретация носит лингвокогнитивный характер. Данный вид интерпретации отражает модельное представление контекстных медийных образцов через смыслообразование как когнитивную систему, в которой индивидуальное конструирование реализуется в формате речевого поведения.

Используемая лингвокогнитивная интерпретация связывает единственный текстовый образец медийного дискурса и процесс его понимания с учетом лингвистической экспертизы в формате внутреннего осмысливания исследователем овеществленных вербализованных высказываний. Ход понимания постоянно расширяет целостность познанного смысла. Одним из алгоритмов корректности реализации данной серии шагов проявляется в смысловой координации составных частей восприятия их целостности.

Наряду с этим используются метод анализа текста с политических и социокультурных позиций, контекстуальный контент-семантический и лингвистический виды медиаанализа.

Общая информационная база медийных примеров представлена текстами средств массовой информации США за период 2021–2022 гг. Совокупный объем данных текстов составляет 59 единиц. При этом единица измерения исчисляется опубликованной статьей средствами массовой информации США.

Результаты

Образ России в рамках англоязычного медийного дискурса создается тематикой, отражающей события в стране. Наиболее частотными тематическими позициями России стали личность президента страны В.В. Путина, российский народ, военные события на Украине, силовые тенденции развития государства, политическая ситуация в стране, использование энергоресурсов в политических целях, права и свободы человека.

Медийный образ страны непосредственно связан с образом ее лидера. Анализируя англоязычное медийное пространство, важно отметить представление образа президента России В.В. Путина на основе метафор «авторитаризм» и «власть» [15, с. 6].

Несмотря на то что такая характеристика связана с позициями профессионализма, компетентности национального лидера, положительной составляющей его медийного образа, именно вышеупомянутые качества связываются в англоязычном медийном дискурсе с деспотизмом [4, с. 103].

Одна из англоязычных медиаметафор отождествляла российского президента В.В. Путина с образом «нового шерифа Ближнего Востока»: *Some observers call the Russian president the Middle East's New Sheriff and for good reason* («Некоторые обозреватели называют российского президента новым шерифом Ближнего Востока, и небезосновательно») (перев. – Н.Г.) [14, с. 8].

В данном контексте метафора в образе шерифа отражает параллели между президентом России и лицом, способным оказать ключевое влияние на энергетическую ситуацию в мире.

Важно отметить, что после начала специальной военной операции образ российского президента В.В. Путина приобретает определенную переоценку его профессиональных качеств. Такие составляющие образа, как *a Middle East power broker* (влиятельный брокер Ближнего Востока), *geopolitical genius* (геополитический гений) получают контекстно политическую трансформацию:

Putin may have emerged as a Middle East power broker, but his gains elsewhere are tenuous [9, с. 6]. («Путин,

возможно, и проявился как ближневосточный силовой брокер, но его успехи в других местах незначительны») (перев. – Н.Г.);

It's time to realize that claims of his geopolitical genius are more myth than reality [9, с. 6]. («Пришло время осознать, что заявления о его (Путина. – Прим. Н.Г.) геополитическом гении, – скорее, миф, чем реальность») (перев. – Н.Г.).

Образ российского президента представляется «жестоким» [15, с. 6] и «коварным» [15, с. 6] посредством сравнения с прецедентными именами «Иван Грозный» и «Сталин»:

Putin the Terrible [14, с. 19] («Путин Грозный») (перев. – Н.Г.),

Ivan the Terrible's style of ruling seems to have set the pattern for Russia over the last 400 years including today's wannabe czar, Vladimir Putin [14, с. 19] («Стиль правления Ивана Грозного, похоже, задал образец для России за последние 400 лет, включая сегодняшнего царя-подражателя Владимира Путина») (перев. – Н.Г.),

Putin has quietly revived Stalin in Russia [14, с. 21] («Путин тихо возродил Сталина в России») (перев. – Н.Г.),

... he thinks of himself as a latter-day Ivan the Terrible [14, с. 21] («...он думает о себе как о новоявленном Иване Грозном») (перев. – Н.Г.),

Writing in the Washington Post, Peter Rutland calls Putin a Stalin-lite [14, с. 19] («Питер Ратленд, пишущий для газеты «Washington Post», называет Путина сталинистом») (перев. – Н.Г.).

Другим вектором образа России в контексте англоязычного медийного пространства является российский народ, ассоциируемый СМИ США с покорностью сильной власти [10, с. 3] и верой в царя, которая была перенесена на советских лидеров, затем – на российских президентов:

It is perfectly true that they (Russian people. – Н.Г.) are ready to grumble. But the grievances are always laid at the door of the nearest master or official, and the fixed idea remains that if only the Father of his people knew the truth about all this he would set it right [12, с. 3] («Совершенно верно, что они (российский народ. – Коммент. – Н.Г.) готовы поворчать. Но претензии всегда предъявляются к ближайшему хозяину или чиновнику, и сохраняется навязчивая идея, что если бы только Отец своего народа знал правду обо всем этом, он бы все исправил») (перев. – Н.Г.).

Необходимо отметить, что даже на пике политического позитива в российско-американских отношениях перестроичного периода понятие властности русских связывалось с их «агрессивностью» [9, с. 6] и склонностью к «подчинению» [10, с. 3], проявлению «тоталитарности правления» [12, с. 3]:

NATO remains sharply split over how quickly to get back to normal business with Moscow that seems to be an aggressive outlier [13, с. 6] («В НАТО по-прежнему резко расходятся во мнениях о том, как быстро вернуться к нормальным отношениям с Москвой, которая, похоже, является агрессивным аутсайдером...») (перев. – Н.Г.).

От общего числа публикаций, отражающих метафорический образ России в средствах массовой информации США, 83% отражают отрицательный образ нашей страны.

Таблица 1

Медийная тональность образа России

Тональность	СМИ США
Положительная	2%
Отрицательная	83%
Нейтральная	15%

Соответственно медийная тональность образа России в средствах массовой информации США за период 2021–2022 гг. отражала негативную тенденцию. Подобная тональность в построении и развитии образа России отражает страх перед «захватническим, агрессивным внешнеполитическим курсом страны», по мнению экспертов США [12, с. 3].

Дискуссия

Одной из значимых коммуникативных функциональных основ метафоризации является построение образа. Под образом в данном исследовании понимается комплекс логико-эмоциональных представлений вербально-невербального характера, формирующихся на сознательном и подсознательном уровнях носителя языка [2, с. 176].

Образ страны связывается с историческим, континуальным во временном смысле формированием образа страны в общественном сознании на основе личных впечатлений, сведений из документальных и художественных источников, мнения журналистов, выраженных в средствах массовой информации.

Медийный образ охватывает представления об объекте в системе общественного мнения и восприятия, которые формируются средствами массовой информации.

Базовыми предпосылками создания медийного образа России в англоязычном медиапространстве являются восприятие страны на уровне правящих элит и рядовых граждан, национальной исторической памяти, двусторонних отношений между странами, англоязычные информационные регуляторы. При этом восприятие России соотносится с мифологизированными и стереотипизированными представлениями о ней.

Мифологизированное восприятие России основано на ее постижении в эмоционально-чувственных образах, которые, наполняя данный объект осмысливания более глубоким смыслом, переходят в языковую плоскость. Стереотипизированное восприятие России определяется ее оценкой на основе распространения существующих представлений и стереотипов как устойчивых образов упрощенного характера.

Медийный образ страны акцентирует внимание на целенаправленном характере данного процесса, реализуемого средствами массовой информации с использованием существующих манипуляторных технологий, охватывающих техники, способы, приемы, средства [3, с. 28]. Медийный образ страны способствует ее продвижению на международной арене – от более идеологических позиций по развитию мягкой силы ее влияния, распространению ее ценностных установок и культурных смыслов до более pragматичных позиций – привлечения инвестиций и развития экспортной базы.

Образ России в англоязычном медийном дискурсе отражает комплекс новостной и стереотипной информации, обусловленной современной политической конъюнктурой и историческими экскурсами [1, с. 8]. При этом стереотип в социальной реальности определяется в качестве образца восприятия, фильтрации, интерпретации информации [5, с. 38].

В рамках данного исследования уточняется понятие стереотипной медийной информации, которая охватывает модель, основанную не только на восприятии и интерпретации информации, но и ее целенаправленном создании СМИ.

Ряд исследователей [8, с. 68] указывает, что только 17% от общего числа публикаций о России в средствах массовой информации США отражают положительный образ данной страны.

Выводы

Образ России в средствах массовой информации США за период 2021–2022 гг. был в подавляющем

большинстве негативным. Это подтверждается не только отдельными авторскими статьями в лидирующих СМИ США, но и редакционным мнением данных печатных средств массовой информации.

Создание негативного имиджа России реализовалось посредством интенсивного использования различных форм и средств процесса метафоризации в рамках медийного информационного поля.

Анализируя когнитивную плоскость медийного образа России в СМИ США, следует отметить, что с позиции сегодняшнего дня он вписывается в формат «чужой». Если в конце XX в. этот медийный образ сводился к формату «другой» и «иной», то на современном этапе ощущается его дрейф в сторону отчуждения и трансформации в формат «чужой». Последний интерпретируется как «беспокоящий или неприятный; неродной; далекий по духу, взглядам» [7, с. 18]. В результате акцентуация приобретает смысловое значение скрытой или явной угрозы, т.е. умышленного и сознательного нанесения вреда общественным национальным интересам страны. Вектор развития национально-культурных отношений в «чужом» формате связан с современностью из-за фактора опасности, требующего немедленного решения возникающих проблем. В то же время существует дифференциация этого вектора для двух стран. Каждый вектор имеет свое начало и конец. Данный формат часто трансформируется в тот, который ассоциируется с образом врага. Это является следствием существующей конфронтации между Россией и США.

На современном этапе *средства массовой информации США, отражая свою политизированность, ангажированность и тенденциозность, целенаправленно создают метафорический образ России, когнитивно препрезентируя реальность с учетом идеологизирующего фактора, в соответствии с которым формирование восприятия определяется не объективной действительностью, а ее препрезентацией*. Впоследствии именно образ восприятия становится основой действия.

Литература

1. Бакулин О.Т. Образ современной России в американских СМИ [Текст] / О.Т. Бакулин // Медиаальманах. — 2007. — № 6. — С. 7–11.
2. Валгина Н.С. Теория текста [Текст] / Н.С. Валгина. — М.: Логос, 2021. — 386 с.
3. Грейдина Н.Л. Конфликтная и фейковая информация в американском политическом дискурсе [Текст] / Н.Л. Грейдина // НИР. Современная коммуникативистика. — 2019. — № 6. — С. 28–33.
4. Грейдина Н.Л. Медийная агрессия в контексте политической коммуникации (на материале британских и американских СМИ) [Текст] / Н.Л. Грейдина // НИР. Современная коммуникативистика. — 2022. — № 2. — С. 102–107.
5. Липпман У.С. Общественное мнение [Текст] / У.С. Липпман. — М.: Мир, 2016. — 198 с.
6. Маккормак Э.С. Когнитивная теория метафоры [Текст] / Э.С. Маккормак. — М.: Слово, 2018. — 396 с.
7. CALD, 2019: Cambridge advanced learner's dictionary. Cambridge: University Press, 2019. 869 p.
8. Dinnie K.P. Nation branding: concepts, issues, practice. Oxford: University Press, 2018. 329 p.
9. Fidler S.B. Winter of inhumanity at a new level // The Wall Street Journal. 2022. December 18. P. 6.
10. Harvey M.T. Putin the Terrible: the cowardice of a shunned tyrant // 3 Quarks Daily. 2022. March 14. P. 3.
11. Lakoff G.K., Johnsen M.S. Metaphors we live by. London: University of Chicago Press, 2019. 196 p.

12. *McCarthy A.P.* Russia choice: Putin at war // *New York Post*. 2022. September 16. P. 3.
13. *Remnick D.K.* The weakness of the despot // *The New Yorker*. 2022. March 11. P. 6.
14. *Tayler J.P., Starobin P.K.* Putin the Terrible // *The Atlantic*. 2022. September. Pp. 18–26.
15. *Tussex M.K.* The looming stalemate in Ukraine // *New York Post*. 2022. November 18. P. 6.

References

1. Bakulin O.T. *Obraz sovremennoj Rossii v amerikanskikh SMI* [The image of modern Russia in the American media] // *Mediaal'manah* [Media Almanac]. 2007. № 6. Pp. 7–11.
2. Valgina N.S. *Teoriya teksta* [Text theory]. M.: Logos, 2021. 386 p.
3. Grejdina N.L. *Konflikttnaya i fejkovaya informaciya v amerikanskom politicheskem diskurse* [Conflict and fake information in American political discourse] // NIR. Sovremennaya kommunikativistika [NIR. Modern communication science]. 2019. № 6. Pp. 28–33.
4. Grejdina N.L. *Medijnaya agressiya v kontekste politicheskoy kommunikacii (na materiale britanskih i amerikanskikh SMI)* [Media aggression in the context of political communication (based on the material of British and American media)] // NIR.
5. Sovremennaya kommunikativistika [NIR. Modern communication science]. 2022. № 2. Pp. 102–107.
6. Lippman U.S. *Obshchestvennoe mnenie* [Public opinion]. M.: Mir, 2016. 198 p.
7. Makkormak E.C. *Kognitivnaya teoriya metafory* [Cognitive theory of metaphor]. M.: Slovo, 2018. 396 p.
8. CALD, 2019: Cambridge advanced learner's dictionary. Cambridge: University Press, 2019. 869 p.
9. Dinnie K.P. *Nation branding: concepts, issues, practice*. Oxford: University Press, 2018. 329 p.
10. Fidler S.B. *Winter of inhumanity at a new level* // *The Wall Street Journal*. 2022. December 18. P. 6.
11. Harvey M.T. *Putin the Terrible: the cowardice of a shunned tyrant* // 3 Quarks Daily. 2022. March 14. P. 3.
12. Lakoff G.K., Johnsen M.S. *Metaphors we live by*. London: University of Chicago Press, 2019. 196 p.
13. McCarthy A.P. *Russia choice: Putin at war* // *New York Post*. 2022. September 16. P. 3.
14. Remnick D.K. *The weakness of the despot* // *The New Yorker*. 2022. March 11. P. 6.
15. Tayler J.P., Starobin P.K. *Putin the Terrible* // *The Atlantic*. 2022. September. Pp. 18–26.
16. Tussex M.K. *The looming stalemate in Ukraine* // *New York Post*. 2022. November 18. P. 6.