

**Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»**

На правах рукописи

Парамонова Дарья Валерьевна

**ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАТРАНСЛЯЦИИ
ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА
В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ, БРИТАНСКОЙ
И ИСПАНСКОЙ ПРЕССЕ**

Специальность 5.9.8. – Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
Желтухина Марина Ростиславовна,
доктор филологических наук,
профессор, профессор РАО

Москва – 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ОБРАЗ ГОСУДАРСТВА В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ.....	17
1.1. Корреляция понятий «образ» и «имидж» государства	17
1.2. Лингвокультурная характеристика газетного дискурса.....	26
1.3. Влияние медиасобытия на трансляцию образа государства в СМИ разных стран.....	39
Выводы к первой главе.....	47
ГЛАВА 2. СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА».....	49
2.1. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика».....	49
2.2. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа США в медиасобытийном аспекте «внешняя политика».....	68
2.3. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Великобритании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика».....	80
2.4. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Испании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика».....	88
Выводы ко второй главе.....	93
ГЛАВА 3. СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ВНУТРЕННЯЯ ПОЛИТИКА».....	96

3.1. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа России в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика».....	96
3.2. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа США в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика».....	116
3.3. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Великобритании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика».....	128
3.4. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика».....	136
Выводы к третьей главе.....	144
ГЛАВА 4. СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ПАНДЕМИЯ COVID-19».....	146
4.1. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа России в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19»	146
4.2. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа США в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19».....	158
4.3. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Великобритании в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19».....	161
4.4. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Испании в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19».....	167
Выводы к четвертой главе.....	173
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	175
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	185
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	229

ВВЕДЕНИЕ

В настоящем диссертационном исследовании представлен анализ вербальных особенностей медиатрансляции образа государства в современной американской, британской и испанской прессе.

Для большинства людей средства массовой информации (СМИ) являются одним из основных источников получения информации. Технологическая революция XXI века и цифровизация общества привели к тому, что средства массовой информации стали играть ключевую роль в формировании представлений о государстве. Именно создаваемая картина мира и ее оценочная интерпретация в СМИ способствуют конструированию образа страны, который формируется в коллективном сознании адресата.

Значимость медиалингвистики в теории языка и сопоставительном языкознании определяется тем, что текст СМИ продолжает оставаться важнейшим посредником в процессе международной коммуникации и инструментом, оказывающим влияние на все сферы жизни общества, институты власти, на сознание людей в различных лингвокультурах.

События на международной арене 2020–2022 гг. в очередной раз подтверждают гипотезу о влиянии средств массовой информации на формирование общественного мнения. Интерпретация основных новостных событий, происходящих внутри государства и за его пределами, напрямую зависит от того, как эти события представлены в СМИ.

СМИ передают своим читателям информацию нужной направленности, влияя при этом на все сферы общественной жизни: внешнюю политику, внутреннюю политику, культуру и здравоохранение. При детальном исследовании образа государства учитывается как его «внутренний» образ – совокупность представлений о государстве его же граждан, так и «внешний» образ – восприятие государства, сложившееся за его пределами. Создание и

становление международного имиджа государства – динамичный и далеко не завершённый процесс. Анализ публикаций в СМИ позволяет понять особенности формирования и медиатрансляции образа государства в политических, религиозных и широких общественных кругах разных государств с учетом широко известных стереотипов восприятия и большого разнообразия медиасобытий. Нам представляется чрезвычайно важным комплексное сопоставительное изучение медиатрансляции образов России, Америки, Великобритании и Испании в зарубежных СМИ.

Все сказанное выше подтверждает **актуальность** исследуемой проблемы, которая определяется интересом исследователей к изучению эффектов воздействия медиадискурса на сознание адресата; важностью выявления вербальных особенностей медиатрансляции образа государства в современной американской, британской и испанской прессе; недостаточной изученностью образа государства в медиадискурсе; необходимостью установления специфики медиатрансляции образов государств в ключевых медиасобытийных аспектах «внешняя политика», «внутренняя политика» и «пандемия коронавируса» для формирования определенной картины мира адресата в разных лингвокультурах.

В качестве **объекта исследования** выступает образ государства, вербализованный в современном американском, британском и испанском медиадискурсе.

Предметом исследования являются вербальные особенности медиатрансляции образа государства в современной американской, британской и испанской прессе.

В основу исследования положена следующая **гипотеза**: медиатрансляции образа государства в современной американской, британской и испанской прессе актуализирует схожие и лингвокультурно и событийно обусловленные вербальные характеристики, которые способствуют созданию положительного или отрицательного образа государства в сознании медиаадресата.

Цель исследования заключается в изучении вербальной специфики медиатрансляции образа государства в современных американских, британских и испанских СМИ в 2020–2022 гг.

Достижение цели осуществляется путем решения следующих **задач**:

- 1) рассмотреть корреляцию понятий «образ» и «имидж» государства;
- 2) представить лингвокультурную характеристику газетного дискурса как разновидности медиадискурса;
- 3) рассмотреть влияние медиасобытия на трансляцию образа государства (на примере России, США, Великобритании и Испании) в американских, британских и испанских СМИ;
- 4) выявить присущую американским, британским и испанским СМИ вербальную специфику медиатрансляции образа государства в медиасобытийных аспектах «внешняя политика», «внутренняя политика», «пандемия COVID–19»;
- 5) провести сопоставительный анализ экспликации вербальных особенностей медиатрансляции образа государства в американских, британских и испанских массмедиа.

Анализ степени разработанности темы показал, что отечественные лингвисты проявляют особый интерес к изучению *медиадискурса*. Г. Я. Солганик выделяет характерные признаки массмедийного дискурса [Солганик, 2000]. Т. Г. Добросклонская исследует медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации [Добросклонская, 2016], [Добросклонская, 2020]. Отечественный ученый Е. А. Кожемякин рассматривает вопросы дискурсивного подхода к изучению массовой коммуникации и предлагает теоретическую модель медиадискурса [Кожемякин, 2010]. М. Р. Желтухина выделяет основные признаки медиадискурса, устанавливает основные средства воздействия медиадискурса на адресата [Желтухина, 2003], анализирует особенности языкового сознания, мышления и индивидуального речевого поведения медиаадресанта и медиаадресата в современном медиадискурсе [Желтухина, 2016]. А. В. Авидзба раскрывает специфику медиадискурса и рассматривает его типологию [Авидзба,

2016]. Л. Р. Дускаева изучает структуру и векторы развития медиалингвистики в России [Дускаева, 2018].

Политический дискурс как объект лингвокультурологического исследования, его характеристики и функции, базовые концепты подробно рассматривают в своих трудах Е. И. Шейгал [Шейгал, 2000] и В. И. Карасик [2002; 2014]. Дискурс власти и его особенности изучены Е. В. Чернявской [Чернявская, 2006]. Л. Н. Синельникова исследует оппозиционный политический дискурс, лингвистическую параметризацию по признаку «свой – чужой», «мы – они» [Синельникова, 2010]. А. Н. Баранов с соавторами анализируют кризисность политической ситуации и типы политических метафорических моделей [Политический дискурс..., 2004]. А. П. Чудинов в своем когнитивно-дискурсивном исследовании рассматривает современную политическую метафорологию, проблемы политической лингвистики, особенности политической лексикографии, афористики и тропов [Чудинов, 2013]. В контексте политического дискурса изучаются особенности такого явления, как «пропаганда», рассматриваются способы ее функционирования, детально исследуется суггестивное воздействие на адресата [Желтухина, 2016].

Корреляция понятий «образ» и «имидж» государства рассматривается в работах как отечественных, так и зарубежных ученых. Большой вклад в изучение вопросов образа государства внесла Т. Э. Гринберг, в работах которой рассматривается типология образа: объективный, субъективный и идеальный [Гринберг, 2008]. Российский ученый в области философии и социологии Е. Б. Шестопап разделяет понятия «образ» и «имидж» с точки зрения «объекта отражения» и «специально сконструированного и растиражированного отражения личности» [Шестопап, 2008]. И. В. Сидорская разграничивает понятия «образ» и «имидж», руководствуясь критерием «стихийность/сознательность формирования» [Сидорская, 2015]. Е. В. Шалагина рассматривает образ с точки зрения интуитивной составляющей [Шалагина, 2015]. К. Каримова исследует образ с точки зрения объективности и субъективности по форме и с позиции самого объекта [Каримова, 2019а].

Методологический подход в процессе создания образа государства исследуется такими зарубежными учеными, как E. Sevin, D. Inghoff и K. Ayhan [Sevin et al., 2021]. С. В. Григорян и Т. Н. Галинская исследуют медиаобраз с лингвистической точки зрения [Галинская, 2013], [Григорян, 2016]. Т. Н. Галинская выделяет три тенденции в исследовании медиаобраза в зависимости от фактического языкового материала [Галинская, 2013]. Н. Салим описывает факторы влияния на процесс формирования образа государства [Saleem, 2021, с. 139] и разграничивает два важных понятия: «фрейминг» и «образ» [Там же].

В исследовании Ф. А. Куёк изучаются лексико-семантические и прагматические особенности газетного дискурса [Куёк, 2005]. *Лингвокультурной характеристике газетного дискурса* посвящены работы Н. И. Клушиной [Клушина, 2008]. И. М. Дзялошинский анализирует отношение журналиста к своей читательской аудитории [Дзялошинский, 2006]. Изучению миссии журналов и газет посвящены труды Г. В. Чевозеровой [Чевозерова, 2013]. И. Н. Демина рассматривает миссию журналистики с учетом ее двойственной природы [Демина, 2013]. В. Витвинчук исследует социальную миссию в журналистской деятельности [Витвинчук, 2013]. К. Вайнер анализирует миссию журналистики во время кризисных ситуаций [Viner, 2017].

Анализ степени разработанности темы показал, что российское и зарубежное научное сообщество активно изучает как проблемы современного политического медиадискурса, так и лингвистические особенности, способствующие формированию образа государства. Однако в отечественном и зарубежном языкознании не выявлены научные работы, в которых были бы представлены результаты сопоставительного исследования образа современного государства, транслируемого в американских, британских и испанских СМИ (на примере четырех государств: России, США, Великобритании и Испании), и его вербальных особенностей в трех медиасобытийных аспектах одновременно: «внешняя политика», «внутренняя политика» и «пандемия коронавируса».

Научная новизна диссертационного исследования состоит в выявлении вербальных особенностей медиатрансляции образа государства в современном американском, британском и испанском медиадискурсе в трех медиасобытийных аспектах: «внешняя политика», «внутренняя политика» и «пандемия коронавируса». Установлены сходства и различия в медиатрансляции образа государства на лексико-фразеологическом, грамматическом уровнях и в стилистическом аспекте в массмедиа в американской, британской и испанской лингвокультурах.

Теоретическая значимость исследования заключается в подробном изучении, описании и сопоставлении вербальных особенностей медиатрансляции образа государства в современной прессе разных лингвокультур. Проведенный сопоставительный анализ медиатекстов за 2020–2022 гг., транслирующих образы России, США, Великобритании и Испании, вносит вклад в развитие сопоставительного языкознания, когнитивной лингвистики, дискурсивной лингвистики, медиалингвистики, политической лингвистики, лингвокультурологии, лексикологии и стилистики.

Практическая ценность исследования состоит в возможности использования результатов работы в преподавании курсов когнитивной и дискурсивной лингвистики, медиалингвистики, прагмалингвистики, лингвокультурологии, лингвистической имагологии, теории дискурса, лексикологии и стилистики английского и испанского языков. Кроме того, материалы диссертации могут быть полезны филологам, педагогам, психологам, культурологам, а также политикам, журналистам, имиджмейкерам, специалистам по связям с общественностью и по международным связям.

Материалом исследования выступают медиатексты в американских («The New York Times», «The Washington Post»), британских («The Times», «The Guardian») и испанских («El País», «El Mundo») СМИ в 2020–2022 годах. Общий объем проанализированных медиатекстов составляет 7500 п.л. (по 2500 п.л. в СМИ каждой из исследуемых лингвокультур). В качестве единицы анализа было

принято вербальное средство в английском и испанском языках. Для сопоставительного анализа были взяты четыре государства (Россия, США, Великобритания и Испания) и рассмотрены в трех медиасобытийных аспектах («внешняя политика», «внутренняя политика» и «пандемия Covid-19») в СМИ американской, британской и испанской лингвокультур.

Теоретической базой для проведения исследования послужили научные труды, написанные зарубежными и отечественными лингвистами в области *теории медиадискурса* (А. В. Авидзба, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, М. Р. Желтухина, В. И. Карасик, В. В. Катермина, Е. А. Кожемякин, Е. Н. Лучинская, В. А. Митягина, Г. Я. Солганик, А. П. Чудинов, Т. А. Ширяева, N. Fairclough), *медиалингвистики* (А. В. Гусякова, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, М. Р. Желтухина, А. В. Зиньковская, В. Н. Суздальцева, М. Н. Черкасова, А. П. Чудинов), *медиастилистики* (Л. Г. Викулова, Б. М. Джандар, М. Р. Желтухина, М. Н. Кожина, Н. И. Клушина, Ю. П. Нечай, Т. А. Островская, Б. Тошович), *сопоставительного языкознания и сравнительной типологии* (Е. В. Бирюкова, М. Р. Желтухина, Н. А. Красавский, В. Н. Ярцева), *ималогии* (Т. Э. Гринберг, Е. Б. Шестопал, И. В. Сидорская, Е. В. Шалагина, С. В. Григорян, Т. Н. Галинская, А. Салим, D. Ingenhoff, E. Sevin, K. Ayhan), *теории политического дискурса* (Т. ван Дейк, Р. Водак, В. И. Карасик, Ю. Н. Караулов, Л. Н. Синельникова, Л. И. Триус, Т. Ю. Тамерьян, Е. В. Чернявская, Е. И. Шейгал, Т. А. Ширяева и др.).

Методология исследования. Методологическую основу работы обеспечивает системный подход, позволяющий корректно изучать сложный по структуре медиаобраз государства и выделять в нем вербальную составляющую.

Методы исследования. При отборе фактического материала применяется *прием сплошной выборки*. В первой главе используются методы дефиниционного и лексико-семантического анализа, способствующие уточнению трактовки понятий «медиаобраз», «имидж», «государство», «фрейминг». Во второй, третьей и четвертой главах *сопоставительный метод* позволяет

получить результаты параллельного изучения медиатрансляции образа государства (на примере России, США, Великобритании и Испании) в американской, британской и испанской прессе. Сопоставительная интерпретация статей о государстве в американских, британских и испанских СМИ проводится по следующим направлениям анализа: 1) *тематический анализ* – выявление основных тематических доминант в медиасобытийных аспектах; 2) *жанрово-стилистический анализ* – рассмотрение жанрового своеобразия языка СМИ, использования выразительных средств языка, экспрессивной лексики, фразеологизмов и устойчивых словосочетаний в жанре статьи; 3) *метод количественного анализа* для подсчета количества статей, транслирующих образ государства за 2020–2022 годы; для определения преобладающих тематических доминант в медиасобытийных аспектах «внешняя политика», «внутренняя политика», «пандемия COVID–19», а также для выявления наиболее частотных вербальных средств медиатрансляции образа государства в американских, британских и испанских СМИ; 4) *интерпретативный анализ* при переводе и анализе вербальных средств трансляции образа государства в медиатекстах с акцентом на когнитивные процессы.

Результаты проведенного исследования позволяют сформулировать следующие **положения, выносимые на защиту**:

1. Образ государства создается стихийно, может меняться в зависимости от происходящих событий. Имидж государства формируется целенаправленно. Искусственность создания имиджа государства вызывает часто недоверие у адресата, поскольку воспринимается как не соответствующая действительности версия объекта, в то время как образ государства, наоборот, вызывает доверие и интерпретируется как соответствующий реальности объект.

2. Для современных англоязычных и испаноязычных медиатекстов, транслирующих образ государства, характерно доминирование ценностей над фактами, преобладание эмоций и оценок. Журналисты, политические деятели и бизнесмены, выступающие в роли медиаадресанта в СМИ США,

Великобритании и Испании, создают яркий образ государства посредством коннотативно окрашенной лексики, преимущественно разговорной и сниженной лексики.

3. *Вербальная специфика медиатрансляции образа государства в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» в американском, британском и испанском медиадискурсе* актуализируется в сфере международных отношений в военно-политическом, экономическом и социокультурном аспектах взаимодействия России с другими государствами. Схожими характеристиками в рассматриваемых лингвокультурах являются медиаконстатация состояния конфронтации государств с точки зрения военно-политических отношений, превалирование военной тематики и военной лексики. Различие фиксируется в частотности тематических доминант медиатрансляции образа государства в американской, британской и испанской прессе.

4. *Сопоставительный анализ вербальной спецификации медиатрансляции образа государства в современной прессе США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика»* демонстрирует, что в исследуемых лингвокультурах активно освещаются события, связанные с Россией в дихотомии «власть – оппозиция» с доминированием оценочных и эмоциональных коннотаций через презентацию образов главы государства и представителей оппозиции. В американских, британских и испанских медиатекстах преобладают отрицательная оценочная лексика, передающая или вызывающая негативные эмоции, эпитеты и метафоры. Отличительными характеристиками в исследуемых лингвокультурах выступают персонализация образа государства через ключевую политическую фигуру и частотность употребления определенных выразительных средств английского и испанского языков.

5. *Сопоставительный анализ вербальной спецификации образа государства в современной прессе США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19»* констатирует, что период борьбы с пандемией

коронавируса реализует неологизмы в сфере медицины, сильно метафоризирован, ассоциируется в исследуемых лингвокультурах с осуществлением «боевых и спортивных действий» с целью уничтожения вируса как «противника». В американских и британских статьях, освещающих проблемы в области здравоохранения, преобладают лексика с отрицательной коннотацией, риторические вопросы, доминируют военные метафоры. Испанские журналисты, в свою очередь, транслируя образ Испании на фоне пандемии COVID-19, используют медицинские термины, метафоры, оценочные эпитеты, перифразы, синекдоху, в меньшей степени суперлативы.

Структура работы обусловлена логикой исследования и последовательностью решения поставленных задач. Диссертационное исследование состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы, приложения.

Во **введении** обосновывается актуальность выбранной темы кандидатской диссертации, формулируются цель и задачи работы, ее гипотеза, устанавливаются объект, предмет и методы исследования, указываются теоретические основы исследования, характеризуется фактический материал, определяются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы, приводятся положения, выносимые на защиту, сообщается об апробации.

В **первой главе** «ОБРАЗ ГОСУДАРСТВА В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ» рассматривается корреляция понятий «образ» и «имидж», «страна» и «государство», дается лингвокультурная характеристика газетного дискурса в рамках медиадискурса, анализируется влияние медиасобытия, связанного с историей ведущих СМИ США, Великобритании и Испании и их современным состоянием, на трансляцию образа государства (на примере России, США, Великобритании и Испании) в американских, британских и испанских СМИ.

Во **второй главе** «СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ

«ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА»» проводится сопоставительное исследование вербальной лингвокультурной специфики медиатрансляции образа государства на примере России, США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» в американской, британской и испанской прессе.

В **третьей главе** «СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ВНУТРЕННЯЯ ПОЛИТИКА»» устанавливается лингвокультурная специфика медиатрансляции образа государства на примере России, США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» в американской британской и испанской прессе, выявляются основные доминанты формирования образа государства в статьях американских, британских и испанских СМИ.

В **четвертой главе** «СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ПАНДЕМИЯ COVID-19»» анализируются вербальные особенности медиатрансляции образа государства на примере России, США, Великобритании и Испании в американской, британской и испанской прессе, выявляются наиболее частотные тематические доминанты при создании образа государства в медиасообщениях в условиях пандемии.

В **заключении** представлены итоги исследования, сформулированы основные выводы и намечены перспективы дальнейшей разработки рассматриваемой проблематики.

Апробация работы и внедрение. Основные положения и выводы диссертационного исследования были представлены автором в выступлениях на заседаниях кафедры германистики и лингводидактики в Московском городском педагогическом университете и научных семинарах научно-исследовательских лабораторий «Аксиологическая лингвистика» и «Дискурсивная лингвистика» в Волгоградском государственном социально-педагогическом университете (Москва,

Волгоград, 2019-2023 гг.), а также на следующих конференциях: XII Конвент Российской ассоциации международных исследований (РАМИ), (Москва, Московский государственный институт международных отношений МИД РФ, 21–22 октября 2019 г.); Третий круглый стол с международным участием «Маркетинговая лингвистика» (Москва, Московский городской педагогический университет, 27 февраля 2020 г.); II Международная научно-практическая конференция «Диалог культур. Культура диалога: от конфликта к взаимопониманию» (Москва, Московский городской педагогический университет, 21, 23–25 апреля 2020 г.); II Международная конференция «Individual and Society in the Modern Geopolitical Environment» (Волгоград, Волгоградский государственный университет, 25-30 мая 2020 г.); Международная студенческая научно-практическая конференция «Коммуникативные аспекты права и национальной безопасности – Communicative Aspects of Law and National Security» (Москва, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 25 июня 2020 г.); XI Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием, посвященная 90-летию ВГСПУ, «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: сущность, концепции, перспективы» (Волгоград, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 22 октября 2021 г.); Научная конференция института иностранных языков ГАОУ ВО МГПУ «Научный старт – 2022 (с элементами научной школы)» в рамках аспирантского клуба «Зачем изучать и сопоставлять разносистемные языки?» (Москва, Московский городской педагогический университет, 22 апреля 2022 г.); Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Коммуникативное поведение как объект лингвистического описания» (Грозный, Грозненский государственный нефтяной технический университет им. М. Д. Миллионщикова, 27 октября 2022 г.); Всероссийский круглый стол «Полицентричность современной лингвистической науки и дискурс-перспектива» (Москва, Московский международный университет, 22 декабря 2022 г.); Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Актуальные вопросы

филологии и лингводидактики: современные тенденции и перспективы развития» (Санкт-Петербург, Российский государственный гидрометеорологический университет, 01 марта 2023 г.); Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы филологических и педагогических наук в условиях современности» (Грозный, Грозненский государственный нефтяной технический университет им. М. Д. Миллионщикова, 22 марта 2023 г.), в т.ч. в рамках гранта РФ 22-28-01623 «Лингвокультурная цифровизация: медиасознание и медиадискурс гражданина в современном обществе».

Результаты исследования нашли отражение в 11 публикациях (общий объем 6,9 п. л.), из которых 5 статей – в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ, 2 статьи – в журналах, индексируемых в базе данных Web of Science.

Полученные в процессе исследования результаты внедрены в учебный процесс в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

Глава 1. ОБРАЗ ГОСУДАРСТВА В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

В данной главе рассмотрим корреляцию понятий «образ» и «имидж» государства, дадим лингвокультурную характеристику газетного дискурса в рамках медиадискурса, проанализируем влияние медиасобытия, связанного с историей ведущих СМИ США, Великобритании и Испании и их современным состоянием, на трансляцию образа государства (на примере России, США, Великобритании и Испании) в американских, британских и испанских СМИ.

1.1. Корреляция понятий «образ» и «имидж» государства

Интерес ученых к изучению постоянно меняющихся отношений между государствами не угасает, поэтому рассмотрение ключевых аспектов образа государства является неотъемлемой частью многочисленных исследований.

Формирование образа государства сегодня невозможно вне массмедийного дискурса, под которым мы, вслед за М. Р. Желтухиной, понимаем «связный текст, имеющий вербальные или невербальные, устные или письменные характеристики вместе с прагматическими, психологическими, социокультурными и другими параметрами и выраженный средствами массовой коммуникации» [Желтухина, 2016].

Для того чтобы иметь научное представление о таких понятиях, как «образ» и «имидж» государства, необходимо рассмотреть и изучить различные точки зрения отечественных и зарубежных ученых по данному вопросу. Разграничение понятий «образ» и «имидж» остается одной из актуальных проблем для исследования [Черевко, 2011], [Желтухина, Парамонова, 2020a]. Существует множество подходов к определению рассматриваемых понятий.

Большой вклад в изучение вопросов образа и имиджа государства внесла Т. Э. Гринберг. Как отмечает исследователь, смысл понятий «образ» и «имидж» необходимо искать в «коммуникативном поле». В зависимости от отношения к участникам коммуникации выделяют субъективный, объективный и идеальный образы. Объективный образ страны создается и транслируется через средства массовой информации других государств. Субъективный образ складывается исходя из представлений государства «самого о себе». Идеальный образ предполагает репрезентацию своей страны и ее граждан [Гринберг, 2008].

Российский ученый в области философии и социологии Е. Шестопап разделяет понятия «образ» и «имидж» и рассматривает их с точки зрения «объекта отражения» и «специально сконструированного и растиражированного отражения личности» [Шестопап, 2008, с. 221].

И. В. Сидорская вслед за Е. Шестопап разграничивает понятия «образ» и «имидж», руководствуясь критерием «стихийность/сознательность формирования». Образ государства формируется стихийно, он может меняться в зависимости от происходящих событий. Если говорить об имидже, то он формируется целенаправленно. Зачастую искусственно созданный «имидж» вызывает недоверие у аудитории, так как воспринимается как несоответствующая действительности версия объекта, в то время как «образ», наоборот, вызывает доверие и интерпретируется как соответствующий реальности объект. Вторым критерием, по которому можно различить эти понятия, является акцент на «различных составляющих процесса формирования имиджа/образа» [Сидорская, 2015, с. 66]. Центральным элементом имиджа является сам субъект и деятельность по формированию его имиджа. В результате такой деятельности формируется образ объекта с присущими ему качествами. Изучение образа государства подразумевает «исследование сложившихся характеристик той или иной страны в восприятии тех или иных аудиторий» [Там же]. Имидж – это конкретный, «целенаправленно сформированный образ» [Шалагина, 2015, с. 7],

образ в большей степени «апеллирует к интуитивной, внерациональной части сознания реципиента» [Там же].

И. В. Сидорская отмечает, что на практике понятия тесно связаны друг с другом и сложно определить, «где заканчивается имидж и начинается образ» [Сидорская, 2015, с. 65].

К. Р. Каримова делает вывод, что образ объективен с позиции самого объекта, а по форме он всегда субъективен [Каримова, 2019а, с. 138]. Образ страны – это субъективное восприятие нации зарубежной аудиторией [Ingenhoff, Chariatte, 2020, с. 15].

Группа ученых из США, Кореи и Швейцарии проанализировала методологический подход в процессе создания образа государства. Если анализ образов государств не является методологически обоснованным, он не может иметь отношение к политике [Sevin, 2021, с. 2]. Политикам важно проанализировать образ страны, сформированный как у своих граждан, так и у граждан других стран. Такого рода осведомленность дает возможность политикам сформулировать политические ответы. Методологический подход в данном случае сочетает в себе опрос населения и цифровые данные. При оценке и анализе образов государств основной проблемой, с которой сталкиваются исследователи, является «операционализация» – определение критериев атрибутоизмерения образа страны [Там же]. Ученые E. Sevin, K. Ayhan и D. Ingenhoff предлагают к рассмотрению модель 5D, которая помогает определить отношение иностранных граждан к нации и ее государству. Модель 5D основана на следующих аспектах: экономические и политические компетенции; традиции и культура; географические и природные особенности; эмоции и чувства, возникающие по отношению к тому или иному государству [Sevin, Ayhan, Ingenhoff, 2021, с. 3]. Образ государства характеризуется как «многокомпонентная конструкция», а модель 5D – как способ интеграции и согласования различных данных: опросов, данных медиа, социальных сетей [Там же]. Отмечается значимость дискурсивной и культурологической компетенций

как в процессе аналитических филологических исследований текста, так и в процессе обучения языку [Ураковаб Хачмафова, 2012].

В рамках нашего диссертационного исследования согласимся с определением И. В. Сидорской, которая понимает под образом «продукт стихийно сложившегося восприятия, к которому не применялись целенаправленные усилия того или иного объекта» [Сидорская, 2015, с. 66].

По мнению Е. А. Кубраковой, одной из важнейших особенностей образа является «адресованность и рецептивный характер» [Кубракова, 2016, с. 73]. Активность журналиста и читателя в процессе формирования образа выступает одним из важнейших условий актуализации образа.

Средства массовой информации принимают непосредственное участие в создании образов государств. Опираясь на специфические инструменты и механизмы, СМИ способствуют формированию образов государств у читательской аудитории [Каримова, 2019, с. 140].

В рамках нашего исследования обратимся к термину «медиаобраз» как феномену, появившемуся благодаря СМИ. Так, С. В. Григорян рассматривает медиаобраз как «форму отражения реальной действительности» [Григорян, 2016, с. 8]. С лингвистической точки зрения понятие «медиаобраз» зачастую трактуется как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак, 2012, с. 95]. По мнению Т. Г. Галинской, медиаобраз включает в себе «фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества» [Галинская, 2013, с. 91].

Процесс становления медиаобраза невозможен без учета общественного мнения. С появлением и динамичным развитием Интернета изучение медиаобраза привлекает все больше внимания отечественных и зарубежных ученых. Т. Г. Галинская выделила три различных тенденции в исследовании медиаобраза в зависимости от выбранного для анализа фактического языкового

материала, а именно медиатекстов. Образы политических и общественных деятелей и актуальных политических, экономических и социальных событий внутри и за пределами государства анализируются на материале статей, написанных профессиональными журналистами, репортерами, за определенный временной промежуток. Значимый пласт работ посвящен исследованию непосредственно образа России на основе лингвистического анализа медиатекстов. Также в качестве фактического материала для исследования медиаобраза выступают данные опросов, онлайн-анкетирований, то есть реализуются контент-аналитические исследования, включающие «частотный анализ, компонентный и полевой анализ частотной лексики, лингвориторический анализ» [Галинская, 2013, с. 93]. Таким образом, вторая тенденция предполагает не только анализ самих медиатекстов, но и реакцию читательской аудитории на нее, что «повышает уровень объективности» [Там же]. Третья тенденция основана на анализе обсуждений, комментариев в блогах, на сайтах газет и журналов.

А. Салим выделяет следующие факторы влияния на процесс формирования образа государства: исторически сложившиеся стереотипы, идеология, влияние властных структур и корпораций. Исследование образа государства происходит через изучение языка СМИ [Салим, 2015, с. 34].

Анализ научных работ, посвященных изучению понятий «имидж» и «образ», позволяет сделать следующие выводы: понятия «образ» и «имидж» имеют разный смысловой потенциал. Для понятия «образ» характерно описание внутренних характеристик объекта отражения, а с понятием «имидж» связаны внешние, социальные характеристики. Зачастую в научных статьях прослеживается использование понятий «образ» и «имидж» как синонимов, или «имидж» рассматривается как часть образа [Каримова, 2019, с. 140].

Т. Э. Гринберг в своих исследованиях рассматривает имидж как часть образа, а именно конструкт для его формирования [Гринберг, 2008]. Понятие «имидж» применимо к разным, не связанным между собой объектам – например, имидж политика, руководителя, компании, города и даже страны. Под «имиджем

территории», в частности «имиджем страны», подразумевается «устойчивая, структурированная, с ярко выраженной оценочной компонентой система стереотипов, сформированных у целевых аудиторий относительно конкретной страны» [Сидорская, 2015, с. 67].

В рамках нашего диссертационного исследования согласимся с определением Т. Э. Гринберг, которая понимает под имиджем «целенаправленно создаваемый (на основе исследований потребностей и идеалов целевых аудиторий) образ» [Гринберг, 2008].

В процессе формирования имиджа страны учитывается ряд структурных элементов: история, климат, природные ресурсы, внутренняя политика, экономика, культура, население и др.

Важно отметить, что имидж подразумевает наличие оценки того или иного объекта, в то время как образ не содержит ярко выраженной оценки, а лишь дает представление об объекте.

Позитивный имидж – важный стратегический ресурс. Необходимость в формировании благоприятного имиджа страны появилась в 1990-е годы. Над этой задачей работали специально созданные комиссии, к ее решению привлекались СМИ. Государством оказывалась значительная финансовая и административная поддержка. Процесс создания имиджа государства подразумевает участие большого количества субъектов: не только СМИ, но и ответственных за формирование имиджа министерств и ведомств, представителей общественных движений, лидеров политических партий и др. [Сидорская, 2015, с. 64].

Рассмотрение «имиджа территории» невозможно без изучения смыслового потенциала понятий «страна» и «государство», которые зачастую исследователи используют в качестве синонимов.

Термин «государство» в его современном понимании появился в XVI в. в западноевропейских языках благодаря Н. Макиавелли [Мартышин, 2018, с. 42]. Новый термин наделил понятие суверенитета абстрактным содержанием, не отождествляя его с конкретными представителями власти. Профессор

О. В. Мартышин определяет государство как «объединение людей, проживающих на определенной территории и подчиняющихся единому правительству, обладающему суверенной властью» [Мартышин, 2018, с. 37]. Центральным элементом государства является структура управления, политическая власть.

Исследователь С. В. Бошно рассмотрела основные подходы к изучению сущности государства: теорию плюрализма, теорию элит, технократическую теорию и юридический подход. С точки зрения соотношения государства и общества выделяется теория плюрализма. Согласно данной теории, общество состоит из страт, которые могут объединяться в политические союзы для решения насущных вопросов и задач. Юридический подход также подразумевает взаимодействие общества и государства. Государство рассматривается как социальный институт и «юридическое лицо, выражающее интересы народа» [Бошно, 2013, с. 66]. Технократическая теория основана на власти лиц, профессионально занимающихся управлением (технократы). Подобная деятельность необходима обществу для «оптимального целенаправленного развития» [Бошно, 2013, с. 65]. Теория элит подразумевает существование государства за счет борьбы политических элит.

Важными характеристиками государства являются следующие: неотделимость от политической власти, наличие четкой структурной организации, наличие нормативно-правовых актов. Анализируя функции государства, современный исследователь С. В. Бошно выделяет внутренние и внешние функции. Если основные направления деятельности государства имеют непосредственное отношение к решению внутригосударственных задач, которые реализуются в трех сферах общественной жизни: экономике, политике и духовной жизни, – то речь идет о внутренних функциях. В сфере экономики государство «регулирует имущественные отношения и хозяйственную деятельность» [Бошно, 2013, с. 71], в политической сфере несет ответственность за защиту конституционного строя, в духовной области формирует собственную идеологию. Внешние функции в первую очередь связаны с внешнеполитическим

курсом – направлены на реализацию задач на международной арене. К таким функциям можно отнести сотрудничество с другими странами, интеграцию в мировую экономику, сохранение мирового порядка [Там же].

Понятие «страна» относится не столько к политическим факторам, сколько к культурно-историческим и общегеографическим. Исследование образа страны неотделимо от изучения «особенностей местного национального сообщества» [Сидорская, 2015, с. 67]. К таким особенностям относят язык как один из важнейших факторов формирования менталитета нации, традиции, обычаи и др. [Там же].

Таким образом, под понятием «государство» подразумевается прежде всего структура управления, политическая власть на конкретной территории. Понятие «страна» в свою очередь относится к общегеографическим и культурно-историческим факторам. Каждому государству важно получить признание на мировой арене. Для иностранных граждан образ другой страны интерпретируется как «внешний», для собственных граждан образ своей страны является «внутренним» [Сидорская, 2015, с. 68]. Что о государстве думают иностранные граждане – это его образ, а желаемая репутация государства, его бренд – это его имидж [Cotirlea, 2015, с. 169].

Американский ученый С. Анхольт пишет об идее «бренда нации» (nation brand) [Anholt, 2013, с. 1], подразумевая под этим термином разумный, вполне достижимый стандарт, к которому каждая страна должна стремиться. Если государство стремится к положительному образу и одобрению со стороны других государств, ему необходимо участвовать в глобальных дискуссиях по важным темам: климатические изменения, терроризм, вооруженные конфликты и др.

А. Салим разграничивает два важных для медиадискурса понятия: «фрейминг» и «образ». Аналитическая техника фрейминга появилась благодаря социальным психологам Э. Гоффману и Р. Энтману. В настоящее время большинство исследователей определяют фрейминг как область изучения массовой коммуникации [Салим, 2015, с. 141]. По мнению Р. Энтмана, фреймы –

это определенные «схемы-помощники», отвечающие за обработку информации. Фрейминг предполагает выделение одних черт реальности и исключение других [Entman, 1993, с. 53]. Э. Гоффман пишет, что интерпретировать событие можно с разных точек зрения: «естественной, социальной и институциональной» [Goffman, 1979, с. 22]. События, освещенные в рамках естественной парадигмы, должны восприниматься как «неуправляемые и не подлежащие общественному осуждению» [Там же]. К таким событиям можно отнести природные катаклизмы. События, освещенные в рамках социальной парадигмы, можно отнести к «управляемым и подлежащим социальной оценке». Для того чтобы новость приобрела свой смысл, необходимо учитывать фрейминг как центральный элемент в интерпретации события или проблемы. Медиафреймы позволяют определить тон медиасобытия [Салим, 2015, с. 131].

Наше диссертационное исследование посвящено анализу медиатекстов. Мы считаем, что применительно к государству наиболее целесообразно использовать термин «образ». Мы изучили внешний и внутренний образы государств: России, США, Великобритании и Испании.

Рассматривая внешний и внутренний образы современных США, мы делаем вывод, что восприятие государства американцами и иностранными гражданами различно. Внутри страны складывается негативное мнение, с учетом ухудшения экономического положения в стране и общественного недовольства. Внешний образ США представляется нам нейтральным.

Внешний образ Испании мы также определяем как нейтральный. Большинство статей, которые были выбраны нами для анализа, освещают образ Испании как части Европейского союза. Большое количество статей посвящено туризму в Испании. Внутри страны мнение граждан неоднозначно, и это свидетельствует о том, что образ государства напрямую зависит от событий, происходящих как вне, так и внутри страны.

Внешний образ России представляется нам негативным с точки зрения восприятия гражданами других государств. Внутренний образ России можно

охарактеризовать как неоднозначный, сложный для анализа. Пандемия COVID-19 и специальная военная операция на Украине способствовали разделению граждан на два лагеря с кардинально противоположными взглядами на сложившуюся в мире ситуацию.

Внутренний образ Великобритании сочетает в себе положительное отношение к королеве Великобритании Елизавете II и ее деятельности и крайне отрицательное отношение к представителям парламента. В большей степени критике подвергаются премьер-министры Великобритании.

1.2. Лингвокультурная характеристика газетного дискурса

Концептосфера газетного дискурса сочетает в себе различные вариации дискурсов: политический, экономический, культурный, спортивный и др. Тематическое разнообразие позволяет создать у адресата полноценную картину мира, сформировать представления не только о культуре и народе разных стран, но и в целом о мироустройстве.

По мнению Н. И. Клушиной, газетный дискурс «оказывает мощный перлокутивный эффект на своего адресата» [Клушина, 2008], то есть целенаправленно воздействует на чувства и мысли адресатов медиаинформации.

Российские ученые выделяют три ключевых базовых категории речевого воздействия, а именно суггестию, персуазивность и побуждение.

Суггестия, по мнению таких ученых, как М. Р. Желтухина и Е. Т. Юданова, чаще всего является стратегией политического дискурса. Вслед за М. Р. Желтухиной под суггестией мы понимаем «процесс воздействия на психику адресата, на его чувства, волю и разум, связанный со снижением сознательности, аналитичности и критичности при восприятии внушаемой информации» [Желтухина, 2007, с. 308]. Целью суггестивного политического медиатекста является «коррекция социально-политической установки адресата» [Юданова,

2003, с. 5]. Суггестивные медиатексты англоязычного и испаноязычного политического дискурса содержат в качестве языковых маркеров средства «фоносемантического, лексического, грамматического и синтаксического уровней» с лексико-грамматическим дискурсивным доминированием [Юданова, 2003, с. 2; Макурова, 2013; Бижоев, 2014].

Н. И. Клушина отмечает взаимосвязь публицистического и персуазивного дискурсов [Клушина, 2019]. Вслед за В. Е. Чернявской под персуазивностью в медиакоммуникации мы понимаем воздействие автора письменного сообщения на его адресата с целью убеждения и навязывания определенной точки зрения [Чернявская, 2006, с. 25]. Персуазивные медиатексты англоязычного и испаноязычного политического дискурса содержат следующие языковые маркеры: тропы, средства образности. Н. И. Клушина выделяет оценочную метафору как один из самых эффективных инструментов воздействия на адресата [Клушина, 2006, с. 49].

Основополагающим принципом прессы является сочетание «экспрессии и стандарта» [Куёк, 2005, с. 9]. Задача журналиста заключается в поиске стилистических приемов и экспрессивных средств для привлечения внимания и усиления воздействия на адресатов информации. Именно поэтому основными вербальными особенностями современной прессы являются метафоры, фразеологизмы и эпитеты.

Мы разделяем точку зрения М. Р. Желтухиной, согласно которой для современного медиадискурса характерно «доминирование ценностей над фактами», превалирование эмоций и оценок [Желтухина, 2016, с. 154]. Оценочность выступает как одна из основополагающих характеристик журналистского текста. Эмоциональное воздействие медиасообщений на адресата формируется путем применения специальных средств, отвечающих за эмотивность. Доверительные отношения между коммуникантами составляют основу современного медиакоммуникационного процесса [Желтухина, 2018].

Для медиатекстов характерны два основных типа оценок: скрытая и открытая. Скрытая оценка – это своего рода инструмент манипуляции, действующий на подсознательном уровне и способствующий утверждению в обществе определенных идеологием [Карасик, 2015]. Открытая оценка – это явный инструмент манипуляции, для которого характерна авторская позиция, созданная путем использования «пейоративных или, наоборот, мелиоративных номинаций» [Клушина, 2008, с. 69].

Сегодня газетная пресса разных стран располагает как печатными, так и цифровыми аналогами своих изданий. Рассмотрим лингвокультурные особенности газетной публицистики в США, Великобритании и Испании на примере ряда СМИ.

Выбранные нами для анализа газеты и журналы доступны не только в печатном варианте, но и в цифровом: публикуемые данными изданиями материалы размещаются на официальных сайтах, в мобильных предложениях, в социальных сетях (Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat), в подкастах и на видеоплатформах (YouTube).

Ведущие СМИ Америки

В современной картине мира США принадлежит одно из ведущих мест в информационной сфере. По количеству выпускаемой прессы США занимает лидирующее место в мире.

Б. А. Калягин выделяет ряд характерных черт современной американской прессы. Одной из основополагающих особенностей является свобода слова, без которой невозможно представить существование демократического общества. Однако этот факт может также стать причиной манипуляций общественным мнением. Ограничить свободу могут только издатели СМИ или главные редакторы изданий. Б. А. Калягин также отмечает отсутствие цензуры. Американские журналисты могут воспользоваться любой информацией, которая в других странах считается недоступной. В США не существует отдельного

закона о деятельности прессы. В своей работе СМИ опираются на Первую поправку к Конституции США, которая ограничивает участие государства в деятельности журналистов. Американская пресса разделяет новости и их комментирование, журналист старается освещать актуальную информацию без оценочных суждений [Калягин, 2012, с. 118, 126].

В 30-е годы XIX века в США началось разделение газет и журналов по типологическим характеристикам. Появилась качественная и массовая пресса. Уже в 1820 году в США насчитывалось около 24 ежедневных газет, целью которых было не просвещение своей читательской аудитории, а возможность зарабатывать больше денег за счет «продажи» сенсаций [Новгородова, 2020, с. 93].

«*The New York Times*» признана одной из самых известных и влиятельных качественных газет. По данным сайта издания «The New York Times», первая публикация газеты датирована 1851 годом. Основатели газеты – Генри Джарвис Рэймонд (Henry Jarvis Raymond) и Джордж Джонс (George Jones). Миссия газеты – искать правду и помогать людям понять мир [<https://www.nytc.com/company/history/>]. Девиз газеты сформулировал ее главный издатель Адольф Окс в 1896 году: «Все новости, достойные печати». Газета была рассчитана на высокообразованных читателей. Издание освещало внутреннюю и внешнюю политику государств, общественную жизнь, культуру и экономику. Журналисты ориентировались только на проверенную информацию, не закливая свое внимание на сенсациях. В социальных вопросах и вопросах политики «The New York Times» придерживалась консервативных взглядов. В газете преподносилась объективная информация, не вызывающая сомнений. Каждый сотрудник имел при себе справочник, где были указаны все стилистические и словарные запреты, которые необходимо учитывать журналисту. Аналитические статьи публиковались отдельно в «The New York Times Magazine». В 1896 году газета перешла под руководство Адольфа Окса.

Приоритетным направлением редакционной политики Окса были международные новости [Новгородова, 2020, с. 95].

Артур Хейс Сульцбергер руководил газетой «The New York Times» с 1935 по 1961 год. Главными достоинствами газеты в этот период считаются «аналитические статьи и высококвалифицированные комментарии важнейших событий внутренней и международной жизни» [Новгородова, 2020, с. 97]. Применение новых информационных технологий стало новым толчком в развитии «The New York Times». Период с 1961 по 1990 год ознаменован возрастающим авторитетом газеты с признанием ее отдельным социальным институтом – четвертой властью, позволяющей себе прямо или косвенно вмешиваться в политику своего государства.

В 1992 году Артуру Оксу Сульцбергеру и его команде пришлось признать, что печатные версии газет уходят на второй план и их сменяют цифровые аналоги. «The New York Times» быстро приспособилась к новой реальности, а именно к появлению Интернета, и стала одной из первых газет, публикующих новости во Всемирной сети. Первая онлайн-версия этой газеты вышла в 1996 году. У читателей появилась возможность читать электронную версию газеты в день выхода печатной.

«The New York Times» – одна из немногих газет, которая долгое время предоставляла читателям бесплатный доступ к основным статьям, размещенным на сайте. С 2011 года в связи с экономическими трудностями газеты издатель был вынужден ввести платную подписку для доступа к сайту.

От журналистов «The New York Times» требуется профессионализм, знание своего дела. Газета предоставляет вниманию читателей не только ежедневную хронику актуальных новостей и событий, но и дает возможность выбирать статьи определенной тематики. На данный момент аудитория «The New York Times» расширилась, ряды читателей из высшего общества пополнили представители различных социальных групп [Новгородова, 2020, с. 103].

«The New York Times» прислушивается к мнению своих читателей, периодически публикуя их комментарии в разделе «Guest essays», где читатели делятся своими мыслями и переживаниями на определенную тему.

На сайте RT представлена выборка статей из «The New York Times». Отобранные для сайта статьи лишь изредка затрагивают Россию и посвящены исключительно проблемам других стран. Последнее упоминание России относится к 28 июля 2022 года – данная статья посвящена заинтересованности США и Украины в начале диалога с российской стороной [официальный сайт «Russia Today»].

Другая, не менее известная американская газета «*The Washington Post*» сохранила правила, установленные еще в 30-е годы Юджином Мейером, в то время владельцем газеты. Основными принципами газеты признаны следующие: служение интересам читательской аудитории; освещение главных событий в стране и за ее пределами; подача только правдивой информации, насколько это возможно; отказ от фейковых новостей; отказ от использования грубой лексики в журналистском тексте [Калягин, 2012, с. 128]. Все приведенные выше принципы позволяют газете быть интересной как для молодой, так и для пожилой аудитории [официальный сайт «Washington Post»].

История компании на сайте представлена шестью разделами: ранняя история (1877–1933), Юджин Мейер (193–1946), Филип Грэм (1946–1963), Кэтрин Грэм (1963–1981), Дональд Грэм (1979–2013), Фредерик Райан (2014 – по настоящее время) [официальный сайт «Washington Post»].

Ранняя история. Издание было основано в 1877 году демократом Стилсоном Хатчинсом. Первоначально газета состояла всего из четырех страниц. Под руководством Джона Маклина издание потеряло свой авторитет и влияние из-за верности владельца Демократической партии, что повлияло на объективность транслируемой читателям информации. После смерти Д. Маклина его сын Эдвард стал новым издателем газеты «The Washington Post». Вслед за отцом Э. Маклин был сторонником и приверженцем определенных

партийных взглядов, но уже Республиканской партии. Интерес читательской аудитории к газете угас, тираж издания стал еще меньше [официальный сайт «Washington Post»].

Юджин Мейер. В 1933 году издание было продано финансисту из Калифорнии Юджину Мейеру. Именно он смог сформулировать основополагающие принципы газеты, которые актуальны по сей день. Редакционная политика Мейера превзошла все ожидания, благодаря ему вернулся прежний интерес читателей и втрое увеличился тираж [официальный сайт «Washington Post»].

Филип Грэм. В 1946 году Юджин Мейер вынужден был оставить свой пост, который занял его помощник Филип Грэм. В 1961 году корпорация «The Washington Post Co.» приобрела два дополнительных издания: «Newsweek» и «Los Angeles Times – Washington Post», которые объединили в себе колонки, появляющиеся в обеих газетах. На сегодняшний день «Los Angeles Times – Washington Post» признана одной из крупнейших дополнительных новостных служб в мире [официальный сайт «Washington Post»].

Кэтрин Грэм. Жена Филипа Грэма заняла должность президента «The Washington Post Co.» в 1963 году. К. Грэм добилась значительных финансовых успехов и вывела газету на новый уровень. Важно отметить, что «The Washington Post» стала первым изданием, в котором появился омбудсмен в качестве штатного работника отдела новостей. Должность омбудсмана предполагала не только защиту прав читателей, но также оценку деятельности как других СМИ, так и самой «The Washington Post». Влияние издания было настолько велико, что публикации журналистов, освещающие Уотергейтские скандалы, способствовали отставке президента США Ричарда Никсона [Калягин, 2012, с. 129].

Дональд Грэм. В 1979 году издателем «The Washington Post» становится Дональд Грэм. Его руководство привело к появлению в газете нового раздела, посвященного бизнесу – «Washington Business». Раздел состоял из 15 новостных колонок. В современной версии «The Washington Post» данный раздел сохранился,

но претерпел некоторые изменения: он расширился и включает в себя не только бизнес, но и экономику («Economy. Business News»). Количество колонок в разделе «Business» сократилось до двух: одна называется «Справочная служба» («Help Desk»), в ней публикуются важные советы для читателей, вторая колонка – «Технологии» («The Technology»). В 1996 году Д. Грэм и его команда запустили сайт газеты Washington post.com, но только в 2009 году были объединены печатная и цифровая версии газеты [официальный сайт «Washington Post»].

Фредерик Райан. 2 сентября 2014 года генеральным директором «The Washington Post» стал Фредерик Райан. Под его руководством газета была дважды признана «самой инновационной медиакомпанией мира» [Washington Post, 2022] по версии журнала «Fast Company» и была награждена всемирно известной Пулитцеровской премией.

Газеты «New York Times» и «Washington Post» располагают официальными сайтами, но для того, чтобы иметь возможность читать полные тексты статей и пользоваться всеми преимуществами сайта, необходимо оформить платную подписку.

В социальной сети «Telegram» читатели могут ежедневно ознакомиться с краткими обзорами наиболее актуальных статей, опубликованных на официальных сайтах «The Washington Post» и «The New York Times». На сайтах есть отсылки к мобильным приложениям, которые можно скачать на платформе AppStore и GooglePlay. Приложения позволяют читателям кратко ознакомиться с некоторыми новостями, представленными в печатной и цифровой версиях газет.

Ведущие СМИ Великобритании

Сегодня пресса Великобритании обладает большим разнообразием как печатных, так и цифровых средств массовой информации. Англия – классическая страна, подразделяющая центральную прессу на качественную и популярную. На рынке газетной периодики присутствует около 7000 изданий.

Печатные СМИ Великобритании представлены качественными широкополосными изданиями [Акопов, Кузьменко, 2020, с. 454]. Несомненно, британские СМИ сохранили свое влияние как в британском обществе, так и среди англоговорящих читателей всего мира.

Анализ репрезентации образа России в нашей работе проводится на материале текстов СМИ таких известных качественных англоязычных источников, как «The Guardian», «The Times». Дадим краткую характеристику каждой выбранной нами газеты.

«*The Guardian*» – британская ежедневная леволиберальная газета, одна из самых престижных в мире. Газета появилась в 1821 году в Манчестере благодаря Джону Эдварду Тейлору (John Edward Taylor). Основной посыл издания – «борьба за гражданские права и свободу слова» [<https://lenta.ru/news/2007/06/11/guardian/>]. Всеобщее признание и известность «The Guardian» получила под руководством Чарльза Прествича Скотта (Charles Prestwich Scott). Принципы издания изложены в известной статье, посвященной столетию «The Guardian»: «Комментарии свободны, но факты священны... Голос оппонента должен быть услышан не меньше, чем голос друзей» [Scott, 2017]. В 1988 году начался новый период развития в истории издания.

В 1994–1995 гг. стала вестись работа над онлайн-версией газеты «The Guardian». К 2001 году аудитория сайта насчитывала более 2,4 миллиона читателей, и «The Guardian» смогла закрепиться на первом месте среди онлайн-версий газет Великобритании. Современный сайт издания максимально информативен и при этом прост в использовании. На главной странице каждый читатель может наблюдать за новостями «в прямом эфире». Заголовок самого актуального и важного новостного сообщения, по мнению выпускающего редактора «The Guardian», выделен жирным шрифтом, что не может не привлекать внимание аудитории. Разделы «Прими участие» («Take part») и «Мнение» («Opinion») позволяют читателям не только узнать мнение экспертов, но и высказать свою точку зрения по любому вопросу. С 24 февраля 2022 года

самой часто обсуждаемой страной стала Россия. «Мнения» о событиях, происходящих внутри и вне РФ, наиболее интересны читателям. Так, статья о политическом режиме Владимира Путина только на момент публикации собрала 394 комментария, информация о новом пакете санкций против России – 385 комментариев, а вот новость про ураган в Америке не так волнует читателей – комментарии к ней отсутствуют [официальный сайт «The Guardian»]. «The Guardian» – одна из немногочисленных британских газет, предоставляющих бесплатный доступ к номерам, представленным на сайте.

«The Guardian» считается газетой для «среднего класса». Газете было присвоено ироническое прозвище «The Grainiad» из-за обилия типографических ошибок. Создатели сайта Theguardian.com уделяют особое внимание истории становления и развития газеты.

«The Guardian» – либеральная газета, она имеет четко выраженную политическую позицию. Зачастую ее противопоставляют консервативной «The Times». С 2004 года доступ к полноразмерным номерам издания читатели могут получить на официальном сайте.

«*The Times*» – одна из самых известных мировых газет, которая выпускается ежедневно в Великобритании. Была основана в 1785 году Джоном Уолтером (John Walter). Ежедневный тираж газеты составляет 440 581 экземпляров в день. Популярность электронной версии издания значительно упала в связи с введением платы за доступ к публикациям. Одними из ключевых принципов газеты являются главенство независимости и обеспечение высокого качества новостей [Косарев, 2012, с. 118], первоначально миссией газеты Джона Уолтера провозглашалось «записывать основные события времени» [официальный сайт «The Times»]. Уже во второй половине XIX века сложилась тенденция выделения существенной части газеты под политические новости, «The Times» бросила вызов политической власти. Современная газета «The Times» придерживается своих принципов, и в 2018 году ее признали самой надежной национальной газетой Великобритании [официальный сайт «The

Times»]. Газета получала награды за статьи-расследования, зарубежные репортажи и интервью.

«The Times» изначально позиционировала себя как газета, представляющая интересы «среднего класса». Влияние газеты на общественное мнение остается актуальным по сей день. «The Times» традиционно придерживалась умеренных правоцентристских взглядов, поддерживала лейбористов, а 1 мая 2010 года издание выступило в поддержку Консервативной партии. Из этого можно сделать вывод, что газета не придерживается определенных политических взглядов.

По причине возрастающей популярности цифровой версии газеты печатный тираж «The Times» неуклонно уменьшается. Цифровая среда позволяет читателям пользоваться не только официальным сайтом, но и аккаунтами в социальных сетях (Instagram, Telegram, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube и TikTok). Читателям «The Times» предоставляется возможность ознакомиться с кратким новостным сообщением, полный текст которого можно прочитать на официальном сайте газеты, пройдя по ссылке.

В настоящее время снова набирает популярность авторская журналистика. Читателям важно услышать мнение эксперта в той или иной области. Авторская статья должна быть емкой, полезной для читателя и содержать только достоверную, проверенную информацию.

Газеты «The Guardian» и «The Times» располагают официальными сайтами, но для того чтобы иметь возможность читать полные тексты статей и пользоваться всеми преимуществами сайта, необходимо оформить платную подписку.

Ведущие СМИ Испании

Конституция Испании гарантирует свободу прессы. На рынке газетной периодики присутствует около 1000 журналов и 138 газет, из них 90 ежедневных изданий, 6 из которых – национальные, а остальные региональные.

Анализ репрезентации образа государства в нашей работе проводится на материале текстов СМИ таких известных испаноязычных источников, как «El País» и «El Mundo». Дадим краткую характеристику каждой из выбранных нами газет.

Самой массовой ежедневной общественно-политической газетой является издание «*El País*». По данным за 2019 год, ее тираж составляет 435 тыс. экземпляров ежедневно, ее читает около 1 042 000 подписчиков в день. По данным источника «PRISA Media», у печатной версии газеты 785 000 ежедневных читателей и более 250 000 цифровых подписчиков [Turmo, 2008, с. 20]. «El País» входит в первую десятку наиболее влиятельных и престижных ежедневных газет мира [официальный сайт «El País», 2019]. Профессор кафедры журналистики и средств коммуникации Фернандо Савес Турмо (Fernando Sabés Turmo) в своей научной публикации в журнале «Anagramas», посвященной последним изменениям в газете «El País», приводит статистику, в которой распределяет читателей по полу, возрасту и социальному статусу. Так, мужская аудитория издания составляет 59%, а женская – 41%. Наблюдается практически равный процент читателей в возрасте 25–34, 35–44 и 45–54 лет (21,08%, 22,52% и 21,93%); незначительную часть аудитории составляют молодые люди в возрасте от 14 до 24 лет (11,5%), взрослые 55–64 лет (14,41%) и свыше 65 лет (8,91%). С точки зрения социального статуса самая активно читающая аудитория относится к среднему и высокому классу (37,65% и 25,25%), лишь 1% людей с низким социальным статусом читают газету «El País». Электронные версии газеты представлены на испанском, английском, каталонском и португальском языках.

Газета «El País» была основана Хосе Ортега Спотторно (José Ortega Spottorno) 4 мая 1976 года через полгода после смерти генерала Франко (Franco) и окончания диктаторского режима. Газета стала демократической после того, как поддержала правительство во время переворота в 1981 году, что подтверждает лозунг «El País» – «Независимая утренняя газета». Во время правления Хосе Луиса Родригеса Сапатеро (José Luis Rodríguez Zapatero) в газете публиковались

статьи, критикующие правительство и выступающие против его политики. Первоначально основатели «El País» позиционировали ее как политическую газету. В 80-е годы издание укрепило свои позиции в качестве лидера испанской прессы. «El País» принадлежит крупнейшей медиагруппе Испании – «Grupo PRISA», основанной в 1972 году группой бизнесменов [Turmo, 2008, с. 20].

Газета «El País» отличалась постоянством до 2007 года. С момента основания поддерживается определенный дизайн: страницы с пятью четко разделенными колонками. Фотографии и инфографика играют второстепенную роль: они являются лишь дополнением и подтверждают информационные сообщения. 21 октября 2007 года «El País» представила вниманию читателей измененный формат, адаптированный под современную читательскую аудиторию. Причиной данных изменений стала возрастающая популярность использования Интернета в качестве источника информации. Усовершенствование «El País» включает 2 основных этапа: морфологические изменения и изменения обложки.

С 4 мая 1996 года газета располагает официальным сайтом, который читает почти 17,9 миллиона человек. Именно электронная версия газеты является нашим материалом для исследования.

Второе место по количеству читателей в Испании занимает ежедневная газета «*El Mundo*». По данным за 2019 год, ее тираж составляет 119 662 экземпляров ежедневно, ее читают около 692 000 подписчиков в день [Watson, 2021]. «El Mundo» была основана Педро Рамиресом (Pedro J. Ramírez) в 1989 году. Преимуществами «El Mundo» по праву можно считать «эксклюзивные журналистские расследования, выдающуюся редакторскую работу, плюрализм мнений» [Олейников, 2019, с. 94].

Газета придерживается либеральных и правоцентристских взглядов, критикует Социалистическую партию Испании. Политическое влияние «El Mundo» было и остается существенным, газета подвергает критике большинство решений правительства Испании, открыто высказывая свое мнение.

1.3. Влияние медиасобытия на трансляцию образа государства в СМИ разных стран

Значительные изменения в массмедиа связаны с научно-технической революцией, которая повлияла на все стороны жизни общества. Одним из трех направлений в развитии общества признано «информационное» направление. А. И. Ракитовым выделены пять основных информационных революций: появление и внедрение языка, изобретение письменности и книгопечатания, изобретение телефона, телеграфа, массовая компьютеризация и появление Интернета [Ракитов, 1991, с. 6]. Американский социолог Дэниэл Белл также выделяет появление компьютеров как особо значимое техническое достижение [Белл, 1988, с. 335-336]. Сложно представить современные медиа вне цифрового пространства.

Медийное явление как инструмент влияния на адресата информации является неотъемлемой частью современной прессы. Интерпретация и оценка медиасобытия может привести как к трансляции заведомо ложной информации и превалированию оценочных суждений журналиста, так и к передаче объективных фактов [Черкасова, 2010, с. 250]. По мнению В. В. Хорольского, деятельность СМИ субъективна по своей сути и «никакой медийный факт невозможно отделить от мнения о нем» [Хорольский, 2013б, с. 26]. Под медиасобытием, вслед за Е. Ним, мы понимаем «запланированное или спонтанное событие, конструируемое медиа как социально значимое и получившее широкий резонанс» [Ним, 2019, с. 29].

В нашем диссертационном исследовании основанием выбора для анализа медиасобытийных аспектов «внешняя политика», «внутренняя политика» и «пандемия COVID-19» стали следующие критерии: общественная значимость, масштаб событий, популярность и цитируемость в прессе.

Печатные издания могут освещать одно и то же событие по-разному, создавая свой собственный образ события, что противоречит содержанию миссии

большинства газет и журналов, основной посыл которых – оперативное предоставление актуальной и объективной информации.

Говоря о предназначении прессы, П. Н. Киричек выделяет следующие аспекты: информирование читательской аудитории, координирование и регулирование «духовно-практического многообразия социального бытия». По мнению исследователя, миссия прессы заключается в «гуманизации всех сфер общественной жизни путем системно-непрерывного информирования граждан, оптимизированного элементами управления, образования, воспитания» [Киричек, 2019].

Исследователь Л. Г. Свитич сформулировала основные факторы, которые повлияли на изменения в журналистике и на необходимость внесения корректировок в ранее существовавшую терминосистему. Такими факторами являются: изменение статуса журналистики под влиянием изменения строя российского общества, преобразование системы СМИ (переход от вертикальной и иерархической к горизонтальной и многообразной системе), появление коммерческой журналистики, развитие Интернета под влиянием информационной и цифровой революции, глобализация медиапроцессов, конвертация терминов [Свитич, 2013, с. 17].

Цифровая революция, распространение фейковых новостей и отсутствие контроля качества предоставленного материала, кризис продаж – это факторы, которые не могли не оказать влияние на будущее прессы. Большинство зарубежных журналистов не верят в будущее бумажной прессы. Так, британская газета «The Independent» в 2016 году закрыла свое печатное издание по причине сокращения числа читателей бумажной версии на 85% [Lucas, 2017]. Мартин Барон, бывший редактор «The Washington Post», пишет, что «бумажные газеты не выживут» [Там же]. Журналист испанской газеты «La Vanguardia» Энрик Хулиана считает, что самым важным фактором потери влияния печатной прессы является появление и развитие Интернета. При этом испанский журналист не отрицает того факта, что читатели нуждаются в достоверной и проверенной

информации, которую могут предоставить как печатные, так и цифровые СМИ [Там же].

Журналист из «El País» Алекс Грихельмо считает, что бумажная пресса имеет право на существование и у нее есть будущее. По его мнению, бумажная пресса останется в качестве посредника для рефлексивной и престижной журналистики. Информация, которую читатели получают с помощью цифровых носителей, не структурирована, в ней отсутствует иерархия. У читателя зачастую возникает сложность с пониманием того, насколько важна и необходима предоставленная ему информация.

Особую значимость имеет рассмотрение миссий журналов и газет. Под миссией журналистики Г. В. Чевозерова понимает «отражение реальной действительности и общей картины мира со всеми закономерностями функционирования журналистики и ее развития, описание картин общественного бытия и создание галереи персональных образов, реализующих себя в общественном пространстве» [Чевозерова, 2011, с. 26-27]. И. Н. Демина рассматривает миссию журналистики, с учетом ее двойственной природы, с разных точек зрения. С одной стороны, медиа – это «общественный, социальный институт», с другой – «субъект рынка». Основная цель СМИ как субъекта рынка состоит в получении прибыли. В данном случае под миссией подразумевается «философия и предназначение организации, смысл ее существования на рынке, отличие организации от остальных организаций» [Демина, 2013, с. 173].

И. Н. Демина предлагает разделять миссию СМИ как «канала передачи информации», с одной стороны, и «миссию журналистики» – с другой. Так, под миссией СМИ подразумевается «доведение до аудитории информации, которая может являться продуктом разных компонентов системы массовой коммуникации, которые могут или не могут обладать миссией» [Демина, 2013, с. 177]. Н. В. Вакурова считает, что такое понятие, как «миссия», редко используется в журналистской среде, так как несет в себе «эмоциональный, возвышенный» посыл. По мнению исследователя, миссия журналиста – это

«доминирующая мотивация человека в восприятии его референтной группы, ответственно осознанная им в ее общественных последствиях, как он их себе представляет» [Вакурова, 2012, с. 252]. Журналист издания «The Guardian» Катарина Вайнер (Katharine Viner) посвятила целую статью вопросу о миссии журналистики во время кризиса. Под кризисом журналист подразумевает период политических потрясений, разрушительное влияние новых технологий и его последствия, изменения общественной сферы и новостных организаций, которые вынуждены постоянно адаптироваться к новым реалиям. Миссия «The Guardian»: «Обеспечить финансовую и редакционную независимость “Guardian” на бессрочной основе и защитить журналистскую свободу и либеральные ценности “Guardian”, свободные от коммерческого или политического вмешательства» – была заявлена британской компанией «Scott Trust» в 1936 году и до сих пор сохраняет свою актуальность. Катарина Вайнер отмечает важность предоставления читателям достоверной информации, объективных фактов. Журналист должен «сообщать, писать и редактировать с осторожностью и точностью» [Viner, 2017].

В 2020 году газета «El País» опубликовала статью «Миссия журналистики» («La misión del periodismo»), где наиболее значимыми аспектами в журналистике признаются следующие: истина и обязательство передавать и защищать ее, а также свобода слова. По мнению журналистов «El País», освещение неправдивых и не соответствующих действительности фактов недопустимо в современной журналистике, так как они вводят в заблуждение читателей. Поиск достоверных фактов и истины, объективный анализ информации, предоставление своевременной информации читателям – миссия современной журналистики [Editorial, 2020].

В. В. Витвинчук выделяет и рассматривает социальную миссию в журналистской деятельности. По мнению исследователя, социальная миссия – это «общественное предназначение журналистики, реализующееся в системе функций» [Витвинчук, 2013, с. 7]. Журналист должен быть в курсе культурных

предпочтений его читательской аудитории, иметь семиотическую подготовку и уметь выявлять «общественный смысл явлений и процессов» [Витвинчук, 2013, с. 10]. Миссия может формироваться сотрудниками издания, редакционным коллективом или владельцем.

Идеология и ценности газет и журналов – актуальный вопрос, который рассматривается зарубежными и отечественными учеными. А. П. Суходолов изучает вопросы взаимодействия идеологии и журналистики. Под идеологической функцией журналистики ученый понимает «совокупность решаемых ею социальных задач в различных сферах общественной жизни и социальных группах» [Суходолов, 2014, с. 11]. Сравнивая идеологию отечественной и западной журналистики, А. П. Суходолов отмечает, что для журналистики других стран характерны плюрализм мнений и свобода слова, а также в большой степени – патриотизм и заинтересованность в отстаивании интересов своих стран. Задачей отечественной журналистики является формирование положительного образа страны, постоянное содействие его совершенствованию. По мнению ученого, в российской журналистике не превалирует позитивная идеология, которая заключается в стремлении СМИ активно поддерживать и защищать интересы своей страны, в формировании ясных идеологических ориентиров [Суходолов, 2014, с. 14, 16].

Проблема профессиональной идеологии современного журналиста представляется ученому Ю. М. Ершову недостаточно изученной, но важной для дальнейших исследований [Ершов, 2015, с. 68]. Наибольшее количество работ по данной проблематике опубликовано отечественным исследователем И. М. Дзялошинским. При изучении характера отношения журналиста к своей читательской аудитории важно рассмотреть основные социально-профессиональные установки. В первом случае журналист находится над аудиторией, он воспитывает, направляет своих читателей. Вторая социально-профессиональная установка ставит журналиста рядом с читателем, информируя его. Третья установка предполагает нахождение журналиста внутри аудитории.

Журналист пытается проявить сочувствие к своим читателям, решить проблемы сообща.

К типам журналистской профессиональной идеологии ученый И. М. Дзялошинский относит воздействие, познание и диалог [Дзялошинский, 2006]. Профессиональная идеология воздействия связана с влиянием на сознание и поведение общества и возможна при авторитарном подходе к журналистской деятельности: аудитория представлена как «пассивная масса реципиентов», на которых журналист оказывает непосредственное влияние и формирует их мышление. Профессиональная идеология познания предполагает стремление заинтересовать аудиторию новыми знаниями, впечатлениями; в этом случае журналист не мыслит себя вне аудитории. Профессиональная идеология диалога и соучастия также подразумевает взаимодействие автора со своими читателями: задавая риторические вопросы, журналист провоцирует читателей на диалог [Дзялошинский, 1996].

На протяжении долгого времени, в условиях становления капитализма, журналистская деятельность подчинялась «Уставу о цензуре и печати». Доминирующую роль играла правительственная пресса. Либеральные СМИ имели право на существование, но были вынуждены выражать свои идеи и мнения в завуалированной форме, избегая прямых, конкретных замечаний и критики в адрес первых лиц государства. До 1991 года партийно-идеологический аппарат полностью контролировал оппозиционную прессу. В данном случае идеология «управляющего воздействия» [Дзялошинский, 1996] подразумевает под читательской аудиторией объект пропагандистского влияния. Читателю не предлагают рассмотрение различных точек зрения и систем взглядов, журналистская деятельность направлена на «формирование интеллектуального иммунитета к инакомыслию». Авторитарная парадигма предполагает осуществление журналистской деятельности по определенной модели, жесткому алгоритму [Нисневич, 2016]. Наряду с авторитарной существует гуманитарная идеология. Журналисты, опирающиеся на эту идеологию, не прибегают к

манипуляциям, стараются быть честными со своей аудиторией. Журналистов не должны ограничивать в свободе слова, информация должна беспрепятственно доходить до читателя. Динамично развивается коммуникативно-познавательная идеология, позволяющая аудитории не только получать разноплановую информацию, но и самостоятельно делать выводы, формировать свою точку зрения по любому вопросу. Задача журналиста – проинформировать аудиторию, дать возможность ознакомиться с разными мнениями, не подводя итогов. Журналист Алексей Пивоваров каждую свою журналистскую работу сопровождает словами: «Все выводы у нас на канале вы делаете сами», – предоставляя своим слушателям и читателям право на формирование собственной точки зрения [Новая реальность глазами регионов: URL].

И. М. Дзялошинский отмечает, что авторитарная идеология теряет свою популярность в последние годы. Однако 2021 и 2022 годы были ознаменованы массовым закрытием независимых СМИ и возрастающей популярностью государственных медиа, что способствует развитию авторитарной системы взглядов. Информационно-познавательная и гуманитарная идеологии также остаются актуальными в настоящее время.

Идеология СМИ тесно связана со способами представления ими информации об актуальных событиях. Изучение арсенала средств языковой выразительности входит в задачи стилистики.

Сегодня стилистика охватывает множество сфер, вследствие чего, существует множество определений стилистики. Выделяют историческую стилистику, идиостилистику, экспрессивную и функциональную стилистику [Алексеев, 2012], [Дускаева, 2019б], [Клушина, 2019]; [Лингвистика речи. Медиастилистика, 2013] и др.

Технологическая революция конца XX – начала XXI века оказала существенное влияние на стилистику текста: сформировались коммуникации нового типа, расширились рамки текста в медийной сфере [Какорина, 2007, с. 67]. Объектом стилистического анализа становится экстралингвистический фактор, а

стилистика, став частью исследования массмедиа, становится медиастилистикой как часть функциональной стилистики [Дускаева, 2019б, с. 9]. Н. И. Клушина предлагает выделить медиастилистику в отдельную научную дисциплину [Клушина, 2019].

Зарубежные специалисты в области лингвистики M. Lambrou и A. Durant в своей статье под названием «Медиастилистика» предлагают рассмотреть термины «медиа» и «стилистика» каждый в отдельности. Важно отметить, что, по мнению M. Lambrou и A. Durant, существует три характерных особенности медиа. Во-первых, это понимание медиа как способов и каналов коммуникации между людьми и организациями через газеты и журналы, аудио- и аудиовизуальные электронные форматы и цифровые СМИ. Медиа в данном случае предоставляют платформу для достижения коммуникативных целей. Во-вторых, медиа – это собирательный образ средств массовой информации, включающий журналистов, папарацци, читателей и редакторов. В-третьих, медиа могут быть основаны как на благоприятных, так и на неблагоприятных ассоциациях. По мнению M. Lambrou и A. Durant, существует две актуальных точки зрения на стилистику. Первая включает описание стиля в общих чертах. Например, для СМИ это либо виды медиадискурса в целом (печатные публикации), либо какая-то конкретная форма (заголовок газеты, текстовое сообщение). Второй взгляд на стилистику подразумевает анализ дискурса и критическую интерпретацию; он прослеживает, как выбор дискурса формирует значения, которые передает текст [Lambrou, Durant, 2015, с. 506].

Наиболее полным и достоверным представляется нам определение медиастилистики Н.И. Клушиной: «Медиастилистика – это особая область стилистики, которая занимается изучением функционирования языка в медийном пространстве, т.е. стилистику информационной эпохи» [Клушина, 2019, с. 36]. «Основой стилистики является интегративная категория стиля. Основа медиастилистики – интегративная категория медиастыля» [Там же].

Б. Тошович также предлагает сформировать новую лингвистическую дисциплину, а именно интернет-стилистику. «Смена парадигмы является нормальным и необходимым феноменом в процессе развития любой научной дисциплины. Необходимо максимально сосредоточиться на изучении новых коммуникативных пространств, которые порождают свежий и богатый стилистический материал» [Тошович, 2018]. К основным маркерам интернет-стилистики Б. Тошович относит «гипертекстуальность, интерактивность и мультимедиальность», а все интернет-пространство, с его точки зрения, можно разделить на две части – «официальную и неофициальную». Для официального Интернета характерна «персональная и коллективная ответственность за публичное слово», неофициальному Интернету свойственно «смещение устной и письменной речи, возникновение экспериментальных стилей» [Тошович, 2018, с. 56]. К официальному Интернету относятся сетевые СМИ, в которых мы наблюдаем использование «стилистических потенций языка и речи в массовой интернет-коммуникации» [Басовская, 2020, с. 132].

Таким образом, медиа создают новое коммуникативное пространство, «новые коммуникативные нормы, особую медиакультуру, формируют языковое сознание масс» [Клушина, 2019, с. 36].

Выводы к первой главе

1. Формирование образа государства сегодня невозможно вне медиадискурса, под которым мы, вслед за М. Р. Желтухиной, понимаем «связный текст, имеющий вербальные или невербальные, устные или письменные характеристики вместе с прагматическими, психологическими, социокультурными и другими параметрами и выраженный средствами массовой коммуникации».

2. Образ государства формируется стихийно, он может меняться в зависимости от происходящих событий. Если говорить об имидже, то он

формируется целенаправленно. Зачастую искусственно созданный «имидж» вызывает недоверие у аудитории, так как воспринимается как несоответствующая действительности версия объекта, в то время как «образ», наоборот, вызывает доверие и интерпретируется как соответствующий реальности объект.

3. Под понятием «государство» подразумевается прежде всего структура управления, политическая власть на конкретной территории. Понятие «страна», в свою очередь, связано с общегеографическими и культурно-историческими факторами. Каждому государству важно получить признание на мировой арене. Для иностранных граждан образ другой страны интерпретируется как «внешний», для собственных граждан образ своей страны является «внутренним».

4. Фрейминг (вслед за Н. Салим) понимается как метод воздействия на аудиторию, способствующий формированию мнения масс, оказывающий влияние на восприятие информации аудиторией. Для того чтобы новость приобрела свой смысл, необходимо учитывать фрейминг как центральный элемент в интерпретации события или проблемы. Медиафреймы позволяют определить тон медиасобытия.

5. Современному медиадискурсу свойственны «доминирование ценностей над фактами», превалирование эмоций и оценок. Оценочность является одной из основополагающих характеристик журналистского текста.

6. Концептосфера газетного дискурса включает многочисленные варианты дискурсов: экономический, культурный, политический и другие, что позволяет создать у адресата полную картину мира.

6. Особую значимость имеет рассмотрение миссий журналов и газет. Миссия журналистики (вслед за Г. В. Чевозеровой) состоит в отражении реальной действительности и общей картины мира, со всеми закономерностями функционирования журналистики и ее развития, в описании картин общественного бытия и создании галереи персональных образов, реализующих себя в общественном пространстве. Предлагается разделять миссию СМИ и миссию журналистики.

Глава 2. СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА»

В данной главе проведем сопоставительное исследование вербальной лингвокультурной специфики медиатрансляции образа государства на примере России, США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» в американской, британской и испанской прессе.

2.1. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика»

В 2014 году между Россией и Западом усугубился конфликт в связи с проблемой принадлежности Крыма. Политологи В. Б. Кашин и И. Н. Тимофеев в своем исследовании предельно точно описывают положение, в котором оказалась Россия: «В считанные месяцы их отношения растеряли остатки партнёрства предшествовавших двадцати лет и фактически перешли в стадию новой холодной войны. В отличие от Советского Союза Россия оказалась в гораздо более уязвимом положении» [Кашин, Тимофеев, 2021, с. 1].

В реалиях нашего времени мировой порядок находится в состоянии трансформации, в межгосударственных отношениях нарастает неопределенность, граничащая с назревающим конфликтом, с агрессией.

В статье Н. А. Коноваловой под названием «Внешняя политика России в рамках современной международной системы» рассматривается определение миропорядка и места России в нем. Автор статьи приходит к выводу, что существуют как оптимистичные, так и пессимистичные оценки роли России в мире. С одной стороны, Россия традиционно «отдавала приоритет вопросам

безопасности и суверенитета в самом широком смысле»; с другой стороны, при ухудшении положения России в мире имеется вероятность «скатывания России на периферийные роли в международной системе, так что страна не сможет оказывать желаемого влияния на глобальные процессы» [Коновалова, 2018, с. 130].

Исходя из концепции великодержавности Т. А. Шаклеиной и учитывая модель глобальной иерархии, предложенную научным коллективом ИМЭМО, принимая во внимание ряд материальных параметров, таких как «размер территории, населения, экономики, развитие вооруженных сил, науки, культуры и образования, исторический опыт участия в мирорегулирующей деятельности», можно выделить ряд государств, претендующих на статус великодержавных. Т. А. Шаклеина относит Соединенные Штаты Америки и Китай к государствам с наиболее высокими показателями по большинству вышеуказанных критериев. Далее следует Европейский союз, а Россия находится между вторым и третьим уровнем. По мнению составителей модели глобальной иерархии, Россия уступает по своему экономическому и технологическому потенциалу, но при этом остается ядерной державой, что способствует повышению ее уровня [Шаклеина, 2012, с. 55].

После 24 февраля 2022 года военный, экономический и технологический потенциал, а также ядерный статус России стали наиболее часто обсуждаемыми темами в иностранных СМИ [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 94]. Россия, будучи постоянным членом Совета безопасности ООН, несет ответственность за поддержание безопасности во всем мире, является одним из основных участников международных отношений и оказывает влияние на события на мировой арене [Там же].

Рассмотрим далее аксиологическое тематическое наполнение медиасобытийного аспекта «внешняя политика» при медиатрансляции образа государства Россия в разных лингвокультурах (американской, британской и испанской).

1. Россия и Великобритания

Начало формальных отношений между Россией и Великобританией датировано 1553 годом. Исторически сложилось так, что на протяжении долгого времени отсутствовало взаимопонимание между странами. Россия и Великобритания были противниками и конкурентами: враги в Крымской войне в 1850 году, обострение отношений в период русской революции в 1917 году и холодной войны в 1947–1989 гг., постоянное столкновение экономических интересов от Ближнего Востока до Индии. При этом важно упомянуть, что Россия и Великобритания объединялись и были союзниками в период столкновений с армией Наполеона и во время Первой и Второй мировых войн [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 95].

Об отношении правящей элиты Великобритании к СССР иронично высказался российский государственный и политический деятель В. Р. Мединский: «Думаю, утром 22 июня 1941 года, узнав о нападении Гитлера на СССР, Черчилль радостно перекрестился. Или выпил коньяку. Может, даже пустился на радостих вприсядку. Не знаю. Скорее всего – и то, и другое, и третье» [Мединский, 2022, с. 678].

При этом не вызывает сомнений, что Лондон был и остается одним из важнейших экономических и политических центров в мире.

В 2014 году Крым вошел в состав РФ, а Кремль поддержал сторону ополченцев Донбасса в конфликте с Киевом. Великобритания отказалась признать Крым российским, и в британских СМИ действия России были определены как «аннексия» и «захват» территории. Со стороны Великобритании были введены санкции в отношении России, и с тех пор в британских СМИ Россия представлена как «агрессор», а политический режим России характеризуется как «авторитарный» [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 95].

Россия и Великобритания – одни из ключевых центров политического и экономического влияния в мире. Их объединяет членство в Совете Безопасности ООН, обе страны являются ядерными государствами. На данном этапе

«взаимоотношения России и Великобритании находятся в стремительном развитии с преобладающими негативными тенденциями. Все вышеперечисленные события привели к взаимным обвинениям со стороны России и Великобритании и к устойчивому противостоянию двух стран» [Там же].

В июне 2021 года произошел инцидент в Черном море с участием эсминца британского королевского флота «Дефендер», который осуществил проход вблизи побережья Крыма, нарушив государственную границу Российской Федерации [Там же]. Журналист «The Washington Post» упомянул, каким образом был присоединен Крым к России, используя глагол «захватывать»: «*The Defender sailed close to the Crimean coast, through what Russia has claimed are its territorial waters since it seized Crimea from Ukraine seven years ago*»¹ – «Эсминец проплыл близко к крымскому побережью, которое, по утверждению России, является ее территориальными водами, поскольку семь лет назад она захватила Крым у Украины»² [Will, 2021]. Интересен тот факт, что британские СМИ не отрицают, что инцидент с эминцем «Defender» был провокацией: «*The Defender's mission in Ukrainian waters was to demonstrate that the legality of the seizure has never been recognized internationally*» – «Миссия Defender в украинских водах заключалась в том, чтобы продемонстрировать, что законность захвата территории Крыма никогда не признавалась на международном уровне» [Там же].

Американские СМИ также не остались в стороне при обсуждении роли Великобритании в конфликте России и Украины. В статье «*Britain pursues more muscular role in standoff with Russia on Ukraine*» – «Великобритания стремится к более мощной роли в противостоянии с Россией по Украине» американского издания «New York Times» отмечается желание Великобритании играть более важную роль в конфликте России с Украиной. Для того чтобы показать, насколько

¹ Здесь и далее все примеры приводятся с сохранением орфографии и пунктуации оригинального источника.

² Здесь и далее авторский перевод.

Великобритания стремится к этому, автор статьи использует сравнительную степень прилагательного *«more muscular role»* – «более мощная роль» [Landler, 2022].

Великобритания обвиняет президента России Владимира Путина в заговоре против Украины: *«Britain seized the world's attention on Saturday by accusing President Vladimir V. Putin of plotting to install a pro-Russian leader in Ukraine»* – «В субботу Великобритания привлекла внимание всего мира, обвинив президента Владимира Путина в заговоре с целью поставить на Украине пророссийского лидера» [Там же].

Еще до начала специальной военной операции 24 февраля 2022 года издание «The Washington Post» ссылалось на недовольство Владимира Путина итогами холодной войны: *«And Vladimir Putin, who nurses an unassuageable grudge about the way the Cold War ended, seems uninterested in Russia reconciling itself to a role as a normal nation»* – «А Владимир Путин, затаивший неумолимую обиду на то, как закончилась холодная война, похоже, не заинтересован в том, чтобы Россия смирилась с ролью нормальной страны» [Will, 2021]. Эпитеты «неумолимый», «нормальный» способствуют созданию у читателей определенного образа России и ее президента. Далее в статье автор раскрывает значение эпитета «нормальный» в контексте России, упоминая *«необоснованное прибегание ко лжи»* – *«gratuitous resorts to mendacity»* [Там же].

Заявление Великобритании «The New York Times» характеризует как «драматическое» – *«a dramatic announcement»* и «привлекающее внимание всего мира» – *«seized the world's attention»* [Landler, 2022]. Автор статьи, используя гиперболу, акцентирует внимание на заговоре России против Украины для усиления впечатления у читателей и с целью убедить читательскую аудиторию в том, что это заявление произвело впечатление на весь мир [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 95].

Противостояние России и Великобритании сравнивается с игрой, в которой Великобритания намерена занять ключевую роль: *«They cast it as part of a*

concerted strategy to be a muscular player in Europe's showdown with Russia – a role it has played since Winston Churchill warned of an 'Iron Curtain' after World War II» – «Они считают частью стратегии – стать сильным игроком в противостоянии Европы с Россией – роль, которую она (Великобритания) играет с тех пор, как Уинстон Черчилль предупредил о “железном занавесе” после Второй мировой войны» [Landler, 2022].

Политическое клише «железный занавес» – «*iron curtain*» впервые прозвучало в Фултонской речи премьер-министра Уинстона Черчилля 5 марта 1946 года. «Железный занавес» – это политический и информационный барьер, который изолирует Россию от стран Запада. Издание «РИА Новости» характеризует термин «железный занавес» как «символ тотальной несвободы при социализме, подавления основных прав личности, прежде всего права на свободу передвижения и получение информации» [Железный занавес в СССР, 2021].

«Железный занавес» характеризуется в первую очередь внутренними запретами и ограничениями, что наблюдается в России лишь частично. Ограничения коснулись независимых СМИ и иностранных интернет-платформ, таких как Instagram, Facebook, Twitter: «*Russia bans Facebook and Instagram under 'extremism' law*» – «*В России запрещены Facebook и Instagram по закону об “экстремизме”*» [Sauer, 2022].

В статье «The Guardian» используется лексика с семантическим компонентом «агрессия и атака»: «*Sergei Shoigu began his meeting with Wallace by attacking the UK's deliveries of lethal arms to Ukraine*» – «*Свою встречу с Уоллесом Сергей Шойгу начал с нападок на британские поставки смертоносного оружия в Украину*» [Roth, Sauer, 2022]. Несмотря на сложные взаимоотношения между Россией и Великобританией, Бен Уоллес положительно отзывается о Сергее Шойгу: «*Shoigu is a professional and very experienced minister*» – «*Шойгу – профессиональный и очень опытный министр*» [Там же]. Встречу с Сергеем Шойгу министр обороны Великобритании характеризует как «*frank and constructive talks*» – «*откровенный и конструктивный разговор*» [Там же]. В

статье преобладают эмоционально-оценочные эпитеты, которые помогают создать положительный образ Сергея Шойгу в представлении читателей [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 95].

После 24 февраля 2022 года в британских и американских СМИ наблюдаются диаметрально противоположные точки зрения в отношении министра обороны России Сергея Шойгу. Американская газета «The Washington Post» в статье под названием «*Russia's ultimate political survivor faces a wartime reckoning*» – «Последнему политическому выжившему в России грозит расплата во время войны» характеризует Сергея Шойгу как неотъемлемую часть российской политической жизни (*a fixture of Russian political life*), как того, кто может оказаться «на крючке» за военные неудачи (*could be on the hook for military failures*) [Sonne, Belton, 2022]. Словарь «Collins» выражение «*be on the hook for*» относит к сленгу. Исходя из контекста статьи читатель может сделать вывод, что министр обороны России находится в опасном положении, в сложной ситуации.

Газета «The Washington Post» оценивает деятельность Шойгу как «театральные» учения: «*...presided over theatrical exercises, rattled off statistics about personnel, and boasted of fearsome new weaponry – all to project the image of a Russian military on the rise under his guidance*» – «...руководил театральными учениями, оттачивал статистику личного состава и хвастался новым устрашающим вооружением, чтобы создать образ российской армии, набирающей силу под его руководством» [Sonne, Belton, 2022]. В выбранном для анализа отрывке прослеживается скептическая ирония. Журналист использует ироническое осмеяние, подвергая сомнению все предыдущие достижения Сергея Шойгу, считая их «игрой на публику» [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 96].

Положительный образ Сергея Шойгу в британской прессе сменяется на резко негативный: «*...the facade that Shoigu meticulously presented over the past decade has disintegrated into an ugly reality, laying bare the incompetence and barbarity of one of the world's biggest militaries*» – «...видимость, которую Шойгу скрупулёзно создавал в течение последнего десятилетия, превратилась, в

уродливую реальность, обнажив некомпетентность и варварство одной из крупнейших в мире армий» [Sonne, Belton, 2022]. Использование гиперболы, основанной на осуждающем прилагательном – *«уродливая реальность»*, нацелено на эффект преувеличения [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 96].

Военно-политические отношения между странами достигли своего апогея. Звучат угрозы применения ядерного оружия, речи дипломатов переполнены агрессией, жесткими заявлениями, политические деятели позволяют себе использовать сниженную лексику [Там же]. Экономические отношения находятся в процессе полного прекращения. Великобритания намерена отказаться от российских нефти и угля, введено множество санкций в отношении российских бизнесменов и журналистов, работающих на федеральных каналах и поддерживающих военную спецоперацию на Украине, прекращено осуществление инвестиций в российскую экономику. Все эти меры направлены на ослабление российской экономики. Конфликты между Великобританией и Россией происходят в информационном поле и ограничиваются только введением новых санкций в отношении друга [Там же].

2. Россия и США

На официальном сайте правительства Соединенных Штатов Америки вниманию читателей представлен раздел «Взаимоотношения России и Америки» («US relations with Russia»). Впервые дипломатические отношения между странами были документально установлены в 1809 году и неофициально прерваны после революции 1917 года в России. Соединенные Штаты Америки отказывались признавать власть большевиков до 1991 года. 31 декабря 1991 года США и Россия возобновили дипломатические отношения, при этом было отмечено, что США «давно стремятся к полноценным и конструктивным отношениям с Россией» [Шаклеина, 2012]. Политика США была направлена на установление сотрудничества и партнерства в сфере безопасности. В период правления Барака Обамы (2009–2017 гг.) в США был взят курс на «системное сдерживание» России, были введены санкции в отношении некоторых

российских депутатов и бизнесменов. Исходя из информации, представленной на сайте правительства США, ухудшение взаимоотношений датируется 2014 годом, когда Крым был включен в состав России. Президентские выборы в США и победа Дональда Трампа в 2016 году должны были способствовать установлению партнерских доброжелательных отношений между государствами. С 20 января 2021 года должность президента США занимает Джоозеф Байден, не одобряющий политику Кремля и не заинтересованный в налаживании отношений с Россией [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 97].

Напряженные взаимоотношения между Россией и США сохранялись до 24 февраля 2022 года, то есть до момента начала военной спецоперации России на территории Украины, которая стала причиной прекращения взаимоотношений между странами и введения ими множества санкций в отношении друг друга. На сайте осуждается применение Кремлем репрессий в отношении граждан, чье мнение не совпадает с официальной повесткой Кремля, негативно оценивается признание СМИ «иностранными агентами» и дисквалификация потенциальных кандидатов от оппозиции [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 96].

Участились случаи употребления в СМИ слов «террористический» и «экстремистский» – оба термина связаны с нарушением политической деятельности государства.

Среди ученых нет единого мнения относительно времени появления термина «террор». Некоторые считают, что впервые термин «террор» с латинского на французский перевел философ Ш. Монтескье «для характеристики деспотического государства» [Кокорев, 2013]. Существует также мнение, что термин «террор» появился еще во времена Аристотеля и использовался для «обозначения особого ужаса, который овладевал зрителями в греческом театре» [Там же].

В соответствии со статьей 20.3.1 КоАП РФ, экстремизм – это «действия, направленные на возбуждение ненависти либо вражды, а также на унижение достоинства человека либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности,

языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, совершенные публично, в том числе с использованием средств массовой информации либо информационно-телекоммуникационных сетей, включая Интернет» [КоАП РФ, 2021]. Газета «The Guardian» так пишет о закрытии Facebook и Instagram: «*Russia banned Instagram and Facebook altogether, citing its extremism laws and describing the platforms as carrying out extremist activities*» – «Россия полностью запретила Instagram и Facebook, сославшись на закон об экстремизме, обвиняя эти платформы в осуществлении экстремистской деятельности» [Roth, Sauer, 2022].

В настоящее время одной из актуальных тем, освещающихся в СМИ, является киберпространство: «*The U.S. – Russia conflict is heating up – in cyberspace*» – «Конфликт между США и Россией накаляется – в киберпространстве» [Ignatius, 2022]. Киберпространство определяется как «новый тип пространства, характерный для сетевых обществ XXI века» [Добринская, 2018, с. 52]. Киберпространство также называют цифровой средой. По мнению Д. Е. Добринской, «цифровая среда – это пространство функционирования продуктов информационно-коммуникационных технологий, позволяющих создавать чрезвычайно сложные системы взаимодействий агентов с целью получения информации, обмена и управления ею, а также осуществления коммуникаций в условиях множества различных сетей» [Там же]. Важной особенностью киберпространства является невозможность разделить его границами национальных государств [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 97].

Россия и США представлены в статье «The Washington Post» с заголовком «*The U.S. – Russia conflict is heating up – in cyberspace*» как два противоборствующих государства, которые соперничают не только за влияние в реальном мире, но и за первенство в киберпространстве. Говоря о противостоянии России и Америки, автор использует в статье военную метафору: «*a long-standing battle is also heating up*» – «давняя битва накаляется» [Ignatius, 2022]. В статье приводится цитата российского высокопоставленного чиновника, чье имя не

уточняется, который предостерегает Америку от «катастрофических последствий» – «*catastrophic consequences*» [Там же]. Пейоративный эпитет с эмоциональным компонентом «катастрофический» выражает как мнение, так и эмоции автора данного высказывания.

Для того чтобы создать образ «России-агрессора», в статьях используется ряд глаголов [Парамонова, 2022, с. 146]: «*warn of catastrophic consequences*» – «предупредить о катастрофических последствиях», «*charge the United States*» – «обвинять США», «*We do not recommend that the United States provoke Russia*» – «Мы не рекомендуем США провоцировать Россию» [Ignatius, 2022], [Парамонова, 2022, с. 146]. Появляется ряд терминов, характерных для освещения военной тематики, применяемых к сфере киберпространства: «*IT-army*» – «ИТ-армия», «*cyber aggression*» – «киберагрессия», «*computer attacks*» – «компьютерные атаки», «*attack cyber targets*» – «атаковать киберцели», «*malicious cyber activity*» – «злонамеренная киберактивность», «*the threat of cyberwarfare*» – «угроза кибервойны» [Ignatius, 2022], «*ciberpoder*» – «кибермощь», «*conflagración bélica*» – «разжигание войны», «*las ciberoperaciones*» – «кибероперации», «*ciberespionaje*» – «кибершпионаж» [Rizzi, 2022]. Нередко на протяжении всей статьи прослеживается градация, конфликт рассматривается в развитии: «*a long-standing battle is also heating up*» – «давняя битва накаляется», «*has been a growing domain of U.S – Russian conflict*» – «растущий американо-российский конфликт» [Ignatius, 2022].

Чтобы подчеркнуть глубину расхождений, антагонизм между странами, авторы публикаций обращаются к определенной тематике. Так, цитируя слова высокопоставленного чиновника Госдепартамента, автор статьи противопоставляет отношение России и Америки к Интернету. Интернет в Америке характеризуется как «открытая, свободная система» – «*an open, free system*», в то время как в России «Интернет с суверенными границами, в рамках которых Россия может подавлять высказывания, которые ей не нравятся» –

«*an internet with sovereign borders, where it can suppress speech it doesn't like*» [Там же].

В испанском издании «El País» авторы поднимают вопрос о лидерстве в киберпространстве. Заголовок статьи «*¿Quién tiene más ciberpoder? Una radiografía de las capacidades de EE UU, China, Rusia y otras potencias*» – «У кого больше кибермощи? Рентген возможностей США, Китая, России и других держав» [Rizzi, 2022] содержит оценочный вопрос, ответ на который волнует автора статьи. Под метафорой «рентген возможностей» автор подразумевает анализ возможностей каждой из перечисленных стран в киберпространстве.

Введение санкций против России – одно из важнейших последствий специальной военной операции на Украине. США, так же как Великобритания и страны Евросоюза, ввели многочисленные санкции против России, которые повлияли не только на экономику России, но и на благосостояние населения Америки. Оценочные метафоры чаще всего используются в американской, британской и испанской прессе в статьях, освещающих санкции против России: «*Sanctions are hitting hard enough to hurt Russia*» – «Санкции бьют достаточно сильно, чтобы навредить России», «*The self-sanctioning by the likes of McDonald's has also hit the Russian economy*» – «Самосанкции со стороны таких компаний, как McDonald's, также ударили по российской экономике» [Inman, 2022].

По мнению британских СМИ, санкции введены не против населения России, а непосредственно против «путинской экономики», при этом санкции превзошли ожидания Путина: «*...that real damage is being done to Putin's economy*» – «...реальный ущерб наносится экономике Путина», «*The sanctions have exceeded most people's expectations and they have exceeded Putin's as well*» – «Санкции превзошли ожидания большинства людей, а также ожидания Путина» [Там же], «*Estados Unidos anuncia nuevas sanciones contra las oligarcas que hacen posible la Guerra de Putin*» – «США объявляют о новых санкциях против олигархов, которые делают возможной путинскую войну» [Monge, 2022].

Американские СМИ, освещая последствия санкций, введенных против России, выделили пять ключевых сфер воздействия:

- финансовый сектор;
- торговля;
- технологии;
- энергетика;
- элиты.

Журналисты активно используют слова и словосочетания, способствующие созданию негативного образа России, несущие негативное значение. Так, для финансового сектора России характерна *«рецессия»* – *«the recession»* [Wong, Swanson, 2022]; *«currency volatility»* – *«волатильность валюты»*, *«massive capital outflows»* – *«массовый отток капитала»* [Cohen, 2021].

Прием, который часто встречается в публикациях американских и британских СМИ на тему экономики, – гипербола. С ее помощью СМИ удается преувеличить реальную угрозу и значимость, введенных санкций в отношении России со стороны Великобритании и США: *«sweeping economic penalties»* – *«масштабные экономические санкции»*, *«sanctions on Russia's largest banks»* – *«санкции в отношении крупнейших российских банков»* [Wong, Swanson, 2022], *«резкое падение импорта»* – *«a steep drop in imports»* [Там же].

Глава Агентства США по международному развитию Саманта Пауэр заявила, что одной из основных проблем на повестке дня является *«проблема сидящих за забором»* – *«fence-sitter problem»* [Jakes, Wong, 2022]. Под устойчивым словосочетанием *«fence sitter»* Саманта Пауэр подразумевает те страны, которые так и не смогли определиться и принять однозначное решение, не желая вступать с Россией в конфронтацию. Действия России на Украине Саманта Пауэр характеризует как *«зверства»* – *«atrocities»*. Пейоративное эмоционально-окрашенное слово «зверство» в данном контексте помогает выразить негативную оценку действий России, которую высокопоставленные американские чиновники хотят донести до своей аудитории.

Активизация иронии в британской журналистике связана с новым потоком санкций в отношении России. Большое внимание уделяется британскими СМИ не только вопросу введения новых санкций, но и проблеме их несоблюдения представителями российской политической элиты и их родственниками: «*Kremlin official's wife has a smashing holidays despite sanctions*» – «Несмотря на санкции, жена кремлевского чиновника проводит потрясающие каникулы» (эпитет «потрясающий» в данном контексте используется с иронией, прослеживается авторское отношение к изложенным событиям) [Bennetts, 2022].

По основанию сферы международных отношений нами были рассмотрены военно-политические, экономические и социокультурные аспекты взаимодействия России и США.

С точки зрения военно-политических отношений государства находятся в состоянии конфронтации. США не намерены возобновлять диалог с Россией и заняли выжидающую позицию, призывая российское правительство отказаться от пути агрессии и враждебности, а обратиться к дипломатическому пути разрешения вопроса.

Экономические санкции США против России – одна из наиболее часто освещаемых тем в прессе. Уход американских компаний с российского рынка, запрет на поставку запчастей в автомобилестроительной и авиационной отраслях, исключение России из международной платежной системы SWIFT – все эти меры направлены на ослабление российской экономики. Конфликты между США и Россией происходят в информационном поле и ограничиваются только введением новых санкций в отношении друг друга.

Социокультурное взаимодействие между Россией и США также переживает не лучшие времена. Издание «The New York Times» характеризует положение России в цифровом пространстве как «*a digital barricade*» – «цифровой барьер», «*digital isolation*» – «цифровая изоляция» [Satariano, Hopkins, 2022]. TikTok, Twitter и Netflix приостановили работу своих сервисов в России. Испанские СМИ пишут о российской культуре как о культуре, переживающей раскол: «*La*

cultura rusa vive hoy un cisma» [Ferrer, 2022]. Положение российских деятелей культуры, выступающих против «войны» и «неоимпериализма» – «la Guerra» у «neoimperialismo», сравнивают с советской эпохой, с репрессиями: «Creadores y periodistas huyen del régimen de Putin, de la Guerra y la represión. Como en la era soviética, el éxodo desgarró la cultura rusa» – «Деятели искусства и журналисты бегут от путинского режима, войны и репрессий. Как и в советское время, массовая эмиграция рвет на части русскую культуру» [Там же].

3. Россия и Украина

Военную операцию на Украине Владимир Путин называет «*de-Nazification*» – «денацификация». Издание «Аргументы и факты» подробно раскрывает суть данного термина: «Денацификация – это мероприятия, направленные на искоренение нацизма в Германии после ее поражения в Великой Отечественной войне» [АиФ, 2022].

В свою очередь журналист «The Wall Street Journal», цитируя ряд американских политологов, объясняет, что Владимир Путин считает «*украинских политиков марионетками Запада, подобно тому, как некоторые националисты, которые встали на сторону нацистской Германии во время Второй Мировой Войны*» – «*Ukrainian politicians being puppets of the West, much as some nationalists sided with Nazi Germany during World War II*» [Hookway, 2022].

Сложная ситуация на Украине спровоцировала митинги в России. По данным «The Guardian», 1346 человек было арестовано 24 февраля 2022 года в Москве и Санкт-Петербурге. Реакция людей передается широким спектром эмоционально-экспрессивной лексики: «*shocked reactions*» – «состояние шока», «*Putin lost his mind*» – «Путин сошел с ума», «*the mood was dark and sombre*» – «настроение было мрачным», «*anger and hopelessness*» – «гнев и безнадежность» [Roth, Sauer, 2022], «*a fierce battle*» – «жестокая битва» [Beaumont, 2022].

В заголовочном комплексе испанских СМИ можно встретить слова действующего лица, которые переданы косвенной речью: «*Rusia dice que su objetivo no es derrocar al gobierno de Ucrania*» – «Россия заявляет, что ее целью

не является свержение правительства Украины» [Aragonés, 2022]. Также нам встретились заголовки, содержащие прямое цитирование: «*Ucrania odiará a Rusia durante muchos años*» – «Украина будет ненавидеть Россию много лет» [Gutiérrez, 2022]. В подзаголовке приводится разъяснение, что данные слова принадлежат украинскому философу и журналисту Владимиру Ермоленко, который находится на месте событий.

В статье «*¿Quién tiene más ciberpoder? Una radiografía de las capacidades de EE UU, China, Rusia y otras potencias*» – «У кого больше кибермоцци? Рентген возможностей США, Китая, России и других держав» [Rizzi, 2022] от 30.01.2022 поднимается вопрос об угрозе кибератаки России против Украины. Кибероперация России характеризуется с помощью эпитета «наиболее агрессивная» – «*más agresiva*».

Армию Украины представители российских СМИ характеризуют как «*Ukrainian terrorists*» – «украинские террористы», «*Ukrainian saboteurs*» – «украинские диверсанты» [Parfitt, Stabley, 2022]. Существительное «диверсант» было заимствовано из французского языка и появилось в английском языке только в 1921 году. Диверсант – это человек, который намеренно разрушает или уничтожает объекты с целью ослабить противника или выступить с протестом [<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/English/saboteur>]. В толковом словаре русского языка слово «диверсант» интерпретируется немного иначе: диверсантом считается человек, который выводит из строя и разрушает именно военные или государственные объекты [Словарь рус. яз.: в 4 томах].

«*Zelensky warns Russia could step up attacks on Ukraine's independence day*» – «Зеленский предупреждает, что Россия может ужесточить атаки в День независимости Украины», «*escalation of Russian attacks*» – «эскалация российских атак» [Thurston, 2022]. В Военном энциклопедическом словаре термин «эскалация», с опорой на концепцию американского автора Г. Кана, определяется как развязывание и расширение военного конфликта посредством обострения военно-политической конфронтации, ее постепенного превращения в кризисную

ситуацию и в войну с последующим расширением ее масштабов вплоть до всеобщей ядерной войны» [Военный энциклопедический словарь: URL].

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года позволило получить данные о количестве упоминаний России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» в заголовках статей. Полученные данные отражены в Таблице 1.

Таблица 1 – Количество упоминаний России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» в заголовках статей американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo»

		2020 г.	2021 г.	2022 г.
The New York Times / The Washington Post	Количество упоминаний России в заголовках	31	43	79
The Guardian / The Times	Общее количество статей	95	95	95
	Количество упоминаний России в заголовках	33	36	82
	Общее количество статей	95	95	95
El País / El Mundo	Количество упоминаний России в заголовках	15	32	76
	Общее количество статей	95	95	95

Анализ проводился путем отбора статей, в которых фигурируют упоминания России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика», затем путем подсчета было выведено общее количество заголовков статей, в которых освещается внешняя политика России, и определено их процентное соотношение.

На основании анализа полученных данных мы пришли к выводу, что Россия в 2022 году стала самой упоминаемой страной в заголовках, рассматриваемых нами американских, британских и испанских СМИ. Основной процент заголовков

за 2022 год во всех вышеперечисленных СМИ связан с темой военного конфликта Украины с Россией.

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года также позволило получить данные о наиболее часто используемых журналистами тематических доминантах, способствующих формированию мнения читательской аудитории о России. Полученные данные отражены в Таблице 2.

Таблица 2 – Наиболее часто используемые журналистами тематические доминанты, способствующие формированию мнения читательской аудитории о России

Тематические доминанты	Количество упоминаний		
	The New York Times / The Washington Post	The Times / The Guardian	El País / El Mundo
война (war, guerra)	6205	5962	3816
специальная (военная) операция, (special (military) operation, operación (militar) especial)	2032	2401	1980
вторжение (invasion, invasión)	5420	5623	3245
ядерное оружие (weapon nuclear, armas nucleares)	2450	2621	968
ракета (missile, misil)	1213	1340	863
армия (army, ejército)	3450	3116	2847
войско (troop, tropa)	2840	2246	2367
солдат (soldier, soldado)			
санкции (sanctions, sanciones)	1815	1768	1713
угроза (threat, amenaza)	2800	2267	2160
атака (attack, ataque)	4020	3987	3650
битва (battle, batalla)	3870	3425	2840

Тематические доминанты	Количество упоминаний		
	The New York Times / The Washington Post	The Times / The Guardian	El País / El Mundo
воздушная тревога (air alert, alerta aérea)	1260	1057	802
национализм (nationalism, nacionalismo)	134	160	89
автократия (autocracy, autocracia)	202	178	96
дрон (drone, dron)	1947	2320	1867
мобилизация (mobilization, movilización)	3700	2760	1236
иностранный агент (foreign agent, agente extranjero)	932	867	765
протест (protest, protesta)	2450	1013	2340
Вагнер (Wagner)	306	213	267

В результате анализа были сделаны выводы, что в исследуемых медиатекстах превалирует военная тематика. Тематические доминанты «война», «специальная операция», «вторжение», «оружие» и «ядерное оружие», «войско» и «армия» являются самыми часто транслируемыми в американской, британской и испанской прессе. Приобретают популярность термины «мобилизация» и, как следствие, «протесты», которые она спровоцировала. Термин «иностранный агент» появился в российском законодательстве десять лет назад, но только в 2022 году приобрел новый смысл. Восприятие терминов «иностранный агент» и «иностранный влияние» в России и за рубежом остается негативным. Упоминания частной военной компании (ЧВК) «Вагнер» и ее лидера Евгения Пригожина часто встречаются как в американской и британской, так и в испанской прессе.

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года показало, что образ России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» представляется зарубежным

СМИ отрицательным, недружественным и представляющим угрозу Западному миру.

2.2. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа США в медиасобытийном аспекте «внешняя политика»

Каждое государство стремится к укреплению своего положительного образа в медиапространстве. Часто это происходит за счет целенаправленного принижения и ухудшения в глазах читательской аудитории образа тех государств, которых считают конкурентами, идеологическими противниками или врагами. Рассмотрим способы формирования образа государства средствами массовой информации.

Мы проанализировали образ США, опираясь на классификацию В. А. Славиной и А. С. Олейникова [Олейников, Славина, 2019]. Образ США в СМИ можно назвать формально-нейтральным.

1. США и Иран

Матч между Ираном и США на чемпионате мира по футболу 2022 года стал одним из самых напряженных противостояний, по мнению британского издания «The Guardian»: *«It has long threatened to be one of the World Cup's biggest flashpoints: the "Great Satan" against the "Axis of Evil" – «Противостояние "Великого Сатаны" и "Оси Зла" грозит стать одним из самых напряженных на чемпионате мира по футболу»* [Ingle, 2022].

Иран и США – враждующие государства еще со времен исламской революции 1979 года.

Аллюзия «ось зла» отсылает читателя к обращению Джорджа Буша к Конгрессу США 29 января 2002 года. Президент США объединил в одну группу страны, которые, по его мнению, являются спонсорами терроризма. Первоначально в эту группу вошли три страны: Иран, Ирак и КНДР [Stevenson,

2003]. В 2007 году список дополнили еще две страны – Россия и Китай. Термин «ось зла» состоит из двух других не менее важных терминов. «Ось» в период Второй мировой войны означала объединение стран фашистского блока, а политическое клише «империя зла» было использовано в отношении Советского Союза президентом США Рональдом Рейганом. Термин «ось зла» сохраняет актуальность и встречается в медиатекстах американских СМИ: «*A new axis of evil is indeed in play, and its success depends on our willingness to mince words*» – «Новая ось зла действительно действует, и ее успех зависит от нашей готовности смягчить слова» [Blackburn, 2022]; «*The world is fully awake to the malign ambitions of the new axis of evil from Tehran to Moscow to Beijing – and none too soon*» – «Мир осознал, насколько губительны амбиции новой оси зла: от Тегерана до Москвы и Пекина» [Hewitt, 2022].

Демонизирующий ксеноним «Великий Сатана», адресованный США, впервые прозвучал из уст иранского лидера Рухоллы Хомейни в 1979 году. Поводом для появления термина послужило вмешательство США во внутреннюю политику Ирана. Термин часто используется в спортивном дискурсе, в заголовках медиатекстов, посвященных противостоянию Ирана и США, для привлечения внимания аудитории: «*Christian Pulisic's bravery the difference in World Cup's Great Satan v Iran II*» – «Храбрость Кристиана Пулишича в матче Кубка мира: Великий Сатана против Ирана II» [Graham, 2022]; «*...in 1998 when Iran beat the "Great Satan" in Lyon, France*» – «...в 1998 году, когда Иран победил «Великого Сатану» в Лионе, Франция» [Ghosh, 2022]; «*Great Satan 1–2 Iran: the most politically charged match in World Cup history*» – «Великий Сатана 1:2 Иран – самый политически заряженный матч в истории чемпионата мира» [Callaghan, 2020]. В американских и британских СМИ журналисты используют демонизирующий ксеноним по отношению к США, при этом упоминание Ирана остается неизменным.

Ученый из Китая Ши Ся пишет, что термин «демонизация» используется для «сознательного создания устрашающего негативного образа страны или нации и мифологизации этого образа» [Ши, 2007].

Характерным признаком газетного дискурса является эксплицитная и имплицитная модальность. Частотное использование модальных слов в медиатекстах выражает намерения авторов [Куёк, 2005, с.10]. Имплицитная модальность предполагает наличие скрытых смыслов. Для эксплицитной модальности, наоборот, характерна точность и «четко обозначенное содержание» [Пантеева, 2020, с. 125].

К. В. Пантеева предлагает разделить оценки на три большие группы: имплицитные, эксплицитные прямые и эксплицитные косвенные. Эксплицитная оценка выводится посредством оценочных языковых единиц текста. Имплицитная оценка выводится посредством фоновых знаний реципиентов и контекста [Пантеева, 2020].

«Few political enmities have lasted so long; few countries have been seen by American voters as so hostile to their interests and security» – «Немногие политические противостояния длились так долго; немногие страны американские избиратели считали настолько враждебными их интересам и их безопасности» [Binyon, 2020]; *«Iran’s complicated history with its ‘Great Satan’ the US»* – «Непростая история Ирана с “Великим Сатаной” – США» [Там же].

В первом примере, взятом из статьи британской газеты «The Times», оценка эксплицируется через оценочное прилагательное *«hostile»* и существительное *«enmities»*. Эксплицитная отрицательная оценка может быть легко интерпретирована реципиентами [Пантеева, 2020].

Во втором примере наблюдается имплицитная оценка. Прилагательное «сложный» может быть интерпретировано по-разному. В данном случае следует обратить внимание на контекст и фоновые знания. Если читатель в курсе взаимоотношений Ирана и США, то он с легкостью поймет, о чем пойдет речь в

статье. В том случае, если читатель не обладает знаниями по данной проблематике, у него возникнут вопросы после прочтения заголовка.

Испанская пресса вслед за американской и британской также использует аллюзии и демонизирующие ксенонимы в спортивном медиадискурсе: «*El Gran Satán, el Partido de la paz que no fue y las amenazas a los jugadores de Irán*» – «*Великий Сатана, мирная игра, которая не сложилась, и угрозы игрокам в Иране*» [Cabezas, 2022]; «3» – «*Великий Сатана аятолла, страна, с которой у Ирана дипломатическое противостояние на протяжении более четырех десятилетий*» [Cabezas, 2022].

Испанское издание «El Mundo» также противопоставляет футбольные команды двух государств. «*...La República Islámica tuvo que cerrar su participación en el Mundial tras perder, bendita ironía, frente a Estados Unidos*» – «*...Исламская Республика была вынуждена прекратить свое участие в чемпионате мира после поражения, по иронии судьбы, в матче против США*» [Там же].

Фразеологизм «*ирония судьбы*» имеет значение «неожиданная случайность»; в статье прослеживается ирония, так как жребий выпал на недружественные между собой страны. Последний матч между командами состоялся в 1988 году, и Иран одержал в нем победу.

Слово «эпопея» в контексте статьи используется в переносном смысле дважды: «*Estados Unidos acaba con la epopeya de Irán*» – «*США закончили эпопею с Ираном*»; «*Y la epopeya llegó a su fin*» – «*И эпопея пришел конец*» [Там же]. Автор статьи использует термин «эпопея» для демонстрации продолжительной и сложной истории взаимоотношений США и Ирана.

Для американского, британского и испанского спортивного медиадискурса также характерно частотное использование синекдохи, разновидности метонимии, для которой характерен перенос общего названия на частное: «*United States beat Iran, 1–0*» – «*США обыграли Иран со счетом 1:0*» [Beswetherick, 2022], «*Iran vs USA*» – «*Противостояние Ирана и США*» [Hardy, 2022]; «*Estados Unidos*

acaba con la epopéya de Irán» – «США закончили эпопею с Ираном» [Fernandez, 2022].

Подробное описание матча в «The Times» сопровождается лексическим повтором и градацией: «*Cha cha cha cha cha, Iran! The cry went, over and over and over» – «Ча-ча-ча-ча, Иран! Крик все усиливался и повторялся снова» [Hardy, 2022]. Журналист М. Hardy пишет о болельщиках сборной, демонстрируя их желание поддержать свою команду и показать значимость этого матча для Ирана.*

Взаимоотношения Ирана и США представляются нам напряженными, страны находятся в конфликте на протяжении многих лет: «*Irán tiene muchos enemigos, grandes y pequeños. Está la pérfida Gran Bretaña. Pero el primero de todos es Estados Unidos, ese régimen sionista y siniestro» – «У Ирана много врагов, больших и малых. Есть коварная Британия. Но прежде всего это Соединенные Штаты, этот злоеущий и сионистский режим» [Cabezas, 2022]. Во втором примере, взятом из статьи испанской газеты «El Mundo», оценка эксплицируется через оценочные прилагательные «*pérfida*», «*siniestro*» и существительное «*enemigos*». Сионистский режим (*régimen sionista*) – политическое движение, берущее свое начало с конца XIX века. Современный сионизм интерпретируется большинством как воинствующий шовинизм, основанный на постоянных и длительных военных действиях и расизме.*

Во взаимоотношениях Ирана и США наблюдается стабильность, страны находятся в постоянном конфликте. В 2022 году ситуация усугубилась, США ввели новые санкции против Тегерана. Причиной этого стала поддержка Ираном России в конфликте с Украиной. Журналист «The New York Times» называет данный этап во взаимоотношениях «новой эрой»: «*United States enters a new era of direct confrontation with Iran» – «США вступают в новую эру прямого противостояния с Ираном» [Там же]. Используя метафору «надежда умерла», автор отмечает, что нет предпосылок для диалога между странами: «*Now, President Biden's hope of re-entering the United States into the deal with Iran that was struck in 2015, and that President Donald J. Trump abandoned, has all but died» –**

«Теперь надежда президента Байдена на повторное вовлечение Соединенных Штатов в сделку с Ираном, которая была заключена в 2015 году и от которой отказался президент Дональд Трамп, почти умерла» [Там же].

Негативный образ Ирана в американских, британских и испанских СМИ создается на основании следующих факторов:

– поддержка России на внешнеполитической арене: «*aiding the Russian invasion*» – «*пособники российского вторжения*», «*The alliance with Russia only further isolates Iran*» – «*Альянс с Россией еще больше изолирует Иран*» [Sanger, Kirkpatrick, Wee, 2022];

– ядерная угроза: «*The administration wanted to put Iran's nuclear program in a box*» – «*Администрация хотела загнать иранскую ядерную программу в определенные рамки*»; «*the Iranian threat to international peace and security is greater today than it was two years ago*» – «*иранская угроза международному миру и безопасности сегодня выше, чем два года назад*» [Там же].

– нестабильность внутри страны, народные волнения: «*The result has been 'a series of vicious cycles'. The repression fuels more protests. The protests trigger more repression*» – «*Результатом стала "серия порочных кругов". Репрессии вызывают новые протесты. Протесты вызывают новые репрессии*» [Там же]. Фразеологизм «*порочный круг*» используется для обозначения серии негативных событий, выход из которых не представляется возможным. Восходящая градация «*репрессии вызывают протесты. Протесты вызывают новые репрессии*» постепенно усиливает идею медиатекста.

Британская газета «The Guardian» задается вопросом: «*Почему американцы игнорируют протесты в Иране?*» – «*Why are Americans ignoring the protests in Iran?*» [Prose, 2022]. Вопрос, который ставит журналист, не имеет однозначного ответа. Авторская статья подразумевает открытое и яркое выражение мнения автора в отношении поднимаемой проблемы: «*Of course, that's unlikely to happen*» – «*Конечно, маловероятно, что это произойдет*»; «*It may seem strange*» – «*Это может показаться странным*»; «*I can't help thinking*» – «*Я не могу перестать*

думать» [Там же]. Реакция американцев, по мнению автора, выглядит вялой: «*our lukewarm response to the Iranians' struggle*» [Там же]. Эпитет «вялый» подчеркивает отсутствие живого интереса американцев к проблемам жителей Ирана.

Освещение революционных настроений в Иране сопровождается цитированием. Автор статьи F. Prose ссылается на статью «The New York Times» от 24 ноября 2022 года: «*United States Enters New Era of Direct Confrontation with Iran*» – «США вступают в новую эру прямого противостояния с Ираном» [Там же], цитирует слова Джо Байдена из обращения к Генеральной ассамблее Организации Объединенных Наций 21 сентября: «*The brave citizens and the brave women who right now are demonstrating to secure their basic rights*» – «Смелые граждане и смелые женщины, которые прямо сейчас проводят демонстрации с целью защиты своих прав» [Там же].

На фоне отрицательного образа Ирана сами США предстают перед читателем с положительной стороны.

Демонстрация военной мощи двух стран одинаково освещается в СМИ, в медиатекстах превалирует военная лексика: «*Both the United States and Israel have trained to conduct a strike*» – «Соединенные Штаты и Израиль тренировались наносить удары», «*Iran is developing large cruise missiles, that could eliminate many of the obstacles*» – «Иран разрабатывает большие крылатые ракеты, которые могут устранить многие препятствия» [Sanger, Kirkpatrick, Wee, 2022].

Обострение конфликта на современном этапе развития взаимоотношений США и Ирана датировано 5 мая 2019 года. Политическое и военное противостояние двух стран активно обсуждается в СМИ. Большинство статей, освещающих иранский кризис, опубликовано в американской прессе.

2. США и Россия

Образ России, создается американскими и британскими СМИ в дихотомии «политический враг – политический сторонник». Вслед за М. Р. Желтухиной мы

понимаем под политическим врагом «оппонента, имеющего противоположные политические взгляды» [Желтухина, 2018, с. 121].

По мнению журналистов американских СМИ, в России отсутствует демократическая организация общества. Журналисты «The New York Times» призывают защитить демократию, которая подверглась нападению: «*A democracy came under attack*» [Phillipps, 2022].

Тематическая доминанта «оружие» – одна из самых актуальных за период 2020–2022 гг. Американские СМИ не отрицают вклад своей страны в материальное обеспечение украинской армии в конфликте двух государств – России и Украины.

Взаимоотношения между США и Россией за период 2020–2022 гг. переросли из нестабильных и противоречивых в стабильно недружественные.

Угроза ядерной войны из темы, редко освещаемой в СМИ, за два последних года переросла в частотную доминанту, стала неотъемлемой частью актуальной повестки: «*...risk of nuclear war is on the rise*» – «*...риск ядерной войны возрастает*» [Chao-Fong, 2022]; «*US reportedly held talk with Russia on nuclear risk in Ukraine*» – «*Сообщается, что США провели переговоры с Россией о ядерных рисках на Украине*» [Koshiw, 2022]; «*Occidente se toma muy en serio las amenazas nucleares de Putin*» – «*Запад очень серьезно относится к ядерным угрозам Путина*», «*el riesgo de un ataque nuclear*» – «*риск ядерной атаки*» [Torralba, 2022]; «*...any use of nuclear weapons by the Kremlin would have “catastrophic consequences for Russia”*» – «*...любое применение Кремлем ядерного оружия будет иметь “катастрофические последствия для России”*» [Koshiw, 2022].

СМИ транслируют позиции двух стран по вопросу о возможности применения ядерного оружия. Британское издание «The Guardian» демонстрирует своего рода противопоставление, цитируя слова президента РФ Владимира Путина, содержащие обвинения в адрес Запада и представителей США, которые в свою очередь обвиняют Россию: «*...the west had threaten to use nuclear weapon against Russia...and those who try to blackmail us with nuclear weapons should know*

that the weathervane can turn and point towards them» – «...Запад угрожал применить ядерное оружие против России... и те, кто пытается шантажировать нас ядерным оружием, должны знать, что флюгер может повернуться и указать на них» [Там же].

Министр обороны США избегает непосредственного упоминания ядерного оружия, используя эвфемизм «подобное» оружие: «*a weapon of that sort*» [Там же]. В испанских СМИ также встречается ряд фразеологических военных эвфемизмов: «*una perspectiva del apocalipsis*» – «перспектива конца света» [Torralba, 2022] вместо «прямая угроза применения ядерного удара», «*en alerta máxima las fuerzas nucleares*» – «привести ядерные силы в состояние максимальной боевой готовности» [Там же] вместо «готовность к нанесению ядерного удара».

Новость о радиоактивной «грязной» бомбе, о которой заявили представители России, активно обсуждалась в американских, британских и испанских СМИ: «*Russia had made claims, without providing evidence, that Kyiv was preparing to use a radioactive dirty bomb*» – «Россия заявила без предоставления доказательств, что Киев готовится применить радиоактивную грязную бомбу» [Koshiw, 2022]; «*U.N. looks to 'cool' fears of dirty bomb with visit to Ukraine*» – «ООН надеется развеять опасения по поводу грязной бомбы визитом в Украину» [Hudson, 2022];

Цитируя слова главы наблюдательного органа Организации Объединенных Наций по вопросам ядерной безопасности, журналист «The Washington Post» акцентирует внимание на фразеологизмах «развеять опасения» и «остудить бряцание оружием»: «...*to 'cool' fears of dirty bomb*»; «*Cool off the nuclear saber-rattling between Russia and West*» [Там же].

Устойчивое словосочетание «бряцать оружием» указывает читателям на желание как России, так и Запада продемонстрировать свою силу, военную мощь. «Грязная бомба» представляет собой одну из разновидностей маломощных ядерных боеприпасов. СМИ использует словосочетание «применение грязной бомбы» наряду с эвфемизмом «фальшивая ядерная атака» [Koshiw, 2022].

3. США и Китай

Экономический рост Китая, наращивание производства высокотехнологичных продуктов и расширение ядерного арсенала свидетельствуют о важной роли этого азиатского государства на внешнеполитической арене.

Российский ученый А. В. Ломанов в своем выступлении в Москве в рамках «Примаковских чтений» отметил, что Китай вступил уже в «третью войну». Торговая война между США и Китаем началась при президентстве Дональда Трампа, ее сменила технологическая война уже во время президентства Джо Байдена, а сейчас разгорается идеологическая война [Политолог Ломанов: между Китаем и США развязалась третья война, 2022, https://riafan.ru/23786399politolog_lomanov_mezhdu_kitaem_i_ssha_razvyazalas_tret_ya_voina].

Противостояние Вашингтона и Пекина упоминается как в американских, так и в британских СМИ:

«La China de Xi y el Estados Unidos de Biden: ¿una nueva Guerra Fría?» – *«Китай Си и Америка Байдена: новая холодная война?»*, *«Puede que no sea una Guerra Fría, pero se siente como tal»* – *«Может, это и не холодная война, но похожа на нее»* (Аллюзия на холодную войну, участником которой стали США, – отсылка к реальному общеизвестному историческому факту. Термин «холодная война» впервые был использован писателем Джорджем Оруэллом для описания глобального конфликта между СССР и США. Закрепление сфер влияния может стать поводом к возникновению нового конфликта, но уже США с Китаем) [Perlez, 2022]. Американские журналисты также обеспокоены вероятностью холодной войны: *«Will president-elect Biden wage a new Cold War with China?»* – *«Будет ли избранный президент Байден вести новую холодную войну?»* [Mitrovich, 2020].

Взаимоотношения между Китаем и США характеризуются следующим образом: *«los contactos entre estados Unidos y China son escasos»* – *«контакты между США и Китаем – скудные»* (оценочный эпитет «скудные» указывает на

минимальное количество экономических и торговых связей между государствами), «*los retos en materia de seguridad son más peligrosos y la comunicación es mínima*» – «проблемы безопасности стали более острыми, а общение сведено к минимуму» (эпитет «острый» гиперболизирует проблему безопасности), «*las tensiones militares, económicas e ideológicas*» – «военная, экономическая и идеологическая напряженность» (стилистическая фигура перечисление указывает на все аспекты конфликта) [Perlez, 2022]; «*Growing Chinese power also motivated Washington's new Aukus security agreement in the Indo-Pacific*» – «Растущая мощь Китая также послужила мотивом для нового соглашения Вашингтона по безопасности в Индо-Тихоокеанском регионе» [Smith, 2021]; «*Biden views China as a bigger challenge than Russia*» – «Байден считает Китай более серьезной проблемой, чем Россию» [Hudson, 2022] (эффект гиперболизации создается за счет сравнительной степени «*bigger*» и лексемы «*growing*»).

В результате исследования было установлено, что за период с 2020 по 2022 год мнение американских, британских и испанских СМИ о США складывается на основе уже существующих негативных или позитивных установок и напрямую зависит от событий, происходящих в мире [Парамонова, 2022, с. 148]. Общественное мнение отличается непостоянством, меняются настроения правящих элит, меняется экономическая и внешнеполитическая ситуация в стране, меняется и характер освещения информации в статьях СМИ, что не может не оказывать воздействие на общественное мнение.

Образ США, создаваемый американскими, британскими и испанскими СМИ, представляется нам нейтральным, когда речь заходит о внешней политике.

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года позволило получить данные о наиболее часто используемых журналистами тематических доминантах,

способствующих формированию мнения читательской аудитории о США. Полученные данные отражены в Таблице 3.

Таблица 3 – Наиболее частотные тематические доминанты, формирующие образ США в текстах статей американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo»

Тематические доминанты	Количество упоминаний		
	The New York Times / The Washington Post	The Times / The Guardian	El País / El Mundo
война (war, guerra)	3980	1330	980
республиканец (Republican, Republicano)	4230	1003	502
демократ (Democrat, Demócrata)	4232	998	501
оружие (weapon, armas)	1750	1540	438
ядерное оружие (weapon nuclear, armas nucleares)	1712	1203	815
кибератака, кибервойна (cyberattack, ataque cibernetico, ciberguerra)	567	32	5
закон (law, ley)	2430	1815	760
экономика (economy, economía)	3406	870	506
санкции (sanctions, sanciones)	2043	168	179

В результате анализа были сделаны выводы, что в исследуемых медиатекстах превалирует военная тематика. Тематические доминанты «война», «оружие» и «ядерное оружие» являются самыми часто транслируемыми в американской, британской и испанской прессе. Приобретают популярность термины «кибератака» и «кибервойна». Борьба за лидерство в цифровом пространстве становится одной из ключевых целей США. Введенные США и

Европейским союзом санкции против России негативно отразились на экономике Великобритании, Испании и США.

Борьба «демократов» и «республиканцев» за власть, попытки занять лидирующие позиции в Сенате, борьба за контроль над Палатой представителей остаются основными тематическими доминантами, которые в большей степени волнуют американскую прессу и в меньшей степени – испанскую.

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года показало, что образ России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» представляется зарубежным СМИ отрицательным, недружественным и представляющим угрозу для западного мира.

2.3. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Великобритании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика»

В XX веке международные и межгосударственные конфликты становятся самостоятельным направлением научного изучения. В первую очередь исследователей в области международных отношений интересует изучение «войны», являющейся наиболее опасным видом конфликта. Одна из основных целей изучения «конфликтов» и «войн» – «поиск их предотвращения» [Мансуров, 2014]. Американский исследователь Карл Дойч так писал об опасности военного конфликта: «В век ядерного оружия, если мы не уничтожим войну, то война, вероятно, уничтожит большинство из нас. В наше время исследование причин войн и способов их сдерживания, контроля и, наконец, запрещение войн становится выражением стремления человечества к жизни» [Дойч, 2006].

Конфликт в коммуникации и конфликтный дискурс становятся предметом научного рассмотрения в лингвистике. Начиная с 2000-х годов в данном направлении активно проводятся исследования [Белоус, 2008а, 2008б], [Викулова и др., 2020], [Ларионова, 2020], [Прохорова, 2017] и др.

1. Объединение Великобритании и США против актуальной внешней политики России

Утром 24 февраля 2022 года Владимир Путин сделал официальное заявление о том, что Россия начинает специальную военную операцию на территории Донбасса.

Американские, британские и испанские СМИ ежедневно освещают военную операцию России на Украине.

Специальная операция на территории Украины стала самой обсуждаемой и просматриваемой темой, по версии британской газеты «The Guardian». Новости на сайте постоянно обновляются, все последние события читатели могут увидеть в разделе «Live». Газета «The Times» также предлагает своей аудитории быстрый доступ к разделу «Война на Украине» («War in Ukraine»).

Журналист из Вашингтона Дж. Боргер и журналист из Лондона Д. Саббах в статье для издания «The Guardian» подробно описали отношение двух стран к проводимой Россией внешней политике:

«U.S. and U.K. trying to fend off Russian invasion» – «США и Великобритания пытаются остановить российское вторжение», «feared Russian invasion» – «страшное российское вторжение» (лексема «вторжение» – наиболее частотная единица в американских, британских и испанских СМИ, освещающих внешнюю политику России); «their play» – «их игра», «Moscow's game» – «игра Москвы» (действия российских властей оцениваются как игра, под метафорой подразумевается «военный процесс, правила которого остаются для всех неизвестными») [Borger, Sabbagh, 2022].

США и Великобритания объединились против России – на этот факт указывают упоминания в статье этих государств в связке друг с другом: *«U.S. and*

U.K. are trying to beat Russia» – «США и Великобритания пытаются победить Россию», «the U.S. and its allies wanted to warn of Russia possible carrying out such operations in Ukraine» – «США и их союзники хотели предупредить о возможном проведении Россией подобных операций, как на Украине», «U.S. and British officials have repeatedly said the ultimate decision to attack or not will be Putin's alone» – «Официальные лица США и Великобритании неоднократно заявляли, что окончательное решение о нападении или отказе от него будет принимать только Путин» [Там же].

Милитаризм и превалирование военной лексики характерны как для американских, так и для британских и испанских СМИ: *«potential Russian military tactics» – «потенциальные российские военные тактики», «false flags operation» – «операция под фальшивым флагом»* (также встречается вариант *«операция под ложным флагом»* – речь идет о тайных, засекреченных операциях под чужими флагами, цель которых в том, чтобы убедить общественность в причастности к операции другого государства) [Там же].

Наиболее остро стоит вопрос вооружения: *«Russian missile attack» – «Ракеты Владимира Путина» [Sauer, 2022]*. Высокопоставленные чиновники из Америки, Великобритании и Испании призывают Россию и Украину начать диалог, что передается в статьях с помощью фразеологизма *«садиться за стол переговоров» – «bring to the negotiating table» [Inman, 2022]*.

Военная операция на Украине характеризуется в американских, британских и испанских СМИ следующим образом: *«invasion» – «вторжение», «Russian onslaught» – «российское нападение», «an unjustified attack» – «неоправданное нападение» [Hookway, 2022], «the Kremlin launched a war against Ukraine» – «Кремль начал войну против Украины», «Onslaught against Russia's western neighbor» – «Нападение на западного соседа России» [Sonne, Belton, 2022], «Ukraine invasion» – «Вторжение на Украину» [Roth, Sauer, 2022] «Russia–Ukraine war» – «Война между Россией и Украиной» [Visontay, 2022], «Special military operation» – «Специальная военная операция» [Sonne, Belton, 2022],*

«*Guerra en Ucrania*» – «Война на Украине», «*Guerra en Europa*» – «Война в Европе» [Monge, 2022].

Журналисты также используют перифразу, упоминая Украину в своих статьях. Так, в статьях фигурируют названия «*Russia's western neighbor*» – «Западный сосед России» [Sonne, Belton, 2022], «*Guerra en Europa*» – «Война в Европе» [Monge, 2022], «*escalada frente a Ucrania*» – «эскалация против Украины» [Rizzi, 2022].

СМИ описывают происходящие события, используя разнообразные эпитеты: «*aggressive moves*» – «агрессивные шаги», «*unprecedented gamble*» – «беспрецедентная авантюра», «*dim prospects*» – «туманные перспективы» [Hookway, 2022]; «*...the 'tragic' consequences of an offensive in Ukraine*» – «... 'трагические' последствия наступления на Украине», «*a lightning attack*» – «молниеносная атака» [Roth, Sabbagh, 2022]; «*la crítica situación*» – «критическая ситуация» [Monge, 2022]; «*una madrugada de fuertes enfrentamientos*» – «ожесточенные столкновения» [Monge, 2022].

В британских и американских СМИ Россия получила статус «агрессора». В прессе используются глаголы с отрицательной коннотацией: «*intends to encircle and threaten the city*» – «намерена окружить и угрожать городу», «*Russian troops have seized the Chernobyl nuclear power plant*» – «российские войска захватили Чернобыльскую АЭС», «*have every intention of decapitating the government*» – «имеют все намерения обезглавить правительство» [Landry, 2022].

Интересен тот факт, что в рассматриваемой нами статье «The Guardian» с заголовком «*U.S. and U.K. trying to fend off Russian invasion by making intelligence public*», авторы подтверждают, что все сказанное официальными представителями США и Великобритании может быть лишь домыслами: «*The flip side of that is if Putin doesn't attack, US and British intelligence will be accused of crying wolf and getting it wrong once more*» – «Обратная сторона этого заключается в том, что если Путин не нападет, американскую и британскую разведку обвинят в том, что они поднимают ложную тревогу и снова

ошибаются» (идиома «*crying wolf*» означает «поднимать ложную тревогу», политические представители Великобритании и США выдают свои предположения за истину, что может вызвать недовольство граждан, если предположения не будут подкреплены достоверными фактами) [Borger, Sabbagh, 2022].

Специальную военную операцию на Донбассе СМИ Великобритании олицетворяют с президентом России: «*Putin's war*» – «*Путинская война*», «*his war*» – «*его война*» [Parfitt, Stabley, 2022]; сторонников существующего в России политического режима характеризуют как «*a keen supporter of his war*» – «*яркий сторонник его войны*» [Там же].

2. Экономическая повестка

Рецессия в экономике Великобритании, рекордный дефицит торгового баланса, снижение ВВП – вызовы, с которыми государство столкнулось в 2022 году. Соперничество Великобритании и США с точки зрения экономических отношений остается актуальной темой, которая регулярно освещается в медиасообщениях.

«*After U.K. Market Blowout, American officials ask: could it happen here?*» – «*После обвала рынка в Великобритании американские официальные лица задаются вопросом: могло ли произойти подобное с США?*», «*Could a market meltdown like the one that happen in Britain late last month occur here?*» – «*Может ли здесь произойти обвал рынка, подобный тому, что произошел в Великобритании в конце прошлого месяца?*» (вопросительно-риторический вопрос содержит эмоциональную оценку, журналист обеспокоен возможными проблемами, с которыми может столкнуться экономика США) [Smialer, 2022]; «*The risk of a British-style meltdown at home*» – «*Внутренний кризис в британском стиле*» (лексема «*meltdown*», обозначающая «чрезвычайно опасную ситуацию, полный крах», содержит отрицательную оценку; состояние экономики Великобритании на данном этапе не внушает доверия США) [Smialer, 2022]; «*a crash does not appear to be imminent*» – «*крах не кажется неизбежным*» (эпитет с

отрицательной коннотацией «*imminent*» используется автором для придания еще большей «трагичности» экономической ситуации, сложившейся в стране) [Smialer, 2022].

3. Проблемы во взаимоотношениях Великобритании и США

США и Великобританию связывают особые дипломатические отношения. Взгляды обоих государств по внешнеполитическим вопросам представляется нам зачастую схожими. Британская пресса, однако, позволяет себе критику в адрес президентов США, а американские СМИ осуждают политическую деятельность премьер-министров Великобритании, что находит свое подтверждение в медиасообщениях.

«*UK–US ‘special relationship’ faces new challenges despite signs of healing*» – «“Особые отношения” между США и Великобританией сталкиваются с новыми проблемами, несмотря на признаки исцеления»; «*Relationship between Biden’s US and Johnson’s post – Brexit UK remains complicated*» – «Отношения между США Байдена и Великобританией Джонсона (после Брексита) остаются сложными» (использование эпитетов «особые», «сложные» в медиасообщении демонстрирует неопределенность, граничащую с напряженностью, во взаимоотношениях между двумя государствами. Принадлежность стран первым лицам государств – Байдену и Джонсону, выраженная через притяжательный падеж, описывает положение государства в период, когда данные лица занимали государственные должности) [Smith, 2021].

Великобритания осуждает Д. Байдена за проводимую внешнюю политику, а именно за вывод войск из Афганистана: «*Joe Biden was being denounced in the British parliament for a ‘shameful’ retreat from Afganistan*» – «Британский парламент осудил Джо Байдена за позорное отступление из Афганистана» (оценочный эпитет «позорный» в адрес действий Джо Байдена придает высказыванию просторечный характер и гиперболизирует критичность действий президента США) [Smith, 2021].

Сравнение бывшего премьер-министра Великобритании и президента США между собой и с другими политическими лидерами также свойственно британским СМИ: «*It's hard to see Johnson and Biden as 'simpatico', to use one of the president's favourite words, or ideological soulmates in the mould of Ronald Reagan and Margaret Thatcher or Bill Clinton and Tony Blair*» – «Сложно назвать Джонсона и Байдена “simpatico” (если использовать одно из любимых слов президента) или идеологическими единомышленниками вроде Рональда Рейгана и Маргарет Тэтчер, Билла Клинтона и Тони Блэра», «*Less than two years ago Biden called Johnson a 'physical and emotional clone' of Donald Trump*» – «Менее двух лет назад Байден назвал Джонсона “физическим и эмоциональным клоном” Дональда Трампа» (испанское слово «simpatico» придает медиасообщению ироничный тон; журналист использует аналогию, сравнивая Джо Байдена и Бориса Джонсона с их предшественниками, а Бориса Джонсона – с Дональдом Трампом) [Smith, 2021].

Объединение США, Великобритании и Австралии против Китая газета «El País» называет стратегическим альянсом. Взаимоотношения между Китаем и Великобританией испанские СМИ сравнивают с игрой: «*El juego de equilibrios regionales y globales en torno a China se ha reconfigurado este miércoles con un importante anuncio*» – «Игра региональных и глобальных балансов сил вокруг Китая была изменена в эту среду по причине важного объявления» (метафора «игра вокруг Китая» подразумевает применение определенной стратегии, наличие правил игры; цель «игры» – сдержать экспансионистские интересы Пекина) [Sánchez-Vallejo, 2021].

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года позволило получить данные о наиболее часто используемых журналистами тематических доминантах, способствующих формированию мнения читательской аудитории о США. Полученные данные отражены в Таблице 4.

Таблица 4 – Наиболее частотные тематические доминанты о Великобритании в текстах статей американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo»

Тематические доминанты	Количество упоминаний		
	The New York Times / The Washington Post	The Times / The Guardian	El País / El Mundo
война (war, guerra)	1950	1973	780
инфляция (inflation, inflación)	4230	1003	502
поддержка (support, apoyo)	2230	998	501
оружие (weapon / arms, armas)	1150	1030	438
ядерное оружие (weapon nuclear, armas nucleares)	602	412	26
ядерная война (nuclear war, guerra nuclear)	750	621	14
конфликт (conflict, conflicto)	213	543	67
Брексит (Brexit)	53	712	143
экономика (economy, economía)	549	1270	607
санкции (sanctions, sanciones)	985	1260	540
альянс (alliance, alianza)	52	179	45
Северный поток (Nord Stream)	142	132	116

В результате анализа были сделаны выводы, что в исследуемых медиатекстах превалирует военная тематика. Тематические доминанты «война», «оружие» и «ядерное оружие» являются самыми часто транслируемыми в американской, британской и испанской прессе. Рост цен на топливо, газ и электричество в Великобритании, дальнейшая инфляция и повышение цен на продукты питания значительно ухудшили уровень жизни британцев – именно поэтому тематические доминанты «экономика», «инфляция» и «санкции» сохраняют свою актуальность.

Великобритания стала одной из стран, которые обвинили в диверсии на «Северных потоках». В Минобороны Великобритании опровергают эту информацию, считая ее выдуманной.

В американских, британских и испанских СМИ значительно увеличилось количество новостей, связанных с Брекситом и его последствиями. Британцы недовольны итогами выхода из Европейского Сюза, особенно с экономической точки зрения. До сих пор существуют разногласия между Великобританией и Европейским союзом. Данные проблемы находят свое отражение в статьях американских, британских и испанских журналистов.

Образ Великобритании в американских, британских и испанских СМИ представляется нам нейтральным.

2.4. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Испании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика»

Королевство Испания поддерживает дипломатические отношения со странами Европейского союза, Латинской Америки. Прессу в большей степени интересует внутренняя политика Испании, вопросы, касающиеся экономического благосостояния граждан, системы здравоохранения. СМИ Великобритании больше всего статей посвящают туризму в Испании, подробно описывая местные курорты. Американская пресса упоминает Испанию в контексте экономики страны, входящей в Европейский союз. 2022 год стал исключением в связи с военным конфликтом, последствия которого отразились на внутренней и внешней политике всех рассматриваемых нами государств.

1. Испания и Россия

Военные конфликты XXI века не могут существовать вне информационного поля. Российский ученый А. В. Манойло определяет термин «информационная война» как «процесс противоборства человеческих общностей», целью которого

является решение политических, военных и экономических задач, посредством воздействия на население страны через специально подготовленные материалы, преподнося необходимую информацию в выгодном той или иной стороне ключе [Манойло, 2005]. *«We're in an information war with the Russians and we have been for some time» – «Мы находимся в информационной войне с русскими и находились в ней же в течение некоторого времени»* [Borger, Sabbagh, 2022].

Информационная война объединяет Россию, США и Испанию: провластные СМИ каждого государства стремятся преподнести новости в выгодном для них свете. В статье американского издания «The New York Times» журналист упоминает российскую пропаганду и ее влияние на Запад: *«How Russian propaganda is reaching beyond English speakers»* [Myers, 2022]. Вопрос влияния российской пропаганды на испанский язык остается открытым. Непрерывный поток российской пропаганды и дезинформации публикуется на английском и испанском языках. Возникают сложности с проверкой большого количества опубликованных данных, в связи с этим термины «дезинформация» и «пропаганда» приобретают особую актуальность.

Термин «дезинформация» относится к военной и политической лексике. «Большой энциклопедический словарь» определяет понятие «дезинформация» как «распространение искаженных или заведомо ложных сведений для достижения пропагандистских, военных или других целей» [Большой энциклопедический словарь, 2013]. *«In Spanish in Latin America or in Arabic across the Middle East, a steady stream of Russian propaganda and disinformation continues to try to justify President Vladimir V. Putin's unprovoked invasion» – «На испанском языке в Латинской Америке и на арабском языке на Ближнем Востоке непрерывный поток российской пропаганды и дезинформации продолжает попытки оправдать необоснованное вторжение В. Путина».*

Обострение военной ситуации на Украине спровоцировало введение множества санкций со стороны США, Великобритании и ЕС, что не могло не повлиять на повышение частоты использования лексических единиц в рамках

семантического поля экономики: «*a plethora of new sanctions*» – «множество новых санкций», «*hamstring economy*» – «подорвать экономику», «*personal sanctions*» – «персональные санкции» [Hookway, 2022].

Лексические единицы в рамках семантического поля «военные действия» фигурируют в каждой рассматриваемой нами статье американских, британских и испанских СМИ: «*nuclear-deterrence forces*» – «силы ядерного сдерживания», «*the war in Ukraine rages*» – «война бушует на Украине» [Ignatius, 2022], «*put on alert*» – «привести в боевую готовность» [Hookway, 2022], «*el asalto*» – «штурм», «*capturar*» – «захватывать», «*las alarmas antiaéreas*» – «зенитная тревога» [Monge, 2022].

Учащаются случаи использования военных метафор: «*tomar la ciudad*» – «взять город», «*establecer un corredor*» – «создать коридор» [Monge, 2022]. В статье газеты «El Mundo» автор использует метафоры с целью привлечения внимания читателей к трагическим событиям на Украине: «*En Kiev saben que serán los siguientes en probar la lluvia de acero de Rusia, que llama a la puerta de su casa con bilis atrasada*» – «В Киеве знают, что они следующими вкусят стальной дождь России, который с запоздалой желчью стучится в дверь их дома»; «*ataques quirúrgicos*» – «точечные удары» [Colás, 2021].

Испанские газеты «El País» и «El Mundo» ежедневно публикуют статьи, где подробно описывается военная операция на Украине.

Медиаобраз государства создается с учетом существующих «стереотипных представлений и мифов». «Стереотипизация и мифологизация» создают негативный образ стран, оказывая влияние на читательскую аудиторию [Олейников, 2019, с. 273]. Присоединение Крыма к РФ в 2014 году положило начало стереотипным представлениям о России как о стране-агрессоре. С 24 февраля 2022 года – с момента начала специальной военной операции – этот миф закрепился в сознании людей, в связи с чем образ России представляется негативным, угрожающим, чаще всего вызывает антипатию [Парамонова, 2022, с. 146].

2. Испания и Великобритания

Великобританию и Испанию объединяют вопросы экстремальной жары. Испания столкнулась с аномальной жарой в июле 2022 года. По данным Института здоровья Карлоса III, из-за жары умерли 2176 жителей Испании.

Британские журналисты советуют своему государству ориентироваться на опыт Испании в борьбе с волнами жары: «*What the UK can learn from southern Spain about handling the heat*» – «Чему Великобритания может научиться у южной Испании в борьбе с жарой», «*But, unlike the UK, Spain does pride itself on knowing how to cope with the heat*» – «Испания гордится тем, что знает, как справиться с жарой» (противопоставление двух стран – Испании и Великобритании, по мнению журналиста, не в пользу Великобритании) [Jones, 2022].

Стереотипизация образа Испании остается одной из ключевых тактик в британской прессе. Так, по мнению британцев, жители Испании не обременяют себя работой и позволяют себе длительные перерывы (сиеста), что чуждо британцам: «*the nation takes to its collective couch every afternoon for a three-hour siesta*» – «каждый день нация занимает один общий диван во время трехчасовой сиесты» [Jones, 2022]. Данная точка зрения опровергается в другой статье «The Guardian»: «*At 38.4 hours, the Spanish working week is longer than those in Finland (32.8), Germany (37.7), Italy (38) and France (35.6)*» – «Рабочая неделя в Испании составляет 38,4 часа, что больше, чем в Финляндии (32,8), Германии (37,7), Италии (38) и Франции (35,6)» (статистика, предоставленная Европейским фондом улучшения условий жизни и труда, выполняет функцию сравнения, позволяет привести доказательства в пользу точки зрения автора статьи), «*Spain never was a nation of layabouts or lazy people, as it is made out to be*» – «Испания никогда не была страной бездельников или лентяев, как ее изображают» (в цитате используются оценочные существительные, а именно «*бездельник*» и «*лентяй*», что придает фразе эмоциональность; Кембриджский словарь относит слово «*layabout*» к разговорному регистру) [Morán, 2022].

Исследование эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 01.02.2020 года по 01.11.2022 года позволило получить данные о наиболее часто используемых журналистами тематических доминантах, способствующих формированию мнения читательской аудитории о США. Полученные данные отражены в Таблице 5.

Таблица 5 – Наиболее частотные тематические доминанты об Испании в текстах статей американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo»

Тематические доминанты	Количество упоминаний		
	The New York Times / The Washington Post	The Times / The Guardian	El País / El Mundo
война (war, guerra)	980	709	1014
инфляция (inflation, inflación)	252	357	267
закон (law, ley)	113	204	423
оружие (weapon / arms, armas)	112	142	135
Чемпионат мира (World Cup, Copa Mundial)	137	182	378
альянс (alliance, alianza)	98	103	304
экономика (economy, economía)	642	533	716
санкции (sanctions, sanciones)	985	867	540
НАТО (NATO)	159	106	145
Евросоюз (EU)	452	513	524

Испания – одно из 30 государств, которые входят в состав НАТО, и одно из 28 государств, входящих в Европейский союз. Тематические доминанты «НАТО» и «Евросоюз» являются самыми освещаемыми в медиатекстах современных СМИ об Испании.

Испания оказывает минимальную военную и экономическую поддержку Украине, тематическая доминанта «оружие» применительно к Испании в меньшей степени освещается в прессе в сравнении с публикациями о России, США и Великобритании.

Американская и британская пресса упоминает Испанию в контексте экономики страны, входящей в Европейский союз. 2022 год не стал исключением в связи с военным конфликтом, последствия которого отразились на внутренней и внешней политике Испании.

Футбол в Испании – самый популярный вид спорта, он опережает баскетбол и большой теннис и баскетбол. В рассматриваемый период журналисты особенно активно освещали новости, связанные с чемпионатом мира по футболу.

Образ Испании в американских, британских и испанских СМИ представляется нам нейтральным.

Итоговые результаты по тематическим доминантам в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» представлены для наглядности в таблице 7 в Приложении.

Выводы ко второй главе

1. Во времена тотальной информатизации наблюдается активизация медиа как основного источника информации и воздействия на адресата. Взаимоотношения государств в мире всегда имели особое значение и привлекали внимание массовой аудитории. В современном цифровом мире СМИ той или иной страны могут создавать как привлекательный, положительный, так и отрицательный образ любого государства в интересах правящих элит и проводимой внешней и внутренней политики. В мировой практике принято, что любое государство окружают друзья, партнеры, конкуренты, идеологические противники, враги, что четко высвечивается в массмедиа.

2. Американские СМИ демонстрируют образ иностранного государства как негативный в том случае, если США имеет свои политические, экономические и военные интересы на данной территории.

3. По основанию сферы международных отношений нами были рассмотрены военно-политические, экономические и социокультурные аспекты взаимодействия России с США.

С точки зрения военно-политических отношений государства находятся в состоянии конфронтации. США не намерены возобновлять диалог с Россией и заняли выжидающую позицию, призывая российское правительство отказаться от пути агрессии и враждебности, а обратиться к дипломатическому пути разрешения вопроса, связанного с военной ситуацией на Украине.

Экономические санкции Америки против России – одна из наиболее часто освещаемых тем в прессе. Уход американских компаний с российского рынка, запрет на поставку запчастей в автомобилестроительной и авиационной отраслях, исключение России из международной платежной системы SWIFT – все эти меры направлены на ослабление российской экономики. Конфликты между США и Россией происходят в информационном поле и ограничиваются только введением новых санкций в отношении друг друга.

Социокультурное взаимодействие между Россией и США рассматривается с точки зрения «цифрового барьера» между странами в большей степени в американских и британских СМИ. Культура отмены (массовая эмиграция деятелей культуры и их отмена в недружественных России странах) – вторая по популярности тема для освещения, чаще всего она фигурирует в американской и испанской прессе.

4. В результате анализа были сделаны выводы, что в исследуемых медиатекстах превалирует военная тематика. Тематические доминанты «война», «специальная операция», «вторжение», «оружие» и «ядерное оружие», «войско» и «армия» являются самыми часто транслируемыми в американской, британской и испанской прессе. Тематическая доминанта «оружие» – одна из самых

освещаемых за 2022 год. Приобретают популярность термины «мобилизация» и, как следствие, «протесты», которые она спровоцировала. Милитаризм и преобладание военной лексики характерны как для американских, британских, так и для испанских СМИ.

5. Приобретают популярность термины «кибератака» и «кибервойна». Борьба за лидерство в цифровом пространстве становится одной из ключевых целей США.

6. Военно-политические отношения между Россией и Великобританией, Россией и Америкой достигли своего апогея. Звучат угрозы применения ядерного оружия, речи дипломатов переполнены агрессией, жесткими заявлениями. Политические деятели и журналисты позволяют себе использовать сниженную лексику, разговорный язык.

Глава 3. СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ВНУТРЕННЯЯ ПОЛИТИКА»

В данной главе рассмотрим лингвокультурную специфику медиатрансляции образа государства на примере России, США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» в американской британской и испанской прессе, выявим основные доминанты формирования образа государства в статьях американских, британских и испанских СМИ.

3.1. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа России в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика»

В статьях СМИ о России прослеживаются частотные сравнения с советской эпохой. В одной из статей в газете «The Washington Post» упоминается пакет «пронаталистских мер», принятых к концу Второй мировой войны, где речь идет о «служении Родине»: «*a conscious echo of the Stalinist past*» – «сознательное эхо сталинского прошлого», «*Vladimir Putin this week revived a Soviet-era award*» – «Владимир Путин на этой неделе возродил награду советской эпохи» [Suliman, 2022].

«With regard to President Putin, look, what I can tell you is this, and I said what I can tell you is this, and I said this before, one of the Achilles' heels of autocracies is that you don't have people in those systems who speak truth to power. And I think that is something that we're seeing in Russia» – «Что касается президента Путина, послушайте, что я Вам скажу, я говорил это раньше: одна из ахиллесовых пяток автократии заключается в том, что нет людей в системах, которые говорят

правду власти или которые имеют такую возможность. И я думаю, что это то, что мы наблюдаем в России» [Barnes, Jakes, 2022]. Государственный секретарь США Энтони Блинкен ведет прямой диалог с читателем, используя указательное местоимение «ты» в качестве обращения. «Ахиллесова пята» – фразеологизм, берущий начало из древнегреческой мифологии. Под «ахиллесовой пятой автократии» в тексте подразумевается единоличное принятие решений автократом.

Невозможно представить современный мир, в котором господствует единомыслие и единство действий. Свобода слова и право людей на выбор – одни из основных критериев демократизации общества.

Для того чтобы СМИ в полной мере могли выполнять социальные функции и достигать стоящих перед ними целей, им необходима свобода и независимость от государства.

И. Н. Демина излагает собственную концепцию свободы и независимости СМИ. По мнению ученого, следует разграничивать средства массовой информации по субъектам – общество (аудитория) и производители информационного товара. Аудитория вправе выбрать те медиа, которые удовлетворяют их информационные потребности. Производители информационного продукта должны иметь возможность самостоятельно выбирать направленность и способы деятельности. Журналист имеет право на собственное мнение и на возможность доведения его до аудитории. Важно, чтобы мнение журналиста так или иначе совпадало с мнением редакционного коллектива. И. Н. Демина приходит к выводу, что свобода журналиста заключается в наличии «возможности выбрать ту редакцию, информационная политика которой совпадает с его личными взглядами» [Демина, 2013, с. 176].

И. Н. Демина выделяет несколько категорий независимости: политическую, социальную и экономическую. Политическая независимость подразумевает «возможность медиа высказывать мнения и точки зрения, не совпадающие с государственной в данное время» [Там же]. Под социальной независимостью

подразумевается независимость от читательской аудитории. Экономическая независимость означает способность СМИ существовать без любого рода спонсорской помощи.

Журналист как субъект независимости нуждается в «социально-творческой свободе» [Демина, 2013, с. 177]. Если журналист работает в государственном СМИ, то сложно говорить о его абсолютной независимости, то же самое можно сказать и о частных медиа, в которых журналист ориентируется на мнение владельца СМИ, редакционной коллегии. Таким образом, можно сделать вывод, что независимость СМИ от государства может носить только относительный характер [Демина, 2013, с. 179].

В статье Н. В. Вакуровой «Миссия журналистики как социально-психологический феномен» приводятся результаты экспертного опроса действующих журналистов. Результаты опроса за 2012 год показали: журналисты убеждены, что в России не существует абсолютной свободы слова, что СМИ в той или иной степени зависимы от государства [Вакурова, 2012, с. 251].

Исследователь О. Н. Савинова, говоря о трансформации российской журналистики, ссылается на опрос 500 российских журналистов в рамках исследовательского проекта «Журналистика в изменении: профессиональные журналистские культуры в России, Польше и Швеции», который был организован МГУ и шведским университетом в городе Седерторн. Результаты данного опроса показали, что уровень свободы СМИ снижается на протяжении 5-10 последних лет [Савинова, 2014, с. 478].

Сегодня представители оппозиционных организаций, а также оппозиционные СМИ выступают как ключевой инструмент выражения протеста против действующей власти. Участились случаи появления в интернет-изданиях актуальных и важных новостей, связанных с именами и деятельностью российских политических оппозиционеров.

Под политической оппозицией мы понимаем «все прямые и косвенные проявления общественного недовольства и несогласия общественности с

действующим политическим порядком в стране», а также «отстраненные или частично отстраненные от власти партии, организации и движения» [Дерябина, 2017, с. 117]. Для последующего анализа статей, посвященных оппозиции, необходимо определиться с ее типологией.

Рассмотрим смысловое пространство «*оппозиция*» с точки зрения семантической организации, взяв за основу классификацию В. Н. Суздальцевой, куда входят:

- слова, обозначающие оппозицию в целом и ее отдельных представителей;
- слова, обозначающие действия оппозиции;
- лексика, характеризующая результаты деятельности оппозиции;
- оценочная лексика;
- лексика, характеризующая ответную реакцию людей на деятельность правительства [Суздальцева, 2017].

Представление об оппозиции складывается из приведенных выше единиц в текстах массмедиа. За единицу анализа принималось слово или словосочетание, имеющее отношение к власти и оппозиции.

Образ власти и оппозиции, который намеренно формируется в политических целях, создается и транслируется через СМИ, представляет значительный интерес для изучения и разработки механизмов его конструирования разными группами влияния. Внимание к ведущим мировым державам проявляют в своих медиасообщениях средства массовой информации разных стран.

В современном мире важное место в международном медиапространстве занимает образ власти и ее оппозиции в различных средствах массовой информации.

1. Образ лидера фонда по борьбе с коррупцией (ФБК) Алексея Навального

В августе 2020 года заголовки всех рассматриваемых нами СМИ были посвящены факту отравления Алексея Навального:

«*Leading Russian opposition figure Alexei Navalny was poisoned*» – «*Ведущий российский оппозиционер был отравлен*» [Dolbaum, Lallouet, Noble, 2021]; «*Poisoned Putin critic out of coma as UK summons ambassador*» – «*Отравленный путинский критик вышел из комы, как Великобритания призвала посла к ответу*» [Oltermann, 2020]; «*El veneno libra a Putin de su mayor opositor*» – «*Яд избавил Путина от его главного оппонента*» [Mañueto, 2020].

Первоначально испанские СМИ прямо не заявляли о факте отравления, используя словосочетания, выражающие вероятность, возможность: «*El líder opositor ruso, Navalni, en coma por posible envenenamiento*» – «*Российский лидер оппозиции Навальный в коме из-за возможного отравления*» [Mañueto, 2020]. При этом американские СМИ с уверенностью заявляли о факте отравления: «*Don't Drink the Tea: Poison Is a Favored Weapon in Russia*» – «*Не пейте чай: яд – излюбленное оружие в России*» [Kramer, 2020].

В американской и британской прессе Алексея Навального характеризуют как «*самого сурового критика Путина*» – «*Putin's harshest critic*» [Khurshudyan, 2021]; «*путинского критика*» – «*Putin critic*» [Roth, 2021]; «*самого известного критика Владимира Путина*» – «*Vladimir Putin's most prominent critic*» [Feay, 2021]; «*громогласного критика*» – «*a vocal critic*» [Roth, 2021]; «*российского политика, являющегося смелым продуктом эпохи Интернета*» – «*a Russian politician who is a necessarily courageous product of the internet age*», «*самым известным диссидентом России*» – «*Russia's most famous dissident*» [Roth, 2021], «*врагом Владимира Путина*» – «*Vladimir Putin's nemesis*» [Feay, 2021].

Испанские СМИ представляют Навального как «*главного оппонента*» – «*mayor opositor*», «*соперника российского президента*» – «*rival del presidente ruso*», «*самого известного врага Путина*» – «*más popular enemigo de Putin*», «*антикоррупционного адвоката*» – «*El abogado anticorrupción*» [Mañueto, 2020], «*одного из наиболее видных критиков*» – «*uno de los críticos más visibles*» [Sahuquillo, 2021], «*лидера оппозиции*» – «*el dirigente opositor*» [Mañueto, 2020].

В данных примерах мы наблюдаем номинации, указывающие на лицо (*Putin, Vladimir Putin*), на статус (*the opposition leader, el president, el opositor, el dirigente opositor*): «*Putin compares himself to Peter the Great in quest to take back Russian lands*» – «Путин сравнил себя с Петром Великим в стремлении вернуть русские земли» (журналист А. Roth проводит параллель между внешней политикой Петра I и Владимира Путина) [Roth, 2022].

Важно упомянуть, что в СМИ распространено указание только фамилии первого лица государства (*Putin*). Это может быть «проявлением холодности, крайнего недружелюбия к тому, кто назван» [Суздальцева, 2017, с. 81].

В своих статьях авторы используют общезыковые эпитеты, демонстрирующие часто негативную оценку власти. Власть ассоциируется с «ужасной несправедливостью» – «*terrible injustice*» [Kramer, 2020] «темными силами» – «*las fuerzas oscuras*» [Маñуесо, 2020].

В статьях СМИ часто встречаются примеры деперсонализации, выраженные метонимическими переносами: «*Poison has been a preferred tool of the Russian security service for more than a century, and critics of the Kremlin say it remains in the arsenal today*» – «Яд был предпочтительным инструментом российской службы безопасности более века, и критики Кремля утверждают, что он остается в арсенале и сегодня», «...*a common problem for opponents of the Kremlin*» – «...общая проблема противников Кремля» [Kramer, 2020]; «*Vladimir Putin is not scared of Alexei Navalny, says Kremlin*» – «Владимир Путин не боится Алексея Навального, говорит Кремль» [Roth, 2021]; «*El gesto marca un punto en la creciente escalada de represión del Kremlin contra opositores, medios de comunicación y las organizaciones civiles*» – «Этот жест знаменует собой усиление жестких мер Кремля по отношению к оппозиции, СМИ и гражданским организациям» [Sahuquillo, 2021]. В данных примерах под «Кремлем» подразумевают руководство страны [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 149].

В статье газеты «The New York Times» с заголовком «*Don't drink the tea: poison is a favored weapon in Russia*» вниманию читателя представлен

комментарий бывшего члена парламента от оппозиции Геннадия Гудкова об использовании яда в качестве отравляющего вещества: «*It is easy, and easy to cover your tracks*», he said. ‘*Any person can use poison*’» – «*Это легко, а также легко замести следы*», – сказал он. ‘*Любой человек может использовать яд*» [Kramer, 2020]. В данном комментарии использование метафоры «*to cover your tracks*» – «*замести следы*» означает, что легко скрыть то, что может впоследствии стать уликой [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

Канцлер Германии Ангела Меркель, британский политик Доминик Рааб остро отреагировали на случившееся с российским оппозиционером: «*The Kremlin would be held responsible for the attempt on Mr. Navalny’s life unless it produced evidence to the contrary*» – «*Кремль будет нести ответственность за покушение на г-на Навального, если он не предоставит доказательств обратного*», «*It is difficult to believe that Moscow wasn’t involved in the attack on Mr. Navalny, whose investigations into corruption have embarrassed Kremlin officials*» – «*Трудно поверить, что Москва не причастна к нападению на г-на Навального, чьи расследования коррупции поставили в неловкое положение кремлевских чиновников*» [Bennetts, 2020]. СМИ не уточняют, кто именно будет нести ответственность за отравление Алексея Навального, они ограничиваются словами «*Kremlin*», «*Kremlin officials*». Данные примеры мы также можем отнести к приему деперсонализации [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

8 сентября 2020 года в СМИ появились первые новости об улучшении состояния Алексея Навального. Для того чтобы подчеркнуть сложный и постепенный процесс восстановления, британские журналисты используют времена группы Continuous: «*The patient is gradually being weaned off the mechanical ventilator*» – «*Пациента постепенно отключают от аппарата ИВЛ*» [Bennetts, 2020]; «*The Charité hospital in Berlin, which has been tresting Navalny since 22 August, said his condition was improving...*» – «*В Берлинской больнице “Шарите”, которая лечит Навального с 22 августа, сказали, что его состояние улучшается...*» [Oltermann, 2020].

В статье газеты «The New York Times» госбезопасность России характеризуется как «левиафан»: *«For years, Ivan Pavlov jostled with Russia's 'leviathan' security state. Now, as the lawyer for the opposition leader Alexey A. Navalny, he is in danger of being swallowed by it»* – «В течение многих лет Иван Павлов боролся с российским “левиафаном” – госбезопасностью. Сейчас, будучи адвокатом лидера оппозиции Алексея Навального, он находится в опасности быть поглощенным им» [Troianovski, 2021]. Левиафан – олицетворение сатанинского беспощадного хаоса. Библейский образ морского чудовища отождествляется с государственной властью, то есть автором была использована метафора. Впервые концепция государства-левиафана была разработана английским философом Томасом Гоббсом [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

Возвращение Алексея Навального трактуется британскими и испанскими СМИ как «авантюра», «риск», «осознанный выбор между изгнанием и тюрьмой»: *«Exile or jail: the grim choice facing Russian opposition leaders»* – «Изгнание или тюрьма: мрачный выбор, стоящий перед лидерами российской оппозиции» [Troianovski, 2021]; *«As Navalny had gambled, his arrest in Moscow sparked big protests against the Kremlin»* – «Авантюра Навального, его арест в Москве вызвал большие протесты против Кремля» [Harding, 2021].

Основатель Фонда борьбы с коррупцией Алексей Навальный был отправлен в колонию общего режима на два года и восемь месяцев. Это событие осветили американские, британские и испанские СМИ: *«Russian opposition leader Alexei Navalny detain on his return to Moscow»* – «Российский лидер оппозиции Алексей Навальный был задержан по возвращении в Москву» [Khurshudyan, 2021]; *«Condena reducida para Navalni de dos años y ocho meses»* – «Смягчено наказание для Навального до двух лет и восьми месяцев»; *«Un tribunal ruso encarcela a Navalni pese a las protestas para su libertad»* – «Российский суд заключил Навального в тюрьму, несмотря на протесты в поддержку его освобождения»; *«Cárcel para amordazar a Navalny»* – «Тюрьма для того, чтобы закрыть рот

Навальному» [Sahuquillo, 2021]. Дисфемизм «закрывать рот» – «*amordazar*» – это пример намеренного «огрубления» журналистской речи [Шейгал, 2000, с. 106].

Свое пребывание в тюрьме Алексей Навальный характеризует как «*psychological violence*» – «психологическое насилие», «*brainwashing*» – «промывание мозгов» [Troianovski, 2021]; «*El opositor ruso detalla en su primera entrevista desde su ingreso en prisión cómo Moscú ejerce contra él 'la violencia psicológica'*» – «Российский оппозиционер подробно описывает в своем первом интервью с момента заключения, как Москва применяет к нему “психологическое насилие”», «*La vida de Navalny en prisión: papilla, peleas y horas de tele estatal obligatoria*» – «Жизнь Навального в тюрьме: каша, драки и часы обязательного государственного телевидения» [Colás, 2021]. Для того чтобы читатели могли нарисовать в своем воображении картину происходящего в российской тюрьме и представить себе те реалии, в которых находится оппозиционер, автор использует «метафоры деструктурирования, разрушения» [Суздальцева, 2017, с. 167].

Большинство цитат Алексея Навального содержит иронию. Цитируя слова Алексея Навального по отношению к Владимиру Путину, СМИ используют дисфемизмы: «*Viejo en el bunker*» – «старик в бункере»; «*el envenenador de los calzoncillos*» – «отравитель трусов» [Colás, 2021].

Исходя из заголовков американских, британских и испанских СМИ можно сделать вывод, что представители иностранных СМИ убеждены в том, что Алексей Навальный был отравлен: «*Alexei Navalny was poisoned one year ago*» – «Алексей Навальный был отравлен год назад» [Khurshudyan, 2021]; «*Alexei Navalny was poisoned*» – «Алексей Навальный был отравлен», «*Story of Alexei Navalny's poisoning*» – «История об отравлении Алексея Навального» [Oltermann, 2020], «*...un envenenamiento en Rusia*» – «...отравление в России» [Colás, 2021].

Газета «The Guardian» пишет о том, что трое европейских ученых-политологов: Ян Матти Доллбаум (Jan Matti Dollbaum), Морван Лаллуэт (Morvan Lallouet) и Бэн Нобл (Ben Noble) – написали книгу «Навальный: Заклятый враг Путина, будущее России?» о лидере оппозиции Алексее Навальном. Они ввели

новое понятие «*full-blown dictatorship*» – «полномасштабная диктатура». Под данным понятием авторы книги понимают «ничем не ограниченную власть во всех сферах политической и общественной жизни» [Dollbaum, 2021]. Авторы книги, характеризуя Алексея Навального, используют большое количество эпитетов: «*an interesting and significant figure*» – «интересная и значимая фигура», «*inspiring*» – «вдохновляющий», «*complex*» – «сложный», «*charismatic*» – «харизматичный», «*brash*» – «дерзкий», «*funny*» – «веселый», «*tactically flexible*» – «тактически гибкий», «*contradictory*» – «противоречивый». Ученые придерживаются точки зрения, что Алексей Навальный – самостоятельная единица и его сложно с кем-то сравнить: «*Navalny is neither Nelson Mandela nor Alexander Solzhenitsyn. Instead, he is himself*» – «Навальный – это не Нельсон Мандела и не Александр Солженицын. Он сам по себе». Эмфатическое местоимение «*himself*» добавлено к подлежащему, чтобы подчеркнуть его. Грамматическая конструкция «*neither... nor...*» используется авторами статьи для сравнения Алексея Навального с такими личностями, как Нельсон Мандела и Александр Солженицын [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

Пресс-секретарь Дмитрий Песков заявил, что Навальный «*has no relation to the Russian president and can in no way be associated with the president*» – «не имеет отношения к президенту России и никак не может быть связан с президентом» и «*various suggestions that someone is scared of someone else are absolute rubbish*» – «различные предположения о том, что кто-то кого-то боится – полная чушь» [Roth, 2021]. В речи политика фигурирует слово «чушь» (просторечие), что говорит об экспрессивности и раскрепощенности говорящего, о его желании воздействовать на аудиторию, доказать свою правду [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 151].

Таким образом, в статьях СМИ, освещающих новости, связанные с представителем оппозиции Алексеем Навальным, фигурируют слова, обозначающие оппозицию в целом и ее отдельных представителей (62); слова, обозначающие действия оппозиции (37); используется лексика, характеризующая

результаты деятельности оппозиции (19); лексика, характеризующая ответную реакцию людей на деятельность правительства (29); оценочная лексика (88). Проведенный анализ показал, что в каждой статье про оппозицию употребляется лексика, обозначающая оппозицию и ее представителей, таких упоминаний большинство. Лексика, характеризующая результаты деятельности оппозиции, выражена глаголами и в большей степени имеет отношение к действиям лидера оппозиции – Алексея Навального. Лексика, характеризующая результаты деятельности оппозиции, преимущественно связана с общественными митингами. Оценочная лексика и лексика, характеризующая ответную реакцию людей на деятельность правительства, также связана с несанкционированными акциями и реакцией лидеров иностранных государств на действия представителей российской власти [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 152].

Оценочные и эмоциональные коннотации создают образ власти и оппозиции; в американских, британских и испанских медиатекстах преобладают отрицательная авторская оценка и негативные эмоции [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

2. Образ политзаключенных

В газете «The Wall Street Journal» термин «политзаключенные» трактуется как «люди, обвиняемые государством за свои политические или социальные взгляды» – «*people accused by the state for their political or social views*» [Kantchev, 2020].

В медиатекстах, содержащих информацию о представителях «власти», фигурируют следующие вербальные способы проникновения в личное пространство [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 153]:

1. *Панибратское отношение к представителям власти.* Пренебрежительное отношение к власти оказывает влияние на мнение реципиентов. «*Vladimir the Poisoner*» – «Владимир Отравитель» [Troianovski, 2021]; «*Russian strongman Vladimir Putin*» – «Российский силач Владимир Путин», «*tough guy*» – «крутой парень» [Nikolic, 2021]; «*...has gone mad from power*» – «...власть свела с ума» [Roth, 2022].

2. *Лексика с негативной коннотацией.* В текстах СМИ превалирует оценочная лексика с негативными эмоциональными коннотациями: «*histeria*» – «истерия» [Sahuquillo, 2021] «*dictatorial*» – «диктаторский» [Rowland, 2021].

3. *Рационально-оценочная лексика:* «*increasingly intolerant*» – «все более нетерпимый» [Khurshudyan, 2021]; «*corruption*» – «коррупция» [Rowland, 2021].

4. *Лексика с коннотацией грубости:* «*Or was it suicidal folly?*» – «Или это была суицидальная глупость?» [Harding, 2021]; «*Cárcel para amordazar*» – «Тюрьма для того, чтобы закрыть рот» [Sahuquillo, 2021]; «*...ship of fools is sinking fast*» – «...корабль дураков быстро тонет» [Tidall, 2022].

Для объективного анализа текстов СМИ необходимо рассмотреть термин «политзаключенный». Политическим заключенным называют «задержанное лицо, в деле которого присутствует весомый политический элемент». Политзаключенных делят на две категории: те, кого преследуют за «реализацию своих гражданских прав, в связи с принадлежностью к национальной, религиозной или иной группе, за убеждения и взгляды», и те, кого преследуют по «политическому мотиву власти» [Резолюция ПАСЕ, 2012].

Журналист Владимир Кара-Мурза³, причисляющий себя к политическим заключенным, пишет о появлении международной памятной даты 30 октября – Международного дня политических заключенных [Kara-Murza, 2022].

Ситуацию с политзаключенными в современной России называют «абсолютно новым уровнем репрессий против журналистики» – «*an absolutely new level of repression against journalism*» [Kramer, 2020].

Россия официально обвинила советника главы Роскосмоса и бывшего военного журналиста Ивана Сафронова⁴ в государственной измене. В статьях, посвященных аресту бывшего журналиста, применяются такие лексические

³ Мосгорсуд приговорил к 25 годам колонии строгого режима оппозиционного политика Владимира Кара-Мурзу* (признан в России иноагентом) по делу о госизмене и распространении фейков о российской армии. 17.04.2023. URL: <https://ria.ru/20230417/kara-murza-1865769811.html>

⁴ Приговоренный к 22 годам колонии строгого режима бывший советник главы "Роскосмоса" Иван Сафронов этапирован в ИК-7 Красноярского края для отбытия наказания... по статье УК РФ "Госизмена". URL: <https://ria.ru/20230227/safronov-1854596947.html?in=t>

средства, как персонификация: «*Russia charges former journalist with treason*» – «Россия обвиняет бывшего журналиста в государственной измене» [Higgins, 2020], «*Russia detains journalist*» – «Россия задерживает журналиста» [Kantchev, 2020], «*Russia accuses a former reporter*» – «Россия обвиняет бывшего репортера», «*Russia won't tell me what crime I committed*» – «Россия никогда не расскажет мне, какое преступление я совершил» [Higgins, 2020].

В данных примерах Россия выступает в человеческом облике, она обвиняет, задерживает, никогда не расскажет правду. В статьях представлено большое разнообразие глаголов со значением «обвинять»: *detain, charge, accuse, convict* [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

Американские СМИ характеризуют отношения между Кремлем и российскими средствами массовой информации, как напряженные: «*strained relations*» – «напряженные отношения» [Higgins, 2020].

Действия представителей силовых структур описываются в американских СМИ как насильственные: «*затолкали в машину*» – «*bundled into a van*»; «*быстро увезли*» – «*whisked*» [Higgins, 2020], «*атака на независимых журналистов*» – «*an attack on independent journalists*» [Kantchev, 2020], «*забрали с московской улицы*» – «*bundled off a Moscow street*» [Higgins, 2020], «*наказать за репортерскую работу*» – «*to punish for reporting work*» [Там же], «*...the authorities launched an unprecedented crackdown on the political movement*» – «...Власти начали беспрецедентное подавление политического движения» [Там же], «*The Russian authorities arrested him immediately on his return*» – «Российские власти арестовали его немедленно по возвращении» [Roth, 2021].

В статьях газет «The Guardian», «The New York Times» прослеживается ирония. Автор СМИ цитирует шутку Ивана Сафронова: «*He recalled joking that if a woman who wrote a friend two text messages about a train carrying military equipment received a prison sentence of seven years [she was later pardoned], then what sentence would they give to actual reporters covering the military?*» – «Он вспомнил шутку о том, что если женщина, написавшая другу два текстовых

сообщения о поезде, перевозящем военное снаряжение, получит семь лет тюремного заключения [позже она была помилована], то какой приговор они вынесут действующим репортерам, освещающим армию» [Roth, 2021]; «*Website editor in Russia is jailed for sharing joke about Navalny protests*» – «Редактор сайта в России был заключен под стражу за ретвит шутки о протестах Навального» [Troianovski, 2021].

В статьях американских СМИ также упоминается дело журналиста Ивана Голунова, которое было сфабриковано полицейскими с целью наказать журналиста за его репортерскую работу: «*The evidence against him was widely believed to have been manufactured by the police on orders from the F.S.B. to punish Mr. Golunov for reporting work*» [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 150].

Участились случаи закрытия независимых СМИ в России, о чем пишут американские источники: «*The Kremlin has a new toolkit for shutting down independent news media*» – «У Кремля появился новый инструментарий для закрытия независимых СМИ» (под «инструментарием» автор подразумевает «методы и рычаги влияния» на СМИ, а «закрытие независимых СМИ» – это метафора) [Paskhalis, 2021].

Американские СМИ сравнивают период, на который пришлись массовые аресты журналистов, с «темной эпохой советских репрессий»: «*Evoking the dark era of Soviet repression, Russian politicians and journalists are being driven into exile in growing numbers*» – «Вспоминая темную эпоху советских репрессий, все больше и больше российских политиков и журналистов отправляют в изгнание» [Troianovski, 2021].

Журналист Маргарита Овсянникова стала одной из самых популярных фигур на страницах иностранных СМИ. Новость об открытой критике действий правительства стала резонансной. Американские СМИ, упоминая Маргариту Овсянникову, используют цитаты с ее прямой речью, в которых преобладают побудительные предложения: «*Stop the war. Don't believe the propaganda*» – «Остановите войну. Не верьте пропаганде» [Nechepurenko, 2022].

Таким образом, в статьях СМИ, освещающих новости, связанные с образом политзаключенных, фигурируют слова, обозначающие оппозицию в целом и ее отдельных представителей (25); слова, обозначающие действия оппозиции (14); лексика, характеризующая результаты деятельности оппозиции (8); лексика, характеризующая ответную реакцию людей на деятельность правительства (3); оценочная лексика (36) [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 154].

3. Уход из жизни Михаила Горбачева

31 августа 2022 года ушел из жизни Михаил Горбачев (генеральный секретарь ЦК КПСС). Все иностранные СМИ посвятили передовые статьи российскому политическому деятелю.

Испанские газеты «El Mundo» и «El País» вышли со следующими заголовками: «*Mijaíl Gorbachov, descanse en paz*» – «*Михаил Горбачев, покойтесь с миром*» (заголовок-обращение побуждает читателя проникнуться сочувствием к Михаилу Горбачеву) [Salinas de Gortari, 2022]; «*Muere Gorbachov, el líder que abrió Rusia al mundo*» – «*Умер Горбачев, лидер, открывший Россию миру*» (метафора «открыть Россию миру» означает возобновление внешнеполитических отношений с другими государствами); «*El último presidente de la URSS y líder de la perestroika transformó el tablero mundial en favor de la paz, pero en su patria fue considerado un 'Terminator'*» – «*Последний президент СССР и лидер перестройки трансформировал мировую шахматную доску в пользу мира, но на родине его считали “Терминатором”*» (под перифразой «последний президент СССР и лидер перестройки» подразумевается Михаил Горбачев, перифраза в пояснительной функции используется журналистом с целью детализации, помогает избежать тавтологии. Идея метафорического оборота «трансформировать мировую шахматную доску» заключается в том, что геополитическая ситуация в мире – это своего рода игра в шахматы, где доской служит вся планета, а шахматные фигуры – это государства с их политическими интересами. Трансформация заключается в желании Михаила Горбачева наладить взаимоотношения с другими странами) [Herranz, 2022].

Американская пресса также не обошла стороной новость об уходе Михаила Горбачева: «*Visionary Soviet leader who lifted the Iron Curtain*» – «*Советский лидер, приподнявший железный занавес*» [Nechepurenko, 2022].

Газета «El País», сообщая об уходе Михаила Горбачева, использует цитату бывшего государственного секретаря США Генри Киссинджера, выступающую в качестве эпиграфа к тексту статьи: «*La historia nunca ha mostrado gratitud para los gobernantes reformadores*» – «*История никогда не была благодарна правителям-реформаторам*» [Salinas de Gortari, 2022].

4. Несанкционированные митинги и общественные настроения

Основным компонентом информационной деятельности оппозиции принято считать понятие «*народ*», что находит подтверждение в большинстве исследований медиадискурса [Шейгал, 2004, с. 133-134]. Все, что связано с существительным «*народ*», в массмедиа имеет положительную коннотацию: народ борется за справедливость. Так, люди против несправедливых выборов: «*The purpose of next month's Russian parliamentary elections is not to produce a government chosen by the people in a free and fair contest*» – «*Цель парламентских выборов в России, которые состоятся в следующем месяце, не состоит в том, чтобы сформировать правительство, избранное народом на основе свободной и справедливой борьбы*» [Feau, 2021].

Ю. Н. Караулов, один из авторов «Русского ассоциативного словаря», отмечает, что существует два вида связей между словами: когнитивная и прагматическая. Когнитивные связи отражают «знание респондента о мире», а прагматические – «отношение респондента к миру» [Караулов, 2002, с. 499].

Мы рассмотрели реакции на слова-стимулы «правительство» и «оппозиция» [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 155].

Когнитивные реакции на слово «*government*» – «*правительство*»: «*political elite*» – «*политическая элита*», «*law*» – «*закон*» [Khurshudyan, 2021]; «*party of power*» – «*партия власти*», «*the ruling elite*» – «*правлящая элита*» [Там же];

«*Russian authorities*» – «*Российские власти*» [Oltermann, 2020]; «*Kremlin*» – «*Кремль*» [Colás, 2021]; «*poder*» – «*власть, мощь*» [Sahuquillo, 2021].

Когнитивные реакции на слово «*opposition*» – «*оппозиция*»: «*political movement*» – «*политическое движение*», «*team*» – «*команда*» [Khurshudyan, 2021]; «*incompatibility with the regime*» – «*несовместимость с режимом*» [Kantchev, 2020]; «*political activist*» – «*политический активист*» [Feay, 2021].

Прагматические реакции на слово «*government*» – «*правительство*»: «*graft*» – «*взяточничество*», «*injustice*» – «*несправедливость*» [Feay, 2021], «*harsh*» – «*суровый*» [Higgins, 2020]; «*con dureza*» – «*жестокое*» [Sahuquillo, 2021].

Прагматические реакции на слово «*opposition*» – «*оппозиция*»: «*threats of arrest*» – «*угрозы ареста*» [Higgins, 2020]; «*protesta*» – «*протест*», «*histeria*» – «*истерия*», «*pacificos*» – «*мирные*» [Sahuquillo, 2021].

Слово-стимул влияет на восприятие читателя, вызывая вербальную реакцию в совокупности с оценкой и эмоциональным восприятием.

Так, «*правительство*» ассоциируется у людей одновременно с правящей элитой, Кремлем и несправедливостью, а оппозиция – с политическим движением, несовместимостью с действующим режимом, с протестами и арестами [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 155].

СМИ характеризуют митинг на Дальнем Востоке, в Хабаровске, в поддержку обвиняемого в убийстве губернатора Сергея Фургала как «*массовую акцию протеста*» – «*protesta multitudinaria*» [Sahuquillo, 2021].

Арест Алексея Навального привел к новой волне протестов более чем в 120 городах России: «*...were sparked the biggest protests in modern Russian history*» – «*...вспыхнули самые большие протесты в новейшей истории России*» [Foy, 2021].

В статьях британских и американских СМИ широко используются формы превосходной степени: «*самые большие протесты*» – «*the biggest protests*» (глагол «*spark*» – «*вспыхнуть*» характеризует спонтанность демонстраций) [Там же]. «*Demonstrators took to the squares of 180 towns and cities, from occupied Crimea*

to Vladivostok» – «Демонстранты вышли на площади 180 городов от оккупированного Крыма до Владивостока» [Troianovski, 2021].

Под словом «оккупированный» автор подразумевает насильственно присоединенную территорию. Говоря о несанкционированных митингах, журналисты зачастую используют превосходную степень, чтобы подчеркнуть масштаб общественных движений против действующего режима [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 155].

В статьях, освещающих новости, связанные с протестами, превалирует лексика с негативной коннотацией.

Отмечается, что люди выражают недовольство взяточничеством, несправедливостью, низким уровнем жизни: *«The demonstrations in more than 120 cities tapped into popular anger over graft, injustice and plunging living standards» – «Демонстрации более чем в 120 городах вызваны недовольством населения взяточничеством, несправедливостью, кризисом, пандемией и снижением уровня жизни» [Foy, 2021]; «...popularidad más bajo y en medio del descontento social por la crisis y la pandemia de coronavirus» – «наименьшей популярности и на фоне общественного недовольства кризисом и пандемией коронавируса» [Sahuquillo, 2020]; «Patrullas de antidisturbios se emplearon con dureza contra las manifestantes pacíficos que salieron a la calle tras conocer la condena» – «Подразделения по борьбе с беспорядками вели себя жестоко по отношению к мирным демонстрантам, которые вышли на улицы после вынесения приговора» [Sahuquillo, 2020].*

«A day after protests swept across Russia in support of a jailed opposition leader, the authorities said that some participants face harsh punishment» – «На следующий день после того, как Россию захлестнула волна протестов в поддержку лидера оппозиции, представители власти сказали, что некоторым участникам грозит суровое наказание» (глагол «swept across» – «захлестнула» характеризует спонтанность демонстраций; усилительный эпитет «суровый» – «harsh» помогает читателю понять всю серьезность последствий мирных демонстраций граждан и однозначную позицию представителей государства) [Higgins, 2020].

В статьях, посвященных общественным протестам, фигурирует лексика, характеризующая ответную реакцию людей на действия правительства: «*El régimen de Vladimir Putin, que estos días esta siendo desafiado en las calles por miles de manifestantes*» – «Режим Владимира Путина, которому сегодня бросают вызов на улицах тысячи протестующих» [Colás, 2021]. Действующий режим в России характеризуют как «*authoritarian*» – «авторитарный» [Higgins, 2021]; «*increasingly intolerant*» – «все более нетерпимый» [Dollbaum, 2021]; «*semiautoritario*» – «полуавторитарный» [Colás, 2021]; «*overt dictatorship*» – «открытая диктатура» [Dollbaum, 2021].

В статье газеты «The Washington Post» мы обнаружили неологизм «*informational autocracy*» – «информационная автократия». Данный термин принадлежит ученым Сергею Гуриеву и Даниэлю Тризмону, которые под «информационной автократией» понимают «использование российской властью методов цензуры, точечных репрессий, подкупа элит» [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 155].

В испанских СМИ протесты в поддержку А. Навального характеризуются как «так называемая “истерия”» – «*lo que considera ‘histeria’*» [Sahuquillo, 2020]. Автор статьи под словом «истерия» подразумевает «протест, демонстрацию», тем самым используя эмоционально-окрашенную лексику, которая содержит отрицательно-оценочный компонент [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 156].

В статьях СМИ, освещающих новости, связанные с общественными митингами, фигурируют слова, обозначающие оппозицию в целом и ее отдельных представителей (24); слова, обозначающие действия оппозиции (7); используется лексика, характеризующая результаты деятельности оппозиции (9); лексика, характеризующая ответную реакцию людей на деятельность правительства (29); оценочная лексика (27) [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 156].

Нами были рассмотрены когнитивные и прагматические реакции на слова-стимулы «*правительство*» и «*оппозиция*». Так, «*правительство*» ассоциируется у людей одновременно с правящей элитой, Кремлем и несправедливостью, а

оппозиция – с политическим движением, несовместимостью с действующим режимом, с протестами и арестами.

Опираясь на классификацию В. Н. Суздальцевой, мы обнаружили во всех выбранных нами медиатекстах слова, обозначающие оппозицию в целом и ее отдельных представителей; слова, обозначающие действия оппозиции; лексику, характеризующую результаты деятельности оппозиции; оценочную лексику; лексику, характеризующую ответную реакцию людей на деятельность правительства [Там же].

Итак, как показал анализ фактического материала, американские, британские и испанские СМИ очень активно освещают события, связанные с российской оппозицией. Самое большое количество статей посвящено Алексею Навальному, а именно его отравлению в августе 2020 года и его заключению под стражу [Там же].

В текстах СМИ преобладают оценочные и эмоциональные коннотации, которые создают образ власти и оппозиции. В американских, британских и испанских медиатекстах превалирует отрицательная оценочная лексика и выражение негативных эмоций, доминируют эпитеты и политические метафоры. Испанские СМИ стараются избегать авторской оценки и приводят большое количество цитат, принадлежащих представителям оппозиционных партий и независимым журналистам [Там же].

В статьях американских и британских СМИ прослеживается панибратское отношение к представителям власти, используются просторечия и жаргонизмы. В выбранных нами для анализа статьях таких примеров найдено не было.

Лексика с негативной коннотацией, а также с коннотацией грубости присутствует как в американских, так и в британских и испанских СМИ. Лексика, семантика которой связана с описанием внешности, физического и эмоционального состояния, была найдена в испанских СМИ [Желтухина, Парамонова, 2021а, с. 154].

3.2. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа США в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика»

Ежедневно мы сталкиваемся с огромным пластом информации в пространстве СМИ. Для многих читателей представляется сложным быстро и легко сориентироваться в предлагаемом материале. Если цель читателя – получить актуальную информацию, краткие и достоверные факты из всего имеющегося материала по данной тематике [Никонова, 2019, с. 43], то имеет смысл обратиться к аналитическому жанру, а именно к аналитическим статьям. Если же цель читателя – получить необходимую информацию быстро и кратко: узнать факты без лишних деталей и комментариев, то его выбор – новостной жанр, а именно новостные статьи. Важно подчеркнуть, что для современного читателя наиболее привлекательными в статьях разных жанров все больше становятся заголовки, которые побуждают адресата либо прочитать статью, либо довольствоваться тем смыслом, который несет заголовок [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 144].

Ученые в области жанроведения Б. В. Стрельцов и А. А. Тертычный сошлись во мнении, что к основным аналитическим жанрам можно отнести «корреспонденцию, статью, рецензию, комментарий, обозрение, обзор печати» [Стрельцов, 1990, с. 84], [Тертычный, 2010, с. 266]. С точки зрения Е. А. Никоновой, аналитическая статья сегодня – «наиболее продуктивный жанр» [Никонова, 2019, с. 43].

Мнения отечественных и зарубежных исследователей относительно определения «аналитической статьи» и ее характерных особенностей расходятся. Российские ученые выделяют следующие особенности аналитической статьи: «...яркая индивидуальность, полемичность, насыщенность экспрессивностью, учитывается авторская позиция» [Никонова, 2019, с. 44]. Зарубежные ученые отрицают необходимость в авторской позиции в аналитической статье, полагая,

что автору нет необходимости обосновывать и доказывать свою точку зрения, а важно предоставить читателям возможность узнать о событии или ситуации как о едином целом, без прибегания к оценкам [Там же]. В нашем диссертационном исследовании мы будем руководствоваться зарубежной традицией в подборе аналитического материала для анализа [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 144].

Характеристики аналитической статьи универсальны: четкая структура (введение, основная часть, выводы), разносторонний анализ проблемы (освещение всех возможных позиций по данному вопросу), фактологичность (приведение и рассмотрение фактов: дат, имен собственных, событий) [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 145].

Выделим основные характеристики новостной статьи: максимальный охват читательской аудитории; событие – основа статьи; доступная и понятная информация для читателя; временные рамки (задержка может привести к опережению со стороны конкурирующих СМИ). Для новостной статьи определяющее значение имеет информативное свертывание, журналисты стараются преподносить информацию кратко, при этом сохраняя «содержательную константу в конкретной коммуникативной ситуации» [Перепеченов, 2016, с. 40]. В новостной статье делается акцент на тематическую новостную доминанту [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 145].

Для понимания того, на основании каких факторов складывается образ США, мы обратились к классификации В. А. Славиной и А. С. Олейникова. По мнению ученых, образ государства включает следующие компоненты: «образ территории, образ политического лидера, образ государственной власти и образ народа» [Олейников, Славина, 2019, с. 445].

Положительный образ государства предполагает повышение престижа как внутри страны среди своих граждан, так и среди конкурентных стран [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 145]. Каждая страна стремится к тому, чтобы граждане верили в нее и ее руководителя [Олейников, Славина, 2019, с. 273], и для каждой

страны важно признание на мировой арене [Олейников, 2019, с. 138]. США в этом отношении не являются исключением.

Американские, британские и испанские СМИ не публикуют статьи, напрямую посвященные образу Америки, но это отношение формируется через образы президентов, представителей государственной власти, через освещение событий, происходящих внутри страны и за ее пределами, и, как следствие, через реакцию на них [Желтухина, Парамонова, 2003, с. 40].

А. Салим пишет, что СМИ США обычно придерживаются политической линии правительства США, всячески поддерживая его [Салим, 2021]. Данное утверждение спорно. Американские СМИ зачастую критически относятся к деятельности политических лидеров и выражают свое недовольство экономическими реалиями, являющимися следствием введения множества санкций в отношении России и встречных санкций России в отношении США [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 145].

В международных новостных репортажах национальные интересы зачастую перевешивают другие факторы [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 145].

События последних трех лет можно разделить на следующие тематические блоки:

- политика: итоги президентского срока Дональда Трампа, избрание Джо Байдена президентом США, оказание поддержки Украине в военном конфликте с Россией; масштабные поставки оружия;

- экономика: экономическая нестабильность, инфляция, повышение цен на газ и топливо, растущие процентные ставки, технологическое развитие;

- общество: право американских граждан на аборт, последствия пандемии коронавируса COVID-19, культура отмены [Желтухина, Парамонова, 2022, с. 145].

Приступая к изучению образа государства в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика», важно рассмотреть основные идеологические течения: демократия, авторитаризм и демократизм.

Понятия «автократия» и «демократия» имеют различные интерпретации.

Основу демократии составляет признание свободы личности, ее прав. В сфере политики под демократией подразумевают «форму политической организации общества, основанную на признании народа в качестве источника власти, на его праве участвовать в решении государственных дел и наделении граждан достаточно широким кругом прав и свобод» [Малый академический словарь Евгеньевой А. П.].

Демократия невозможна при наличии недоверия граждан к своему государству, его институтам и друг к другу. По данным американского исследовательского центра «Pew Research Center», доверие американцев к средствам массовой информации падает. Во-первых, изменился способ получения информации из-за цифровизации СМИ, в связи с чем многие читатели предпочитают онлайн-источники. Во-вторых, важным аспектом остается политическая идентичность. Приверженцы различных политических взглядов читают разные издания и доверяют разным источникам. В-третьих, наличие дезинформации. Все чаще встречающиеся фейковые новости создают путаницу, способствуют появлению сомнений у адресатов информации. Увеличение числа источников и рост объема информации усложняют поиск достоверных сообщений. Именно по этой причине американцы выбирают только те источники, которым доверяют. Опрос американцев показал, что на вопрос: «Доверяете ли Вы СМИ?» – большинство опрошенных ответили: «Нет». При этом читатели могут доверять отдельным изданиям и журналистам.

Исходя из результатов опроса, проведенного исследовательским центром «Pew Research Center», можно сделать вывод, что люди могут доверять определенному источнику новостей, но с недоверием относиться к институту средств массовой информации [Pew Research Center. Trust in America: Do Americans trust the news media].

1. Культура

Социально-политический термин «культура отмены» часто фигурирует в медиасообщениях. Публичное осуждение «недостойных» существует уже много веков. Термин «культура отмены» активно используется в средствах массовой информации не только как способ привлечения людей к ответственности, но и как инструмент запугивания и замалчивания.

По данным издания «The New York Times», появление термина датировано началом XXI века. В китайском языке в этот период появилась новая фраза, которая буквально переводилась как «поиск человеческой плоти». Американцы называют данное явление «cancel culture» или «call-out culture». Мнения ученых по вопросу существования, определения и использования термина разделились. Американский социальный психолог Джонатан Хайдт считает, что термин «культура отмены» возник в Америке как следствие «культы безопасности», провозгласившего неприятие любого мнения, декларирующего «расистские, сексистские или трансфобные» идеи [Haidtt, 2018, p. 158]. В России «культуру отмены» отождествляют с «новой этикой», набирающей все большую популярность среди россиян.

Американские СМИ зачастую используют термин «культура отмены» необдуманно, применяя его к определенным событиям, подразумевающим отрицательную имплицитную оценку.

Между тем культура отмены – это современный глобальный тренд, призванный привлечь к ответственности за «правовые, социальные, этические нарушения известного или облеченного властью человека или группу через отказ от поддержки или публичное осуждение» [Сазонова, 2021]. Чаще всего тенденция распространяется на социальные сети. Так, американский рэп-исполнитель Канье Вэст обвинил соучредителя компании «Meta» Марка Цукерберга в нарушении социальных прав: *«You guys have toyed with me and tried to blackball anyone whoever opposes your agenda. Who you think created cancel culture?»* – «Вы, ребята, играли со мной и пытались отвергнуть каждого, кто выступает против ваших

планов. *Кто, по вашему мнению, создал культуру отмены?»* [Thompson, 2022]. Хэштэг «*White Lives Matter*» – «*Жизнь Белых Имеет Значение*» и оскорбительный твит известного исполнителя спровоцировал обвинения его в антисемитизме и расизме.

По данным исследовательского центра «Pew Research Center», доля американцев, незнакомых с термином «культура отмены», с 2020 года сократилась на 17%. 16% опрошенных утверждают, что слышали этот термин не так часто, а 23% американцев говорят, что эту фразу им никогда не приходилось слышать. Наиболее осведомленными в этом вопросе можно считать молодых людей от 18 до 29 лет. 77% опрошенных говорят, что довольно часто встречаются с термином «культура отмены» и хорошо с ним знакомы.

Журналист издания «The New York Times» В. Моррис посвятил целую статью новому веянию американской культуры. Заголовок статьи звучит так: «*American culture is trash culture*» – «*Американская культура – это трэш культура*» [Morris, 2022]. Автор пишет о «плохих фильмах», которые вызывают интерес у публики, и о том, что «трэш-культура» стала неотъемлемой частью политики. В качестве примера В. Моррис описывает вечернюю прогулку бывшего президента США Дональда Трампа из Белого дома в церковь Святого Иоанна.

Трэш-культура – это явление, получившее популярность в 1990-е годы. Данный феномен рассматривается нами как синоним понятия «деградация культуры». По мнению профессора С. Ольстер, трэш-культура начинается со взгляда на роль средств массовой информации в становлении США как одного из доминирующих государств XXI века. Она транслирует то, как деятели культуры внедряли теории массовой культуры в свои труды, оказывая влияние на национальную систему ценностей Америки [Ольстер, 2003, с. 15].

2. Образ Дональда Трампа и Джо Байдена

В период с 2020 по 2022 год пост президента США занимали два политических деятеля с кардинально противоположными политическими

взглядами. Дональд Трамп – представитель Республиканской партии, Джо Байден – сторонник демократов.

Дональд Трамп был главой государства с 2017 по 2020 год. В настоящее время бывший президент США подвергается жесткой критике в американских СМИ. Так как для прессы США характерно отсутствие цензуры, журналисты позволяют себе использовать обценную, сниженно-грубую и просторечную лексику. Разговорно-сниженная лексика, употребляемая по отношению к первым лицам, также не чужда британским СМИ: «...while simultaneously giving Trump a proctology examination with his tongue» – «...одновременно устроив Трампу проктологическое обследование языком» [Freeman, 2020]; «boorish narcissism» – «хамский нарциссизм» [Klein, 2022]. Обесценная лексика в большинстве случаев используется как способ придания сообщению образности.

Так, Дональда Трампа называют «*Stay Puft Marshmallow Man*» – «Зефирный Человек»; «*Donald Trump is trash's Stay Puft Marshmallow*» – «Дональд Трамп – трэшовый Зефирный Человек» [Morris, 2022], «*Trump's emergence on to the political scene, like the Stay Puft Marshmallow Man emerged on to New York City in 'Ghostbusters'*» – «Появление Трампа на политической сцене подобно тому, как Зефирный Человек появился в Нью-Йорке в «Охотниках за приведениями»» (автор статьи в «The New York Times» использует аллюзию, ссылаясь на популярного персонажа из фильма «Охотники за приведениями»: Зефирный Человек, обладающий доброжелательной внешностью, по сюжету фильма оказывается не таким безобидным, как предполагалось). Дональд Трамп не смог оправдать доверие американских граждан, проявив свою некомпетентность, подвергая США военной опасности из-за бомбардировок Сирии. «*Trump's deep narcissism acted as a distorted mirror for millions of voters*» – «Глубокий нарциссизм Трампа стал кривым зеркалом для миллионов избирателей» [Freeman, 2020]. Под метафорой «кривое зеркало» в данном контексте подразумевается «искажение того или иного феномена» [Клюева, 2012].

Наличие авторского комментария «*yes seriously*» – «да, серьезно» [Freeman, 2020] говорит о согласии автора статьи с мнением эксперта, чьи слова приведены в медиасообщении. Таким образом, благодаря приему открытой дискуссии читатель видит реакцию автора на событие, авторский взгляд на него.

Прибегая к описанию Дональда Трампа, журналисты зачастую используют эпитеты с отрицательной коннотацией: «*a raging narcissist*» – «яростный нарцисс», «*a true narcissist*» – «истинный нарцисс» [Freeman, 2020]; «*Trump, unrepentant and unleashed*» – «Трамп, нераскаявшийся и сорвавшийся с привязи» [Dowd, 2020].

Характеризуя правление Дональда Трампа и политическую власть в целом, многие журналисты используют термин «трампизм». С помощью этого термина авторы статей акцентируют внимание на характерных признаках политического режима в США: «*Even if Trump lost, 'Trumpism' wouldn't go away*» – «даже если Трамп проиграет, “трампизм” не исчезнет» [Freeman, 2020]; «*Nace puro trampismo... para intentar que un caso de corrupción pase a ser represión política*» – «Она занимается чистым трампизмом... пытаясь превратить дело о коррупции в политические репрессии», «*la retórica del trumpismo*» – «риторика трампизма» [Valls, 2022].

Автор статьи Фримэн уточняет, что поразительно много людей видят в Дональде Трампе то, что хотят видеть, а все их предположения не имеют ничего общего с действительностью.

Желание Дональда Трампа построить свою собственную идеологию журналист Фримэн сравнивает со стараниями обезьяны «напечатать Гамлета на пишущей машинке» – «*monkey in the typewriter is writing Hamlet*» [Freeman, 2020]. В данном утверждении прослеживается ирония, насмешка. По мнению автора, политическая идеология «трампизма» в большей степени имеет отношение к ее последователям, которые, смотря на Трампа, видят себя.

В предвыборной гонке конкуренцию Трампу составил Джо Байден. Однако, по мнению журналиста издания «The Guardian», Дональд Трамп ничего не

потерял: *«Trump didn't win, but he didn't lose in the way many predicted either»* – *«Трампа не выиграл, но и не проиграл, как пророчили многие»* [Freeman, 2020].

Несмотря на преобладание статей, содержащих негативно-экспрессивную оценку личности Дональда Трампа и его действий, есть процент журналистов с противоположной точкой зрения. Американский журналист пишет о том, что Д. Трамп заставил весь мир повернуться к нему: *«Trump has forced the world to pivot to him»*; *«Trump has changed literally everything in the last three years»* – *«Трампа изменил буквально все за последние три года»* [Dowd, 2020]. По мнению автора статьи, Дональд Трамп внес кардинальные изменения в мироустройство США: *«The state of the union is upside down and inside out»* – *«Устройство государства перевернулось с ног на голову, вдоль и поперек»* [Там же].

Яркость образу Дональда Трампа придает большое количество эпитетов, используемых в журналистских текстах: *«the most brutishly powerful Republican of all time»* – *«самый жестокий и могущественный республиканец всех времен»* [Там же];

Дональд Трамп предстает перед читателями как «загадка, которую нужно разгадать»: *«What's the key to understand Donald J. Trump?»* Использование вопросов, требующих размышлений и поиска ответов, распространено в медиасообщениях, особенно это характерно для аналитических статей. Репортер газеты «The New York Times» Мэгги Хаберман написала книгу под названием «Мошенник: создание Дональда Трампа и разрушение Америки» [Klein, 2022], которая содержит детальное исследование образа Дональда Трампа. Используя антитезу «создавать – разрушать», автор книги противопоставляет личный успех Дональда Трампа и негативные последствия его правления для США.

Мэгги Хаберман пишет о том, что существует большое количество «откровений» о бывшем президенте Трампе, и все они характеризуют его не с лучшей стороны: *«The revelations melt into an indistinguishable muck»* – *«Откровения тают и превращаются в неразличимую грязь»* [Там же]. В данном

примере метафора выполняет функцию эмоционального воздействия на читателя, возбуждая интерес и желание узнать, о каких откровениях идет речь.

Дональд Трамп достаточно бурно отреагировал на книгу Мэгги Хаберман, обвинив ее во лжи и назвав книгу «фейковой», «непрофессиональной халтурой» – «*an unprofessional hack*» [Там же], а самого автора охарактеризовал как «нечестную Хиллари-прислужницу» – «*a crooked Hillary flunky*» (эмоционально-сниженная лексика характерна для дискурса Дональда Трампа) [Там же].

Сменивший Трампа на посту президента США Джозеф Байден приобрел мировую известность благодаря многочисленным казусам и попаданию в неловкие ситуации во время различных публичных мероприятий.

Американская пресса выражает недоверие к словам и заявлениям Джо Байдена, подвергает их сомнению: «*Biden promised to revisit presidential immunity. He hasn't*» – «Байден обещал пересмотреть решение о президентской неприкосновенности. Он этого не сделал» (заголовок статьи «The New York Times» содержит утверждение и ответ, представляющий собой реакцию на неоправданные ожидания) [Savage, 2022]. Особое пристрастие Джо Байдена к выдумкам и его желание сделать повествование более привлекательным для слушателей также остается актуальной темой американских СМИ: «*Biden, storyteller in chief, spins yarns*» – «Байден, главный рассказчик, рассказывает небылицы» (идиома «рассказывать небылицы» относится к разговорной лексике, придает медиасообщению образность и эмоциональность) [Shear, 2022].

Джо Байден также отличается склонностью к приукрашиванию своей биографии. По мнению президента, рассказы о своей жизни являются способом поддержания связи со своей аудиторией: «*Mr. Biden's folksiness can veer into folklore, with dates that don't quite add up and details that are exaggerated or wrong, the factual edges shaved off to make them more powerful for audiences*» – «Простодушие господина Байдена может превратиться в фольклор, с датами, которые не совсем совпадают, и деталями, которые преувеличены или неверны,

фактические грани стерты, чтобы сделать их более убедительными для аудитории»[Там же].

3. Экономика

Повышение цен в США и, как следствие, истощение бюджетов американских граждан Джо Байден связывает с действиями российского президента Владимира Путина. Так, в своем выступлении 10 марта 2022 года Джо Байден назвал повышение цен *«путинским»*, обвинив президента РФ во всех проблемах США: *«Putin's price hike»* [Olorunnipa, 2022]. Понятие *«путинское повышение цен»*, введенное в обиход Джо Байденом, выглядит как оправдание за рецессию экономики США, которая ухудшалась 100 дней подряд в течение лета: *«...dropped for nearly 100 consecutive days over the summer»* [Olorunnipa, 2022].

Такое положение дел не может не отразиться на людях. Американские СМИ характеризуют состояние граждан, используя метафоры с отрицательной коннотацией: *«hitting American pocket»* – *«ударив по кошелькам американцев»*. В большей степени граждане США обеспокоены инфляцией. По данным опроса «Gallup», 17% американцев считают инфляцию самой существенной проблемой государства. В экономической повестке медиатекстов одним из наиболее часто используемых терминов является *«инфляция»*: *«People are really dissatisfied with the economy, and voters are placing a ton of weight on inflation»* – *«Люди действительно недовольны экономикой, и избиратели придают большое значение инфляции»* [Olorunnipa, 2022].

Джо Байден обвиняет республиканцев во главе с Дональдом Трампом в *«политике просачивания»* – *«trickle-down policy»* [Olorunnipa, 2022]. *«Политика просачивания»* – это аллюзия на понятие «экономика просачивания», предполагающее поддержку богатых с целью улучшения положения менее обеспеченных слоев населения США.

В аналитических статьях образ США подвергается критике. Анализ фактического материала показал, что наименьшее количество статей посвящено образу территории и образу народа, а образы политических лидеров – Дональда

Трампа и Джо Байдена – представляют собой основные доминанты формирования образа страны в медиатекстах. Анализ фактического материала показал, что рассматриваемые аналитические и новостные статьи в разных лингвокультурах объединяют две основные функции – информативная и суггестивная. Авторы статей должны быть заинтересованы в информировании читателя и в объективной подаче информации, а также в оказании воздействия на адресата. Важно подчеркнуть, что все большее воздействие оказывается на чувства и эмоции адресата.

Председатель Федеральной резервной системы США Джером Пауэлл говорит о макроэкономических проблемах, с которыми столкнулось государство, акцентируя при этом внимание читателей на том, что эти проблемы не критичны. По мнению Джерома Пауэлла, США переживают сложный период в сфере экономики, но нынешняя ситуация несравнима с финансовым кризисом 2009 года или с периодом инфляции 1970-х гг.: *«This is not the same as saying it faces its darkest economic moment»* – «Это не то же самое, что сказать, что она переживает самый мрачный экономический период» [Summers, 2022]. Превосходная степень прилагательного и эпитет «мрачный» передают особую степень критичности экономической ситуации в США, но оставляют надежду на улучшение ситуации.

Американские СМИ демонстрируют свое отношение к экономической ситуации, используя обценную лексику: *«I mean, my gosh, have you seen the gas prices lately?»* – «Я имею в виду, черт возьми, ты видел цены на бензин в последнее время?» [Olorunnipa, 2022].

Испанское издание «El País» пишет о положении дел в банковской сфере США, используя большое количество экономических терминов: *«Los grandes bancos de Estados Unidos ya sienten el frenazo económico en sus cuentas»* – «Крупные банки в США уже ощущают экономический спад на своих счетах»; *«el desplome de los ingresos»* – «обвал доходов» [Jiménez, 2022].

Анализ американских, британских и испанских медиатекстов показал, что в прессе преобладают новостные статьи, в заголовках которых фамилия президента Соединенных Штатов Америки упоминается в контексте военных действий и экономической повестки. Так, новости о Джозефе Байдене связаны с поставками оружия на Украину и введением новых санкций против России.

Экономическая катастрофа, с которой жителям США пришлось столкнуться из-за введения многочисленных санкций против России, повлияла на формирование неоднозначного образа США. Отрицательные установки при восприятии США связаны с ухудшением условий жизни американцев и европейцев вследствие введения санкций против России.

3.3. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Великобритании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика»

1. Елизавета II

Рассмотрение внутренней политики Соединенного Королевства невозможно без упоминания личности королевы – Елизаветы II.

«La británica de 96 años vuelve a romper sus propias mediciones y se convierte en la tercera monarca que más tiempo lleva en el trono» – «96-летняя британка в очередной раз превзошла собственные показатели и стала третьим монархом по продолжительности пребывания на престоле» (перифраза «96-летняя британка» используется журналистом для акцентирования внимания на возрасте королевы; сравнение «*третий монарх по продолжительности пребывания на престоле*» указывает на длительность правления королевы); *«Esas visitas refuerzan aún más el mensaje de que en los festejos, igual que en la familia, sus participantes son un círculo cerrado, cada vez más» – «Эти визиты еще больше подкрепляют сообщение о том, что в празднествах, как и в семье, его участники составляют замкнутый круг, все больше и больше»* (сравнительная степень

прилагательных «*aún más*» и «*cada vez más*» гиперболизируют информацию о желании королевской семьи не устраивать массовые мероприятия) [Porcel, 2022].

8 сентября 2022 года все заголовки СМИ были посвящены уходу из жизни королевы Великобритании Елизаветы II:

«*Republic debate flares as Australia mourns its longest-serving monarch Queen Elizabeth II*» – «Республиканские дебаты разгораются, поскольку Австралия оплакивает своего монарха Елизавету II» (персонификация «Австралия оплакивает» придает медиасообщению оттенок эмоциональности и подчеркивает масштаб произошедшего события) [Doherty, 2022]; «*Reino Unido despide a Isabel II con un funeral que pasará a la Historia*» – «Великобритания прощается с Елизаветой II, похороны которой войдут в историю» (персонификация «Великобритания прощается» подчеркивает значимость и масштаб произошедшего) [Fresneda, 2022]; «*The death of the monarch – known legally as the 'demise of the Crown'*» – «Смерть монарха с юридической точки зрения называется «падением Короны» («падение Короны» – это юридический термин, который означает смерть монарха с последующей передачей короны наследнику; используя метафору «*demise of the Crown*», британские СМИ сообщают о конце правления) [Doherty, 2022].

«*La reina Isabel II será enterrada el lunes en el poco conocido memorial a Jorge VI, un anexo de la denominada Capilla de San Jorge del castillo de Windsor*» – «Королева Елизавета II будет похоронена в понедельник в малоизвестном Мемориале Георга VI, пристройке к так называемой часовне Святого Георгия в Виндзорском замке» [AFP, 2022] (речевое клише «так называемый» характерно для информационных сообщений, оно используется при введении дополнительной информации – в данном случае конкретизации места захоронения королевы); «*La reina de Inglaterra recibe el último adiós en presencia de mandatarios de todo el mundo, antes de ser enterrada en Windsor*» – «С королевой Англии попрощались в присутствии лидеров со всего мира перед похоронами в

Виндзоре» (под эвфемизмом «*Recibir el ultimo adiós*» в данном медиатексте подразумевается церемония прощания с умершим) [Fresneda, 2022].

«*El trabajo es la renta que pagas por la habitación que ocupas en la tierra*» – «Работа – это арендная плата, которую вы платите за комнату, которую занимаете на земле» (журналисты, описывая годы правления Елизаветы II, обращаются к ее известным цитатам) [Там же].

Статьи как американских, так и британских и испанских СМИ объединяет антиэнтропийность. Медиатексты, посвященные личности королевы Великобритании Елизаветы II, содержат позитивный посыл: «*Her Majesty had a special place in our hearts*» – «Ее Величество занимает особое место в наших сердцах» [Albanese, 2022]; «*happy, glorious, but steadfast*» – «счастливая, славная, но непоколебимая», «*wise and encouraging guide*» – «мудрый и вдохновляющий руководитель» [Martin, 2022]. Антиэнтропийность создается путем использования стилистических тропов с положительной коннотацией в текстах СМИ.

Использование символики в похоронных традициях Великобритании упоминается корреспондентом газеты «El Mundo»: «...у *otra de flores con plantas de los jardines del Palacio de Buckingham, Clarence House y Highgrove House que incluían romero, mirto y roble inglés*» – «...и еще одна (корона) состоит из цветов из садов Букингемского дворца, Кларенс-Хауса и Хайгроув-Хауса, включает в себя розмарин, мирт и дуб черешчатый» (розмарин – символ памяти, мирт – символ надежды, дуб черешчатый – символ любви) [Fresneda, 2022].

Американские СМИ считают, что все сложности, с которыми столкнулась Великобритания, случились после смерти Елизаветы II: «*After Queen Elizabeth's death, Britain faces questions and uncertainly*» – «После смерти королевы Елизаветы Британия сталкивается с вопросами и неопределенностью» [Sullivan, 2022]; «*Minutos antes de que concluyera el funeral, a las 11.55, el Reino Unido se sumió de nuevo en el silencio durante dos minutos*» – «За несколько минут до окончания похорон, в 11:55, Великобритания снова замолчала на две минуты»

(под метонимией «*Британия*», «*Соединенное Королевство*» автор подразумевает не государство, а граждан страны) [Fresneda, 2022].

Статья журналиста «*The Washington Post*» начинается с рассказа о семье семилетней девочки Евы Поллард, которая в 1953 году увлеченно наблюдала за процессом коронации Елизаветы II на экране маленького телевизора. С тех пор прошло много лет, и в 2022 году журналист и писатель Ева Поллард провожает королеву в последний путь: «*In 1953, Eve Pollard's parents bought a tiny black-and-white TV so the family could watch Queen Elizabeth II's coronation...she remembers neighbors piling into her house...*» – «*В 1953 году родители Евы Поллард купили крошечный черно-белый телевизор, чтобы вся семья могла посмотреть коронацию королевы Елизаветы II... она помнит, как соседи толпились в ее доме...*» (авторская вставка с описанием начала правления Елизаветы II, увиденного глазами британской семьи, погружает читателя в целую эпоху правления королевы); «*Who are we? And where are we going?*» – «*Кто мы? И куда мы движемся?*» (повествовательные вопросы, процитированные журналистом, способствуют усилению читательского впечатления, повышают эмоциональный тон и не подразумевают ответа) [Sullivan, 2022].

2. Премьер-министры Великобритании

Борис Джонсон

Бывший премьер-министр Великобритании Борис Джонсон получил репутацию человека, постоянно попадающего в неловкие ситуации. По этой причине большинство статей, в которых фигурирует имя Бориса Джонсона, содержат ироничный тон: «*What does Boris Johnson want? Anything to improve the ending of his memoirs?*» – «*Чего же хочет Борис Джонсон? Чего-то, что улучшит концовку его мемуаров*» (журналист использует вопросно-ответную форму повествования, что придает заголовку особую саркастическую окраску), «*Johnson is more than anything else a first-class illusionist; his skill lies in his ability to sell people a vision of themselves, their party, their country, and him*» – «*Джонсон в большей степени первоклассный иллюзионист; его мастерство заключается в*

способности продавать людям представление о своей партии, своей стране и о себе» (журналист сравнивает Бориса Джонсона с иллюзионистом: умение премьер-министра устраивать «политические представления», создающие определенные иллюзии у людей, сравнивается с демонстрацией фокусов иллюзионистом-профессионалом) [Hill, 2022].

Недоверие граждан Великобритании и, как следствие, неодобрительное отношение СМИ к Борису Джонсону не могло не отразиться на медиасообщениях: «*Lies, damned lies: the full list of accusations against Boris Johnson*» – «*Ложь, наглая ложь: полный список обвинений против Бориса Джонсона*» (эпитет «наглая» усиливает негативный оттенок слова «ложь»; журналист критикует премьер-министра Великобритании, и градация «ложь, наглая ложь» демонстрирует укоризненный оттенок; используя английское слово «*damned*», журналист выражает неодобрительное отношение к Борису Джонсону, которое подкрепляет фактами, представленными в статье) [Grierson, 2021].

Журналист «The Guardian» Д. Грирсон предлагает читателям ознакомиться с примерами предполагаемой нечестности Бориса Джонсона:

– *Рождественская вечеринка (Christmas partygate)*. Широко известный и активно обсуждаемый в СМИ неологизм «*partygate*» относят к политическому скандалу в Великобритании, связанному с проведением увеселительных мероприятий, собраний членами правительства и Консервативной партии во время ограничений, установленных в период пандемии COVID-19 в 2021–2022 гг.

– *Wallpapergate*. Неологизм «*Wallpapergate*» (также известный как «*Flatgate*» и «*Cash for Curtains*») относится к политическим терминам. Расходование бюджетных средств на ремонт квартиры Бориса Джонсона на Даунинг-стрит в 2020 году стало одной из самых обсуждаемых тем в прессе Великобритании. Термин получил свою популярность благодаря активному использованию в социальных сетях, как реакция на информацию о потраченных 800 фунтов стерлингов на каждый рулон обоев.

– *Расходы на Брексит (Brexit spending)*. Выход Великобритании из Европейского союза 31 января 2020 года остается одним из ключевых событий в истории страны. «Брексит» – сравнительно новый термин, внесенный в Оксфордский словарь английского языка в декабре 2016 года. Существует большое количество разногласий, связанных с оценкой последствий и результатов выхода Великобритании из Европейского союза.

– *Введение королевы в заблуждение (Misleading the Queen)*. Газета «The Guardian» пишет о совете Бориса Джонсона Елизавете II приостановить работу парламента на пять недель: «*The supreme court has ruled that Boris Johnson’s advice to the Queen that parliament should be prorogued for five weeks at the height of the Brexit crisis was unlawful*» – «*Верховный суд постановил, что совет Бориса Джонсона королеве приостановить работу парламента на пять недель в разгар кризиса Brexit был незаконным*» (частотное упоминание «закона» и «Верховного суда» в британской прессе, новости о привлечении исполнительной власти Великобритании к ответственности свидетельствуют о надежности и справедливости судебной системы).

– *Катастрофа Хиллсборо (Hillsborough disaster)*. Бориса Джонсона осудили за публикацию в 2005 году, содержащую обвинения болельщиков футбольного клуба «Ливерпуль» в происшествии. Борис Джонсон принес свои извинения: «*...he ‘bitterly regretted’ the comments*» – «*...он “горько сожалел” о своих комментариях*» (стилистически окрашенное слово «*сожалеть*» сопряжено усилительным наречием «*горько*», Борис Джонсон раскаивается в содеянном) [Grierson, 2021].

– *Журналистика (Journalism)*. Газета «The Times» уволила Бориса Джонсона за провокационную статью об открытии дворца Эдуарда II, в которой он использовал выдуманную цитату: «*The trouble was I managed to attribute to Colin the view that Edward II and Piers Gaveston would have been cavorting together in the Palace*» – «*Проблема заключалась в том, что мне удалось приписать Колину мнение о том, что Эдуард II и Пирс Гавестон вместе резвились во*

дворце» (Пирс Гавестон был убит на 13 лет раньше, чем был построен дворец, о котором идет речь в статье Бориса Джонсона; в XXI веке подобную ложную информацию можно отнести к категории фейковых новостей).

– *Новые больницы (New hospitals)*. Борис Джонсон во время избирательной кампании 2019 года пообещал к 2030 году построить 40 больниц. «*This is yet another cynical pledge from Boris Johnson which has been deliberately uncostered*» – «*Это еще одно циничное обещание Бориса Джонсона, которое намеренно не было учтено*» (оценочный эпитет «*циничный*» подтверждает участвовавшие случаи преднамеренного обмана со стороны премьер-министра) [Campbell, 2020].

Недоверие граждан Великобритании к Борису Джонсону и, как следствие, неодобрительное отношение к нему не могли не отразиться в медиасообщениях, где используются лексика с отрицательной коннотацией, ирония, сарказм, сравнения, оценочные эпитеты, множество цитат, подтверждающих предрасположенность Бориса Джонсона ко лжи и целенаправленному преувеличению.

Лиз Трасс

Новый премьер-министр Великобритании, не успев занять свое место, столкнулась с волной агрессии в свой адрес. Так, в испанских СМИ говорят об импичменте Лиз Трасс: «*destituir a Truss*» [Rafa de Miguel, 2022]. Открыто высказывается недовольство «*los tories*». В заголовке статьи «*Los conservadores británicos maniobran para destituir a Liz Truss y evitar nuevas elecciones*» слово «*los tories*» взято в кавычки. Под «*тори*» подразумевается Консервативная партия Великобритании. В статье британского издания «The Guardian» с заголовком «*The Guardian view on Liz Truss and the Tories: it's time to go*» также анализируется деятельность премьер-министра Великобритании и партии «тори».

Образ Лиз Трасс в британских СМИ представляется нам негативным: «*It's time to go*» – «*Пора уходить*», «*The prime minister has caused chaos*» – «*Премьер-министр спровоцировал хаос в правительстве*», «*Liz Truss is finished*» – «*С Лиз*

Truss покончено», «*Her project is over*» – «*Ee проект завершен*», «*Discipline has collapsed*» – «*Дисциплина рухнула*» [Editorial, 2022].

«*El gran enigma que deben resolver los diputados conservadores en los próximos días es cómo ‘arrojar a Liz Truss por la borda sin que la nave del Partido se hunda con ella*» – «*Великая загадка, которую депутаты-консерваторы должны решить в ближайшие дни, заключается в том, как выбросить Лиз Трасс за борт, чтобы партийный корабль не затонул вместе с ней*» [Rafa de Miguel, 2022]. Фразеологизм «*arrojar por la borda*» первоначально использовался в прямом значении в речи моряков, которые все ненужное им выбрасывали за борт. В случае с упоминанием Лиз Трасс автор статьи использует данное выражение в переносном значении, подразумевая отсутствие доверия к премьер-министру со стороны граждан Великобритании и желание Консервативной партии поспособствовать ее уходу с должности премьер-министра. Лексема «*корабль*» имеет достаточное количество ассоциатов. Под «*кораблем*», который может затонуть вместе с ней, подразумевается правительство, претерпевшее ряд существенных изменений, включая увольнение центральных фигур парламента. Правительство Лиз Трасс характеризуют как «*недееспособное и нерадивое*» – «*dysfunctional and negligent*» [Editorial, 2022].

Экономика Великобритании не является ключевой темой для освещения в американской, британской и испанской прессе. В статьях превалирует сарказм, экономика Великобритании представляется британским СМИ не такой прогрессивной, как ее пытаются представить: «*We think of Britain as a world-beating economy*» – «*Мы думаем о Британии как о лучшей экономике в мире*» [Elliott, 2022]; термин «инфляция», применимый к экономике Великобритании, доминирует в медиасообщениях: «*Inflation is at a 40-year-high*» – «*Инфляция достигла 40-летнего максимума*» [Там же].

Образ Великобритании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» создается на основе образов королевы Елизаветы II, премьер-министров и их деятельности, а также экономики государства. Самое большое количество статей

о Елизавете II приходится на 2022 год. Уходу королевы из жизни были посвящены заголовки американских, британских и испанских СМИ. Образ монарха в публикациях создается путем использования журналистами эвфемизмов, эпитетов, метафор. Тексты насыщены цитатами. Антиэнтропийность в текстах СМИ создается путем использования стилистических тропов с положительной коннотацией.

3.4. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика»

Наиболее частотными тематическими доминантами в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика», затронутыми в американских, британских и испанских медиасообщениях, являются:

- экономика;
- региональный сепаратизм;
- спорт;
- туризм;
- климатический кризис.

1. Экономика Испании

Одной из наиболее важных тематических доминант при медиатрансляции образа современной Испании в американских и британских СМИ является экономика страны.

Испания была вынуждена предпринять очередные меры по энергосбережению. Предпосылкой к этому явилось желание Испании сократить потребление энергии и частично освободиться от зависимости от российских нефти и газа. Частотное употребление в текстах СМИ модальных глаголов долженствования – признак необходимости для испанцев подчиняться правилам и законам, введенным правительством: «...*heating should not be set above 19 °C* and

air conditioning should not be set below 27 °C...doors will need to be closed...lights in shop windows must be switched off after 10 p.m...» – «...температура отопления не должна превышать 19 градусов, а кондиционирование воздуха – ниже 27 градусов... двери должны быть закрыты... свет в витринах должен быть выключен после 22:00...» [Jones, 2022].

Ограничения, одобренные правительством Испании, были резко отвергнуты региональным правительством Мадрида, что находит свое подтверждение в цитате правого президента мадридского региона: *«The rules would not be applied in the region. Madrid isn't going to switch off» – «Правила не будут применяться к региону. Мадрид не планирует отключаться» [Там же].* Пейоративная лексика, выражающая негативную оценку деятельности правительства Испании, отражает отношение части населения Испании к введенным мерам: *«That generates insecurity and scares off tourism and consumption. It brings darkness, poverty and sadness» – «Это порождает неуверенность и отпугивает туризм и потребление. Эти меры приносят тьму, нищету и печаль» [Там же].*

СМИ Испании, США и Великобритании придерживаются единого мнения в вопросе об инфляции, с которой столкнулись их страны.

Председатель правительства Испании выступил в Конгрессе депутатов 9 марта 2022 года с обвинительной речью в адрес В. Путина: *«...el único responsable...los precios de la energía son única responsabilidad de Putin y su guerra ilegal en Ucrania» – «...единственный ответственный... цены на энергоносители – это исключительная ответственность Путина и его незаконной войны с Россией»; culpar a Putin de este problema que empobrecerá a la población – «обвинить Путина в проблеме обнищания населения» [Olcese, 2022].* Педро Санчес использует эпитеты для создания яркого образа «виновника».

Для испанской прессы характерно использование риторических вопросов. Авторы с недоверием относятся к правительству и к его доводам, поэтому задают вопросы, которые их по-настоящему беспокоят и на которые они пытаются найти

ответы: «*¿Es Vladimir Putin el culpable de la subida de precios en España, como dice Pedro Sánchez?*» – «Виноват ли Владимир Путин в росте цен в Испании, как говорит Педро Санчес?»; «*Ha sido la Guerra en Ucrania el desencadenante de la inflación?*» – «Стала ли война на Украине спусковым крючком для инфляции?»; «*¿Por qué Sánchez achaca la inflación a Putin?*» – «Почему Санчес винит в инфляции Путина?» [Там же].

В статье испанского издания «El Mundo» с говорящим заголовком «*Es Vladimir Putin el culpable de la subida de precios en España, como dice Pedro Sánchez*» анализируется негативное влияние военного конфликта на Украине на экономику Испании. Автор статьи пишет о том, что цены взлетели еще до объявления Путиным начала специальной военной операции: «*Los precios ya estaban disparados antes de que Putin declarara la guerra a Ucrania*» – «Цены взлетели еще до того, как Путин объявил войну Украине»; «*los precios se desbocan*» – «цены зашкаливают» [Там же].

Превалирование экономической лексики в медиасообщениях говорит об актуальности вопроса экономической нестабильности в Испании и заинтересованности резидентов Испании в проблемах экономики своей страны: «*las políticas económicas– monetarias y fiscales excesivamente laxas*» – «чрезмерно мягкая экономическая политика – денежно-кредитная и фискальная» [Там же].

Журналист «The Guardian», анализируя рынок труда Испании, обращается к актуальной сфере исследований в современной науке – «цифровому кочевничеству»: «*Spain plans ‘digital nomad’ visa scheme to attract remote workers*» – «Испания планирует разработать систему выдачи виз “цифрового кочевника” для привлечения удаленных работников» [Trimol, 2018]. Появление термина датируется 1997 годом. Впервые «цифровое кочевничество» было упомянуто в книге с одноименным названием исследователей Цугио Макимото и Дэвида Мэннерса [Makimoto, 1997]. «Цифровых кочевников» важно отличать от «новой категории мигрантов», в которых Испания не заинтересована. Для первых характерна мобильность, стремление к регулярным перемещениям.

2. Региональный сепаратизм

Борьба Каталонии за независимость остается животрепещущей темой. С 2012 года власти Каталонии отстаивают свое право на проведение референдума о независимости от Испании. Определяя термин «сепаратизм», К. А. Белова пишет, что «требование суверенитета для этнически обозначенной территории направлено против государственной власти страны проживания» [Белова, 2004]. Каталония – регион с развивающейся экономикой и высокой конкурентоспособностью. Мадрид представляется Каталонии преградой на пути развития и стимулом для обособления.

В специальном репортаже британской газеты «The Guardian» журналистом поднимается вопрос об актуальности желания Каталонии получить независимость от Испании: «*Is Catalonia still dreaming of independence from Spain?*» – «Каталония все еще мечтает о независимости от Испании?», «*Do the people still have the will to go it alone?*» – «Есть ли у людей желание действовать в одиночку?» [Burgen, 2022].

Недовольство бывшим президентом Женералитета Каталонии Карлесом Пучдемоном привело к увольнению не только его, но и всего его кабинета: «*...it prompted Rajoy's government to sack Puidgemont and his cabinet*» – «...это побудило правительство Рахоя уволить Пучдемона и его кабинет» [Там же]. Метонимия, представленная словом «кабинет», выполняет функцию речевой экономии. Под «кабинетом» подразумевается группа ключевых политических деятелей, основной задачей которых является обсуждение и решение вопросов государственной политики.

По данным, представленным Центром изучения общественного мнения при правительстве Каталонии, 48,7% каталонцев поддерживают борьбу за независимость и полное обособление, а 43,6% выступают против референдума [Там же].

Региональные выборы в Каталонии 2021 года продемонстрировали рост поддержки населением партий, выступающих за независимость, что получило

свое отражение в СМИ. Ким Торра – бывший президент Женералитета Каталонии и сторонник движения за независимость Каталонии – дал свою оценку результатам голосования: «*resounding pro-independence victory*» – «*громкая победа в поддержку независимости*» [Jones, 2021].

Проведенный анализ медиатекстов позволил нам сделать вывод, что чаще всего журналисты используют цитирования: «*...has to have consequences for both the government and the parliament*» – «*...должны иметь последствия как для правительства, так и для парламента*» [Jones, 2021], эпитеты: «*Fantastic news for making change and reunion possible*» – «*Фантастические новости, способствующие возможным изменениям и дающие надежду на воссоединение*» [Там же], метонимию и синекдоху: «*Socialism has won the election*» – «*Социализм одержал победу на выборах*» [Там же], «*...it prompted Rajoy's government to sack Puigdemont and his cabinet*» – «*...это побудило правительство Рахоя уволить Пучдемона и его кабинет*» [Burgin, 2022], метафоры: «*It's time to turn the page*» – «*Время перевернуть страницу*», «*stitch Catalonia back together*» – «*склеить Каталонию*» [Jones, 2021].

Дискуссии на тему сепаратизма Каталонии чаще всего представлены в испанских и британских СМИ, реже – в американских.

3. Туризм

В 2019 году Испания приняла 84 миллиона туристов и стала второй по популярности страной [Carrington, 2022]. Образ Испании как страны, привлекательной для туризма, ярко представлен в медиасообщениях.

Сектор туризма стал одной из наиболее пострадавших сфер в экономике Испании в период пандемии COVID-19. Восстановление туристической активности пришлось на 2022 год. Прием сравнения позволяет испанским журналистам провести анализ динамики туристической активности: «*El PIB turístico del tercer trimestre está un 2,7% por encima del mismo periodo de 2019*» – «*ВВП туризма в третьем квартале на 2,7% выше, чем за тот же период 2019 года*»; «*han podido más las ganas de viajar que los condicionantes macroeconómicos*»

– «желание путешествовать было более сильным, чем макроэкономические условия»; «*se calculan unos 154.000 millones de euros de ingresos, que son 900 millones de euros menos de aquel año*» – «доход оценивается примерно в 154 000 миллионов евро, что на 900 миллионов евро меньше, чем в этом году» [Villaécija, 2022].

Британские СМИ, описывая бухту Кадакес в Коста-Брава, для создания эффекта визуализации у читателей используют в медиатексте метафоры: «*star of Spain's Costa Brava*» – «звезда испанского побережья Коста-Брава»; «*seaside town has maintained its independent character*» – «приморский городок сохранил свой независимый характер»; «*Cadaqués is a bit of a tease*» – «Кадакес немного дразнит»; «*a magnet for celebrities*» – «магнит для знаменитостей» [Bürgen, 2022], эпитеты: «*seductively beautiful*» – «соблазнительно красивый», «*an affectionate and amusing portrait of a place*» – «нежный и забавный портрет места», «*pretty near perfect*» – «практически идеальный» [Там же].

4. Спорт в Испании

Важное место в жизни испанцев занимает футбол. Освещение внутренней политики Испании невозможно без упоминания испанского футбола.

Характеризуя национальную сборную Испании по футболу, американские журналисты обращают внимание на разнообразие состава национальной испанской команды. Так, в заголовке статьи «The New York Times» автор использует фразу «*Black and Spanish*» – «Темнокожий и испанец» [Smith, 2022]. Под «темнокожим» подразумевается мужчина негроидной расы. Журналист обращается к пейоративному просторечному обозначению игроков сборной Испании, но подобная номинация не воспринимается читателем как негативно окрашенная. Объединение игроков разных этнических групп – важный шаг вперед для Испании, государство находится на пути к принятию и признанию своего исторического разнообразия, чему американские СМИ дают положительную оценку.

В ходе исследования мы выявили, что журналисты британских СМИ, освещая новости, связанные с чемпионатом мира по футболу, чаще всего обращаются к метафоре, которая не только служит для усиления образности речи, но и является способом манипуляции сознанием читателя: «*Spain had been knocked out by Morocco*» – «Испания была нокаутирована Марокко», «*Fate was capricious there*» – «Судьба оказалась капризной» [Lowe, 2022].

Выбыванию Испании из чемпионата мира по футболу журналист британского издания «The Guardian» придает оттенок трагизма: «*All that's left now is nothing*» – «Все, что осталось, – это ничего», «*We're going home in a bad way: it's one of the worst days*» – «Мы возвращаемся домой в плохом настроении: это один из худших дней», «*The way it happened is cruel*» – «То, как это произошло, жестоко» [Там же].

5. Климатический кризис

Глобальное потепление – большая угроза для климата Испании. Страна перегревается, и процесс становится все более интенсивным. Эта проблема волнует жителей Испании, что отражается в статьях американских, британских и испанских массмедиа.

Описывая климат Испании, журналист «The Guardian» D. Carrington использует превосходную степень имени прилагательного, чтобы акцентировать внимание читателя на высокой вероятности засухи в Испании: «*Spain and Portugal suffering driest climate for 1,200 years*» – «Испания и Португалия страдают от самого сухого климата за 1200 лет», «*May was the hottest*» – «...май был самым жарким» [Carrington, 2022]. Наречие «*extremely*» – «чрезвычайно» в значении «в высшей степени» также подчеркивает исключительное положение Испании, с характерным для нее минимальным количеством осадков: «*The researchers found that winters featuring 'extremely large' Azores highs have increased dramatically*» – «Исследователи выяснили, что зимы с “чрезвычайно большими” максимумами на Азорских островах резко увеличились», «*The number of extremely large Azores highs in the last 100 years is really unprecedented*» – «Число чрезвычайно больших

подъемов на Азорских островах резко увеличилось» [Carrington, 2022]; «Spain and southern France hit by second extreme heat event of year» – «Испания и юг Франции пострадали от второй волны экстремальной жары в этом году» [Henley, 2022].

С целью воздействия на адресата в статьях про климатический кризис журналисты используют метафоры: *«ticking over like an engine that can't be stopped» – «работает, как двигатель, который невозможно остановить», «coping mechanisms» – «механизмы выживания» [Jones, 2022].*

Лексемы «жара» и «засуха» чаще всего встречаются в медиасообщениях, освещающих климатические изменения в Испании: *«The Iberian peninsula has been hit by increasing heatwaves and droughts» – «Пиренейский полуостров пострадал от жары и засухи», «The Tagus River is at risk of drying up completely» – «Река Тежу находится под угрозой полного высыхания» [Carrington, 2022]; «Experts warning summer heatwaves are happening earlier and more often» – «Эксперты предупреждают: периоды жары начнутся раньше и будут чаще» [Henley, 2022]; «The heat outside is just brutal» – «На улице невыносимая жара» [Jones, 2022]; «El calor es uno de los muchos factores que debe contemplar el plan de riesgos laborales de una empresa» – «Жара – один из многочисленных факторов, которые должны быть учтены в плане по предотвращению профессиональных рисков компании» [Sánchez, 2022].*

Климатические изменения в Испании – повод для Великобритании задуматься, с какими проблемами могут столкнуться ее жители в ближайшем будущем. Пересечение двух стран в вопросе климатического кризиса отражено в статье S. Jones для «The Guardian»: *«But, unlike the UK, Spain does pride itself on knowing how to cope with the heat» – «Но, в отличие от Великобритании, Испания гордится тем, что знает, как справиться с жарой», «Unlike in the UK, air conditioning is almost ubiquitous in the hotter parts of Spain» – «В отличие от Великобритании, кондиционеры почти повсеместно используются в наиболее жарких частях Испании» [Jones, 2022].*

Жара, по мнению испанских ученых, явилась причиной высокой смертности. Климатические изменения, повлекшие за собой увеличение смертности, отражены в медиасообщениях через метафоры: «*ha puesto a millones de personas en riesgos graves de salud*» – «ставит здоровье людей под серьезную угрозу» [Hernández Bonilla, 2021]; «*La ola de calor que abrasa el sur de Europa*» – «волна жары, обрушившаяся на Южную Европу» [Pacho, 2021], лексемы, обозначающие температурные признаки: «*las temperaturas extremas*» – «экстремальная температура», «*las altas temperaturas*» – «высокие температуры», «*aumento de la temperatura*» – «увеличение температуры», «*los días muy caluroso*» – «очень жаркие дни», «*las olas de calor*» – «периоды сильной жары» [Hernández Bonilla, 2021], эпитеты: «*el calor extremo*» – «экстремальная жара» [Там же], «*un episodio de calor muy intenso*» – «очень интенсивная жара» [Pacho, 2021].

Итоговые результаты по тематическим доминантам в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» представлены для наглядности в таблице 7 в Приложении.

Выводы к третьей главе

1. Американские, британские и испанские СМИ не публикуют статьи, напрямую посвященные образу народа России и США, но это отношение формируется через образы президентов, представителей государственной власти и через освещение событий, происходящих внутри страны и за ее пределами, и, как следствие, реакции на них. В международных новостных репортажах национальные интересы зачастую перевешивают другие факторы.

2. Образ США подвергается критике. Анализ фактического материала показал, что наименьшее количество статей посвящено образу территории и образу народа, а образы политических лидеров – Дональда Трампа и Джо Байдена – представляют собой основные доминанты формирования образа страны в медиатекстах.

В большей степени граждане США обеспокоены инфляцией. По данным опроса «Gallup», 17% американцев считают инфляцию самой существенной проблемой государства. В экономической повестке термин «инфляция» – один из наиболее часто используемых как в британской, так и в американской прессе.

3. Образы политических лидеров Великобритании также являются одной из наиболее часто освещаемых тем в американских, британских и испанских СМИ. Говоря о политических лидерах, журналисты британской и американской прессы позволяют себе использовать обценную, сниженно-грубую и просторечную лексику. Исключением остаются медиасообщения, посвященные королеве Великобритании Елизавете II. И американские, и британские СМИ преимущественно используют в статьях, посвященных королеве, лексику с положительной коннотацией.

4. Глобальное потепление представляет большую угрозу для климата Испании. Страна перегревается, и процесс становится все более интенсивным. Эта проблема волнует жителей Испании, что отражается в статьях американских, британских и испанских массмедиа.

5. Пейоративная лексика, выражающая негативную оценку деятельности правительства Испании, отражает отношение части населения Испании к введенным ограничительным мерам.

Глава 4. СОПОСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ США, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ИСПАНИИ В МЕДИАСОБЫТИЙНОМ АСПЕКТЕ «ПАНДЕМИЯ COVID-19»

В данной главе проанализируем вербальные особенности медиатрансляции образа России, США, Великобритании и Испании в американской, британской и испанской прессе, установим наиболее частотные тематические доминанты при создании образа государства в медиасообщениях в условиях пандемии.

4.1. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа России в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19»

На сегодняшний день COVID-19 – одна из самых обсуждаемых тем в СМИ. Ежедневно в интернет-изданиях появляются актуальные и важные новости, освещающие борьбу стран с охватившей мир пандемией.

Россия столкнулась с этой проблемой позже таких стран, как Великобритания, Испания и США, но уже 24 мая 2020 года Россия переместилась на третье место в мире по числу зараженных. Это привело к большому количеству новостных сводок, посвященных эпидемии и ее последствиям для населения России.

Актуальность исследования данного аспекта определяется постоянным возрастанием популярности СМИ в современном информационном пространстве, значимостью британских, американских и испанских медиасообщений в процессе оказания воздействия на массовое сознание, необходимостью выявления наиболее частотных ценностных корреляций и изучения вербальных

особенностей образа России в условиях пандемии COVID-19 [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 24].

Было выделено пять наиболее часто встречающихся тем публикаций в СМИ: режим самоизоляции в России, снятие ограничений в Москве с целью проведения парада Победы и голосования по поправкам в Конституцию, заниженные данные по коронавирусу, создание вакцины, коронавирус и его влияние на настроение общества [Там же].

Статьи в ряде иностранных СМИ, сообщающие о том, что Россия оказалась бессильна перед лицом эпидемии, что российский бизнес в условиях пандемии терпит крах и в здравоохранении существуют проблемы, подвергаются критике со стороны представителей Кремля. Борьба с вирусом COVID-19 привела к появлению в СМИ актуальных тем, связанных с жизнью России в период пандемии [Там же].

Рассмотрим наиболее частотные темы, затронутые в британских, американских и испанских медиасообщениях.

1. Режим самоизоляции в России

Испанские СМИ характеризуют самоизоляцию в России, используя эпитет «*принудительная*»: «*Sus numerosos teatros, cafés, restaurantes y salas de conciertos dejaron ya de funcionar antes de que sobreviniera el retiro domiciliario forzoso*» – «*Ее многочисленные театры, кафе, рестораны и концертные залы перестали работать еще до введения режима принудительной самоизоляции*» [Mañúeso, 2020]. Введение режима самоизоляции в России журналист испанского издания ABC ассоциирует с «опусканием занавеса»: «*Moscú echa el telón por el coronavirus*» – «*Москва опускает занавес в связи с коронавирусом*» [Там же].

Автор использует словосочетание «*опускать занавес*» в переносном значении. При описании опустевшей во время изоляции Москвы журналист использует эпитеты, выражая таким образом свое субъективное, достаточно эмоциональное отношение к городу, а также использует сравнения, демонстрируя территориальное превосходство Москвы над Римом и Мадридом. Причастная

форма страдательного залога сокращает сферу своего употребления, эту форму заменила конструкция *estar + participio* (*están prácticamente desiertas, están cerradas*): «*La orden de confinamiento total dada a final de marzo por el Ayuntamiento moscovita para luchar contra la pandemia ha transformado completamente la rutilante capital de Rusia, cuya población supera los 12 millones de habitantes y tiene una superficie de 2.500 kilómetros cuadrados, el doble que la de Roma y cuatro veces más que la de Madrid*» – «*Решение мэрии о режиме самоизоляции в конце марта для борьбы с пандемией полностью преобразовало сверкающую столицу России, население которой превышает 12 миллионов человек и которая занимает площадь в 2500 квадратных километров, что вдвое больше, чем Рим, в четыре раза больше, чем Мадрид*»; «*Las esplendorosas boutiques de lujo del centro de la capital están cerradas*» – «*Роскошные бутики в центре столицы закрыты*» [Там же].

В британских СМИ много статей посвящено выходу России из режима самоизоляции. Газета «The Guardian» цитирует президента России, называя выход из режима самоизоляции осторожным сочетанием «шаг за шагом» – «*a cautious step-by-step exit*». В статье «The Guardian» под названием «*Global report: Russia to end national lockdown as French shops reopen*» автор подчеркивает тот факт, что Россия берет пример с европейских стран, ослабляя режим самоизоляции: «*Vladimir Putin has announced an end to Russia's six-week national lockdown despite a record jump in coronavirus cases, as European countries eased their own restrictions by reopening some shops and schools*» – «*Владимир Путин объявил о прекращении шестинедельной национальной изоляции в России, несмотря на рекордный скачок числа случаев заболевания коронавирусом, поскольку европейские страны смягчили свои ограничения, вновь открыв некоторые магазины и школы*» [Harding, 2020]. Автор использует в своей статье сравнение России со странами Европы и подчеркивает с помощью эпитета «рекордный» и метафоры «скачок числа случаев заражения», что такое решение может быть преждевременным [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 24].

В американских СМИ поднимается проблема использования властями России инструментов наблюдения. Журналист «The Washington Post» предположил, что правительство России делает это «якобы во имя сдерживания распространения болезни» – «*ostensibly in the name of containment*» [Sherman, 2020]. Употребляя в данном контексте слово «*ostensibly*», автор статьи ставит под сомнение такое объяснение российского правительства и предупреждает читателя о том, что информация может быть ложной [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 25].

«Those who take a Manichaeian view of Russian tech policy (and, perhaps, of Russian politics in general) might toss pandemic-surveillance measures into one of two boxes: On the one hand, they might accept that the measures represent a genuine attempt to crack down on the virus’s spread. On the other, they might insist they are an excuse to further state monitoring of the populace» – «Те, кто придерживаются манихейского взгляда на российскую техническую политику (и, возможно, на российскую политику в целом), могут распределить меры слежения в период пандемии в две «коробки». С одной стороны, это подлинная попытка принять жесткие меры против распространения вируса. С другой, они могут настаивать на том, что это предлог для дальнейшего государственного мониторинга населения» [Sherman, 2020].

Чтобы понять, что имеет в виду автор под словосочетанием «*манихейский взгляд на политику*», нужно понимать, что означает понятие «манихейство» [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 25].

В монографии Игоря Яковенко и Александра Музыкантского «Манихейство и гностицизм: культурные коды русской цивилизации» авторами анализируется понятие манихейского взгляда: «Мир состоит из двух сущностей – “мы” и “они”, единственная цель “их” – погубить и уничтожить “нас”, а сейчас идет последний бой, который закончится нашей победой» [Яковенко, Музыкантский, 2011, с. 320]. Манихейскую матрицу сознания также называют *эмоционально-экспрессивной* [Павлов, 2016]. Мы можем сделать вывод, что

американские СМИ не доверяют российскому правительству и ищут во всех предпринятых Кремлем действиях подвох [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 25].

2. Снятие ограничений в Москве с целью проведения парада Победы и голосования по поправкам в Конституцию

Многие российские СМИ опубликовали статьи, посвященные переносу парада Победы и голосования по поправкам в Конституцию: *«Владимир Путин объявил о переносе парада Победы на неопределенный срок 16 апреля, объяснив это тем, что риски, связанные с эпидемией, пик которой не пройден, еще чрезвычайно высоки. Администрация Президента рассматривает возможность организовать военный парад 24 июня, а голосование по поправкам в Конституцию 1 июля»* [Галимова, Сидоркова (РБК), 2020]. Американское издание «New York Times» раскритиковало перенос публичных мероприятий на столь ранний срок в условиях пандемии и большого числа заболевших: *«With his approval ratings at their lowest level since he came to power 20 years ago, has been eager to declare victory over the coronavirus so health concerns don't again disrupt nationwide military parades, now scheduled for June 24, and a referendum, postponed until July 1, on constitutional changes that would allow him to stay in office until 2036»* – *«Его рейтинг одобрения сейчас на самом низком уровне с тех пор, как он пришел к власти 20 лет назад, он жаждет объявить победу над коронавирусом, чтобы снова не сорвать общенациональные военные парады, запланированные на 24 июня, и референдум, отложенный до 1 июля, о конституционных изменениях, которые позволили бы ему остаться на посту до 2036 года»* [Troianovski, 2020]. Из всего разнообразия глаголов со значением «хотеть» журналист выбрал глагол «eager» – «жаждет», чтобы подчеркнуть, насколько сильно президент хочет провести запланированные мероприятия. *«When President Vladimir V. Putin ordered Russia's military parade to be rescheduled for later this month, he cast it as a sign of life returning to normal in his virus-stricken nation»* – *«Когда президент Владимир В. Путин приказал перенести военный парад в России на более позднюю дату в этом же месяце, он назвал его признаком*

возвращения к нормальной жизни в стране, страдающей от вируса» [Troianovski, 2020]. Чтобы избежать лексического повтора, автор использует перифразу, заменив слово «Россия» сочетанием «страна, страдающая от вируса». Также автор делает акцент на том, что данные поправки в Конституцию позволят президенту России оставаться на своем посту до 2036 года. Из множества предлагаемых поправок в Конституцию журналистов американских СМИ интересует именно эта [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 26].

Самое большое количество статей, посвященных теме голосования по поправкам в Конституцию и параду Победы во время пандемии коронавируса, было найдено в британской газете «The Guardian». Приведем несколько заголовков на данную тему: «*Thousands gather for Russia's Victory Day parade as COVID-19 cases pass 600k*» – «Тысячи собираются на парад Победы в России, в то время как число случаев заболевания COVID-19 превысило порог в 600 тысяч» [Roth, 2020]; «*Coronavirus delays Russian vote on Putin staying in power*» – «Коронавирус откладывает российское голосование на тему сохранения Путина у власти» [Roth, 2020]; «*COVID-19 puts Putin's power plans on hold in peril*» – «COVID-19 ставит под угрозу планы Путина по удержанию власти» [Roth, 2020]. Автор использует олицетворение: «*Coronavirus delays*», «*COVID-19 puts in peril*», чтобы отметить «значимость» коронавируса в сложившейся ситуации [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 26].

Не может не вызывать интерес у СМИ образ президента России в период эпидемии и его непосредственное участие в борьбе с недугом. В популярных изданиях Испании, Великобритании и США частотны случаи упоминания Владимира Путина в статьях, связанных с COVID-19 [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 26].

Путин подвергается резкой критике за его ответ на пандемию и за попытки обвинить другие страны в неэффективности мер по урегулированию ситуации, связанной с коронавирусом: «...*he appeared to be using the interview, to do so again, taking a swipe at America's handling of the coronavirus under Mr. Trump*» –

«...похоже, он использовал это интервью, чтобы сделать это снова, выступив с критикой по урегулированию ситуации с коронавирусом» [Higgins, 2020]. Журналист Andrew Higgins использует экспрессивное выражение «*take a swipe*» – «выступить с критикой», которое относится к разговорной речи, что является приемом языковой игры с целью усиления воздействия на читателя [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 26].

Число заболевших растет, это имеет негативные последствия как для российской экономики, так и для имиджа Путина. Но это еще и повод для расширения государственных полномочий: «*The maxim 'never let a crisis go to waste' is certainly applicable here, as it's a philosophy to which Putin has long subscribed*» – «Принцип “никогда не позволяй кризису пропасть даром”, безусловно, применим здесь, поскольку это философия, на которую Путин давно подписался» [Sherman, 2020]. Высказывание «Никогда не позволяйте хорошему кризису пропасть даром» принадлежит бывшему главе администрации Белого дома Раму Эмануэлю и было обращено к президенту Бараку Обаме во время финансового кризиса 2008 года. В данном контексте для Путина пандемия – это время возможностей. «*Не пропасть даром*» означает, что в период кризиса все подвергается сомнению, такие проблемы в обществе – это подходящий повод для того, чтобы поменять общие «правила игры». Автор в своей статье также использует метафору «*a philosophy to which Putin has long subscribed*» – «философия, на которую Путин давно подписался», считая, что данная философия однозначно применима к Владимиру Путину [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 26].

3. Заниженные данные России по коронавирусу

Практически с самого начала эпидемии журналисты иностранных СМИ ставили под сомнение российскую статистику по коронавирусу и обвиняли Россию в занижении числа зараженных и умерших.

Журналист «Washington Post» также ставит под сомнение слова Владимира Путина о том, что коронавирус в России отступил: «*Putin tells Russia coronavirus*

is in retreat. Critics face crackdowns for saying it's far from over» – «Путин сообщил России, что коронавирус отступает. Критики сталкиваются с репрессиями за то, что говорят, что это далеко не конец» (в статье используется прием олицетворения – коронавирус наделяется свойствами и качествами человека: «*coronavirus is in retreat*»). Автор статьи приводит в качестве примера историю врача-инфекциониста Виктории Адоньевой, которая в интервью газете высказала мнение, что голосование по поправкам в Конституцию вызовет всплеск новых случаев заражения. Российская прокуратура оценила слова Адоньевой как ложную информацию (fake news), врачу грозит до шести лет лишения свободы [Dixon, 2020].

Газета «The New York Times» освещает историю другого врача – Анастасии Васильевой, которая также выступила с критикой Кремля и назвала «ложью» низкие официальные данные страны о числе умерших от COVID-19: «*The detention of Dr. Vasilieva, an eye specialist who has been highly critical of Russia's response to the pandemic, added fuel to already widespread skepticism, particularly among Kremlin critics, about the accuracy of official figures showing relatively few cases of the virus in Russia*» – «Задержание доктора Васильевой, окулиста, которая критически относится к реакции России на пандемию, подлило масла в уже широко распространившийся скептицизм к оглашению относительно небольшого числа случаев заражения вирусом в России» [Higgins, 2020]. «*Add fuel to skepticism*» – это трансформированный фразеологизм, образованный от идиомы «*add fuel to the fire*» («добавить масла в огонь»). В данном контексте автор подразумевает усиление скептицизма и недоверия по отношению к официальным данным.

Аналогичная тенденция наблюдается и в британских СМИ, которые также ставят под сомнение официальные цифры Москвы: «*Russia defends its exceptionally precise Covid-19 death data*» – «Россия защищает свои исключительно точные данные о смерти от COVID-19» [Roth, 2020]. В статье «The Guardian» используются усилительные наречия (intensifiers) «*exceptionally*»,

«*surprisingly*» в паре с основным прилагательным «*precise*», «*low*», с их помощью автор подталкивает читателя к сомнению в точности данных и в достоверности сообщаемой статистики. Важно уточнить, что в заголовке прослеживается сарказм – высшая степень иронии, так как в самой статье подвергают сомнению предоставляемые Россией данные о смертности от COVID-19: «*Moscow has ascribed its surprisingly low death toll of 2,305 to a mass testing regime and rapid response to confirmed cases. Meanwhile, Russian officials have publicly bristled at criticism of their methodology or suspicions they are massaging the stats*» – «Москва объяснила свое удивительно низкое число погибших – 2305 человек – режимом массового тестирования и быстрым реагированием на подтвержденные случаи. Между тем российские чиновники рассердились на критику их методологии и подозрений, что они приуменьшают показатели» [Roth, 2020].

4. Создание вакцины

В борьбе с коронавирусом большие надежды возлагаются на вакцину.

Несколько статей посвящено желанию России опередить всех в создании вакцины. Приведем в качестве примера статью из «Wall Street Journal» с говорящим заголовком «*Russia Joins Global Race for a vaccine*» – «Россия присоединяется к всемирной гонке за вакциной» [Kantchev, 2020]. Журналисты George Kantchen и Drew Hinshaw делают отсылки к прошлому, сравнивая ситуацию с «гонкой за вакциной» с «космической гонкой» СССР и Америки в 1960-х годах: «*The global pursuit of a vaccine against the respiratory coronavirus disease Covid-19 has been likened to the 1960s space race that pitted the Soviet Union against the U.S.*» – «Всемирную гонку за вакциной против дыхательной коронавирусной болезни COVID-19 сравнили с космической гонкой 1960-х, которая настроила Советский Союз против США» [Kantchev, 2020].

В подзаголовке авторы отвечают на возникающий у читателя вопрос «К чему такая спешка?»: «*Being first would provide Putin more economic and political leverage ...*» – «Первое место в гонке обеспечит Путину больше экономических и политических рычагов...». В статье упоминаются две страны, которые

претендуют на лидерство в «гонке за вакциной» и являются конкурентами России: «*In Russia's case, even close to the U.S. or China would burnish Vladimir Putin's reputation and demonstrate that his sanction-constrained economy can still compete with wealthier world powers*» – «В случае с Россией даже возможность быть ближе к США или Китаю улучшила бы репутацию Владимира Путина и продемонстрировала бы, что его ограниченная санкциями экономика все еще может конкурировать с более богатыми мировыми державами» (автор использует метафору «*burnish reputation*», что помогает привлечь внимание читателя к объекту речи) [Kantchev, 2020].

Журналисты «The Washington Post», освещая «гонку вакцин», упоминают «вакцинную дипломатию». Термин «вакцинная дипломатия» впервые был использован микробиологом Питером Хотезом в научной статье в 2000 году, но наибольшую популярность он получил в период 2020–2021 гг. на фоне пандемии коронавируса: «*In the new frontier of vaccine diplomacy, there are two paths: stockpile or share*» – «На новом рубеже вакцинной дипломатии существует два пути: накапливать или делиться», «*The other approach comes from China and Russia, which have rushed to share their own state-backed vaccines with nations scrambling for supply, positioning themselves to possibly expand their political and economic interests in the process*» – «Другой подход исходит от Китая и России, которые поспешили поделиться своими собственными вакцинами, поддерживаемыми государством, со странами, борющимися за поставки, с целью возможного расширения своих политических и экономических интересов» (в контексте борьбы с инфекцией неологизм «вакцинная дипломатия» упоминается в отрицательном контексте: Россия и Китай преследуют свои экономические и политические цели) [Morris, 2020]; «*Rusia expande su poder blando con su vacuna Sputnik V*» – «Россия расширяет свою мягкую силу с помощью вакцины “Спутник V”» (российская вакцина признана эффективной и безопасной престижным журналом «The Lancet»; тактильная метафора «мягкая сила» используется

журналистом в значении «возможность устанавливать повестку дня, обладать ключевым элементом лидерства» [Colás, 2021].

В проанализированных нами испанских медиасообщениях нет упоминаний России в контексте создания вакцины.

Исходя из проведенного анализа статей мы можем сделать вывод, что американские и британские СМИ достаточно иронично относятся к желанию России быть первой в гонке за вакциной. В свою очередь Россия заинтересована в том, чтобы вакциной были обеспечены в первую очередь россияне.

5. Коронавирус и его влияние на настроение общества

Эпидемия коронавируса негативно влияет на настроения людей.

По мнению журналиста «The Washington Post», особенно сильно в период эпидемии пострадали жители Москвы: «*Moscow, the locus of the worst outbreak*» – «*Москва, место наихудшей вспышки*» [Sherman, 2020]. Автор, употребив суперлатив имени прилагательного «*the worst*», показывает, что Москва – это не просто место вспышки, а город, который пострадал больше всего.

В статье «New York Times» с говорящим заголовком «*No money to live in Russia and no way to leave Russia*» – «*Нет денег для того, чтобы жить, и нет пути для того, чтобы уехать*» описывается тяжелая ситуация, с которой столкнулись мигранты в период пандемии: «*Russia, more prosperous than the hardscrabble former Soviet lands in Central Asia but facing a population decline, has a voracious appetite for migrant labor, a need that is sharply at odds with government policy and the nationalist and sometimes racist sentiments of the Russian public*» – «*Россия, более процветающая, чем суровая, ранее входящая в СССР территория в Центральной Азии, но столкнувшаяся с сокращением населения, имеет высокую потребность в труде мигрантов, что резко противоречит политике правительства и националистическим и иногда расистским настроениям общественности*» [Nechepurenko, 2020]. В заголовке статьи автор использует прием анафорического синтаксического повтора, в котором фигурирует отрицательная частица «нет», таким образом журналист акцентирует внимание

читателя на безысходности ситуации и на отчаянии людей. Автор также использует прием персонификации, когда говорит о стране, «столкнувшейся с сокращением населения» и имеющей «высокую потребность в труде». В статье образ России противопоставляется территории Центральной Азии, что становится понятным благодаря эпитетам «процветающая» и «суровая».

Испанские СМИ с помощью эпитетов характеризуют период пандемии как «новую реальность», «серьезную угрозу». Автор использует оксюморон «спокойствие и страх» описывая эмоциональное состояние россиян. «*Un día antes el Kremlin activó ayudas económicas ante la evidencia de que la epidemia también va para largo en Rusia*» – «За день до этого Кремль активировал экономическую помощь, что является доказательством того, что эпидемия в России тоже продлится долго»; «*A Moscú no le queda más remedio que adaptarse a la nueva realidad*» – «Москве остается только адаптироваться к новой реальности»; «*...Hemos podido proteger a las personas mayores de una amenaza grave...*» – «...Мы смогли защитить пожилых людей от серьезной угрозы...» [Sahuquillo, 2020]; «*La tranquilidad y el temor es visible. El coronavirus es ahora la preocupación principal de los ciudadanos*» – «Спокойствие и страх заметны. Коронавирус теперь является главным беспокойством граждан» [Sahuquillo, 2020].

На основе проанализированных медиасообщений были сделаны выводы о том, что американские и британские СМИ «не доверяют» российскому правительству и ищут во всех предпринятых Кремлем действиях подвох. Они иронично относятся к желанию России первой создать вакцину и называют данное явление «вакцинным национализмом». В то время как испанские СМИ не пишут о России в контексте создания вакцины, но активно обсуждают проблемы в области здравоохранения, в британских СМИ много статей посвящено выходу России из режима самоизоляции [Парамонова, 2020, с. 28].

Освещение эпидемии коронавируса в испанских и британских СМИ негативно влияет на настроения людей. В статьях превалирует лексика с

отрицательной коннотацией, доминируют эпитеты и метафоры. В британских и американских статьях о России журналисты в большей степени используют грубую лексику, а испанские СМИ слова с негативной коннотацией зачастую заменяют синонимами с положительной коннотацией. Реже в статьях встречаются неологизмы и просторечия, чаще – общеполитическая лексика [Желтухина, Парамонова, 2020б, с. 28].

4.2. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа США в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID–19»

Пандемия COVID-19 спровоцировала появление опасений у людей и правительства: «*New infectious threats are coming*» – «*Появляются новые инфекционные угрозы*»; «*The spread of monkeypox shows that the problems remain deeply entrenched*» – «*Распространение обезьяньей оспы показывает, что проблемы остаются глубоко укоренившимися*» [Mandavilli, 2022].

Журналист А. Мандавилли в статье «*New infectious threats are coming. The U.S. probably won't contain them*» использует противопоставления: «*If it wasn't clear enough during the Covid-19 pandemic, it has become obvious during the monkeypox outbreak*» – «*Если это еще не стало понятно во время пандемии COVID-19, то стало очевидным во время вспышки обезьяньей оспы*»; «*The United States, among the richest, most advanced nations in the world, remains wholly unprepared to combat new pathogens*» – «*Соединенные Штаты, одна из самых богатых и передовых стран мира, остается совершенно неподготовленной к борьбе с новыми патогенами*» [Там же].

Реакция правительства на вспышки пандемии была неудовлетворительной, о чем открыто заявляют СМИ: «*But the response to both threats sputtered and stumbled at every step*» – «*Но ответ на обе угрозы запинался и спотыкался на каждом шагу*» (метафора «*the response sputtered and stumbled*» указывает на

многочисленные попытки справиться с пандемией, не все из которых увенчались успехом из-за встречающихся на пути преград) [Там же]. Готовность к новой вспышке пандемии американские СМИ оценивают как «плохую», «недостаточную»: «*We really poorly, poorly prepared*» – «Мы действительно плохо, плохо подготовлены» [Там же]. Для демонстрации уровня неподготовленности США в области здравоохранения автор статьи использует лексический повтор – целенаправленное двукратное употребление одинаковых единиц языка, чтобы читатели углубились в предлагаемую тему.

Основная претензия граждан США к своему правительству и критика экспертов в области здравоохранения основана на «хроническом недоинформировании» – «*chronic underfunding*» [Mandavilli, 2022]. Прилагательное «хронический» обычно используется в сочетании со словом «болезнь». В Толковом словаре Ушакова термин «хронический» определяется как «длящийся много времени, затяжной, постоянный» [Хронический: Ушаков, www].

В 2020 году США заняли лидирующую позицию по количеству жертв коронавирусной инфекции COVID-19. Сравнивая системы здравоохранения Великобритании и США, А. Мандавилли пишет, что Великобритания ориентируется на национализированные системы, которые помогают в сборе и анализе информации, в то время как система США лишь создает ограничения и препятствия. Система здравоохранения США сравнивается с лоскутным изделием посредством использования метафоры: «*It isn't uniform – it's a patchwork*» [Mandavilli, 2022]. Пэчворк – это лоскутная техника, основным принципом которой является создание цельного полотна из кусочков (лоскутков) ткани. Создается образ здравоохранения США как раздробленной системы, подверженной чрезмерной бюрократизации.

Необходимость в создании вакцины – одна из ключевых тем американской прессы в первой половине 2020 года. Правительство США готово выделить любые деньги, чтобы ускорить появление вакцины: «*The U.S. is paying more for*

coronavirus vaccines» – «США платят больше за вакцины от коронавируса», «...but the price difference is negligible considering the enormous economic consequences of the pandemic» – «...но разница в цене незначительна, учитывая огромные экономические последствия пандемии» (оценочный эпитет «огромный» подчеркивает, насколько сильно государство пострадало, в том числе и экономически) [Stavis-Gridnev, 2020].

«Phil would like for his listeners to know that while he has never been an ‘anti-vaxer’ he regrets not being more vehemently ‘pro-vaccine’» – «Фил хотел, чтобы его слушатели знали, что хотя он никогда и не был “антипрививочником”, он сожалеет о том, что не агитировал за вакцину» (конфликт между людьми, выступающими за вакцинацию и против нее, способствовал появлению медицинских неологизмов «anti-vaxer» и «pro-vaccine») [Pengelly, 2021].

В статьях американских и британских СМИ встречается неологизм, представленный словосочетанием «*vaccine nationalism*» – «вакцинный национализм». Газета «The Wall Street Journal» понимает «вакцинный национализм» следующим образом: «The country’s approach is an example of vaccine nationalism, where world powers race to inoculate their populations first and with minimal international cooperation» – «Такой подход страны является примером вакцинного национализма, когда мировые державы стремятся привить свое население в первую очередь при минимальном международном сотрудничестве» [Loftus, 2020]; «...in the early weeks of the pandemic during the scramble for vaccines, there were fears over “vaccine nationalism” and Trump’s behaviour» – «...в первые недели пандемии во время борьбы за вакцины были опасения по поводу “вакцинного национализма” и поведения Трампа» [Elgot, 2022].

В испанских СМИ также встречается неологизм «вакцинный национализм» – «*nacionalismo vacunal*»: «...un fenómeno del que hablaremos mucho en los próximos meses y años: el nacionalismo vacunal» – «...феномен, о котором мы будем долго говорить в ближайшие месяцы и годы: вакцинный национализм» [Sampedro, 2020].

Гонка вакцин освещается газетой «The New York Times», но в списке стран-участниц отсутствует Россия: «*Search for coronavirus vaccine becomes a global competition*» – «Поиск вакцины от коронавируса становится мировым соревнованием», «*The United States, China and Europe are battling to be the first to find a cure, bringing a nationalist element to a worldwide crisis*» – «Соединенные Штаты, Китай и Европа борются за то, чтобы первыми найти лекарство, привнося националистический элемент во всемирный кризис», «*...nationalistic approach that could give the winner the chance to favor its own population*» – «...националистический подход, который мог бы дать победителю возможность благосклонно относиться к собственному населению» (метафоры «борьба за лекарство», «борьба за вакцину» часто встречаются в статьях, посвященных созданию вакцины, что подтверждает желание каждой из перечисленных журналистом стран опередить своих конкурентов; при этом «победителем» в этой войне станет страна, которая первой создаст вакцину); [Sanger, 2020].

На основании проведенного анализа медиасообщений были сделаны выводы о том, что американские и британские СМИ используют множество метафор и эпитетов при описании пандемии COVID-19. Растущая популярность американских, британских и испанских медиасообщений, транслирующих тематическую доминанту «вакцина», сопровождается появлением медицинских неологизмов, метафор.

4.3. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Великобритании в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19»

Новости о пандемии COVID-19, новых способах борьбы с ней, количестве зараженных, количестве выздоровевших, а также перманентный конфликт «антипрививочников» и людей, выступающих за вакцинацию, остаются

актуальными на протяжении двух лет со дня появления первого зараженного вирусом. Пандемию по количеству медиасообщений обошла лишь специальная военная операция на Украине.

1. Роль правительства в борьбе с коронавирусом

Заслуживает особого внимания скандал, в котором был замешан бывший премьер-министр Великобритании Борис Джонсон. Так, в заголовках американских, британских и испанских СМИ чаще всего фигурировало слово «partygate»: «*Boris Johnson return would restart Partygate 'soap opera', says Raab*» – «По словам Рааба, возвращение Бориса Джонсона перезапустит “мыльную оперу” Partygate» [Bryant, 2022]; «*Parliament scrutizines Boris Johnson over 'Partygate' report findings*» – «Парламент тщательно изучает доклад Бориса Джонсона по вопросу “патигейт”» [Bowcott, 2020].

Газета «The Guardian» посвятила ряд статей вечеринкам на самоизоляции в период эпидемии коронавируса, каждая из этих публикаций начинается со слова «partygate»: «*Partygate may prove to be scandal that will not go away for Boris Johnson*» – «Патигейт может оказаться для Бориса Джонсона скандалом, который ему не забудут» [Mason, 2022]. «*The shaming of Whitehall*» – «Позор Уайтхолла», «*Whitehall is collectively hanging its head in shame*» – «Уайтхолл опустил свою голову от стыда» («Уайтхолл» – это перифраза, автор использует нарицательное обозначение правительства Великобритании; на улице Уайтхолл располагается большинство правительственных зданий: кабинет министров, министерство обороны и др.; идиома «*hang one's head*» вошла в обиход в 2100-е гг. как знак выражения стыда или раскаяния) [Elgot, 2022].

«*After all, the serious suits working behind the famous black door are not perceived as a party-mad crowd*» – «В конце концов, серьезные люди в костюмах, работающие за знаменитой черной дверью, не воспринимаются как помешанная на вечеринках толпа» (автор статьи противопоставляет образ правительства Великобритании и образ посетителей вечеринок, организованных в период введенных ограничений) [Там же].

Широко известный и активно обсуждаемый в СМИ неологизм «*partygate*» относят к политическому скандалу в Великобритании, связанному с проведением увеселительных мероприятий, собраний членами правительства и Консервативной партии во время ограничений, установленных в период пандемии COVID-19 в 2022–2021 гг. Данное событие вызвало широкий общественный резонанс у граждан Великобритании, что привлекло внимание СМИ.

Нарушение ограничений во время локдауна оценивается журналистами как «*the scale of rule-breaking was astounding... quite unimaginable*» – «масштабы нарушений правил поразительны... совершенно невообразимы»; «*some of the details of the parties appear so egregious as to be almost comical*» – «некоторые детали вечеринок кажутся настолько вопиющими, что выглядят почти комично» (эпитеты «поразительный», «невообразимый», «вопиющий» акцентируют внимание на неприемлемости проведения подобных мероприятий) [Elgot, 2022]. Вечеринка, организованная членами парламента во главе с Борисом Джонсоном, характеризуется британскими СМИ как «*a boozy Christmas party*» – «пьяная рождественская вечеринка» [Dugan, 2022].

Представитель кабинета министров Джейкоб Рис-Могг использовал просторечие, назвав «*partygate*» «*тривиальной чепухой*»: «*Cabinet Minister Jacob Rees-Mogg has dismissed concerns over parties in Downing Street during lockdown as 'fluff' and 'fundamentally trivial'*» [Parkinson, 2022]. Проступок Бориса Джонсона оценивается как благоприятная перспектива для желающих сместить действующего премьер-министра с его должности. Так, в статье журналиста «The Guardian» Р. Мэйсона прослеживается ирония: «*It was an electrifying development that has given renewed hope to some Tory rebels hoping to oust the prime minister*» – «Это было воодушевляющее событие, которое дало новую надежду некоторым повстанцам-тори свергнуть премьер-министра» [Mason, 2022].

Бывший премьер-министр Великобритании Борис Джонсон, так же как и действующий премьер-министр Риши Сунак, подвергается критике в статье Деви

Шридхар для «The Guardian». По мнению автора, Б. Джонсон не осознает всю серьезность пандемии COVID-19 и подвергает население Великобритании постоянному риску: *«All because Johnson was convinced to gamble again with the virus spreading. Of course, livelihoods matter – but so does life»* – «Все потому, что Джонсон был убежден в том, что нет риска распространения вируса. Конечно, средства к существованию имеют значение, но не менее важна и жизнь» [Sridhar, 2022].

В другой статье «The Guardian» под названием *«‘Mind-boggling’: Covid victims’ families react to talk of Johnson come back»* – «Невероятно: семьи жертв пандемии ковида не могут не отреагировать на разговоры о возвращении Джонсона» [Dugan, 2022]. Термин *«mind-boggling»* состоит из двух частей *«mind»* и *«to boggle»* и означает высшую степень удивления человека тем или иным гипотетическим событием. Автор статьи демонстрирует читателям состояние потерянности граждан, используя противопоставление: *«I don’t know whether to laugh or cry»* – «Я не знаю, плакать мне или смеяться» [Там же].

Возвращение Бориса Джонсона на пост премьер-министра Великобритании воспринимается родственниками пострадавших от коронавируса как ужасающее событие: *«the thought of a Boris Johnson comeback is horrifying»*, *«people are outraged»* – «люди пребывают в состоянии ярости» [Там же].

Премьер-министр Великобритании Риши Сунак приобрел всеобщую известность во время пандемии, сыграв важную роль в принятии ключевых решений, касающихся самоизоляции и вопросов здравоохранения.

Автор статьи в «The Guardian» под названием *«Sunak’s Covid decisions tell us how he might act now. It doesn’t look good for the NHS»* – «Решения Сунака по вопросам ковида говорят нам, как он может действовать сейчас. Это не лучшая перспектива для Национальной системы здравоохранения» [Sridhar, 2022]. Деви Шридхар является американским исследователем в области общественного здравоохранения и заведующей кафедрой в Эдинбургском университете. Автор статьи осуждает Риши Сунак за его идею *«eat out to help out»* – «кушай и помогай»,

основная цель которой – поддержка бизнеса. Инициатива премьер-министра ускорила появление «второй волны» – «*the second wave*», «*devastating first wave*» – «разрушительная первая волна» [Там же]. «Первая волна» и «вторая волна» – это метафора, акцентирующая внимание на резком увеличении числа заболевших на определенном отрезке времени.

2. Вакцинация

На протяжении года достаточно остро стоял вопрос о создании вакцины от вируса COVID-19. СМИ Великобритании пишут о необходимости высокоэффективной вакцины: «*a highly effective vaccine*» – «высокоэффективная вакцина», «*multiple vaccines*» – «несколько вакцин» [Sridhar, 2022].

Американские журналисты пишут, что появление первых вакцин спровоцировало конкуренцию между «богатыми» и «бедными» государствами: «*Rich countries have 'cleared the shelves'*» – «Богатые страны “очистили полки”», «*The U.S., Britain, Canada and others are hedging their bets*» – «США, Великобритания, Канада и другие страны подстраховываются» (США и Великобритания представлены в СМИ с помощью логической перифразы «богатые страны», у перечисленных стран есть возможность закупить большее количество вакцины, ущемляя тем самым государства с ограниченными экономическими возможностями; метафора «очистить полки» подтверждает желание стран обезопасить себя, получив приоритетный доступ к дозам вакцины) [Twohey, 2020]. «*The less wealthy nations will face severe shortages*» – «Менее богатые страны столкнутся с серьезной нехваткой», «*Local vaccine manufacturing may be critical for lower-income countries*» – «Местное производство вакцин может иметь решающее значение для стран с низким уровнем дохода» (оценочные эпитеты «серьезный» и «решающий» оказывают влияние на адресата информации, вызывая сочувствие) [Там же].

Дихотомия «богатые – бедные» часто фигурирует в американских СМИ, где Великобритания признается богатым государством: «*There aren't enough vaccines to go around in the richest countries on earth, let alone the poorest ones*» – «В самых

богатых странах мира не хватит вакцин, не говоря уже о самых бедных» [Prabhala, 2020]; «*While many poor nations may be able to vaccinate at most 20 percent of their populations in 2021, some of the world's richest countries have reserved enough doses to immunize their own multiple times over*» – «В то время как многие бедные страны, возможно, смогут вакцинировать не более 20 процентов своего населения в 2021 году, некоторые из самых богатых стран мира зарезервировали достаточно доз, чтобы иммунизировать себя несколько раз» [Twohey, 2020].

Заголовок статьи в «The New York Times» содержит авторский вопрос: «*Want vaccines fast?*» – «Хотите получить вакцину быстрее?» (вопрос, заданный журналистом, создает эффект присутствия). В этом же заголовке за авторским вопросом следует авторский ответ: «*Suspend intellectual property rights*» – «Приостановите действие прав на интеллектуальную собственность» (используя данный способ, автор статьи привлекает внимание адресата и подчеркивает важность проблемы, которую он поднимает в этой статье) [Prabhala, 2020].

Британские СМИ убеждены, что люди, выступающие против вакцинации, представляют угрозу для общества: «*Antivaxers are a global menace that must be defeated*» – «Антипрививочники — глобальная угроза, которую необходимо победить» (медицинский разговорный неологизм «антиваксер» – результат антивакцинационного движения, распространенного по всему миру; метафорическая модель «битва, война» представлена фразой «глобальная угроза, которую нужно победить» – медицинский контекст сводится к военному) [Darzi, 2022].

Вакцину в американских, британских и испанских СМИ характеризуют как «*highly effective*» – «высокоэффективная» [Sridhar, 2022]; «*breakthrough*» – «прорывная», «*effective*» – «эффективная» [Elgot, 2020];

Великобритания не принимала активного участия в «гонке вакцин». Выбор государства пал на вакцину компании «Pfizer»: «*a need to distribute a 'limited pot' wisely*» – «необходимость разумно распределить “ограниченный бюджет”», «*bet*

on Pfizer» – «*поставить на Pfizer»* (под метафорой «ограниченный бюджет» журналист подразумевает ограниченное количество доз вакцины, которую может себе позволить Великобритания; игровая метафора «*ставить на Pfizer»* выступает как сравнение выбора вакцины со ставкой в игре: рассмотрев все предложенные варианты, выбрать наиболее подходящий; в данном случае Великобритания представляется в глазах читателей государством, преследующим в первую очередь интересы своих граждан) [Elgot, 2020].

В результате проведенного анализа медиасообщений были сделаны выводы о том, что американские и британские СМИ, транслируя образ Великобритании, чаще всего освещают следующие тематические доминанты: «деятельность правительства Великобритании в борьбе с пандемией» и «вакцинация как единственно возможный способ борьбы с вирусом COVID-19». Чаще всего в американских и британских медиатекстах присутствуют военные метафоры, неологизмы, оценочные эпитеты и оценочные метафоры. В меньшей степени представлены перифразы, авторские вопросы и синекдоха.

4.4. Американская, британская и испанская вербальная специфика медиатрансляции образа Испании в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID–19»

В статьях СМИ используются такие понятия, как «карантин» (исп. *cuarentena*, англ. *quarantine*), «самоизоляция» (исп. *aislamiento*, англ. *self-isolation*), «социальная дистанция» (исп. *distanciamiento social*, англ. *social distancing*), «строгая изоляция» (исп. *confinamiento*, англ. *lockdown*). Рассмотрим данные термины подробнее.

1. *Карантин* (*cuarentena, quarantine*) – это «наиболее жесткая ограничительная мера в отношении определенной группы людей, например, инфицированных или с подозрением на заражение» [РИА, 2020].

2. *Самоизоляция (aislamiento, self-isolation)* – это «комплекс ограничительных мер для населения, которые вводит правительство на определенный срок в рамках режима повышенной готовности или чрезвычайной ситуации» [Там же].

3. *Социальная дистанция (distanciamiento social, social distancing)* – это «дистанция между социальными группами и сообществами» [Idel, 2020].

4. *Строгая изоляция (confinamiento, lockdown)* – это «комплекс ограничительных мер для населения, в соответствии с которыми гражданам запрещается покидать свои дома в целях безопасности. Это политическая мера, которая может включать отмену рейсов, закрытие границ, закрытие ресторанов и кафе» [Там же].

Последствия пандемии COVID–19, с которыми столкнулась Испания, беспрецедентны. В поиске причин, из-за которых Испания стала одной из самых незащищенных и пострадавших от вируса стран, американская газета «The New York Times» публикует статью, написанную главным редактором испанской газеты «El Mundo» – Давидом Хименесом. Он дал свою субъективную оценку периоду пандемии в Испании. В статье используются следующие выразительные средства:

– метафора: «*There's a simple reason Spain has been hit hard by Coronavirus*» – «*Есть понятная причина, почему Испания так сильно пострадала от коронавируса*»; «*mistakes of the first wave of coronavirus*» – «*ошибки первой волны коронавируса*»; «*it was overwhelmed by a new wave of infections*» – «*его захлестнула новая волна инфекции*», «*One of the keys to slowing the spread of the virus*» – «*Один из ключей к замедлению распространения вируса*» [Jiménez, 2020];

– превосходная степень прилагательного: «*European country hardest hit by the coronavirus pandemic*» – «*европейская страна, в большей степени пострадавшая от пандемии коронавируса*», «*toughest confinement*» – «*жесточайшая изоляция*», «*the most vulnerable*» – «*наиболее уязвимые*» [Jiménez, 2020];

– разговорные фразеологизмы: «*the answer has been right under their noses*» – «*ответ был прямо под их носом*» (подразумевается «ответ был совсем рядом, но никто не обратил внимание») [Там же];

– перифраза: «*a political class that didn't hold up its end of the bargain*» – «*политический класс, который не выполнил свою часть сделки*» (под «*политическим классом*» автор подразумевает правительство, «*сделка*» – это обещание оказать помощь своим гражданам [Там же];

– синекдоха: «*Spain had the virus under control*» – «*Ситуация с вирусом была под контролем у Испании*» (автор избегает упоминания должностных лиц, происходит перенос с частного на общее) [Там же];

– иноязычные вставки: «*Hospitals, which have a chronic deficit of doctors, are experiencing déjà vu*» – «*Больницы, которые страдают от хронической нехватки врачей, испытывают дежавю*» (вставка на французском языке была выбрана журналистом для уточнения того, что проблема дефицита медицинских кадров не является новой и появилась задолго до пандемии COVID–19) [Там же];

– перечисления, сопряженные с отрицанием: «*Health care systems were not fortified, plans were not made for the reopening of schools, and the tracking system recommended by all the experts was not put into place*» – «*Система здравоохранения не была укреплена, план по возобновлению работы школ не был составлен, а система отслеживания, рекомендованная всеми экспертами, не была введена в действие*» (журналист критикует правительство за абсолютное бездействие) [Там же].

Анализируя причины, которые повлияли на распространение инфекции, автор упоминает «*латинскую неспособность держать дистанцию*» – «*Latin inability to keep our distance*» [Там же]. Отсутствие умения сохранять дистанцию в общении – отсылка к характерной особенности менталитета Испании.

Американские и британские журналисты при рассмотрении ключевых проблем, с которыми столкнулась Испания в период пандемии, и поиске пути их решения сходятся во мнении: «*the spectacle of our political leaders with dejection and indignation*» – «*спектакль наших политических лидеров с изображением*

уныния и негодования» (использование автором театральной лексики как источника метафоризации указывает на неискренность политиков по отношению к своим гражданам, такой прием способствует формированию у читателей негативного образа испанского политика), «*a chronic deficit doctors*» – «хронический дефицит врачей» (эпитет «хронический» гиперболизирует проблему нехватки врачей), [Там же], «*these doctors have a plea and a plan*» – «у этих врачей есть просьба и план» (использование каламбура «*plea – plan*», основанного на игре слов по принципу их созвучности, позволяет выделить наиболее важную часть высказывания) [Vargas, 2022]; «*Spain blames young for fifth Covid wave*» – «Испания обвиняет молодежь в пятой волне ковида» (британский журналист придерживается тактики умолчания; под синекдохой «Испания» подразумеваются региональные правительства, которые упоминаются автором в самом тексте статьи) [Devereux, 2022], «*The end of the academic year had driven the rise in cases, giving Spain the third highest infection rate in Europe*» – «Конец учебного года привел к росту заболеваемости, в результате чего Испания заняла третье место по уровню заражения в Европе» (превосходная степень прилагательного «*the third highest infection rate*» помогает продемонстрировать сложную эпидемиологическую обстановку на территории Испании) [Там же].

Испанские журналисты, транслируя образ Испании на фоне пандемии COVID-19, используют медицинские термины: «*la dosis de la vacuna*» – «доза вакцины», «*pinchazo*» – «укол», «*prauta vacinal*» – «график вакцинации» [Pérez, 2021], «*letalidad*» – «летальность» [Llaneras, 2020]; перифразы: «*El nuevo coronavirus SARS-CoV-2 continúa atravesando fronteras*» – «Новый коронавирус SARS-CoV-2 продолжает пересекать границы» (перифраза «пересекать границы» демонстрирует скорость распространения вируса) [Llaneras, 2020]; превосходную степень прилагательного: «*una de las mayores crisis sanitarias de los últimos años*» – «один из крупнейших кризисов в области здравоохранения за последние годы» (журналист использует превосходную степень прилагательного с целью демонстрации очевидных сложностей и проблем в системе здравоохранения) [Díaz,

2021], «*España registra un gran exceso de muertes*» – «Испания зарегистрировала большое количество смертей» (под синекдохой «Испания» подразумевается министерство здравоохранения Испании) [Там же], метафора «*el misterio epidemiológico*» – «эпидемиологическая загадка» [Salas, 2022]. Испания не принимала участие в гонке вакцин, в отличие от США, Германии, Китая и России. Система здравоохранения Испании в настоящее время нуждается в модернизации. Нехватка медицинских работников и высокая смертность – одни из ключевых проблем в Испании.

Проанализировав вербальные средства создания образа России как в испаноязычных, так и в англоязычных СМИ, мы разделили их условно на лексико-фразеологический, грамматический уровни и стилистический аспект, выделили сходства и различия. Полученные результаты представлены в Таблице 6.

Таблица 6 – Вербальные средства создания образа современного государства в американском, британском и испанском медиадискурсе (за период с 2020 по 2022 год)

Вербальные средства выразительности	Американские медиатексты (%)	Британские медиатексты (%)	Испанские медиатексты (%)
<i>1. Лексико-фразеологический уровень</i>	50,7	46,6	46,4
эмоционально-окрашенная лексика	13,8	12,7	11,8
политическая лексика	10	8,1	8,4
военные термины	9,9	10,6	9,9
экономические термины	6,3	3,9	4
жаргонизмы (сниженная лексика)	3	3,2	3,3
синонимы	2,9	2	3,3
антонимы	1,3	1,4	1,1
фразеологизмы	1,3	1,7	2,1
неологизмы	0,8	0,8	0,7
пейоративная и обценная лексика	0,7	0,8	0,7
лексические повторы	0,7	1	0,8
разговорные фразеологизмы	0,3	0,2	0,1

Вербальные средства выразительности	Американские медиатексты (%)	Британские медиатексты (%)	Испанские медиатексты (%)
иноязычная лексика	0,1	0,2	0,2
<i>2. Грамматический уровень</i>	22,7	25,8	21,1
пассивный залог	6,6	7,7	7,5
префиксы	3	3,3	1,2
притяжательный падеж	2,8	3,2	–
вводные слова	2,5	4,6	3,6
риторические вопросы	2,5	2,1	2,4
степени сравнения прилагательных	2	2,1	3,6
модальные глаголы	2	1,6	2
восклицательные предложения	1,1	1,2	0,8
<i>3. Стилистический аспект</i>	26,6	27,6	32,5
отрицательно-окрашенные оценочные эпитеты	7	8	9
положительно-окрашенные оценочные эпитеты	3,3	3,6	3,3
отрицательно-окрашенные оценочные метафоры	2,6	2,8	3,5
ирония	1,4	0,3	3,3
положительно-окрашенные оценочные метафоры	1,1	1,4	1,1
сравнения	2,8	3	3,9
метонимия	2	2,1	0,9
антитеза	1,3	1,2	1,1
персонификация	1	0,9	1
синекдоха	0,8	0,9	0,6
перифраза	0,7	0,5	0,3
эвфемизмы	0,6	0,8	1,3
дисфемизмы	0,5	0,4	0,3
гипербола	0,4	1	1,2
градация	0,4	0,1	0,1
оксюморон	0,3	0,3	0,2
каламбур	0,2	0,1	0,1
сарказм	0,2	0,2	1,3
<i>Итого:</i>	100	100	100

Резюмируя представленную таблицу, можно сделать следующие выводы. В американских СМИ использование вербальных средств в создании образа современного государства в процентном соотношении выглядит следующим образом: на лексико-фразеологическом уровне – 50,7%, на грамматическом уровне – 22,7%, в стилистическом аспекте – 26,6%. В британских СМИ использование вербальных средств в создании образа современной России в процентном соотношении выглядит следующим образом: на лексико-фразеологическом уровне – 46,6%, на грамматическом уровне – 25,8%, в стилистическом аспекте – 27,6%. В испанских СМИ использование вербальных средств в создании образа современного государства в процентном соотношении выглядит следующим образом: на лексико-фразеологическом уровне – 46,4%, на грамматическом уровне – 21,1%, в стилистическом аспекте – 32,5%.

Приведенные нами выше данные позволяют определить, что ведущую роль в медиатрансляции образа государства играют лексико-фразеологические средства выразительности (50,7%, 46,6% и 46,4%). Реже всего встречаются грамматические средства выразительности (22,7%, 25,8% и 21,1%). Что касается вербальных средств в стилистическом аспекте, то мы наблюдаем большую частотность в британских СМИ (27,6%) и испанских СМИ (32,5%) чем в американских (26,6%).

Итоговые результаты по тематическим доминантам в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19» представлены для наглядности в таблице 7 в Приложении.

Выводы к четвертой главе

1. Американские и британские СМИ «не доверяют» российскому правительству и ищут во всех предпринятых Кремлем действиях подвох. Они иронично относятся к желанию России первой создать вакцину и называют данное явление «*вакцинным национализмом*». В то же время испанские СМИ не

пишут о России в контексте создания вакцины, но активно обсуждают проблемы в области здравоохранения и заниженные цифры по смертности от вируса.

2. Эпидемия коронавируса негативно влияет на настроения граждан России, США, Великобритании и Испании. В статьях превалирует лексика с отрицательной коннотацией, доминируют эпитеты и метафоры. В британских и американских статьях о России журналисты в большей степени используют грубую лексику, а испанские СМИ слова с негативной коннотацией зачастую заменяют синонимами с положительной коннотацией. Реже встречаются неологизмы и просторечия, чаще – общеполитическая лексика.

3. В американских и британских статьях, освещающих проблемы в области здравоохранения, преобладает лексика с отрицательной коннотацией, используются риторические вопросы, на которые журналисты не дают прямого ответа, их цель – вызвать реакцию у адресатов информации, найти поддержку в лице читателей. Доминируют политические метафоры. В британских и американских статьях о США и Великобритании рассматриваемого временного периода журналисты преимущественно применяют грубую лексику и просторечия, в особенности при рассмотрении образа президента Дональда Трампа и премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона.

4. Испанские журналисты, транслируя образ Испании на фоне пандемии COVID-19, используют медицинские термины, метафоры перифразы, синекдоху, в меньшей степени – суперлативы, в большей степени – оценочные эпитеты и метафоры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное сопоставительное исследование доказывает выдвинутую нами гипотезу о том, что образ государства – это формирующееся стихийно в медиaprостранстве, напрямую зависящее от актуальной повестки дня, подверженное постоянным изменениям явление, основанное на эмоциональных и рациональных представлениях реципиентов. Была достигнута цель исследования и решены все поставленные задачи. Установлено, что идеология СМИ играет одну из основополагающих ролей в формировании образа государства.

Проведен анализ специальной научной литературы с целью изучения особенностей современного американского, британского и испанского политического медиадискурса.

Приведены уточняющие определения понятий «образ государства», «медиаобраз государства», «имидж государства», дана сопоставительная характеристика понятий «государство» и «страна». Под термином «образом» (вслед за И. В. Сидорской) мы понимаем «продукт стихийно сложившегося восприятия, к которому не применялись целенаправленные усилия того или иного объекта», в то время как имидж представляется нам искусственно созданным и целенаправленно сформированным.

Анализ научных работ, посвященных изучению понятий «имидж» и «образ», позволяет сделать следующие выводы: понятия «образ» и «имидж» имеют разный смысловой потенциал. Для понятия «образ» характерно описание внутренних характеристик объекта отражения, а понятие «имидж» ориентировано на внешние, социальные характеристики. Зачастую в научных статьях понятия «образ» и «имидж» используются как синонимы или «имидж» рассматривается как часть «образа».

Вслед за профессором О. В. Мартышиным мы определяем государство как «объединение людей, проживающих на определенной территории и

подчиняющихся единому правительству, обладающему суверенной властью». Важными характеристиками государства являются: неотделимость от политической власти, наличие четкой структурной организации, наличие нормативно-правовых актов.

Рассматривая внешний и внутренний образы современных США, мы делаем вывод, что восприятие государства американцами и иностранными гражданами различно. Внутри страны складывается негативное мнение, с учетом ухудшения экономического положения в стране и роста общественного недовольства. Внешний образ США представляется нам нейтральным.

Внешний образ Испании мы также определяем как нейтральный. Контент-анализ новостных статей показал, что американские газеты характеризуют материальную и военную помощь Украине как гуманитарную помощь. Большинство статей, которые были выбраны нами для анализа, освещают образ Испании как части Европейского союза. Большое количество статей посвящено туризму в Испании. Внутри страны мнение граждан неоднозначно, что свидетельствует о том, что образ государства напрямую зависит от событий, происходящих как вне, так и внутри страны.

Внешний образ России представляется нам негативным с точки зрения восприятия гражданами других государств. Внутренний образ России выступает как неоднозначный, сложный для анализа. Пандемия COVID-19 и специальная военная операция на Украине способствовали разделению граждан на два лагеря с кардинально противоположными взглядами на сложившуюся в мире ситуацию.

Внутренний образ Великобритании сочетает в себе положительное отношение к королеве Великобритании Елизавете II и ее деятельности и крайне отрицательное отношение к представителям парламента. В большей степени критике подвергаются премьер-министры Великобритании.

Выявлена вербальная специфика медиатрансляции образа государства в американских, британских и испанских массмедиа, а также установлены сходства

и различия в эксплуатации вербальных особенностей медиатрансляции государства в американских, британских и испанских медиатекстах.

В диссертации проведено сопоставительное исследование вербальной специфики образа государства в современной прессе США, Великобритании и Испании в трех медиасобытийных аспектах: «внешняя политика», «внутренняя политика» и «пандемия COVID-19».

Сопоставительный анализ вербальной специфики образа государства в современной прессе США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внешняя политика» дал следующие результаты. Фреймы СМИ, связанные с Россией, остаются неизменными на протяжении последних трех лет. В статьях американских, британских и испанских СМИ, освещающих образ России в медиасобытийном аспекте «внешняя политика», преобладает семантическая доминанта «агрессия». В статьях американских, британских и испанских СМИ о России превалирует военная и экономическая лексика, пейоративные метафоры и эпитеты с эмоциональным и оценочным компонентами. Все статьи о спецоперации России на Украине сопровождаются фотографиями с мест боевых действий, отсутствует цензура. Рассматриваемые нами издания открыто демонстрируют агрессию и осуждение по отношению к правительству России и его действиям. Обвинения выражаются эксплицитно. При этом в статьях рассматриваемых нами изданий не приведены достоверные факты, которые подтверждали бы справедливость упреков в отношении России.

В результате исследования эмпирического материала на основе текстов статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских газет «The Times», «The Guardian» и испанских газет «El País», «El Mundo» за период с 2020 по 2022 год были сделаны выводы, что в исследуемых медиатекстах преобладает военная тематика. Тематические доминанты «война», «специальная операция», «вторжение», «оружие» и «ядерное оружие», «войско» и «армия» являются самыми часто транслируемыми в американской, британской и испанской прессе. Приобретает популярность термин «мобилизация» и, как

следствие, «протесты», которые она спровоцировала. Термин «иностранный агент» появился в российском законодательстве десять лет назад, но только в 2022 году приобрел новый смысл. Восприятие терминов «иностранный агент» и «иностранное влияние» в России и за рубежом остается негативным. Упоминания частной военной компании (ЧВК) «Вагнер» и ее лидера Евгения Пригожина часто встречаются как в американской и британской, так и в испанской прессе.

Военно-политические отношения между Россией и Великобританией, Россией и США достигли своего апогея. Звучат угрозы применения ядерного оружия, речи дипломатов переполнены агрессией, жесткими заявлениями. Политические деятели и журналисты позволяют себе использовать сниженную лексику, разговорный язык.

Набирают популярность термины «кибератака» и «кибервойна». Борьба за лидерство в цифровом пространстве становится одной из ключевых целей США.

Сопоставительный анализ вербальной специфики образа государства в современной прессе США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» показал, что американские, британские и испанские СМИ активно освещают события, связанные с образом России, в дихотомии «оппозиция – власть». Наибольшее количество статей посвящено Алексею Навальному, а именно его отравлению в августе 2020 года и заключению под стражу. Превалируют оценочные и эмоциональные коннотации, которые создают образ власти и оппозиции. В американских, британских и испанских медиатекстах доминирует отрицательная оценочная лексика и негативные эмоции, широко используются эпитеты и политические метафоры. Испанские СМИ стараются избегать авторской оценки и обращаются к цитированию представителей оппозиционных партий и независимых журналистов.

Вторая по популярности тематическая доминанта – это «образ политических заключенных». Зачастую такие статьи журналисты посвящают своим коллегам, которые по причине несогласия с действующей политикой государства вынуждены отбывать наказание. В таких медиатекстах превалируют

пейоративная лексика, разговорная лексика, оценочные эпитеты и оценочные метафоры, способствующие созданию дихотомии «портрет представителя оппозиции – портрет представителя власти».

В американской и британской прессе при упоминании президента России Владимира Путина функционируют номинации, указывающие на лицо и на статус. В своих статьях авторы используют общеязыковые эпитеты, часто демонстрирующие негативную оценку власти. В статьях СМИ часто встречаются примеры деперсонификации, выраженные метонимическими переносами. Журналисты испанских СМИ используют иронию и сарказм в медиатекстах, посвященных образу российской власти.

Опираясь на классификацию В. Н. Суздальцевой, мы обнаружили во всех выбранных нами медиатекстах, транслирующих образ России в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика», слова, обозначающие оппозицию в целом и ее отдельных представителей; слова, обозначающие действия оппозиции; лексику, характеризующую результаты деятельности оппозиции; оценочную лексику; лексику, характеризующую ответную реакцию людей на деятельность правительства.

Нами были рассмотрены когнитивные и прагматические реакции на слова-стимулы «правительство» и «оппозиция». Так, «правительство» ассоциируется у людей одновременно с правящей элитой, Кремлем и несправедливостью, а оппозиция – с политическим движением, несовместимостью с действующим режимом, с протестами и арестами.

Американские, британские и испанские СМИ не публикуют статьи, напрямую посвященные образу США, но это отношение формируется через образы президентов, представителей государственной власти и через события, происходящие внутри страны и за ее пределами, и, как следствие, через реакцию на них. Американские СМИ демонстрируют свое отношение к экономической ситуации, используя обсценную лексику, оценочные эпитеты, суперлативы. Описание текущего экономического состояния граждан США сопровождается

метафорами с отрицательной коннотацией. Главной тематической доминантой в сфере экономики является «инфляция». Цитируя Дональда Трампа, американские и британские СМИ используют эмоционально-сниженную лексику, характерную для дискурса бывшего президента США. Характеризуя правление Дональда Трампа, американские и британские журналисты используют термин «трампизм», с помощью которого они акцентируют внимание на особенностях политического режима в США. Образ самого Трампа создается за счет использования оценочных эпитетов, обценной, сниженно-грубой и просторечной лексики, метафор и аллюзий.

Образ Великобритании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» создается на основе образов королевы Елизаветы II, премьер-министров и их деятельности, а также экономики государства. Самое большое количество статей о Елизавете II приходится на 2022 год. Заголовки американских, британских и испанских СМИ были посвящены уходу королевы из жизни. Образ монарха создается путем использования журналистами эвфемизмов, эпитетов, метафор. В текстах СМИ о Елизавете II широко используются цитаты. Антиэнтропийность создается путем использования в публикациях стилистических тропов с положительной коннотацией.

Недоверие граждан Великобритании и, как следствие, неодобрительное отношение СМИ к Борису Джонсону не могло не отразиться на медиасообщениях. В медиатекстах превалирует лексика с отрицательной коннотацией, используются ирония, сарказм, сравнения, оценочные эпитеты, множество цитат, подтверждающих предрасположенность Бориса Джонсона к лжи и целенаправленному преувеличению. Экономика Великобритании не является ключевой темой для освещения в американской, британской и испанской прессе.

Образ Испании в медиасобытийном аспекте «внутренняя политика» в большей степени транслируется через медиатексты о туризме, футболе, климатических изменениях и региональном сепаратизме.

Глобальное потепление представляет большую угрозу для климата Испании: страна перегревается, и процесс становится все более интенсивным. Эта проблема волнует жителей Испании, что отражается в статьях американских, британских и испанских массмедиа. Значимость проблемы климатических изменений, повлекших за собой увеличение смертности, отражена в медиасообщениях через метафоры, оценочные эпитеты, гиперболы и лексемы, обозначающие температурные признаки. Метафоры, эпитеты и гиперболы в статьях про климатический кризис журналисты используют с целью воздействия на адресата.

В ходе исследования мы выявили, что журналисты британских СМИ, освещая новости, связанные с чемпионатом мира по футболу, чаще всего обращаются к метафоре, которая служит не только для усиления образности речи, но и является способом манипуляции сознанием читателя.

Пейоративная лексика, выражающая негативную оценку деятельности правительства Испании, отражает отношение части населения Испании к введенным мерам.

Сопоставительный анализ вербальной специфики образа государства в современной прессе США, Великобритании и Испании в медиасобытийном аспекте «пандемия COVID-19» привел к следующим выводам. Период борьбы с пандемией коронавируса ассоциируется у журналистов с «ведением боевых действий» с целью уничтожения «противника» (вирус). В американских, британских и испанских СМИ за 2020 год появилось множество связанных с медициной неологизмов, метафор. Основными метафорическими моделями являются «бой», «борьба», «битва», «война» и «гонка». Конкуренция России, США и Великобритании за возможность первыми создать вакцину СМИ характеризуют как «гонку».

Американские и британские СМИ «не доверяют» российскому правительству и ищут во всех предпринятых Кремлем действиях подвох. Они иронично относятся к желанию России первой создать вакцину и называют

данное явление «*вакцинным национализмом*». В то же время испанские СМИ не пишут о России в контексте создания вакцины, но активно обсуждают проблемы в области здравоохранения и заниженные цифры по смертности от вируса. В британских СМИ более 64% статей посвящено выходу России из режима самоизоляции.

По мнению испанских и британских СМИ, эпидемия коронавируса негативно влияет на настроения граждан России, США, Великобритании и Испании. В статьях превалирует лексика с отрицательной коннотацией, доминируют эпитеты и метафоры. В британских и американских статьях о России журналисты в большей степени используют грубую лексику, а испанские СМИ слова с негативной коннотацией зачастую заменяют синонимами с положительной коннотацией. Реже встречаются неологизмы и просторечия, чаще – общеполитическая лексика.

Американская пресса также не выражает доверие своему правительству и президенту в его главе, зачастую освещая проблемы в области здравоохранения и акцентируя внимание на огромных потерях, которые эпидемия коронавируса принесла США. В американских и британских статьях, освещающих проблемы в области здравоохранения, преобладает лексика с отрицательной коннотацией, используются риторические вопросы, на которые журналисты не дают прямого ответа, их цель – вызвать реакцию у адресатов информации, найти поддержку в лице читателей. В текстах доминируют политические метафоры. В британских и американских статьях о США и Великобритании рассматриваемого временного периода журналисты применяют грубую лексику и просторечие, в особенности при рассмотрении образа президента Дональда Трампа и премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона.

Испанские журналисты, транслируя образ Испании на фоне пандемии COVID-19, используют медицинские термины, метафоры перифразы, синекдоху, в меньшей степени – суперлативы, в большей степени – оценочные эпитеты и метафоры.

Испания не принимала участие в «гонке вакцин», в отличие от США, Германии, Китая и России. Система здравоохранения Испании нуждается в модернизации, нехватка медицинских работников и высокая смертность – одни из ключевых проблем в Испании.

Транслируя образ Испании в период пандемии COVID-19, освещая способы борьбы правительства Испании с вирусом и нагрузками на систему здравоохранения, американские и британские журналисты используют театральную лексику как источник метафоризации, критикуя политиков Испании и обвиняя их в неискренности по отношению к своим гражданам. Встречаются случаи использования каламбура с целью выделения наиболее важной части высказывания. Американские и британские СМИ прибегают к методу стереотипизации, акцентируя внимание на неспособности испанцев сохранять дистанцию, что не может не влиять на увеличение числа зараженных.

В процессе изучения эмпирического материала на основе корпуса статей из американских газет «The New York Times», «The Washington Post», британских «The Guardian» и «The Times» и испанских «El País» и «El Mundo» за период с 2020 по 2022 год было установлено, что в американских СМИ использование вербальных средств в создании образа современного государства в процентном соотношении выглядит следующим образом: на лексико-фразеологическом уровне – 50,7%, на грамматическом уровне – 22,7%, стилистический аспект – 26,6%. В британских СМИ использование вербальных средств в создании образа современного государства в процентном соотношении выглядит следующим образом: на лексико-фразеологическом уровне – 46,6%, на грамматическом уровне – 25,8%, стилистический аспект – 27,6%. В испанских СМИ использование вербальных средств в создании образа современного государства в процентном соотношении выглядит следующим образом: на лексико-фразеологическом уровне – 46,4%, на грамматическом уровне – 21,1%, стилистический аспект – 32,5%. Приведенные выше данные позволяют определить, что ведущую роль в медиатрансляции образа государства играют лексико-фразеологические средства

выразительности (50,7%, 46,6% и 46,4%). Реже всего встречаются грамматические средства выразительности (22,7%, 25,8% и 21,1%). Что касается вербальных средств стилистического аспекта, то мы наблюдаем их бóльшую частотность в британских СМИ (27,6%) и в испанских СМИ (32,5%) чем в американских (26,6%).

Данное исследование открывает широкие перспективы разработки заявленной проблематики. Так, представляется плодотворным дальнейшее изучение вербальных особенностей медиатрансляции образа государства в других медиасобытийных аспектах в сопоставительном ракурсе. Значимым видится изучение невербальной специфики медиатрансляции образа государства (на примере России, США, Великобритании и Испании) в русском, американском, британском и испанском медиадискурсе в сопоставлении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авидзба, А. В. Медиадискурс как составляющая информационного пространства / А. В. Авидзба. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2016. – № 1(21). – С. 35-40.
2. Алексеев, А. Я. Сопоставительная стилистика : учебное пособие / А. Я. Алексеев. – Днепропетровск : НГУ, 2012. – 471 с. – ISBN 978-966-350-347-9. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/48402492.pdf> (дата обращения: 14.02.2020). – Текст : электронный.
3. Ахиджакова, М. П. Концептуальные формы мысли лингвокультурного мира / М. П. Ахиджакова, А. Н. Абрегов // Когнитивная парадигма ментальности в пространстве : кол. монография / отв. ред. У. М. Панеш, М. П. Ахиджакова. – Майкоп : АГУ, 2015. – С. 6–14.
4. Басовская, Е. Н. Медиастилистика, интернет-стилистика, постстилистика: о новых подходах к языку СМИ / Е. Н. Басовская. – Текст : электронный // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 2020. – № 6. – С. 124–136. – DOI 10.28995/2686-7249-2020-6-124-136. – URL: <https://history.rsuh.ru/jour/article/view/888/825> (дата обращения: 20.06.2022).
5. Белл, Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл. – Текст : электронный // Новая технократическая волна на Западе; сокращенный перевод Ю. В. Никуличева; под редакцией П. С. Гуревича. – Москва : Прогресс, 1988. – С. 330–342. URL: <https://textarchive.ru/c-2476338.html> (дата обращения: 10.04.2022).
6. Белова, К. А. Особенности развития сепаратизма в Испании после падения диктатуры Ф. Франко (Страна Басков, Каталония, Галисия) : специальность 07.00.03 «Всеобщая история (новая и новейшая история)»:

автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата исторических наук / Белова Кира Андреевна. – Москва, 2004. – 24 с. – Текст : непосредственный.

7. Белоус, Н. А. Конфликтный дискурс в коммуникативном пространстве: семантические и прагматические аспекты : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Белоус Наталья Анатольевна. – Краснодар, 2008а. – 41 с. – Текст : непосредственный.

8. Белоус, Н. А. Функциональные особенности конфликтного дискурса / Н. А. Белоус. – Текст : непосредственный // Журнал Московского гуманитарного университета. Знание. Понимание. Умение. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – № 4. – 2008б. – С. 152–157.

9. Бижоев, Б. Ч. Об уровнях языковой системы / Б. Ч. Бижоев // Армия и общество. – 2014. – Вып. № 6 (43). – С. 69–74.

10. Бирюкова, Е. В. О тенденциях развития современного сравнительно-исторического, типологического, сопоставительного языкознания / Е. В. Бирюкова, Л. Г. Попова. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 11(53). – Ч. III. – С. 40–43.

11. Бобровская, Г. В. Газетный дискурс в проблемном поле коммуникативно-прагматической лингвистики / Г. В. Бобровская. – Текст : электронный // Электронный научно-образовательный журнал ВГПУ «Грани познания». – 2011. – С. 1–4. – URL: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1325146149.pdf> (дата обращения: 05.06.2021).

12. Борботько, В. Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике : учебное пособие / В. Г. Борботько. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2009. – 288 с. – ISBN 978-5-397-06748-5. – Текст : непосредственный.

13. Бошно, С. В. Юриспруденция: презентация учебника «Государство» / С. В. Бошно. – Текст : непосредственный // Право и современные государства. – 2013. – С. 64–79.

14. Вакурова, Н. В. Миссия журналистики как социально-психологический феномен / Н. В. Вакурова. – Текст : непосредственный // Вестник ГУУ. – 2012. – № 9(1). – С. 250–255.

15. Викулова, Л. Г. Коммуникация. Теория и практика : учебник / Л. Г. Викулова, М. Р. Желтухина, С. А. Герасимова, И. В. Макарова. – Москва : ВКН, 2020. – 336 с. – Текст : непосредственный.

16. Витвинчук, В. В. Социальная миссия журналистики: эволюция методов творческой деятельности : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Витвинчук Владимир Валерьевич. – Екатеринбург, 2013. – 23 с. – Текст : непосредственный.

17. Галинская, Т. Г. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Г. Галинская. – Текст : непосредственный // Вестник ОГУ. – 2013. – № 11(160). – С. 91–94.

18. Григорян, С. В. Современный медиаобраз России на отечественном телевидении : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Григорян Светлана Валерьевна. – Москва, 2016. – 18 с. – Текст : непосредственный.

19. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели / Т. Э. Гринберг. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2008. – № 2. – URL: <http://mediascope.ru/образ-страны-или-имидж-государства-поиск-конструктивной-модели> (дата обращения: 23.02.2021).

20. Демина, И. Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И. Н. Демина. – Текст : непосредственный // Медиаэкономика. – 2013. – № 1. – С. 172–181.

21. Дерябина, Е. С. Историография политической оппозиции в условиях переходных общественных процессов / Е. С. Дерябина. – Текст :

непосредственный // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2017. – № 3(2). – С. 105–118.

22. Джандар, Б. М. К проблеме функционирования личных имен в художественном тексте / Б. М. Джандар, А. Д. Лоова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2 : Филология и искусствоведение. – 2012. – № 3 (105). – С. 97 – 102. – Текст : непосредственный.

23. Дзялошинский, И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям : учебное пособие для вузов / И. М. Дзялошинский. – Москва : Престиж, 2006. – 104 с. – ISBN 5–98169–007–0. – Текст : непосредственный.

24. Добринская, Д. Е. Киберпространство: территория современной жизни / Д. Е. Добринская. – Текст : электронный // Вестник Московского университета. – 2018. – С. 52–70. – URL: <https://vestnik.socio.msu.ru/-jour/article/view/363/268> (дата обращения: 12.03.2021).

25. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления : монография / Т. Г. Добросклонская. – Москва : Издательские решения, 2020. – 180 с. – ISBN 978-5-4498-5057-7. – Текст : непосредственный.

26. Добросклонская, Т. Г. Опыт исследования современной английской медиаречи : монография / Т. Г. Добросклонская. – Москва : УРСС, 2020. – 286 с. – ISBN 978-5-396-00969-1. – Текст : непосредственный.

27. Дускаева, Л. Р. Медиалингвистика в России: становление структуры и векторы развития / Л. Р. Дускаева. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Журналистика. – 2018. – С. 48–74.

28. Дускаева, Л. Р. Грамматика речевых действий в медиалингвистике : монография / Л. Р. Дускаева. – Москва : Флинта, 2019а. – 152 с. – ISBN 978-5-9765-4396-6. – Текст : непосредственный.

29. Дускаева, Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике : монография / Л. Р. Дускаева. – Москва : Флинта, 2019б. – 340 с. – ISBN 978-5-9765-4323-2. – Текст : непосредственный.

30. Ершов, Ю. М. Идеология общественного служения в журналистике / Ю. М. Ершов. – Текст : непосредственный // Вестник Новосибирского государственного университета. – 2015. – № 6(14). – С. 68–73.

31. Желтухина, М. Р. Американская и британская вербальная специфика медиатрансляции образа государства: Россия в медиасобытийном аспекте «Внешняя политика» / М. Р. Желтухина, Д. В. Парамонова. – Текст: непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2022. – № 7(465). – С. 92–102.

32. Желтухина, М. Р. Лингвокультурные медиа особенности имиджа государства в эпоху коронавируса / М. Р. Желтухина, Д. В. Парамонова. – Текст : непосредственный // Cross-Cultural Studies: Education and Science. – 2020. – № 3(5). – С. 67–79.

33. Желтухина, М. Р. Образ России в эпоху коронавируса: вербальная американская, британская и испанская медиатрансляция / М. Р. Желтухина, Д. В. Парамонова. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № 3. – С. 22–32.

34. Желтухина, М. Р. Типы заголовков испанских и английских медиасообщений как индикаторы направленности формирования образа России в сознании адресата / М. Р. Желтухина, Д. В. Парамонова. – Текст : непосредственный // Филология в контексте коммуникации и современной культуры: материалы Международного филологического конгресса / ответственный редактор С. С. Бычков. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т., 2020. – № 2. – С. 61 – 69.

35. Желтухина, М. Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие – восприятие – интерпретация / М. Р. Желтухина. – Текст : непосредственный // Язык, сознание, коммуникация. – 2003. – Вып. 23. – С. 38–51.

36. Желтухина, М. Р. Политическое сознание и суггестивность / М. Р. Желтухина. – Текст : непосредственный // PR-технологии в информационном обществе : материалы IV Всероссийской научно-практической

конференции (Санкт-Петербург, 30–31 марта 2007 г.). – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГПУ, 2007. – С. 304–314.

37. Желтухина, М. Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия / М. Р. Желтухина. – Текст : непосредственный // Верхневолжский филологический вестник. – 2016. – № 4. – С. 154–159.

38. Желтухина, М. Р. Эмоциогенность современных медиатекстов / М. Р. Желтухина, А. Д. Гавриш. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2018. – № 4(32). – С. 120–125.

39. Журналистская работа канала Алексея Пивоварова «Новая реальность глазами регионов» 28.04.2022. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Umb9rQitg28> (дата обращения: 29.04.2022). – Текст : электронный.

40. Зиньковская, А. В. Национально-культурное своеобразие фразеологических единиц с именами собственными в современном английском языке / А. В. Зиньковская, И. Ф. Андрисян. – Текст : непосредственный // Балтийский гуманитарный журнал. – 2017. – № 4(21). – С. 91 – 93.

41. Какорина, Е. В. СМИ и интернет-коммуникация / Е. В. Какорина. – Текст : непосредственный // Язык современной публицистики. – М.: Флинта, 2005. – С. 67–98.

42. Калягин, Б. А. Характерные черты современной прессы США / Б. А. Калягин. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. – 2012. – № 3(10). – С. 116–130.

43. Карасик, В. И. Языковое проявление личности / В. И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2014. – 450 с. – Текст : непосредственный.

44. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. – Текст : непосредственный.

45. Карасик, В. И. Манипуляция как объект семантического анализа / В. И. Карасик. – Текст : непосредственный // Язык и культура в эпоху

глобализации : сборник научных трудов / под редакцией Е. В. Белоглазова, И. В. Кононова, Н. А. Алексеева и др. – Санкт-Петербург : СПбГЭУ, 2015. – Ч. 1. – С. 195–200.

46. Каримова, К. Р. Речевые модели и стратегии медиадискурса / К. Р. Каримова. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019б. – С. 138–144.

47. Каримова, К. Р. Понятия «образ» и «имидж» в практике СМИ и научных исследованиях / К. Р. Каримова. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019а. – № 4(34). – С. 138–144.

48. Катермина, В. В. Лингвопрагматика комментариев пользователей в политическом интернет-дискурсе : монография / В. В. Катермина, Б. Г. Вульфович. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2022. – 170 с. – ISBN 978-5-8209-2044-8. – Текст : непосредственный.

49. Киричек, П. Н. Новое в трактовке журналистики и ее миссии / П. Н. Киричек. – Текст : непосредственный // Журналистика. – 2019. – С. 40–43.

50. Клушина, Н. И. Коммуникативная стилистика публицистического текста / Н. И. Клушина. – Текст : непосредственный // Мир русского слова. – 2008. – № 4. – С. 67–70.

51. Клушина, Н. И. Медиастилистика и ее место в современной филологической науке / Н. И. Клушина. – Текст : непосредственный // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2019. – С. 35–38.

52. Клушина, Н. И. Стратегия именования в воздействующей речи / Н. И. Клушина. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. – 2006. – № 5(10). – С. 49–65.

53. Клюева, Л. Б. Зеркало и его семиотические модификации в культуре / Л. Б. Клюева. – Текст : непосредственный // Вестник ВГИК. – 2012. – № 11. – С. 16–32.

54. Ковалев, И. Г. Британо-российские отношения на современном этапе (2000–2020 г.). – Текст : непосредственный // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2020. – № 4(64). – С. 26–36.

55. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : от 30.12.2001 № 195-ФЗ. – Текст : электронный // *Собрание законодательства РФ*. – 2001. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 12.03.2021).

56. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин. – Текст : непосредственный // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. – 2010. – № 12(83). – С. 13-21.

57. Кокорев, В. Г. Соотношение понятий «терроризм» и «экстремизм» / В. Г. Кокорев. – Текст : непосредственный // *Социально-экономические явления и процессы*. – 2013. – № 1(047). – С. 239-244.

58. Коновалова, Н. А. Внешняя политика России в рамках современной международной системы / Н. А. Коновалова. – Текст : непосредственный // *РСМ*. – 2018. – № 1(98). – С. 126-138.

59. Косарев, С. И. «The Times» и ее роль в жизни Англии во второй половине XIX века / С. И. Косарев. – Текст : непосредственный // *Вестник БГУ*. – 2012. – № 2(2). – С. 118–121.

60. Кригер, Е. И. Американские печатные издания как фактор политического и лингвокультурного влияния / Е. И. Кригер. – Текст : электронный // *Филологический аспект: международный научно-практический журнал*. – 2021. – № 1(69). – С. 105–117. – URL: <https://scipress.ru/philology/articles/amerikanskie-pechatnye-izdaniya-kak-faktor-politicheskogo-i-lingvokulturnogo-vliyaniya.html> (дата обращения: 23.01.2021).

61. Кубракова, Е. А. Категория «образ» в междисциплинарном аспекте / Е. А. Кубракова. – Текст : непосредственный // *Перевод и сопоставительная лингвистика*. – 2016. – № 12. – С. 70–74.

62. Куек, Ф. А. Языковые средства газетного дискурса: лексико-семантический и прагматический аспекты : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Куек Фатима Анатольевна. – Краснодар, 2005. – 16 с. – Текст : непосредственный.

63. Кузьменко, Е. С. Структура международной повестки в «The Guardian» / Е. С. Кузьменко, Г. Л. Акопов. – Текст : непосредственный // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 3(82). – С. 454–458.

64. Ларионова, Т. Г. Механизм преобразования дискурсивного пространства вследствие речевого конфликта / Т. Г. Ларионова. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – № 3(13). – С. 220–225.

65. Лингвистика речи. Медиастилистика: коллективная монография / Г. Я. Солганик, Н. И. Клушина, В. В. Славкин [и др.]. – Москва : Флинта, 2013. – 528 с. – ISBN 978-5-9765-1466-9. – Текст : непосредственный.

66. Лучинская, Е. Н. Интертекстуальность в общественно-политическом журнале / Е. Н. Лучинская, Б. С. Кабаньян. – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2012. – 4 (107). – С. 206–211.

67. Макерова, С. Р. Грамматика текста – грамматика дискурса / С. Р. Макерова. – Текст : непосредственный // Филология и лингвистика. – 2013. – № 6 (22). – С. 184-188.

68. Манойло, А. В. Информационная война и новая политическая реальность / А. В. Манойло. – Текст : электронный // Вестник Московского государственного областного университета. – 2021. – № 1. – С. 100–132. – URL: https://www.evestnik-mgou.ru/jour/article/view/95?locale=ru_RU (дата обращения: 12.09.2021).

69. Мансуров, Т. З. Конфликтология международных отношений : конспект лекций / Т. З. Мансуров. – Казань, 2014. – 123 с. – Текст : электронный. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197368766.pdf> (дата обращения: 12.03.2021).

70. Мартышин, О. В. К истории формирования понятия «государство» / О. В. Мартышин. – Текст : непосредственный // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). – 2018. – № 4. – С. 37–48.

71. Марущак, А. В. Политико-социальный образ России в американском медиaprостранстве / А. В. Марущак. – Текст : непосредственный // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 93–96.

72. Мединский, В. Р. Война. Мифы СССР 1939–1945 / В. Р. Мединский. – Москва : Эксмо, 2022. – 720 с. – Текст : непосредственный.

73. Митягина, В. А. Интернет-комментарий как коммуникативное действие / В. А. Митягина. – Текст : непосредственный // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвузовский сборник научных трудов / Отв. ред. А. Г. Пастухов. – Выпуск 10. – Орел : ФГБОУ ВПО «ОГИИК», 2012. – С. 188–197.

74. Музыкантский, А. И. Манихейство и гностицизм: культурные коды русской цивилизации / А. И. Музыкантский, И. Г. Яковенко. – Москва : Русский путь, 2011. – 320 с. – Текст : непосредственный.

75. Нечай, Ю. П. Эмотивность и эмоциогенность языка. Механизмы экспликации и концептуализации / Ю. П. Нечай, Л. Ю. Буянова. – Москва : Флинта, 2016. – 232 с. – Текст : непосредственный.

76. Никонова, Е. А. Жанр «аналитическая статья» (на примерах текстов качественной прессы) / Е. А. Никонова. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – № 2. – С. 43–47.

77. Ним, Е. Г. «Медиасобытия»: теория, конца которой нет? / Е. Г. Ним. – Текст : электронный // Социологический журнал. 2019. – № 4. – С. 28–37. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediasobytiya-teoriya-kontsa-kotoroy-net> (дата обращения: 10.05.2021).

78. Нисневич, Ю. А. Современный авторитаризм и политическая идеология / Ю. А. Нисневич. – Текст : непосредственный // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 4. – С. 162–181.

79. Новгородова, А. И. The New York Times: уникальный опыт семейного бизнеса / А. И. Новгородова. – Текст : электронный // Медиа Альманах. – 2020. – № 2-3. – С. 97 – 98. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-new-york-times-unikalnyu-opyt-semeynogo-biznesa> (дата обращения: 12.03.2021).

80. Олейников, А. С. Приемы формирования медиаобраза России в современных испанских газетах «El Pais» и «El Mundo» / А. С. Олейников. – Текст : электронный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8. № 1. – С. 195–205. – URL: [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(1\)](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(1)) (дата обращения: 17.05.2022).

81. Олейников, А. С. Стереотипизация и мифологизация образа России в современных испанских газетах / А. С. Олейников, В. А. Славина – Текст : электронный // Литературоведение, журналистика. – 2019. – № 2. – С. 273–282. – URL: <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2019-24-2-273-282> (дата обращения: 19.05.2022).

82. Островская, Т. А. Стандартный английский язык в эпоху глобализации: преимущества и проблемы / Т. А. Островская. – Текст : непосредственный // Вестник Вятского государственного университета. – 2014. – № 10. – С. 120-123.

83. Павлов, П. В. Создание образа врага через посты и репосты политических медиановостей в социальной сети Facebook: семантический и прагматический аспекты воздействия. – Текст : непосредственный // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2016.– № 4(108). – С. 90–97.

84. Павловская, О. Е. Стиль как прототипическая категория гуманитарных наук : системно-терминологический аспект : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 – Теория языка / Ольга Евгеньевна Павловская. – Краснодар, 2007. – 330 с. – Текст : непосредственный.

85. Пантеева, К. В. Понятия эксплицитности и имплицитности в контексте категории оценочности (на материале британского спортивного дискурса) / К. В. Пантеева. – Текст : электронный // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2020. – № 1(26). – С. 125–133. – DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-1-125-133> (дата обращения: 14.04.2022).

86. Парамонова, Д. В. Медиатрансляция образа России в дихотомии «власть–оппозиция» в американских, британских и испанских СМИ / Д. В. Парамонова, М. Р. Желтухина. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – № 4. – С. 147–162.

87. Парамонова, Д. В. Роль медиа в формировании актуальной картины мира (на примере американского, британского и испанского медиадискурса) / Д. В. Парамонова. – Текст : электронный // Наука в мегаполисе: Science in a Megapolis. – 2021б. – № 4(30). – URL: <https://mgpu-media.ru/issues/issue-30/literary-linguistics/role-media.html>. – Дата публикации: 20.05.2021. <https://doi.org/10.24411/2470-1262-2020-10092>.

88. Парамонова, Д. В. Аналитические и новостные статьи: американская, британская и испанская репрезентация образа государства в сопоставлении / Д. В. Парамонова. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2022. – № 3. – С. 142–153.

89. Парамонова, Д. В. Коронавирус и образ России: вербальная специфика медиатрансляции в испанских, британских и американских СМИ / Д. В. Парамонова. – Текст: непосредственный // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: материалы международной научно-практической конференции «Журналистика 2020» / составитель и ответственный редактор Е. Л. Вартанова. – Москва : МГУ, 2021. – С. 461–462.

90. Парамонова, Д. В. Медиатрансляция образа государства в сопоставительном аспекте «внутренняя политика» в американской, британской и испанской прессе (на примере США и Великобритании) / Д. В. Парамонова. –

Текст : электронный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2023. – №4 (130). – URL: research-journal.org/archive/4-130-2023-april/10.23670/IRJ.2023.130.101 (дата публикации: 17.04.2023). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.130.101>.

91. Перепеченов, А. В. Резюме и новостная статья: техника информативного свертывания / А. В. Перепеченов. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. – 2016. – № 3. – С. 39–46.

92. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики : учебник / А. Н. Баранов, О. В. Михайлова, Г. А. Сатаров, Е. А. Шипова. – Москва : Фонд ИНДЕМ, 2004. – 94 с. – ISBN 5-902204-09-7. – Текст : непосредственный.

93. Прохорова, К. В. Медиамаркеры общественного конфликта / К. В. Прохорова. – Текст : непосредственный // Международный научный журнал. – 2017. – № 1(16). – С. 84–96.

94. Ракитов, А. И. Философия компьютерной революции / А. И. Ракитов. – Москва : Политиздат, 1991. – 287 с. – ISBN 5-520-0/308-2. – Текст : непосредственный.

95. Савинова, О. Н. Миссия журналистики и журналистская профессия в современном трансформирующемся мире / О. Н. Савинова. – Текст : непосредственный // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2014. – № 2(2). – С. 478–480.

96. Салим, А. Особенности формирования имиджа Ирака в интернет-СМИ России: 2007–2012 гг. : специальность 10.01.10 «Журналистика» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Ахмед Салим. – Москва, 2015. – 195 с. – Текст : непосредственный.

97. Свитич, Л. Г. Миссия журналистики: поле понятий и терминов / Л. Г. Свитич. – Текст : непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 1. – С. 16–36.

98. Серебрякова, С. В. Социальная реклама как фрагмент медиа-рекламной картины мира / С. В. Серебрякова. – Текст : непосредственный // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2008. – № 5. – С. 25-30.

99. Сидорская, И. В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ / И. В. Сидорская. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики : материалы научного семинара (Псков, 15 мая 2015 г.) / редколлегия: Л. А. Капитанова, В. В. Фролов [и др.]. – Псков, 2015. – С. 64–84.

100. Синельникова, Л. Н. Коммуникативные модели оппозиционного политического дискурса / Л. Н. Синельникова. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2010. – № 1(31). – С. 34–38.

101. Солганик, Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) / Г. Я. Солганик // Язык современной публицистики. – Москва : Флинта, 2008. – 231 с. – Текст : непосредственный.

102. Солганик, Г. Я. Современная публицистическая картина мира / Г. Я. Солганик. – Текст : непосредственный // Публицистика и информация в современном мире. – Москва : МГУ, 2000. – С. 14–15.

103. Стрельцов, Б. В. Основы публицистики. Жанры / Б. В. Стрельцов. – Минск : Университетское издательство, 1990. – 239 с.

104. Суздальцева В. Н. Образ власти в современных российских СМИ / В. Н. Суздальцева. – Москва : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2017. – 252 с. – Текст : непосредственный.

105. Суходолов, А. П. Идеологическая функция журналистики / А. П. Суходолов. – Текст: непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 1. – С. 11–16.

106. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика / А. А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2009. – 352 с. – Текст : непосредственный.

107. Тошович, Б. Интернет-стилистика : научная монография / Б. Тошович. – Москва : Флинта, 2018. – 238 с. – ISBN 978-5-9765-2229-9. – Текст : непосредственный.

108. Триус, Л. И. Языковая репрезентация пандемии в социальных сетях государственных лидеров (на материале микроблога-Твиттер Дж. Байдена и Бориса Джонсона) / Л. И. Триус, Т. А. Ширяева. – Текст : непосредственный // Научная мысль Кавказа. – 2022. – № 2 (110). – С. 77-85.

109. Уракова, Ф. К. Анализ художественного текста как способ формирования дискурсивной и культурологической компетенций в обучении русскому языку как иностранному / Ф. К. Уракова, З. Р. Хачмафова – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3 : Педагогика и психология. – 2012. – № 2. – С. 148–153.

110. Хачмафова, З. Р. К проблеме национально-культурной специфики фразеологических единиц / З. Р. Хачмафова. – Текст : непосредственный // Международное сотрудничество в образовании: Материалы III междунар. конф. – СПб, 2002. – С. 119-120.

111. Хорольский, В. В. Медийность в текстах СМИ и понятие медийного модуля / В. В. Хорольский. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. – 2013а. – № 10. – С. 75–89.

112. Хорольский, В. В. «Событие» в журналистике и в теории массовой коммуникации: сходство и различия в подходах / В. В. Хорольский. – Текст : непосредственный // Вестник Новосибирского государственного университета. – 2013б. – № 12(10). – С. 23–29.

113. Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики : учебное пособие / Г. В. Чевозерова; Тольяттинский государственный университет. – Тольятти : Издательство ТГУ, 2013. – 266 с. – ISBN 978-5-8259-0724-6. – Текст : непосредственный.

114. Черевко, Т. С. Образ, стереотип, имидж – границы применения и модель взаимодействия / Т. С. Черевко. – Текст : непосредственный // Медиаальманах. – 2011. – № 6. – С. 6–13.

115. Черкасова, М. Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиапрактики / М. Н. Черкасова. – Текст : непосредственный // Научные ведомости. – 2010. – № 18(89). – С. 250–255.

116. Чернявская, Е. В. Дискурс власти и власть дискурса / Е. В. Чернявская. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – 136 с. – Текст : непосредственный.

117. Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии : монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Издательство Уральского государственного педагогического университета, 2013. – 176 с. – ISBN 978–5–7186–0504–4. – Текст : непосредственный.

118. Шаклеина, Т. А. Россия и США в современном мире / Т. А. Шаклеина. – Москва : Аспект-Пресс, 2012. – 272 с. – Текст : непосредственный.

119. Шалагина, Е. В. Имиджелогия: создание корпоративного имиджа : учебное пособие / Е. В. Шалагина; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2015. – 112 с. – ISBN 978–5–7186–0714–7. – Текст : непосредственный.

120. Шейгал, Е. И. Проблемы анализа политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Текст : непосредственный // Русский язык в современном обществе: функциональные и статусные характеристики : сборник обзоров / ответственные редакторы Е. О. Опарина, Е. А. Казак. – Москва : РАН ИНИОН, 2005. – С. 51–70.

121. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с. – Текст : непосредственный.

122. Шестопал, Е. Б. Образ и имидж в политическом восприятии, актуальные проблемы исследования / Е. Б. Шестопал. – Текст : непосредственный // Образы государств, наций и лидеров. – 2008. – С. 8–24.

123. Ши, С. Языковые средства демонизации образа Китая в российских СМИ / Ся Ши. – Текст : непосредственный // Язык, сознание, коммуникация. – 2007. – № 35. – С. 22–33.

124. Ширяева, О. В. Аксиологизация невербальных средств воздействия в деловом информационно-аналитическом медиадискурсе / О. В. Ширяева. – Текст : непосредственный // Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 2. – С. 680–683.

125. Юданова, Е. Т. Суггестивная функция языковых средств англоязычного политического дискурса : специальность 10.02.04 «Германские языки» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Юданова Елена Тимофеевна. – Санкт-Петербург, 2003. – 16 с. – Текст : непосредственный.

126. Anholt, S. Beyond the nation brand. The role of image and identity in international relations / S. Anholt. – Текст : электронный // The Journal of public diplomacy. – 2013. – P. 1–7. – URL: <https://www.nationbrandsindex.com> (дата обращения: 03.02.2020).

127. Boeva-Omelechko, N. B. Two Images of Russia in the British Political Mass Media Discourse of 1991–1993 and 2013–2019: Pragmastylistic Aspect / N. B. Boeva-Omelechko, K. P. Posternyak, M. R. Zheltukhina, E. B. Ponomarenko, E. V. Talybina, A. K. Kalliopin [et al.]. Текст : электронный // Online Journal of Communication and Media Technologies, – 2019. – № 9(4). – URL: <https://doi.org/10.29333/ojcm/5952> (дата обращения: 17.07.2020).

128. Cotirlea, D. Country image vs. country brand: differences and similarities / D. Cotirlea. – Текст : электронный // Ecoforum. – 2015. – № 1(4). – P. 165–171. – URL: <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/265> (дата обращения: 03.03.2021).

129. Deutsch, K. W. Political community and the North Atlantic area: International organization in the light of historical experience / K. W. Deutsch. – Текст : электронный // Debates on European Integration. – 2006. – P. 68–86. – URL:

https://www.researchgate.net/publication/311741195_Political_Community_and_the_North_Atlantic_Area_International_Organization_in_the_Light_of_Historical_Experience (дата обращения: 10.12.2021).

130. Editorial. La mission del periodismo. El País. – 2020. – URL: <https://www.elpais.com.co/opinion/editorial/la-mision-del-periodismo.html> (дата обращения: 10.03.2020). – Текст : электронный.

131. Entman, R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm / R. Entman. – Текст : электронный // Journal of communication. – 1993. – № 4. – P. 51–55. – URL: <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/43/4/51/4160153?redirectedFrom=fulltext&login=false> (дата обращения: 20.06.2020). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.

132. Fairclough, N. Media Discourse / N. Fairclough. – London ; New York : EdwardArnold, 1995. – 214 p. – Текст : непосредственный.

133. Gavrish, A. D. Modern Political Discourse: Phenomenon of the Ritualization / A. D. Gavrish, M. R. Zheltukhina, D. V. Paramonova, I. P. Sporova. – Текст : электронный // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference «Individual and Society in the Modern Geopolitical Environment», Volgograd, 25–30 May, 2020 / ed. by N. L. Shamne, S. Cindori, E. Yu. Malushko, O. Larouk, V. G. Lizunkov. – London : European Publisher, 2020. – Vol. 99. – P. 280–288. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.12.04.33>.

134. Goffman, E. Frame analysis: An essay on the organization of experience / E. Goffman. – DOI 10.2307/2106908. – Текст : электронный // Philosophy and Phenomenological Research. – 1979. – P. 601–602. – URL: <https://philpapers.org/rec/GOFFAA> (дата обращения: 22.06.2022).

135. Haidtt, J. The coddling of the American Mind / J. Haidt, G. Lukianoff. – New York City : Penguin Press, 2018. – 158 p. – ISBN 978–0–73522489–6. – Текст : непосредственный.

136. Ingenhoff, D. Solving the public diplomacy puzzle-developing a 360-degree listening and evaluation approach to assess country images / D. Ingenhoff, J. Chariatte.

– Los Angeles : Figueroa Press, 2020. – 90 p. – URL: https://uscpublicdiplomacy.org/sites/default/files/useruploads/u47441/Solving%20the%20Public%20Diplomacy%20Puzzle_1.9.21.pdf (дата обращения: 22.06.2022).

137. Lambrou, M. Media stylistics / M. Lambrou, A. Durant. – DOI 10.1017/CBO9781139237031.038. – Текст : электронный // The Cambridge Handbook of Stylistics. – 2015. – P. 503–519. – URL: https://www.researchgate.net/publication/290653667_Media_stylistics (дата обращения: 22.06.2022).

138. Makimoto, T. Digital Nomad / T. Makimoto, D. Manners. – New York : Wiley, 1997. – 256 p. – Текст : непосредственный.

139. Olster, S. The trash phenomenon: contemporary literature, popular culture, and the making of the American century / S. Olster. – Georgia : University of Georgia Press, 2017. – 294 p. – Текст : непосредственный.

140. Saleem, N. US Media Framing of foreign countries image / N. Saleem. – Текст : электронный // Canadian Journal of Media Studies. – 2021. – № 2(1). – P. 130–162. – URL: https://www.researchgate.net/publication/352172910_US_Media_Framing_of_Foreign_Countries_Image (дата обращения: 12.03.2021).

141. Sevin, E. Capturing country images: a methodological approach / E. Sevin, K. Ayhan, G. Ingenhoff. – DOI 10.1080/13216597.2021.1903965. – Текст : электронный // The Journal of international communication. – 2021. – P. 1–20. – URL: <https://doi.org/10.1080/13216597.2021.1903965> (дата обращения: 12.03.2022).

142. Shiryayeva, T.A. Axiology of Russia's Image in Mass Media Discourse in Coronavirus Pandemic / T.A. Shiryayeva, V.V. Katermina, E.A. Golubovskaya, N.M. Mekeko. – Текст : непосредственный // International Journal of Arabic-English Studies. – 2023. – 23 (1). – Pp. 145–168.

143. Tameryan, T. Y. Metaphor in Political Media Discourse: Mental Political Leader Portrait / T. Y. Tameryan, M. R. Zheltukhina, G. G. Slyshkin, O. B. Abakumova, N. N. Volskaya, A. V. Nikolaeva. – Текст : электронный // Online Journal of Communication and Media Technologies. – 2018. – Vol. 8(4). – P. 377–384.

144. Tameryan, T. Y. Winning and failing campaign discourse strategies / T. Y. Tameryan, M. R. Zheltuhina, E. V. Dobronichenko, D. V. Paramonova. Текст: электронный // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference «Social and cultural transformations in the context of modern globalism», Grozny, 27–29 February, 2020 / ed. by K. S. Bataev. – London : European Publisher, 2020. – Vol. 92. – Pp. 1065–1070. URL: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.05.140>

145. Turmo, F. “El País”, ¿el periódico global en español? Analisis de los últimos cambios en su formato / F. Turmo. – Текст : электронный // Anagramas. – 2008. – Vol. 6(2). – P. 15 – 30. – URL: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4851610.pdf> (дата обращения: 12.03.2021).

146. Van Dijk, T. Multidisciplinary Critical Discourse Analysis: a plea for diversity / T. Van Dijk. – Текст : непосредственный // Methods of critical discourse analysis / Edited by R. Bak and M. Meyer. – Guildford, Surrey : Biddles Ltd, 2001. – P. 95–121.

147. Zheltukhina, M. R. Dialogue as a constituent resource for dramatic discourse: language, person and culture / M.R. Zheltukhina, A.V. Zinkovskaya, N. B. Shershneva, V.V. Katermina. – Текст : электронный // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. – Vol. 15(11). – С. 7408–7420.

148. Zheltukhina, M. R. Facebook posts using ideological symbols for media image designing of Russia as enemy / M. R. Zheltukhina, N. A. Krasavsky, P. V. Pavlov, E. B. Ponomarenko, I. V. Aleshchanova. – Текст : электронный // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. – Vol. 18 (11). – P. 12005–12013.

Лексикографические источники

149. Большой англо-русский словарь: в 2 т. Ок. 15 0000 слов / под общим руководством И. Р. Гальперина. – 3-е изд., стер. – Москва : Русский язык, 1979. – Т. 2. М–Z. – 864 с. – Текст : непосредственный.

150. Большой энциклопедический словарь: в 2 т. Ок. 80 000 статей / под общим руководством А. М. Прохорова. – 2-е изд. – Москва : Норинт, 2004. Т. 1. –

1456 с. – Текст : непосредственный.

151. Вакцинная дипломатия. Статья Дипломатического словаря. – URL: <http://diplomaticdictionary.com/dictionary/%D0%B2%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F/> (дата обращения: 20.09.2021). – Текст : электронный.

152. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т. Ф. Ефремова. – Москва : Русский язык, 2000. – 1084 с. – Текст : непосредственный.

153. Караулов, Ю. Н. Русский ассоциативный словарь / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Е. Ф. Тарасов и др. – Москва : АСТ-Астрель, 2002. – 992 с. – Текст : непосредственный.

154. Кожина, М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М. Н. Кожина. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – 696 с. – Текст : непосредственный.

155. Малый академический словарь: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой; РАН, Институт лингвистических исследований. – 4-е изд., стер. – Москва : Полиграфресурсы, 1999. – URL: <https://lexicography.online/explanatory/mas/> (дата обращения: 10.12.2020). – Текст : электронный.

156. Хронический. Статья толкового онлайн словаря Ушакова. – URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=84138> (дата обращения: 23.06.2021). – Текст : электронный.

157. Эскалация войны. Статья Военного энциклопедического словаря. – URL: <https://encyclopedia.mil.ru/encyclopedia/dictionary/details.htm?id=12073@morfdictionary> (дата обращения: 23.10.2021). – Текст : электронный.

158. Cavort. Статья онлайн-словаря Merriam-Webster Dictionary. – URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cavort>. (дата обращения: 10.03.2022). – Текст : электронный.

Источники материала

159. Галимова, Н. Парад Победы и голосование по Конституции могут провести в один день. В Кремле хотят воодушевить людей после карантина и объявить выходной / Н. Галимова, И. Сидоркова. – Текст : электронный // РБК. 20.05.2020. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/20/05/2020/5ec3fac69a79472dc399e129> (дата обращения: 17.07.2020).

160. Джей, А. Что такое денацификация? / А. Джей. – Текст : электронный // Аргументы и Факты. – 2022. – URL: https://aif.ru/politics/world/chto_takoe_denacifikaciya (дата обращения: 12.03.2022).

161. Железный занавес в СССР. – Текст : электронный // РИА Новости. – 2021. – URL: <https://ria.ru/20210520/zanaves-1732818087/> (дата обращения: 12.03.2022).

162. Кашин, В. Б. Американо-китайские отношения: к новой холодной войне? / В. Б. Кашин, И. Н. Тимофеев. – Текст : электронный // РСМД. 10.06.2021. – URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/amerikano-kitayskie-otnosheniya-k-novoy-kholodnoy-voyne/> (дата обращения: 10.04.2022).

163. Обсуждение в Ассамблее 3 октября 2012 г., 33-е заседание: документ 13011, доклад Комиссии по юридическим вопросам и правам человека, докладчик: г-н Штрессер. – URL: https://www.coe.int/T/r/Parliamentary_Assembly/%5BRussian_documents%5D/%5B2012%5D/%5BOct2012%5D/Res1900_rus.asp (дата обращения: 10.03.2021). – Текст : электронный.

164. Политолог Ломанов: между Китаем и США развязалась третья война // Федеральное агентство новостей. – 2022. – URL: https://riafan.ru/23786399-politolog_lomanov_mezhdu_kitaem_i_ssha_razvyazalas_tret_ya_voina (дата обращения: 12.06.2022). – Текст : электронный.

165. Сазонова, Е. Что такое «культура отмены»? / Е. Сазонова. – Текст : электронный // РБК Тренды. – 2021. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/5f141f629a7947a2dd971850> (дата обращения: 12.02.2022).

166. Чем отличаются карантин от самоизоляции с юридической точки зрения. – Текст : электронный // РИА Новости. – 2020. – URL: <https://ria.ru/20200409/1569804242.html> (дата обращения: 17.07.2020).

167. Ясавеев, И. Ошибка эпидемиологов. Человечеству велели соблюдать не ту дистанцию / И. Ясавеев. – Текст : электронный // Idel. Реалии. – 2020. – URL: <https://www.idelreal.org/a/30568721.html> (дата обращения: 17.07.2020).

168. Adam, K. Queen Elizabeth dies at 96, Charles ascends to throne / К. Adam, A. Suliman, E. Francis. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2022/09/08/queen-elizabeth-ii/> (дата обращения: 09.09.2022).

169. Albanese, A. ‘Her Majesty had a special place in our hearts’: Anthony Albanese pays tribute to the Queen. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/australia-news/video/2022/sep/09/her-majesty-had-a-special-place-in-our-hearts-anthony-albanese-pays-tribute-to-the-queen-video> (дата обращения: 09.09.2022).

170. Amenabar, T. What’s the difference between RSV, the flu and Covid-19 / T. Amenabar. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/11/18/rsv-flu-covid-tripledemic/> (дата обращения: 19.11.2022).

171. Aragonés, G. Rusia dice que su objetivo no es derrocar a gobierno de Ucrania / G. Aragonés. – Текст : электронный // La Vanguardia. – 2022. – URL: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20220309/8111594/rusia-objetivo-no-derrocar-gobierno-de-ucrania-zajarova.html> (дата обращения: 09.04.2022).

172. Barnes, J. U.S. intelligence suggests that Putin’s advisers misled him on Ukraine / J. E. Barnes, L. Jakes, J. Ismay. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/30/world/europe/putin-advisers-ukraine.html> (дата обращения: 30.03.2022).

173. Beaumont, P. Russia invades Ukraine and advances on Kyiv – as it happened / P. Beaumont. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL:

<https://www.theguardian.com/world/live/2022/feb/24/russia-invades-ukraine-declares-war-latest-news-live-updates-russian-invasion-vladimir-putin-explosions-bombing-kyiv-kharkiv?filterKeyEvents=false&page=with:block-621721cc8f08dc8339537ee9> (дата обращения: 25.02.2022).

174. Bennetts, M. Kremlin official's wife has a smashing holiday despite sanctions / M. Bennetts. – Текст : электронный // The Times. – 2022. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/kremlin-officials-wife-has-a-smashing-holiday-despite-sanctions-0cvsc3jtg> (дата обращения: 04.10.2022).

175. Beswetherick, M. World Cup 2022: how the United States can advance to the round of 16 / M. Beswetherick. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2022/upshot/united-states-world-cup-scores-standings.html> (дата обращения: 29.11.2022).

176. Binyon, M. Iran's complicated history with its 'Great Satan' the U.S. / M. Binyon. – Текст : электронный // The Times. – 2020. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/irans-tortured-history-with-its-great-satan-99nqw50zk> (дата обращения: 06.10.2021).

177. Blackburn, M. A new axis? / M. Blackburn. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/08/02/briefing/nancy-pelosi-taiwan-iran-russia.html> (дата обращения: 12.08.2022).

178. Borger, J. US and UK trying to fend off Russian invasion by making intelligence public / J. Borger, D. Sabbagh. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/feb/16/us-uk-russia-invasion-intelligence-public-briefings> (дата обращения: 12.03.2022).

179. Bowcott, O. Johnson's suspension of parliament unlawful, supreme court rules / O. Bowcott. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/law/2020/sep/24/boris-johnsons-suspension-of-parliament-unlawful-supreme-court-rules-prorogue> (дата обращения: 25.09.2020).

180. Bryant, M. Boris Johnson return would restart Partygate ‘soap opera’, says Raab / M. Bryant. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/politics/2022/oct/22/boris-johnson-return-would-restart-partygate-soap-opera-says-raab> (дата обращения: 23.10.2022).

181. Burgen, S. Spain plans ‘digital nomad’ visa scheme to attract remote workers / S. Burgen. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/sep/25/spain-plans-digital-nomad-visa-scheme-to-attract-remote-workers> (дата обращения: 25.09.2022).

182. Cabezas, F. El Grán Satán, el partido de la paz, que no fue y las amenazas a los jugadores de Irán / F. Cabezas. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/mundial-de-futbol/2022/11/29/6384-d97afdddf8d2a8b4590.html> (дата обращения: 30.11.2022).

183. Callaghan, E. Great Satan 1 – 2 Iran: the most politically charged match in World Cup history / E. Callaghan. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jun/20/great-satan-1-2-iran-the-most-politically-charged-match-in-world-cup-history> (дата обращения: 25.11.2022).

184. Campbell, D. Johnson’s 40 new hospitals pledge costed at up to 24 bn / D. Campbell. – Текст : электронный // The Guardian. – 2019. – URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/dec/08/boris-johnson-40-new-hospitals-pledge-costed> (дата обращения: 25.01.2020).

185. Carrington, D. Spain and Portugal suffering driest climate for 1,200 years, research shows / D. Carrington. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/environment/2022/jul/04/spain-and-portugal-suffering-driest-climate-for-1200-years-research-shows> (дата обращения: 26.07.2022).

186. Chao-Fong, L. Russia claims arms treaty suspension will not increase risk of nuclear war; Biden vows US will defend Nato – as it happened / L. Chao-Fong. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/live/2023/feb/22/russia-ukraine-war-live-biden->

to-meet-nato-secretary-in-poland-russian-military-responds-to-wagner-chiefs-treason-claim (дата обращения: 23.02.2023).

187. Cohen, P. U.S. threat to squeeze Russia's economy is a tactic with a mixed record / P. Cohen. – Текст : электронный // The New York Times. – 2021. – URL: <https://www.nytimes.com/2021/12/08/business/economy/us-russia-sanctions-ukraine.html> (дата обращения: 25.01.2022).

188. Colás, X. Rusia expande su poder blando con su vacuna Sputnik V / X. Colás. – Текст : электронный // El Mundo. – 2021. – URL: <https://www.elmundo.es/internacional/2021/02/04/601c3818fc6c83a8798b46cd.html> (дата обращения: 25.02.2021).

189. Darzi, A. Antivaxers are a global menace who must be defeated / A. Darzi. – Текст : электронный // The Times. – 2022. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/antivaxers-are-a-global-menace-who-must-be-defeated-683zlbzwy> (дата обращения: 12.11.2022).

190. Devereux, C. Delta variant: Spain blames young for fifth Covid wave / C. Devereux. – Текст : электронный // The Times. – 2021. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/delta-variant-spain-blames-young-for-fifth-covid-wave-mmh9sm77h> (дата обращения: 24.07.2021).

191. Díaz, A. España registra un gran exceso de muertes y Sanidad no sabe la causa / A. Díaz. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2022/11/09/636b6d2ae4d4d898078-b45a3.html> (дата обращения: 25.12.2022).

192. Dixon, R. Russia's vaccine volunteers swap stories – and antibody readings – as amateur researchers / R. Dixon. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2020. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/europe/russia-coronavirus-vaccine-sputnik/2020/11/25/8ebb62fe-186d-11eb-8bda-814ca56e138b_story.html (дата обращения: 28.06.2021).

193. Doherty, B. Republic debate flares as Australia mourns its longest-serving monarch Queen Elizabeth II / B. Doherty. – Текст : электронный // The Guardian. –

2022. – URL: <https://www.theguardian.com/australia-news/2022/sep/09/republic-debate-flares-as-australia-mourns-its-longest-serving-monarch-queen-elizabeth-ii> (дата обращения: 25.10.2022).

194. Dollbaum, J. Alexei Navalny was poisoned one year ago. His fate tells us a lot about Putin's Russia / J. Dollbaum, M. Lallouet, B. Noble. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2021. – URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/08/20/alexei-navalny-was-poisoned-one-year-ago-his-fate-tells-us-lot-about-putins-russia/> (дата обращения: 21.08.2021).

195. Donde entierran a la reina Isabel II de Inglaterra. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/como/2022/09/19/6328346ee4d4d8bb2b8b4587.html> (дата обращения: 25.11.2022).

196. Dowd, M. Trump, unrepentant and unleashed / M. Dowd. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/02/01/opinion/sunday/trump-impeachment-trial-witnesses.html> (дата обращения: 25.01.2022).

197. Dugan, E. 'Mind-boggling': Covid victims' families react to talk of Johnson comeback / E. Dugan. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/politics/2022/oct/22/families-of-covid-victims-hit-out-boris-johnson-comeback-conservatives> (дата обращения: 23.10.2022).

198. Elgot, J. UK scrambles to buy 5m doses of Covid breakthrough vaccine / J. Elgot. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/nov/16/uk-in-advanced-discussions-to-buy-moderna-covid-vaccine> (дата обращения: 18.11.2020).

199. Elliott, L. We think of Britain as a world-beating economy. We would be better off thinking about Taiwan / L. Elliott. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/oct/20/britain-broken-emerging-economy-taiwan-growth> (дата обращения: 13.09.2022).

200. Feay, S. The man Putin couldn't kill recounts the poisoning of Alexei Navalny / S. Feay. – Текст : электронный // Financial Times. – 2021. – URL:

<https://www.ft.com/content/9600258f-0754-47a0-a872-868335b68b3c> (дата обращения: 18.11.2020).

201. Ferrer, J. Linor Goralik: «La cultura rusa vive hoy un cisma» / J. Ferrer. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/la-lectura/2022/06/03/629607abfdddff9b5f8b457c.html> (дата обращения: 25.07.2022).

202. Freeman, H. Trump's deep narcissism acted as a distorted mirror for millions of voters / H. Freeman. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/nov/05/trump-narcissism-us-election-president> (дата обращения: 25.11.2022).

203. Fresneda, C. Reino Unido despide a Isabel II con un funeral que pasará a la Historia / C. Fresneda. – Текст : электронный // El Mundo. 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/internacional/2022/09/19/63281502fdddfffc128b45cd.html> (дата обращения: 25.09.2022).

204. Ghosh, B. Iran's regime is already a big loser at the World Cup / B. Ghosh. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: https://www.washingtonpost.com/business/irans-regime-is-already-a-big-loser-at-the-world-cup/2022/11/22/da17b5d8-6aa3-11ed-8619-0b92f0565592_story.html (дата обращения: 25.11.2022).

205. Graham, B. Christian Pulisic's bravery the difference in World Cup's Great Satan vs. Iran II / B. Graham. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/football/2022/nov/29/usa-iran-world-cup-2022-qatar-soccer-christian-pulisic> (дата обращения: 25.11.2022).

206. Grierson, J. Lies, damned lies: the full list of accusations against Boris Johnson / J. Grierson. – Текст : электронный // The Guardian. – 2021. – URL: <https://www.theguardian.com/politics/2021/dec/10/lies-accusations-boris-johnson-full-list-dishonesty-christmas-party> (дата обращения: 11.12.2021).

207. Gutiérrez, O. Ucrania odiará a Rusia durante muchos años / O. Gutiérrez. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/internacional/2022->

03-13/ucrania-odiara-a-rusia-durante-muchos-anos.html (дата обращения: 25.04.2022).

208. Harding, L. Global report: Russia to end national lockdown as French shops reopen / L. Harding. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/may/11/russia-to-end-national-covid-19-lockdown-as-cases-hit-record-high> (дата обращения: 14.05.2020).

209. Hardy, M. Iran vs. USA: Christian Pulisic puts body on the line as Americans seal knockout spot / M. Hardy. – Текст : электронный // The Times. – 2022. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/iran-vs-usa-christian-pulisic-goal-secures-usa-progress-to-last-16-ztp8mwkvz> (дата обращения: 29.11.2022).

210. Henley, J. Spain and southern France hit by second extreme heat event of year / J. Henley. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/jun/13/spain-and-southern-france-hit-by-second-extreme-heat-event-of-year> (дата обращения: 14.06.2022).

211. Hernandez Bonilla, J. Más de 356.000 muertes en 2019 estuvieron relacionadas con el calor / J. Hernandez Bonilla. – Текст : электронный // El País. – 2021. – URL: <https://elpais.com/ciencia/2021-08-19/mas-de-356000-muertes-en-2019-estuvieron-relacionadas-con-el-calor.html> (дата обращения: 10.08.2021).

212. Herranz, F. Gorbachov, el líder que abrió Rusia al mundo / F. Herranz. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/internacional/2022/08/30/630e7c5821efa079748b45d7.html> (дата обращения: 03.09.2022).

213. Herranz, F. Muere Gorbachov, el líder que abrió Rusia al mundo / F. Herranz. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/internacional/2022/08/30/630e7c5821efa079748b45d7.html> (дата обращения: 31.08.2022).

214. Hewitt, H. The world is awake to China's and Russia's malign ambitions / H. Hewitt. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL:

<https://www.washingtonpost.com/world/2023/02/22/china-us-blame-ukraine-war/>
(дата обращения: 23.02.2022).

215. Higgins, A. Russian doctor detained after challenging virus figures / A. Higgins. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/04/03/world/europe/russian-virus-doctor-detained.html> (дата обращения: 04.04.2020).

216. Hill, N. What does Boris Johnson want? Anything to improve the ending of his memory? / N. Hill. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/politics/commentisfree/2022/nov/08/boris-johnson-want-anything-improve-memoirs-return-politics> (дата обращения: 25.11.2022).

217. Hookway, J. Why is Russia invading Ukraine and what is happening on the ground? / J. Hookway. – Текст : электронный // The Wall Street Journal. – 2022. – URL: <https://www.wsj.com/articles/why-is-russia-invading-ukraine-11645570205> (дата обращения: 28.02.2022).

218. Hudson, J. Biden views China as a bigger challenge than Russia / J. Hudson. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/10/12/biden-national-security-strategy-china-russia/> (дата обращения: 25.12.2022).

219. Ignatius, D. The U.S. – Russia conflict is heating up – in cyberspace / D. Ignatius. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2022/06/07/us-russia-conflict-is-heating-up-cyberspace/> (дата обращения: 14.12.2022).

220. Ingle, S. Iran want USA banned for ‘offending country’s dignity’ over World Cup flag / S. Ingle. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/football/2022/nov/27/usa-show-iran-flag-without-emblem-of-islamic-republic-before-world-cup-clash> (дата обращения: 28.11.2022).

221. Inman, P. Sanctions are hitting hard enough to hurt Russia, if not stop it / P. Inman. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL:

<https://www.theguardian.com/business/2022/jun/11/sanctions-are-hitting-hard-enough-to-hurt-russia-if-not-stop-it> (дата обращения: 13.06.2022).

222. Jakes, L. Biden races to expand coalition against Russia but meet resistance / L. Jakes, E. Wong. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/06/11/us/politics/russia-biden-sanctions.html> (дата обращения: 12.06.2022).

223. Jiménez, D. There's a simple reason Spain has been hit hard by Coronavirus / D. Jiménez. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/09/24/opinion/spain-pandemic-second-wave.html> (дата обращения: 26.09.2020).

224. Jiménez, M. Los grandes bancos de Estados Unidos ya sienten el frenazo económico en sus cuentas / M. Jiménez. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/economia/2022-10-19/los-grandes-bancos-de-estados-unidos-ya-sienten-el-frenazo-economico-en-sus-cuentas.html> (дата обращения: 12.10.2022).

225. Jones, S. Spain puts limits on air conditioning and heating to save energy / S. Jones. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/aug/02/spain-puts-limits-on-air-conditioning-and-heating-to-save-energy> (дата обращения: 04.08.2022).

226. Kantchev, G. Hit hard by coronavirus, Russia joins global race for a vaccine / G. Kantchev, D. Hinshaw. – Текст : электронный // The Wall Street Journal. – 2020. – URL: <https://www.wsj.com/articles/hit-hard-by-coronavirus-russia-joins-global-race-for-a-vaccine-11591867861> (дата обращения: 14.06.2020).

227. Kara-Murza, V. Why Political Prisoner Day matters around the world – and in my Moscow prison / V. Kara-Murza. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2022/11/10/vladimir-karamurza-russia-commemorating-political-prisoners/> (дата обращения: 14.12.2022).

228. Khurshudyan, I. On Moscow's streets, protesters return to back jailed opposition leader Alexei Navalny / I. Khurshudyan. – Текст : электронный // The

Washington Post – 2021. – URL: <https://www.washingtonpost.com/world/interactive/2021/russia-opposition-protests-navalny/> (дата обращения: 23.08.2021).

229. Klein, J. What’s the key to understand Donald j. Trump? Start with queens / J. Klein. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/09/28/books/review/confidence-man-donald-trump-maggie-haberman.html> (дата обращения: 29.09.2022).

230. Koshiw, I. US reportedly held talks with Russia on nuclear risk in Ukraine / I. Koshiw. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/07/us-talks-russia-on-nuclear-war-risk-in-ukraine> (дата обращения: 10.11.2022).

231. Kramer, A. Don’t Drink the Tea: Poison Is a Favored Weapon in Russia / A. Kramer. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/08/20/world/europe/navalny-poison-russia-kremlin.html> (дата обращения: 10.08.2020).

232. Landler, M. Britain pursues more muscular role in standoff with Russia on Ukraine / M. Landler. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/01/23/world/europe/uk-russia-ukraine.html> (дата обращения: 09.09.2022).

233. Landry, C. Day 1 of Russia’s invasion / C. Landry. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/02/24/briefing/day-1-of-russias-invasion.html> (дата обращения: 12.03.2022).

234. Llaneras, K. Letalidad, test y rastreo: los números del coronavirus esta semana / K. Llaneras. – Текст : электронный // El País. – 2020. – URL: https://elpais.com/sociedad/2020/05/16/actualidad/1589647818_875850.html (дата обращения: 19.05.2020).

235. Loftus, P. ‘Vaccine nationalism’ : a new dynamic in the race to quash coronavirus / P. Loftus, D. Hinshaw. – Текст : электронный // The Wall Street journal. – 2020. – URL: <https://www.wsj.com/articles/geopolitical-power-play-over->

coronavirus-vaccine-leaves-drugmakers-in-the-middle-11590577849 (дата обращения: 11.04.2020).

236. Lowe, S. ‘Sometimes it’s cruel’: Spain depart World Cup cursing shootout / S. Lowe. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/football/2022/dec/07/sometimes-its-cruel-spain-depart-world-cup-cursing-shootout> (дата обращения: 10.12.2022).

237. Lucas, A. Los periódicos ante el abismo: ¿lograrán sobrevivir? / A. Lucas. – Текст : электронный // El Mundo. – 2017. – URL: <https://www.elmundo.es/papel/historias/2017/02/19/58a5a91e468aeb9d608b4579.html> (дата обращения: 12.03.2021).

238. Mandavilli, A. New infectious threats are coming. The U.S. probably won’t contain them / A. Mandavilli. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/09/29/health/pandemic-preparedness-covid-monkeypox.html> (дата обращения: 30.09.2022).

239. Mañúeso, R. Moscú echa el telón por el coronavirus / R. Mañúeso. – Текст : электронный // ABC. – 2020. – URL: https://www.abc.es/internacional/abci-moscu-echa-telon-coronavirus-202004071046_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Finternacional%2Fabci-moscu-echa-telon-coronavirus-202004071046_noticia.html (дата обращения: 11.04.2020).

240. Martin, S. Australia has lost a ‘wise and encouraging guide’, PM Anthony Albanese says in tribute to the Queen / S. Martin. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/2022/sep/09/australia-has-lost-a-wise-and-encouraging-guide-pm-anthony-albanese-says-in-tribute-to-the-queen> (дата обращения: 09.09.2022).

241. Mason, R. Partygate may prove to be scandal that will not go away for Boris Johnson / R. Mason. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/politics/2022/mar/29/partygate-no-10-boris-johnson-conservative-party> (дата обращения: 30.03.2022).

242. Mayta, R. Vaccine nationalism is killing us. We need an internationalist approach / R. Mayta, K. K. Shailaja, A. Nyong'o. – Текст : электронный // The Guardian. – 2021. – URL: <https://www.theguardian.com/commentis-free/2021/jun/17/covid-vaccine-nationalism-internationalist-approach> (дата обращения: 12.09.2022).

243. Mitrovich, G. Will President-elect Biden wage a new Cold War with China / G. Mitrovich. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2020. – URL: <https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/12/03/will-president-elect-biden-wage-new-cold-war-with-china/> (дата обращения: 04.03.2022).

244. Monge, Y. Estados Unidos anuncia nuevas sanciones contra las oligarcas que hacen posible la Guerra de Putin / Y. Monge. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/internacional/2022-03-03/estados-unidos-anuncia-nuevas-sanciones-contra-los-oligarcas-que-hacen-posible-la-guerra-de-putin.html> (дата обращения: 04.03.2022).

245. Morán, C. Spanish stereotypes: statistics tell us they have Mondays, too / C. Morán. – Текст : электронный // El País. – 2012. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2012/jan/26/spanish-stereotypes-we-have-mondays-too> (дата обращения: 27.03.2022).

246. Morris, L. China and Russia are using coronavirus vaccines to expand their influence. The U.S is on the sidelines / L. Morris, E. Rauhala, R. Dixon. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2020. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/vaccine-russia-china-influence/2020/11/23/b93daaca-25e5-11eb-9c4a-0dc6242c4814_story.html (дата обращения: 26.11.2022).

247. Myers, S. How Russian propaganda is reaching beyond English speakers / S. Myers. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/08/09/business/russia-propaganda-spanish-social-media.html> (дата обращения: 11.08.2022).

248. Nechepurenko, I. For migrants in Russia, virus means no money to live and no way to leave / I. Nechepurenko. – Текст : электронный // The New York Times. –

2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/06/15/world/europe/russia-coronavirus-migrant-workers.html> (дата обращения: 26.06.2020).

249. Nechepurenko, I. The death of Mikhail Gorbachev. Putin issues brief condolences as world reacts to Gorbachev's death / I. Nechepurenko. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/live/2022/08/30/world/gorbachev-dead> (дата обращения: 04.09.2022).

250. Nikolic, I. Putin's a wolf in sheepskin clothing: Russian president dines al fresco during Siberian photo-shoot with his defence minister / I. Nikolic. – Текст : электронный // Daily Mail. – 2021. – URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-9386089/Putin-grins-sheepskin-Siberian-photoshoot-issuing-new-kill-list-targets.html> (дата обращения: 12.12.2021).

251. Olcese, A. ¿Es Vladimir Putin el culpable de la subida de precios en España, como dice Pedro Sánchez? / A. Olcese. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/economia/macroeconomia/2022/03/09/6228cf-1021efa066538b45bf.html> (дата обращения: 14.09.2022).

252. Olorunnipa, T., Knowles H. High prices, economic volatility resurface as threat to Democrats. The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/10/07/inflation-economy-political-threat-biden/> (date of access October 8, 2022).

253. Oltermann, P. Alexei Navalny out of induced coma and is responsive, says Berlin hospital / P. Oltermann, J. Ambrose. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/sep/07/alexei-navalny-taken-out-of-induced-coma-and-is-responsive-berlin-hospital> (дата обращения: 10.09.2020).

254. Pacho, L. La ola de calor que abrasa el sur de Europa golpeará todo el fin de semana a España / L. Pacho. – Текст : электронный // El País. – 2021. – URL: <https://elpais.com/clima-y-medio-ambiente/2021-08-13/europa-alcanza-en-siracusa-la-maxima-temperatura-registrada-por-la-ola-de-calor.html> (дата обращения: 10.08.2021).

255. Parfitt, T. Darya Dugina, daughter of Russian nationalist linked to Putin, ‘killed in car bomb’ / T. Parfitt, P. Stubbley. – Текст : электронный // The Times. – 2022. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/darya-dugina-car-bomb-alexander-dugin-putin-russia-d8jx80nt9> (дата обращения: 04.09.2022).

256. Paskhalis, T. The Kremlin has a new toolkit for shutting down independent news media / T. Paskhalis, B. Rosenfeld, K. Tertytchnaya. – Текст : электронный // The Washington Post. – URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/06/29/kremlin-has-new-toolkit-shutting-down-independent-news-media/> (дата обращения: 05.07.2021).

257. Pengelly, M. Tennessee radio host who criticised vaccine efforts dies of Covid-19 / M. Pengelly. – Текст : электронный // The Guardian. – 2021. – URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2021/aug/21/tennessee-radio-host-phil-valentine-vaccine-vaccination-dies-covid-19> (дата обращения: 22.08.2021).

258. Pérez, P. Quién va a recibir la tercera dosis, cuándo y con qué vacuna contra el coronavirus / P. Pérez. – Текст : электронный // El Mundo. – 2021. – URL: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2021/09/09/6139cd81e4d4d8282-c8b45d9.html> (дата обращения: 21.10.2022).

259. Perlez, J. Puede que no sea una Guerra Fría, pero se siente como tal / J. Perlez. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/es/2022/09/15/espanol/china-biden-xi-jinping.html> (дата обращения: 20.09.2022).

260. Pew Research Center. Trust in America: Do Americans trust the news media. – Текст : электронный // Pew Research Center. – 2022. – URL: <https://www.pewresearch.org/2022/01/05/trust-in-america-do-americans-trust-the-news-media/> (дата обращения: 10.06.2021).

261. Phillipps, D. In Ukraine, U.S. veterans step in where the military will not / D. Phillipps. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/07/03/us/politics/american-combat-volunteers-ukraine.html> (дата обращения: 05.07.2022).

262. Porcel, M. El reinado Isabel II se convierte en el tercero más largo de la historia entre problemas de la salud / M. Porcel. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/gente/2022-05-09/isabel-ii-se-convierte-en-la-tercera-monarca-mas-longeva-de-la-historia-acuciada-por-los-problemas-de-movilidad-y-de-su-jubileo.html> (дата обращения: 05.09.2022).

263. Prabhala, A. Want vaccines fast? Suspend intellectual property rights / A. Prabhala, A. Jayadev, D. Baker. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/12/07/opinion/covid-vaccines-patents.html> (дата обращения: 13.12.2020).

264. Prose, F. Why are Americans ignoring the protests in Iran? / F. Prose. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/nov/29/iran-protests-us-media-coverage-mahsa-amini> (дата обращения: 10.12.2022).

265. Rafa, de Miguel. La economía del Reino Unido sufre un duro retroceso en el tercer trimestre y anticipa una recesión / Rafa de Miguel. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/economia/2022-11-11/la-economia-del-reino-unido-sufre-un-duro-retoceso-en-el-tercer-trimestre-y-anticipa-una-recesion.html> (дата обращения: 20.11.2022).

266. Rafa. de Miguel. Los conservadores británicos maniobran para destituir a Liz Truss y evitar nuevas elecciones / Rafa de Miguel. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/internacional/2022-10-19/los-conservadores-britanicos-maniobran-para-destituir-a-liz-truss-y-evitar-nuevas-elecciones.html> (дата обращения: 20.10.2022).

267. Rizzi, A. ¿Quién tiene más ciberpoder? Una radiografía de las capacidades de EEUU, China, Rusia y otras potencias / A. Rizzi. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/internacional/2022-01-30/quien-tiene-mas-ciberpoder-una-radiografia-de-las-capacidades-de-ee-uu-china-rusia-y-otras-potencias.html> (дата обращения: 24.09.2022).

268. Roth, A. Alexei Navalny detained at airport on return to Russia / A. Roth. – Текст : электронный // The Guardian. – 2021. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/jan/17/alexei-navalny-detained-at-airport-on-return-to-russia> (дата обращения: 20.01.2022).

269. Roth, A. Cooperation between UK and Russia ‘close to zero’, Wallace told by Kremlin / A. Roth, D. Sabbagh, S. Walker. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/feb/11/cooperation-between-uk-and-russia-close-to-zero-wallace-told-by-kremlin> (дата обращения: 04.03.2022).

270. Roth, A. Coronavirus delays Russian vote on Putin staying in power / A. Roth. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/25/coronavirus-delays-russian-vote-on-putin-staying-in-power> (дата обращения: 26.03.2020).

271. Roth, A. Thousands gather for Russia’s Victory Day parade as Covid–19 cases pass 600k. / A. Roth. – Текст : электронный // The Guardian. – 2020. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/24/russias-victory-day-parade-gathers-thousands-as-covid-19-cases-pass-600k> (дата обращения: 28.06.2020).

272. Roth, A. Vladimir Putin is not scared of Alexei Navalny, says Kremlin / A. Roth. – Текст : электронный // The Guardian. – 2021. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/jan/19/vladimir-putin-is-not-scared-of-alexei-navalny-says-kremlin> (дата обращения: 20.01.2021).

273. Roth, A. Thousands join anti-war protests in Russia after Ukraine invasion / A. Roth, P. Sauer. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/feb/24/we-dont-want-this-russians-react-to-the-ukraine-invasion> (дата обращения: 22.03.2022).

274. Rowland, D. Why authoritarian rule is not Russia’s history – or destiny / D. Rowland. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2018. – URL: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2018/03/06/why-authoritarian-rule-is-not-russias-history-or-destiny/> (дата обращения: 10.05.2020).

275. Sahuquillo, M. El misterio de la baja letalidad del coronavirus en Rusia / M. Sahuquillo. – Текст : электронный // El País. – 2020. – URL: <https://elpais.com/sociedad/2020-05-12/el-misterio-de-la-baja-letalidad-del-coronavirus-en-rusia.html> (дата обращения: 16.05.2020).

276. Sahuquillo, M. Rusia arremete contra ‘la histeria’ de Occidente por criticar la condena a Navalny mientras crecen las detenciones / M. Sahuquillo. – Текст : электронный // El País. – 2021. – URL: <https://elpais.com/internacional/2021-02-03/rusia-carga-contra-las-criticas-occidentales-por-la-condena-a-navalni-y-aumentalas-detenciones.html> (дата обращения: 10.02.2021).

277. Sahuquillo, M. Rusia experimenta un vertiginoso aumento de casos por covid con un millar de muertos al día / M. Sahuquillo. – Текст : электронный // El País. – 2021. – URL: <https://elpais.com/sociedad/2021-10-20/rusia-experimenta-un-vertiginoso-aumento-de-casos-con-un-millar-de-muertos-al-dia-por-covid-19.html> (дата обращения: 22.10.2021).

278. Salas, J. La confianza, un factor de decisivo para resolver el ‘misterio epidemiológico’ de la covid / J. Salas. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/ciencia/2022-02-23/la-confianza-un-factor-decisivo-para-resolver-el-misterio-epidemiologico-de-la-covid.html> (дата обращения: 24.02.2022).

279. Salinas de Gortari, C. Mijaíl Gorbachev, descanse en paz / C. Salinas de Gortari. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/opinion/2022-09-03/mijail-gorbachov-descanse-en-paz.html> (дата обращения: 04.09.2022).

280. Sampedro, J. Nacionalismo vacunal / J. Sampedro. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/ciencia/2020-07-01/nacionalismo-vacunal.html> (дата обращения: 04.07.2022).

281. Sánchez-Vallejo, M. EE UU, Reino Unido y Australia forjan una alianza estratégica contra China en el Pacífico / M. Sánchez-Vallejo. – Текст : электронный // El País. – 2021. – URL: <https://elpais.com/internacional/2021-09-15/ee-uu-reino-unido->

y-australia-anuncian-una-alianza-estrategica-contra-china-en-la-region-del-indo-pacifico.html (дата обращения: 28.03.2022).

282. Sánchez-Vallejo, M. Estados Unidos se convierte en el primer país que supera el millón de muertos por Covid-19 / M. Sánchez-Vallejo. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/sociedad/2022-05-12/estados-unidos-primer-pais-que-supera-el-millon-de-muertos-por-covid-19.html> (дата обращения: 12.06.2022).

283. Sanger, D. U.S. scrambles to stop Iran from providing drones for Russia / D. Sanger. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/28/us/politics/iran-drones-russia-ukraine.html> (дата обращения: 13.12.2022).

284. Sanger, D. United States enters a new era of direct confrontation with Iran / D. Sanger. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/24/us/politics/iran-protests-ukraine-nuclear-enrichment.html> (дата обращения: 25.11.2022).

285. Sanger, D. Search for coronavirus vaccine becomes a global competition / D. Sanger, D. Kirkpatrick, S. Wee. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/19/us/politics/coronavirus-vaccine-competition.html> (дата обращения: 21.03.2020).

286. Satariano, A. Russia, blocked from the global Internet, plunges into digital isolation / A. Satariano, V. Hopkins. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/07/technology/russia-ukraine-internet-isolation.html> (дата обращения: 12.03.2022).

287. Sauer, P. Russia bans Facebook and Instagram under ‘extremism’ law / P. Sauer. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/mar/21/russia-bans-facebook-and-instagram-under-extremism-law> (дата обращения: 21.03.2022).

288. Sauer, P. «Terror on New Year’s Eve»: huge Russian missile attack kills one in Ukraine / P. Sauer. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL:

<https://www.theguardian.com/world/2022/dec/31/russia-fighting-to-protect-motherland-vladimir-putin-claims> (дата обращения: 02.01.2023).

289. Savage, C. Biden promised to revisit Presidential immunity. He hasn't / C. Savage. – Текст : электронный // The New York Times. – 2023. – URL: <https://www.nytimes.com/2023/03/10/us/politics/biden-presidential-immunity.html> (дата обращения: 11.03.2023).

290. Scott, C. CP Scott's centenary essay / C. Scott. – Текст : электронный // The Guardian. – 2017. – URL: <https://www.theguardian.com/sustainability/cp-scott-centenary-essay> (дата обращения: 14.03.2021).

291. Shear, M. Biden, storyteller in chief, spins yarns that often unravel / M. Shear, L. Qiu. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/10/10/us/politics/biden-exaggeration-falsehood.html> (дата обращения: 20.10.2022).

292. Sherman, J. Russia's fight against the coronavirus may give Putin even more power / J. Sherman. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2020. – URL: <https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/06/02/russias-fight-against-coronavirus-may-give-putin-even-more-power/> (дата обращения: 11.06.2020).

293. Smialek, J. After U.K. market blowout American officials ask: could it happen here? / J. Smialek. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/10/19/business/economy/uk-united-states-markets.html> (дата обращения: 20.10.2022).

294. Smith, D. US–UK 'special relationship' faces new challenges despite signs of healing / D. Smith. – Текст : электронный // The Guardian. – 2021. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/sep/22/us-uk-special-relationship-faces-new-challenges-despite-signs-of-healing> (дата обращения: 21.10.2021).

295. Sonne, P. Russia's ultimate political survivor faces a wartime reckoning / P. Sonne, C. Belton. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/05/08/russia-ukraine-shoigu-putin/> (дата обращения: 05.05.2022).

296. Sridhar, D. Sunak's Covid decisions tell us how he might act now. It doesn't look good for the NHS / D. Sridhar. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/oct/31/rishi-sunak-covid-decisions-second-wave-nhs-public-health> (дата обращения: 23.04.2022).

297. Stevenson, R. The struggle for Iraq: White House Memo; Remember 'weapons of mass destruction'? For Bush, they are a nonissue / R. Stevenson. – Текст : электронный // The New York Times. – 2003. – URL: <https://www.nytimes.com/2003/12/18/world/struggle-for-iraq-white-house-memo-remember-weapons-mass-destruction-for-bush.html> (дата обращения: 21.12.2022).

298. Stevis-Gridneff, M. A European official reveals a secret: the U.S. is paying more for coronavirus vaccines / M. Stevis-Gridneff, M. Sanger-Katz, N. Weiland. – Текст : электронный // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/12/18/upshot/coronavirus-vaccines-prices-europe-united-states.html> (дата обращения: 20.12.2020).

299. Suliman, A. Putin revives Soviet 'Mother Heroine' award for women who have 10 children / A. Suliman. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2022/08/17/russia-ukraine-putin-mother-heroine-award-children/> (дата обращения: 18.08.2022).

300. Sullivan, K. After Queen Elizabeth's death, Britain faces questions and uncertainty / K. Sullivan. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2022/09/10/uk-queen-death-monarchy/> (дата обращения: 28.02.2022).

301. The Guardian view on Boris Johnson in India: flying into trouble. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/apr/22/the-guardian-view-on-boris-johnson-in-india-flying-into-trouble> (дата обращения: 23.04.2022).

302. Thompson, S. Kanye West's post land him in trouble on social media / S. Thompson. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL:

<https://www.nytimes.com/2022/10/09/business/media/kanye-west-antisemitic-racist-twitter-instagram.html> (дата обращения: 11.10.2022).

303. Thurston, J. Russia will step up attacks for Ukraine Independence Day, U.S. warns / J. Thurston. – Текст : электронный // The Times. – 2022. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/zelensky-warns-russia-could-step-up-attacks-on-ukraines-independence-day-97wg510qz> (дата обращения: 28.02.2022).

304. Tidall, S. Vladimir Putin's ship of fools is sinking fast / S. Tidall. – Текст : электронный // The Guardian. – 2022. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/sep/24/russia-ukraine-putin-ship-of-fools-sinking-fast> (дата обращения: 28.02.2022).

305. Torralba, C. Occidente se toma muy en serio las amenazas nucleares de Putin / C. Torralba. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/internacional/2022-10-09/occidente-se-toma-muy-en-serio-las-amenazas-nucleares-de-putin.html> (дата обращения: 11.10.2022).

306. Trimold, G. Digital nomads: a new category arising in the mobility turn / G. Trimold. – Текст : электронный // Conference on Migration Lisbon 2018. – Lisbon : University of Lisbon, 2018. – 467 p. – URL: https://www.researchgate.net/publication/325766385_Digital_Nomads_a_new_category_arising_in_the_mobility_turn (дата обращения: 12.03. 2022).

307. Troianovski, A. 'My conscience is clean. And yet they came for me' / A. Troianovski. – Текст : электронный // The New York Times. – 2021. – URL: <https://www.nytimes.com/2021/06/04/world/europe/pavlov-navalny-russia-putin.html> (дата обращения: 10.06.2021).

308. Troianovski, A. Exile or jail: the grim choice facing Russian opposition leaders / A. Troianovski. – Текст : электронный // The New York Times. – 2021. – URL: <https://www.nytimes.com/2021/08/30/world/europe/russian-opposition-leaders-exile.html> (дата обращения: 10.06.2021).

309. Twohey, M. With first dibs on vaccines, rich countries have 'Cleared the shelves' / M. Twohey, K. Collins., K. Thomas. – Текст : электронный // The New York

Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/12/15/us/coronavirus-vaccine-doses-reserved.html> (дата обращения: 16.12.2022).

310. Valls, F. Laura Borrás y la retórica del trumpismo / F. Valls. – Текст : электронный // El País. – 2022. – URL: <https://elpais.com/espana/catalunya/2022-07-17/laura-borras-y-la-retorica-del-trumpismo.html> (дата обращения: 10.07.2022).

311. Vargas, T. For the unvaccinated but uncertain, these doctors have a plea and a plan / T. Vargas. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2022. – URL: <https://www.washingtonpost.com/dc-md-va/2022/02/26/unvaccinated-doctors-plea-plan/> (дата обращения: 28.02.2022).

312. Villaécija, R. El turismo trata de Volver a su mayor momento en plena crisis / R. Villaécija. – Текст : электронный // El Mundo. – 2022. – URL: <https://www.elmundo.es/economia/2022/07/04/62c173a6fdddffee4a8c03da.html> (дата обращения: 11.07.2022).

313. Viner, K. A mission for journalism in a time of crisis / K. Viner. – Текст : электронный // The Guardian. – 2017. – URL: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> (дата обращения: 12.03.2020).

314. Watson, A. El Mundo (Spain): circulation 2012–2019 / A. Watson. – Текст : электронный // Statista. – 2021. – URL: <https://www.statista.com/statistics/304638/el-mundo-spain-circulation/> (дата обращения: 14.06.2021).

315. Will, G. Civilized nations' efforts to deter Russia and China are starting to add up / G. Will. – Текст : электронный // The Washington Post. – 2021. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2021/07/16/some-welcome-pushback-russian-chinese-assaults-international-order/> (дата обращения: 17.07.2022).

316. Wong, E. Five ways sanctions are hitting Russia / E. Wong, A. Swanson, M. Crowley. – Текст : электронный // The New York Times. – 2022. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/04/us/politics/russia-sanctions-ukraine-war.html> (дата обращения: 10.11.2022).

ПРИЛОЖЕНИЕ

**Таблица 7 – Наиболее частотные тематические доминанты о государстве
в текстах статей в американской, британской и испанской прессе**

Тематические доминанты	Количество упоминаний												
	Американские СМИ				Британские СМИ				Испанские СМИ				Итого
	Россия	США	Великобритания	Испания	Россия	США	Великобритания	Испания	Россия	США	Великобритания	Испания	
ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА													
война (war, guerra)	6205	3980	1950	980	5962	1330	1973	709	3816	980	780	1014	29679
специальная (военная) операция (special (military) operation, operación (military) especial)	2032	134	97	–	2401	145	104	–	1980	23	–	–	6916
вторжение (invasión, invasión)	5420	–	–	–	5623	–	–	–	3245	–	–	–	14288
ядерное оружие (nuclear weapon, armas nucleares)	2450	1712	602	112	2621	1203	412	142	968	815	26	135	11198
ракета (missile, misil)	1213	213	–	–	1340	34	31	–	863	27	–	–	3721
армия (army, ejército)	3450	403	–	–	3116	176	–	–	2847	2	–	–	9994
войско (troop, tropa)	2840	–	–	–	2246	–	–	–	2367	–	–	–	7453
солдат (soldier, soldado)	2112	206	86	–	1975	–	82	–	1209	–	23	–	5693
санкции (sanctions, sanciones)	1815	2043	985	985	1768	168	1260	867	1713	179	540	548	12871
угроза (threat, amenaza)	2800	61	–	–	2267	393	72	–	802	13	–	31	6439
атака (attack, ataque)	4020	–	15	–	3987	–	21	–	3650	–	–	–	11693
битва (battle, batalla)	3870	–	–	–	3425	–	–	–	2840	–	–	–	10135
воздушная тревога (air alert, alerta aérea)	1260	–	–	–	1057	–	–	–	802	–	–	–	3119

национализм (nationalism, nacionalismo)	134	15	–	–	160	–	–	–	89	–	–	–	398
дрон (drone, dron)	1947	92	–	–	2320	67	–	–	1867	–	–	–	6293
мобилизация (mobilization, movilización)	3700	–	–	–	2760	–	–	–	1236	–	–	–	7696
иностранный агент (foreign agent, agente extranjero)	932	–	–	–	867	–	–	–	765	–	–	–	2564
Вагнер (Wagner)	306	–	–	–	213	–	–	–	267	–	–	–	786
кибератака, кибервойна (cyberattack, ataque cibernetico, ciberguerra)	567	438	–	–	32	220	–	–	5	49	–	–	1311
поддержка (support, apooyo)	119	979	2230	600	64	736	998	79	127	430	501	80	6943
конфликт (conflict, conflicto)	2360	720	405	–	3070	510	412	–	1667	211	171	12	9538
Брексит (Brexit)	–	–	53	–	–	–	712	–	–	–	143	–	908
альянс (alliance, alianza)	83	289	52	–	61	303	179	–	126	101	45	–	1239
Северный поток (Nord Stream)	403	97	142	–	570	23	261	–	314	120	147	–	2077
НАТО (NATO)	–	2317	1700	159	–	1808	2340	106	–	817	667	145	10059
Евросоюз (EU)	–	–	560	452	–	–	705	513	–	–	–	524	2754
ВНУТРЕННЯЯ ПОЛИТИКА													
Советская эпоха, Советский союз (Soviet Union, Unión Soviética)	57	–	–	–	61	–	–	–	34	–	–	–	152
президент (president, presidente)	2112	2260	–	–	2347	1740	–	–	2003	1406	–	–	11868
оппозиция (opposition, oposición)	987	350	–	–	1012	–	311	–	974	–	–	49	3683
власть (authority, autoridades)	1003	802	988	411	992	420	1032	–	906	290	502	1013	8359

коррупция (corruption, corrupción)	437	173	341	–	400	52	570	589	302	–	47	170	3081
критик (critic, critico)	712	690	209	–	737	570	554	8	741	79	285	411	4996
диктатура (dictatorship, dictadura)	107	–	–	–	96	–	–	–	53	–	–	–	256
протест (protest, protesta)	284	171	82	–	267	82	94	–	192	60	6	17	1255
арест (arrest, aresto)	145	47	38	–	152	41	21	–	70	27	–	–	541
культура отмены (cancel culture, call-out culture; cultura de cancelación)	143	87	–	–	112	15	–	–	28	–	–	–	385
Трампизм (Trumpism, trampismo)	–	94	–	–	–	108	–	–	–	76	–	–	278
Республиканец (Republican, republicano)	–	157	–	–	–	68	–	–	–	72	–	–	297
Демократ (democrat, demócrata)	13	315	27	–	7	170	273	–	–	88	11	–	904
монарх (monarch, monarca)	6	–	712	34	–	–	960	59	–	–	804	420	2995
королева, король (queen, king; reina, rey)	–	–	674	29	–	–	910	19	–	–	836	312	2780
вечеринка (Partygate)	–	–	257	–	–	–	293	–	–	–	54	–	604
премьер- министр (prime minister, primer(a) ministro(a))	11	–	516	127	–	11	878	205	–	–	318	470	2536
Тори (tories)	–	–	204	–	–	–	316	–	–	–	127	–	647
экономика (economy, economía)	2175	1604	870	83	1715	952	3206	77	215	237	109	405	11648
туризм (tourism, turismo)	–	–	35	280	–	27	97	411	–	7	14	569	1440
повышение цен (price hike, subida de precios)	703	805	816	51	417	482	788	12	210	32	67	290	4673

жара (heatwave, calor)	–	–	–	112	–	–	21	136	–	–	–	403	672
ПАНДЕМИЯ COVID-19													
вирус (virus)	1770	3756	572	187	1811	2020	3307	501	970	1503	870	2036	19303
врач (doctor)	560	911	102	–	703	215	760	27	106	204	–	625	4213
борьба (struggle, lucha)	340	2060	419	1022	215	207	2105	170	207	312	75	1980	9112
война (war, guerra)	24	217	109	36	–	112	346	138	26	63	77	216	1364
самоизоляция (self-isolation, aislamiento)	120	306	212	25	134	190	207	84	34	–	63	157	1532
вакцина (vaccine, vacuna)	705	920	380	–	912	1018	740	–	205	179	34	–	5093
гонка за вакциной (pursuit of a vaccine, carrera de vacunas)	411	317	–	–	266	280	–	–	169	167	–	–	1610
вакцинная дипломатия (vaccine diplomacy, diplomacia vacunal)	10	37	15	–	–	46	16	–	–	–	–	–	124
летальность (lethality, letalidad)	312	405	214	470	207	304	411	202	27	72	67	314	3005
вакцинный национализм (vaccine nationalism, nacionalismo vacunal)	–	114	320	–	7	92	–	5	–	19	–	–	557
Итого	63185	30297	16989	6155	60475	16338	27778	5059	41037	8660	7409	12346	295728
Общее количество статей	2500			2500				2500					