

Лексико-семантические средства создания образа врага в англоязычных средствах массовой информации

Губайдуллина Гулниса Тахировна,

кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков, Альметьевский государственный нефтяной институт
E-mail: Guguta@mail.ru

Нурутдинова Аида Рустамовна,

доцент, кандидат педагогических наук, кафедра контрастивной лингвистики, Высшая школа русской филологии и культуры им. Льва Толстого, Институт филологии и межкультурной коммуникации, Казанский федеральный университет
E-mail: AiRNurutdinova@kpfu.ru

Потапова Ольга Евгеньевна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной филологии и прикладных коммуникаций, Российский государственный гидрометеорологический университет
E-mail: oe27@mail.ru

Пристенская Надежда Вениаминовна,

ассистент, кафедра иностранных языков и профессиональной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет
E-mail: nadinesorokina8484@gmail.com

Рахимзянова Алина Ильнуровна,

магистр, кафедра контрастивной лингвистики, Институт филологии и межкультурной коммуникации, Казанский федеральный университет
E-mail: railnurovnalina@gmail.com

Статья посвящена созданию образа врага в американской и британской прессе, который является одним из ключевых явлений современной политической действительности, а значит и обязательным элементом информационного пространства. В статье проанализированы лексические средства создания образа врага в информационно-политических медиатекстах англоязычной публицистики. Охарактеризовав такие понятия, как «речевая агрессия» и «язык вражды», авторы статьи, используя конкретные контексты, выявляют способы выражения речевой агрессии в процессе конструирования образа врага в средствах массовой информации Великобритании и США. В данной статье выявляются и описываются лексические средства создания образа врага в англоязычных СМИ и проводится их статистический анализ, который позволяет выявить специфику манипулятивного воздействия на читателей, против которых развязана информационная война.

Ключевые слова: средства массовой информации, информационная война, образ врага, демонизация, язык вражды, речевая агрессия.

На рубеже XX–XXI веков возрос интерес исследователей к изучению текстов медиадискурса. Это не случайно, потому что средства массовой информации принимают активное участие в жизни общества, формируя общественное мнение, создавая определенный идеологический фон и пропагандируя систему ценностей.

Но, к сожалению, в последние несколько лет публицистические материалы зарубежных периодических и Интернет-изданий наполнены агрессивной риторикой в адрес тех стран и их лидеров, политика которых не вписывается в стандарты, принятые западным обществом. Став частью современной политики, масс-медиа развернули настоящую информационную войну, которая характеризуется, в первую очередь, созданием образа врага и направлена на конструирование мифа в отношении того или иного государства, его руководителей и народа, в процессе которого в ход идет открытая ложь, сфабрикованные факты, циничная фальсификация «доказательств».

«Враг» как понятие и как восприятие субъектом «другого» имеет глубинные корни, которые уходят в родоплеменные общественные отношения. Это связано, во-первых, с необходимостью самоидентификации социальной группы и ее различения по принципу «свой – чужой», во-вторых, с необходимостью определения того, что представляет опасность для самого существования группы [Карпухина, 2018, с. 19].

Образ врага – это оценочная характеристика «чужого», сформированная в общественном сознании. Это иное восприятие «чужого» и представление о «чужом» как о враге. При этом, как отмечает Г. Козырев, «враг и его образ могут значительно отличаться друг от друга, т.к. восприятие отражает не только объективную реальность, но и оценочные интерпретации, и эмоциональные компоненты восприятия. Кроме того, на формирование образа врага оказывают влияние стереотипы и установки, присущие массовому сознанию. Необходимо учитывать также то, что восприятие врага опосредовано определенными источниками информации, которые могут целенаправленно формировать определенный имидж «врага» [Козырев]. При этом формирующийся в этих источниках образ врага должен отвечать определенным целям и задачам противоборствующей стороны, самыми главными из которых является обеспечение внутренней консолидации членов общества для борьбы с общим врагом, а так же привлечение на свою сторону новых союзников [Карпухина, 2018, с. 20].

В последние годы враждебность СМИ по отношению конкретным странам и даже целым народам приняла такие масштабы, что в оборот вошел термин «демонизация», означающий намеренное создание негативного и даже отталкивающего образа оппонента, в результате чего последний выступает во всех своих проявлениях как абсолютное зло [Иванова, 2016, с. 28]. По мысли С.В. Ивановой, в основе демонизации лежит «разрушение образа противника посредством придания ему черт, несовместимых с разделяемыми мировым сообществом ценностями» [Иванова, 2016, с. 28]. При этом вокруг образа противника создается отрицательное поле смыслов и ассоциаций. Таким образом, демонизация есть наивысшая форма дискредитации оппонента в ходе информационно-психологической войны.

Одним из самых эффективных способов реализации эффекта демонизации является речевая агрессия, проявляющаяся посредством так называемого «языка вражды». Поэтому прежде чем показать на конкретных примерах особенности конструирования образа врага в англоязычных СМИ, остановимся на этих понятиях.

Речевую, или вербальную, агрессию в самом общем виде можно определить как «обидное общение; словесное выражение негативных эмоций, чувств или намерений в оскорбительной, грубой, неприемлемой в данной речевой ситуации форме» [Щербинина, 2004, с. 9].

Речевая агрессия может возникать и под влиянием различных побуждений, отрицательных эмоций и чувств, к которым относятся злость, раздражение, обида, недовольство, отвращение, презрение и т.д., и как особое намерение – целенаправленное желание говорящего нанести коммуникативный урон адресату [Щербинина, 2004, с. 9]. Второй тип речевой агрессии наиболее опасен, ибо представляет собой продуманный, спланированный, подготовленный речевой акт, цель которого – нанесение коммуникативного вреда адресату, разрушение гармонии общения. Именно этот вид речевой агрессии функционирует в средствах массовой информации.

Речевая агрессия – это сфера речевого поведения, которая мотивирована агрессивным состоянием говорящего или пишущего. Можно говорить о двух вариантах проявления случаев речевой агрессии в медиатекстах: «Во-первых, автор прямо призывает адресата к агрессивным действиям. Во-вторых, автор подачей предмета речи вызывает или поддерживает агрессивное состояние адресата» [Шур, 2009, с. 68].

Манипулируя сознанием адресата, формируя его негативно-оценочное отношение к фактам, событиям, другим субъектам и т.д., масс медиа создали специализированный «язык вражды», или, hate speech, который в широком смысле определяется как вербальные и невербальные формы распространения, провоцирования, стимулирования или оправдания расовой, национальной, религиозной и иной ненависти [Федотов, 2002, с. 288].

Стремительный ход «языка вражды» начинается часто с того, что журналист, желая найти эмоциональный отклик в сердцах читателей, обратит внимание на представленные факты, переходит границу и начинает выстраивать эмоционально негативный языковой ряд по отношению к представителям определенных национальностей, социальных групп и даже целых стран.

Сигналы «языка вражды» в массмедийном тексте обычно рассматривают с позиций лексико-семантического анализа, включающего исследование лексических средств как вербальных способов выражения агрессии, облеченной в словесную форму.

Речевая агрессия в средствах массовой информации Великобритании и США проявляется, в первую очередь, через лексемы негативной коннотации, репрезентирующие такие чувства, как неприязнь, ненависть, вражда, обида и т.п. Эти лексемы могут носить субстантивный, адъективный и процессуальный характер. Иными словами, они представлены именами существительными, именами прилагательными и глаголами, функционирующими часто в одном контексте. Наречия как репрезентанты агрессивной риторики в текстах изученных нами статей практически не представлены.

Как показал наш мониторинг газетно-публицистических материалов, негативное отношение большинства авторов статей, сопровождающееся агрессивными словесными выпадами, направлено в сторону России, а значит, и ее лидера – Владимира Путина. Во многих контекстах понятия «Россия» и «Путин» взаимозаменяемы и неразделимы.

Все статьи, в которых используются лексические единицы агрессивной семантики, тематически можно разделить на несколько тематических групп.

В I группе текстов рассматриваются *взаимоотношения России с США и Великобританией*. Конечно, в англоязычной прессе встречаются публикации, в которых говорится, что страны пытаются наладить отношения и проявляют желание сотрудничать. Однако, подобных статей не так много. Чаще всего статьи фокусируются на теме конфликта и напряженных отношений между англоязычными странами и Россией.

Так, Россию часто обвиняют в ведении информационно-технологической войны, а также в том, что она вмешивается во внутренние дела Великобритании и США. Об этом говорят следующие красноречивые примеры:

*“Until Russia stops the irresponsible and **destabilising** activity that **threatens** the UK and its allies – including **hostile interventions** in other countries, **disinformation** and **cyber attacks** – which undermine Russia’s standing in the world”* (‘The Telegraph’. 28.06.2019).

*“Russia sought **to interfere** with our election and made multiple offers to assist the Trump campaign”* (‘CNN’. 25.03.2019).

*“Mr Putin was attempting to **subvert** our values from abroad”* (‘The Telegraph’. 28.06.2019)

Как видим, агрессивная риторика в данных текстах создается за счет глаголов (*to interfere, to destabilize, to threaten, to subvert*), имен существительных (*attack, intervention, disinformation*) и одного прилагательного (*hostile*). Именно эти лексические маркеры создают образ военного государства, с которым невозможно договориться, глава которого не идет на компромиссы, ведет «скрытую игру», не признает так называемые «американские» и «европейские» ценности.

“John McCain called Putin ‘a KGB thug, a murderer, and a killer’” (‘The American Conservative’. 7.03.2022).

В приведенном выше примере особенно четко прослеживается агрессивная риторика в отношении российского президента, репрезентированная синонимами-существительными *thug, murderer, killer*, хотя агрессия исходит не от журналиста, а от политика, слова которого передает последний. Но тем не менее чувствуется, что автор статьи поддерживает точку зрения известного американского конгрессмена.

Практически во всех публикациях американских СМИ Россия называется самой великой угрозой Американской национальной безопасности, против которой необходимо принять меры защиты. Это подтверждают многие негативно заряженные лексемы и словосочетания, использованные в различных контекстах, при этом они повторяются от статьи к статье: *greatest threat, Russian aggression, destabilize, to destroy, to target* и др. Эта военная лексика уместна на поле боя, а не в межгосударственных отношениях. Использование лексики войны и военных действий носит явно манипуляционный характер, направленный на запугивание западного обывателя, уже подготовленного к одобрению увеличения военного бюджета, что и является одной из целей правящей элиты.

В статье под заголовком: “Russia is more dangerous than Isis, says Polish foreign minister”, опубликованной в британской газете “The Guardian”, Россию сравнивают с крупной террористической группировкой “Isis” (ИГИЛ).

“By all evidence, Russia’s activity is a sort of **existential threat** because this activity can **destroy** countries.” (‘The Guardian’. 15.04.2021).

Отметим, что в тексте данной статьи (как, впрочем, во всех англоязычных публикациях) нет номинации *enemy*, но через словосочетание *existential threat*, которое встречается два раза читателю внушается мысль о том, что деятельность России якобы направлена на разрушение, поэтому она является опасным врагом для Европы и всего человечества, врагом, которого стоит бояться и с которым нужно бороться.

Манипуляция сознанием читателя базируется не только на ложных утверждениях. Ложь пытаются подкрепить, аргументировать. И, поразительно, что единственным «аргументом», введенным в предложение, является оборот “By all evidence”, который никаких доказательств не дает. Общая, не наполненная содержанием фраза, тем не ме-

нее, способна убедить неисключенного читателя, поскольку в ней содержится слово “evidence”, которому принято доверять.

Во II группе текстов фокусируется политика стран Ближнего Востока и их взаимоотношение с остальным миром. В данной группе превалируют статьи, в которых речь идет о военных конфликтах в Сирии, Ливии и других государствах ближневосточного региона и причастности России к этим конфликтам, в связи с чем речевая агрессия публикаций направлена не только на лидеров этих стран, обращающихся к России за помощью и поддержкой, но и на саму Россию, лицом которой является В.В. Путин.

“And now Russia, by means of its **military intervention** on Assad’s behalf, is seeking to enhance its status as a **global power** vis-à-vis the West (and the United States in particular)” (‘Project Syndicate’. 02.12.2015).

Как видим, имя сирийского президента Башара Асада упоминается рядом с именем российского президента. Автор статьи намекает на зависимость Сирии от России и на то, что сирийский лидер ведет не самостоятельную политическую линию, а выполняет требования В. Путина, для которого Сирия – это плацдарм борьбы с Западом. Агрессия в данном контексте проявляется через субстантивное словосочетание *military intervention* (Россию обвиняют в интервенции Сирии) и в том, что российский президент, по мнению журналиста, претендует на мировое господство (*global power*).

Врагом «западной демократии» в англоязычных СМИ обвиняется не только Россия, но и те страны, которые ей симпатизируют. Лидеров этих стран обвиняют в диктаторстве. Например,

“Why Are We Paying For Pharaoh Al-Sisi’s **Dictatorship** In Egypt?” (‘The American Conservative’. 23.04.2020).

Египетского президента Абдель Фаттаха а-Сиси англоязычные СМИ обвиняют не только в «диктаторстве» (*dictatorship*), но и называют «фараоном» (*pharaoh*), намекая тем самым на его единоличную власть, которую, по мнению западных журналистов, он захватил в результате вооруженного переворота/

Начиная с 2014 года, в англоязычной прессе активизировалась III тема – взаимоотношения России и Украины, переросшие в стадию конфликта. СМИ Великобритании и США большую часть своих публикаций посвящают именно этой теме, наполняя их агрессивной риторикой.

В статьях на украинскую тематику создается образ России–агрессора, который стреляет, бомбит, захватывает чужую территорию. В данных статьях наиболее частотной лексемой является прилагательное *aggressive*:

“If he (Obama) was hoping that ‘international pressure’ and the conflict in Ukraine would moderate Putin’s **aggressive** strategies, he was wrong again” (‘American Thinker’. 2.10.2015).

За «агрессивные» действия России на украинской земле вводятся различные антироссийские санкции:

“Ukraine ‘ready to fight’ as US targets sanctions” (‘The Times’. 6.03.2014).

Имя существительное *sanctions* в сочетании с глаголом *to target* является проявлением речевой агрессии.

IV группа англоязычных публикаций, направленных на создание образа врага, касается *взаимоотношений России с другими странами Европы*, но представлена она небольшим количеством статей. В них, в основном, речь в них идет о «беженцах» из тех государств, где идет война. А поскольку, по мнению журналистов, именно Россия развязала эту войну, то обвинения в потоке вынужденных мигрантов косвенно переносятся на Россию.

“In the meantime, the flow of Syrian refugees to Europe has developed into one of the greatest challenges the European Union has ever faced” (‘Project Syndicate’. 02.12.2015).

Субстантив *challenge* – это камень, брошенный в сторону России, которую американские и британские СМИ постоянно обвиняют в том, что ее внешняя политика – это вызов всему миру.

Особняком в политико-публицистическом дискурсе стоят статьи, в которых раскрывается личность российского президента. Следует отметить, что лидеры других стран, с которыми взаимодействует Россия, как личности совсем не представлены. Их характеристика ограничивается «общими» лексемами «языка вражды»: *dictatorship, dictator, conflict, authoritarian, autocracy, crimes, terrorism, terror*. Но портрет российского президента в американских и отчасти британских СМИ достаточно подробный. Западные журналисты останавливаются на разных качествах его личности и характера, хотя интерпретируют поступки и мысли российского президента в духе принятой в западном обществе пропаганды.

Прежде всего, российский глава государства ассоциируется с мошенником, который стремится единолично править миром, о чем говорят такие прилагательные-эпитеты, как *kleptocratic, imperial, authoritarian*.

“Bannon was clear-eyed about Putin’s kleptocratic tendencies and imperial ambitions” (‘The American Conservative’. 03.02.2019).

“Putin shows his authoritarian bent” (‘The American Conservative’. 24.12.2018).

Путин, по мнению американских журналистов, является террористом и диктатором (лексемно-существительные *terror, dictator, dictatorship*), о чем говорят яркие заголовки статей:

“In the 16th year of his rule, President Vladimir V. Putin has achieved everything a dictator could strive for” (‘The New York Times’. 8.05.2015).

“Russia’s Road to Terror and Dictatorship under Putin” (‘The American Thinker’. 10.12.2019).

Из публикации к публикации читателям западных СМИ навязывается мысль, что российский президент – не только «агрессор», но и «крова-

вый» лидер. Таких репрессий, как в России, нет нигде – пишут западные СМИ:

“When it comes to modern authoritarian leaders, President Vladimir Putin ranks high for ruthlessness and repression” (‘The New York Times’. 27.03.2017).

Субстантивные лексемы *ruthlessness* и *repression* подчеркивают «кроважность» В. Путина.

Образ В. Путина как врага представлен не только на уровне его внешнеполитического курса. Внутренняя политика российского президента, как повествуют СМИ, поддерживается не всеми гражданами России (она поддерживается только «вассалами»). Большинство граждан, по мнению западных публицистов, пытается противостоять «путинскому режиму». Даже, как утверждают американские СМИ, политику президента в отношении Крыма не все россияне одобряют, потому что она привела к войне:

“Although Russians cheered Putin’s seizure of Ukraine’s Crimea peninsula in early 2014, public attitudes toward Russian involvement began to sour when the bodies of Russian fighters started arriving back in their home regions for burial” (‘Los Angeles Times’. 13.11.2015).

В приведенном контексте американский журналист пишет о войне, на которой гибнут русские бойцы. Но непонятно, о какой войне идет речь. Вначале упоминается «захват» Крыма (*Putin’s seizure*). Но, как известно, боев за Крым не было. Если журналист имеет в виду Донбасс, то тогда причем здесь Крым? Таким образом, можно сказать, что американские СМИ часто подменяют понятия. Их агрессивная риторика не всегда обусловлена причиной.

Итак, согласно англоязычным СМИ, Путин, как и, в целом, политика России, опасны не только для Запада, но и для всей России. Субстантивная лексема *danger*, как и прилагательное *aggressive*, часто упоминаются в статьях на российскую тематику:

“The experience in the Caucasus and the rest of Russia underscores the dangers of Moscow’s approach” (‘American Thinker’. 23.01.2017).

Таким образом, на мировой арене Россия представлена как конфликтующая страна, с Путиным практически невозможно договориться, ее обвиняют в активных военных действиях (бомбардировки, захват чужой территории). Своими действиями она способствует развитию кризиса в других странах, то есть Россия нарушает мировой порядок. Против нее вводятся санкции, ее боятся. И, соответственно, глава такого государства – нечестный игрок в политике.

Проанализировав тексты политико-публицистического дискурса, в которых представлен образ врага, мы пришли к выводу, что на лексическом уровне этот образ представлен негативно-оценочными лексемами субстантивного, адъективного и глагольного типа.

Мы рассмотрели 91 контекст и выявили 143 единицы агрессивной семантики. Среди эти единиц преобладают имена существительные, ко-

торых мы насчитали 78 единиц, что составляет 54,5% «агрессивных» номинаций от общего числа. Это такие единицы, как *enemy* (встречается редко), *terror*, *dictatorship*, *dictator*, *regime*, *murderer*, *killer*, *repression*, *danger*, *violence*, *terrorist*, *struggle*, *military*, *conflict*, *scourge*, *intervention*, *troops*, *air-strike*, *foe*, *mobilization*, *fighting*, *aggressor*, *rival*, *hostility* и др. Некоторые из них, можно сказать, «путешествуют» из текста в текст. Так, мы выявили 12 случаев использования слова *terror*, по 9 случаев использования слов *danger* и *regime*. Большую частотность использования имеют слова *dictatorship* и *dictator*, а также слово *military*.

Второе место по функционированию в текстах агрессивной риторики занимают глаголы. Мы выявили 43 глагольные единицы, что составляет 30% от общего числа. Среди глаголов чаще всего встречаются следующие: *to fear*, *to wage*, *to target*, *to destroy*, *to wade in*, *to compromise*, *to step back*, *to face*, *to seize*, *to bomb*, *to attack*, *to interfere* и др.

Адъективных номинаций, т.е. имен прилагательных, в текстах политико-публицистического дискурса мы выявили немного – 22 единицы, что составляет 15,5% от общего числа. Это такие прилагательные, как *kleptocratic*, *imperial*, *authoritarian*, *aggressive*, *military*, *powerful*, *willful*, *demagogic*, *unpredictable*, *militaristic*, *preemptive*, *feeble*, *dangerous* и некоторые другие. Чаще всего встречаются в публицистических текстах прилагательные *authoritarian*, *aggressive* и *dangerous*.

Проведенный анализ англоязычных СМИ выявил явную тенденциозность прессы Великобритании и США, направленную против России и ее союзников в лице руководителей некоторых стран ближневосточного региона. С помощью манипулятивных методов в прессе формируется недвусмысленные, четкие образы Владимира Путина и его союзников (в первую очередь, из ближневосточного региона) как врагов, среди которых страшную угрозу существованию западного мира представляет именно российский президент. Эти образы создаются англоязычными СМИ с целью настроить своих читателей против Российской Федерации и стран, уважающих Россию и стремящихся к дружбе с ней. Поэтому именно России бездоказательно приписываются такие качества, как враждебность, воинственность, агрессивность, деструктивность, непредсказуемость.

Литература

1. Иванова С.В. Лингвистическая ресурсная база информационной войны: создание эффекта демонизации // Политическая лингвистика. – 2016. – № 5. – С. 28–38.
2. Карпухина Т.П., Пушкарев Н.А. Формирование образа врага в англоязычной прессе (на материале статей о России) // Постулат. – 2018. – № 2. – С. 16–26/
3. Козырев Г. Враг, образ врага // URL: <http://kozyrev-gi.ru/pages/vrag-obraz-vraga>.
4. Федотов М.А. Правовые основы журналистики. – М.: ВЛАДОС, 2002. – 431 с.
5. Щербинина Ю.В. Русский язык: Речевая агрессия и пути ее преодоления. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 224 с.
6. Шур А.М. Толерантное и интолерантное поведение в СМИ // Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика. 2009. – Т. 9. – № 1. С. 67–70.

LEXICAL MEANS OF CREATING AN ENEMY IMAGE IN BRITISH AND AMERICAN MASS MEDIA

Gubaidullina G.T., Nurutdinova A.R., Potapova O.E., Pristenskaya N.V., Rakhimzyanova A.I.

Almetyevsk State Petroleum Institute; Kazan Federal University; Russian State Hydrometeorological University; Belgorod State National Research University

This article is devoted to the creation of the enemy image in the American and British mass media – one of the key phenomena of modern political reality, and an obligatory element of the information space. The article analyzes lexical means of creating the enemy image in information and political media texts of English-language journalism. Having characterized such concepts as “speech aggression” and “hate speech”, the authors of the article, using specific contexts, identify ways of expressing speech aggression in the process of constructing the enemy image in the media texts of Great Britain and the USA. This article identifies and describes lexical means of creating an enemy image in the English-language media and conducts their statistical analysis, which allows us to identify the specifics of manipulative influence on readers against whom the information war is unleashed.

Keywords: mass media, information war, enemy image, demonization, hate speech, speech aggression.

References

1. Ivanova S.V. Linguistic resource base of information warfare: creating the effect of demonization // Political Linguistics. – 2016. – No 5. – Pp. 28–38.
2. Karpukhina T.P., Pushkarev N.A. Formation of the enemy image in the English-language press (on the material of articles about Russia) // Postulat. – 2018. – No 2. – Pp. 16–26/
3. Kozyrev G. The enemy, the image of the enemy // URL: <http://kozyrev-gi.ru/pages/vrag-obraz-vraga>.
4. Fedotov M.A. Legal Foundations of Journalism. – Moscow: VLADOS, 2002. – 431 p.
5. Shcherbinina Y.V. Russian language: Speech aggression and ways of its overcoming. – Moscow: Flinta: Nauka, 2004. – 224 p.
6. Shur A.M. Tolerant and intolerant behavior in mass media // Bulletin of Saratov University. Philology. Journalism. – 2009. – Vol. 9. – No 1. – Pp. 67–70.