

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ В Г. ИРКУТСКЕ –  
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи



ФЕДОСЕЕВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА

КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ДИСКУРСИВНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ  
ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В МЕДИАДИСКУРСЕ  
(на материале статей о России в современных англоязычных  
средствах массовой информации)

Специальность 10.02.19 – Теория языка

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
профессор С.Н. Плотникова

Иркутск – 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА I. Теоретические основы исследования медиадискурса.....	13
1.1. Современные направления исследования дискурса.....	13
1.2. Сущность медиадискурса: базовые понятия и термины.....	23
1.3. Подход к медиадискурсу с позиций неориторики.....	35
1.4. Подход к медиадискурсу с позиций критической лингвистики.....	40
ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ.....	50
ГЛАВА II. Типы дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе.....	52
2.1. Понятие репрезентации: когнитивная vs дискурсивная репрезентация.....	52
2.2. Медиатизация как дискурсивная репрезентация реальности и медиареальности.....	61
2.3. Факт vs медиафакт.....	66
2.4. Языковые маркеры дискурсивной репрезентации действительности по типу «отражение».....	73
2.5. Языковые маркеры дискурсивной репрезентации действительности по типу «конструирование».....	85
ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ.....	97
ГЛАВА III. Когнитивные механизмы дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе по типу «конструирование».....	99
3.1. Конструирование референтной ситуации: алгоритмы создания медиафакта.....	99
3.2. Включение пишущего в референтную ситуацию: использование личностного нарратива.....	113

3.3. Включение пищевого в референтную ситуацию: языковые маркеры описания пишущим самого себя.....	121
3.4. Когнитивные механизмы стереотипизации и мифологизации.....	131
3.5. Концептуальная метафора как организующий центр риторической модификации медиадискурса .....	145
ВЫВОДЫ ПО ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ.....	153
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	155
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	161
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ.....	179
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ.....	180
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	183
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	188

## ВВЕДЕНИЕ

Данное диссертационное исследование посвящено разработке теоретической проблемы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе.

Выбор темы продиктован необходимостью дальнейшего анализа понятия «дискурс» в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы в лингвистике и важностью постановки новых теоретических проблем в области теории дискурса в целом и теории медиадискурса в частности.

Вопрос представления действительности в дискурсе поднимался уже на самом раннем этапе его изучения; в определение дискурса изначально входит его понимание как особого способа видения и упорядочения действительности, реализуемого в разнообразных дискурсивных практиках [М. Фуко].

Это понимание углубляется в новейших направлениях исследования дискурса, таких как его пропозициональный анализ, исследование его когнитивных сценариев и когнитивный анализ нарратива [Демьянков, 2005; Кубрякова, 2004; Плотникова, 2013; Падучева, 1996; Брокмейер, 2000; Abelson, 1981; Dijk, 1980, 1985; Kintsch, 1972; Schank, 1977; Minsky, 1980; Ochs, 1996 и др.]. В этих подходах акцентируется активная роль говорящего в создании релевантного контента, коррелирующего с представляемой в дискурсе внеязыковой действительностью.

Проанализировав имеющиеся лингвистические исследования медиадискурса, мы установили, что в своем большинстве они носят структурный характер: даются классификации медиатекстов, выявляются их функции [Зильберт, 1986; Рождественский, 1996; Березин, 2003; Желтухина, 2003; Тертычный, 2006; Доброклонская, 2008, 2012; Кибрик, 2011 и др.]. Однако проблема репрезентации действительности в медиадискурсе в структурных исследованиях не является основной и затрагивается лишь частично.

Данной проблеме уделяется значительное внимание в такой дисциплине, как критическая лингвистика, где вводится понятие предвзятого, искаженного, основанного на предубеждении представления действительности в дискурсе; в

отношении медиадискурса это трактуется как нарушение объективности медийного сообщения [Водак, 1997; Dijk, 1989; Fairclough, 1989, 1997; Fowler 1991, Willis, 1991 и др.].

Нарушение принципа объективности в дискурсивном отображении действительности изучается также в общелингвистической дисциплине неориторике, где постулируется, что употребление в дискурсе стилистических приемов и риторических аргументов – его риторическая модификация – способствует замене интенции истины на интенцию мнения, благодаря чему в дискурсе происходит формирование реальности, а не ее объективное описание [Perelman, 1969; Тодоров, 1998; Эко, 1998 и др.].

Идеи неориторики начинают проникать и в исследования медиадискурса, где появились понятия медиареальности, неориторической картины мира, создаваемой СМИ, медиатизации, медиафакта [Землянова, 2004, Кириллова, 2005; Иванова, 2005; Негрышев, 2009; Анненкова, 2012; Добросклонская, 2012 и др.].

Появившееся в последние годы в теории дискурса новое понятие «дискурсивное конструирование» [Плотникова, 2006, 2014,а,б; Potter, Herbun, 2008] начинает изучаться и в кандидатских диссертациях. Ю.И. Детинко исследовала дискурсивное конструирование чужеродности в современной британской политической коммуникации [Детинко, 2013]. К.В. Боровикова рассмотрела смежное с понятием дискурсивного конструирования понятие дискурсивного мониторинга мира говорящим / пишущим как наблюдателем [Боровикова, 2007].

Представляется своевременным проведение комплексного лингвистического анализа особенностей дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе.

**Актуальность** данного исследования обусловлена необходимостью изучения когнитивных структур, лежащих в основе репрезентации действительности в медиадискурсе, и способов их языкового выражения. Актуальным является также интегрированный подход к проблеме дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе с позиций лингвистики дискурса, когнитивной лингвистики, критической лингвистики и неориторики. Учет взаимодействия дискурса и ко-

гностики в нашем исследовании определяет его актуальность в общей проблематике когнитивно-дискурсивной парадигмы в лингвистике.

**Теоретической и методологической базой** диссертации являются работы отечественных и зарубежных ученых в области:

1) теории коммуникации (К. Шеннон, Р.О. Якобсон, Г.Г. Почепцов, Л.В. Куликова, А.П. Чудинов, Т.Г. Винокур, О.С. Иссерс и др.);

2) теории текста и дискурса (В.З. Демьянков, Е.С. Кубрякова, Н.Д. Арутюнова, И.Р. Гальперин, З.Я. Тураева, В.И. Карасик, С.Н. Плотникова, Е.И. Шейгал, Г.Г. Слышкин, Е.И. Ильинова, Н.Н. Панченко, Т. ван Дейк, Дж. Серль, Дж. Поттер, Д. Эдвардс и др.);

3) теории медиадискурса (М. Маклюэн, Н. Луман, Д. Грейбер, Т.Г. Добросклонская, А.В. Олянич, А.А. Кибрик, М.Г. Лебедев, Э.Г. Меграбова, Б.А. Зильберт, Ю.В. Рождественский, В.М. Березин, М.Р. Желтухина, А.А. Тертычный и др.);

4) когнитивной лингвистики (Д.С. Лихачев, Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.С. Степанов, Н.Н. Болдырев, О.К. Ирисханова, Р. Абельсон, Р. Шенк, М. Минский, Дж. Лакофф, М. Джонсон и др.);

5) критической лингвистики (Р. Водак, Р. Фаулер, Г. Кресс, Б. Ходж, Н. Фэарклоф, Т. ван Дейк, У. Уиллис и др.);

6) неориторики и неориторического подхода к медиадискурсу (Х. Перельман, Л. Ольберхт-Тытека, Ж. Женнет, И.В. Анненкова, Н.А. Безменова, В.М. Мейзеровский, А.А. Ивин и др.).

Исследование базируется на **гипотезе** о том, что в основе репрезентации действительности в медиадискурсе лежат определенные когнитивные механизмы. Формирующие медиадискурс когнитивные механизмы конструирования действительности определяют различия в изображении одной и той же ситуации действительности разными пишущими.

**Целью** диссертации является теоретическое обоснование понятия дискурсивного конструирования действительности в ряду смежных понятий и терминов

и определение основных когнитивных механизмов, лежащих в основе дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе.

В соответствии с поставленной целью и в процессе доказательства выдвинутой гипотезы в диссертации ставятся следующие **задачи**:

- 1) рассмотреть современные направления изучения дискурса;
- 2) охарактеризовать сущность медиадискурса и базовые подходы к его исследованию;
- 3) обосновать теоретический статус понятия «дискурсивное конструирование действительности» в ряду смежных понятий и терминов;
- 4) определить сущность дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе, для чего:
  - а) отграничить его от других типов репрезентации действительности в медиадискурсе;
  - б) охарактеризовать различие факта и медиафакта, определить лингвистические параметры медиафакта и его роль в конструировании действительности в медиадискурсе;
- 5) выделить основные когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе и способы их языковой реализации.

**Объектом** исследования является феномен дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе.

**Предметом** исследования являются когнитивные механизмы, лежащие в основе конструирования действительности в медиадискурсе, и отличительные особенности их языкового выражения.

Цель работы определяет привлечение различных **методов** исследования, среди которых метод концептуального, пропозиционального, речеактового анализа, метод моделирования когнитивных сценариев и интерпретативный метод.

**Материалом** для исследования служат тексты статей о России в современных англоязычных СМИ, собранные на основе сплошной выборки из печатных и интернет-изданий. Ограничение материала исследования связано с необходимостью унифицировать анализируемые данные, что позволяет в полной мере под-

вергнуть анализу многообразия репрезентируемых в медиадискурсе ситуаций действительности. Общий объем проанализированного материала – более 4000 текстов.

**Достоверность** полученных результатов исследования обеспечивается репрезентативным отбором рассмотренного языкового материала, а также интегрированным подходом к его анализу, объединяющим в себе когнитивный, критический и неориторический аспекты изучения медиадискурса.

**Научная новизна результатов исследования** состоит в том, что в ней **впервые:**

1) проведен комплексный лингвистический анализ дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе;

2) доказано, что медиадискурсу присуща особая форма дискурсивной репрезентации действительности – медиатизация, и дано ее определение как дискурсивной обработки действительности пишущими либо по типу «отражение», либо по типу «конструирование»;

3) проведено разграничение медиатизации по типу «отражение» и по типу «конструирование» и определено, что они различаются как дискурсивное представление реальности происходящего и ее медиаверсии;

4) в анализ медиадискурса введено понятие когнитивного механизма дискурсивной репрезентации действительности как определенной репрезентационной практики, имеющей отличительные особенности своего языкового выражения;

5) выделены когнитивные механизмы конструирования действительности в медиадискурсе: конструирование референтной ситуации, включение в нее пишущего, стереотипизация, мифологизация, риторическая модификация медиадискурса;

6) установлено, что с помощью этих когнитивных механизмов происходит замена реально имевших место фактов медиафактами, дискурсивными конструктами, представляющими собой личностную или культурно обусловленную версию действительности.



**На защиту выносятся следующие положения:**

1) Дискурсивная репрезентация действительности в медиадискурсе – медиатизация – осуществляется либо по типу «отражение», либо по типу «конструирование». Эти два типа репрезентации различаются по своим когнитивным механизмам и по особенностям их языковой реализации.

2) В медиатизации по типу «конструирование» происходит отход от действительности, заключающийся в замене реально имевших место фактов действительности медиафактами – дискурсивными конструктами, созданными с помощью определенных когнитивных механизмов и особого набора языковых средств.

3) Когнитивный механизм конструирования референтной ситуации лежит в основе создания при помощи дискурса медиафакта как псевдособытия. Алгоритмами данного механизма являются дефокусирование, референциально-тематический менеджмент, абстрагирование, генерализация и мифологическая референция.

4) Когнитивный механизм включения пишущего в референтную ситуацию обуславливает переход от третьеличного к перволичному нарративу, описание пишущим самого себя и превалирование интенции мнения над интенцией истины; эти факторы способствуют конструированию медиафакта как личностной версии действительности.

5) Когнитивные механизмы стереотипизации и мифологизации обуславливают нарративное переструктурирование реальных фактов на основе стереотипных мнений и мифологических сюжетов, в результате чего создается медиафакт как культурно обусловленная версия действительности.

6) Когнитивный механизм риторической модификации медиадискурса предполагает, что модификация возникает на основе риторически не модифицированного медиадискурса; организующим центром используемых стилистических приемов, создающих медиафакт как личностную версию действительности, является концептуальная метафора.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что оно вносит определенный вклад в развитие теории дискурса, теории медиадискурса, ко-

гнитивной лингвистики, теории коммуникации, критической лингвистики, стилистики и интерпретации текста.

Получила дальнейшую разработку общая теоретическая проблема дискурсивной репрезентации действительности; была поставлена и исследована проблема репрезентации действительности в медиадискурсе.

Углубляются теоретические знания о природе когниции и ее механизмах, на основе которых осуществляется представление действительности в медиадискурсе.

Создана теоретическая модель конструирования действительности в медиадискурсе, объясняющая когнитивные и языковые способы замены реальных событий их версиями – дискурсивными конструктами. В связи с этим получают дальнейшую разработку теоретические положения о процессе порождения дискурса, в частности, о порождении с помощью дискурса возможных миров. Созданная модель также развивает собой теоретические положения критической лингвистики; выявленные когнитивные механизмы репрезентации действительности в медиадискурсе позволяют разграничить объективное и предвзятое медийное сообщение.

Углубляются научные представления о референтно-тематической структуре дискурса; выявлены особенности когнитивной обработки референтов и тем в целях конструирования действительности в медиадискурсе. Получают развитие теоретические положения о риторической структуре дискурса; определены особенности использования стилистических приемов и риторических аргументов в целях выражения интенции мнения пишущего в медиадискурсе.

**Практическая значимость** работы состоит в возможности применения ее основных положений в преподавании вузовских курсов теории текста и дискурса, когнитивной лингвистики, теории коммуникации, теории межкультурной коммуникации, стилистики и интерпретации текста. Результаты и материалы исследования могут быть использованы при составлении учебных пособий по теории языка, а также при руководстве курсовыми и дипломными работами.

**Апробация** работы. По теме диссертации сделаны доклады на четырех международных конференциях: «Текст и дискурс: лингвокультурологический аспект» (Иркутск, 2012 г.), «Концепт и культура» (Кемерово, 2012 г.), «Язык – когниция – социум» (Минск, 2012 г.); «Теория и методика международного образования: традиции и новации в обучении студентов стран Азиатско-Тихоокеанского региона» (Иркутск, 2014 г.); на 9-ой Всероссийской научной конференции «Проблемы концептуальной систематики языка, речи и речевой деятельности» (Иркутск, 2015 г.); на конференциях молодых ученых «Современные проблемы гуманитарных и естественных наук» в ФГБОУ ВПО ИГЛУ (2011, 2012, 2013, 2014 гг.).

Основные результаты исследования отражены в 16 публикациях, в том числе в трех публикациях в ведущих рецензируемых научных изданиях. Общий объем публикаций составляет 5,7 печатных листов.

По **структуре** диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 192 наименований, в том числе 57 на иностранных языках, списка использованных словарей, списка источников примеров и двух приложений. Работа иллюстрирована 4 таблицами и 3 схемами.

Во **Введении** формулируются цели и задачи работы, обосновывается актуальность и научная новизна исследования, его теоретическая и практическая значимость, перечисляются основные методы анализа, приводится описание теоретической базы диссертации, излагаются основные положения, выносимые на защиту, отмечается теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

В **первой главе** «Теоретические основы исследования медиадискурса» излагается теоретическая база исследования: рассматриваются современные направления исследования дискурса, сущность медиадискурса, его базовые понятия и термины, сравниваются подходы к медиадискурсу с позиций неориторики и критической лингвистики.

Во **второй главе** «Типы дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе» анализируется понятие когнитивной и дискурсивной репрезентации действительности, вводится понятие медиатизации как

дискурсивной репрезентации реальности и медиареальности, выделяются два типа медиатизации: отражение и конструирование, разграничиваются языковые маркеры репрезентации действительности в медиадискурсе по типу «отражение» и по типу «конструирование».

**В третьей главе** «Когнитивные механизмы дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе по типу «конструирование» дается классификация когнитивных механизмов, лежащих в основе создания медиафактов как версий действительности. Определяются и анализируются когнитивные механизмы конструирования референтной ситуации, включения в нее пишущего, стереотипизации и мифологизации, риторической модификации медиадискурса.

**В заключении** обобщаются результаты проведенного исследования, формулируются вытекающие из него основные выводы и намечаются перспективы дальнейшего изучения данной темы.

**Приложения** содержат материал, необходимый для иллюстрации ряда теоретических положений диссертации.

## ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА

### 1.1. Современные направления исследования дискурса

Понятие дискурса является одним из базовых понятий когнитивно-дискурсивной парадигмы, однако единого понимания данного явления пока не разработано. Это объясняется тем, что дискурс – это объект междисциплинарного изучения. Кроме лингвистики, дискурс изучается такими науками, как литературоведение, социология, психология, логика и философия, семиотика, компьютерная лингвистика и искусственный интеллект, теология и др.

В лингвистике до настоящего времени однозначно не нашли ответ на вопрос, с каких позиций следует изучать дискурс, что отразилось в различных подходах к данному явлению. Как правило, разные научные школы по-разному трактуют дискурс.

Для исследования медиадискурса большое значение имеет объединение различных подходов к дискурсу. Подобное понимание дискурса заложил М. Фуко, понимающий дискурс / речь как освоение реальности. С его точки зрения, в результате дискурсивных практик не только осваивается, «обговаривается» мир, но и складываются правила этого обговаривания, правила самого дискурса, и как результат, соответствующие мыслительные конструкции. По мнению М. Фуко, дискурс – это одновременно и процесс, и результат (в виде сложившихся способов, правил и логики обсуждения чего-либо). Кроме того, дискурс представляет собой особый способ видения и упорядочения действительности, реализуемый в разнообразных дискурсивных практиках [Фуко, 1996, с. 30].

Основы последующего изучения дискурса заложила российская школа лингвистики текста, занимавшаяся, как правило, письменными текстами [Гальперин, 1982; Тураева, 1986; Реферовская, 1983; Филиппов, 1989; и др.].

Как отмечается, изначально развитие лингвистики текста включало в себя рассмотрение соотношения текста и предложения, текста и сверхфразового единства [Серкова, 1978].

Одно из самых полных определений текста принадлежит И.Р. Гальперину: «Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [Гальперин, 1981, с. 18].

Тексты в отечественной науке также считаются коллективным продуктом: «не деятельностью отдельных индивидов, а совокупностью всего говоримого и понимаемого в определенной конкретной обстановке в ту или другую эпоху жизни данной общественной группы» [Щерба, 2004, с. 26].

Отсюда вытекают два основных современных понимания дискурса. Во-первых, дискурс понимается как текст, дискурс – это «текст в его текстовой данности» [Степанов, 1998, с. 670]. Во-вторых, дискурс понимается как совокупность текстов, в частности, медиадискурс – это вся совокупность медиатекстов.

К дискурсу приравниваются также цепочки речевых актов [Dijk, 1985; Артюнова, 1999]; это понимание основывается на теории речевых актов и их классификации на типы: ассертивы, директивы, декларативы, комиссивы, эмотивы [Austin, 1971; Searle, 1969].

Таким образом, дискурс может являться структурой любого типа, начиная от двух и более связных высказываний (речевых актов) до цельных текстов и совокупностей текстов, каковым и является изучаемый нами медиадискурс.

Когнитивный подход к изучению дискурса в настоящее время интенсивно развивается и представляет дискурс как особую форму создания знаний, существования знаний, оперирования знаниями [Демьянков, 2005; Лихачев, 1993; Карасик, 2002; Слышкин, 2000; Кубрякова, 2004, 2005; Плотникова, 2000; Степанов, 1997; Shank, 1977; Minsky, 1980; Abelson, 1981; Dijk, 1978, 1980, 1985; Langacker, 1987; Jackendoff, 1989; Fodor, 1998 и др.].

Когнитивная наука занимается человеческим разумом и мышлением (mind) и всеми ментальными (психическими, мыслительными) процессами и состояниями, которые с ними связаны [Виноград, 1983, с. 126]. Главная задача, стоящая перед ней – это исследование механизмов извлечения, хранения и передачи знаний посредством языка. Е.С. Кубрякова отмечает, что «такая широкая исследовательская программа означает, что когнитивная наука занимается информацией о мире в самых различных ракурсах и отношениях, изучая такие сложнейшие феномены человеческого бытия, как восприятие мира и отражение воспринятого в голове человека, как язык мозга, как память и организация когнитивных способностей человека» [Кубрякова, 2005, с. 30].

Следовательно, при изучении дискурса в когнитивном плане в поле зрения исследователя попадают проблемы, касающиеся работы сознания, человеческого интеллекта и разума, устройства систем, обеспечивающих разного рода когнитивные, или мыслительные, акты [Кубрякова, 2005, с. 30].

В.З. Демьянков предлагает когнитивное понимание дискурса, указывая, что дискурсом чаще всего называют речь (текст) в ее становлении перед мысленным взором интерпретатора, помещающий содержание очередной интерпретируемой порции дискурса в рамки уже полученной промежуточной или предварительной интерпретации [Демьянков, 2005, с. 49-50]. Ученый добавляет: «По ходу такой интерпретации воссоздается – «реконструируется» – мысленный мир, в котором, по презумпции интерпретатора, автор конструировал дискурс и в котором описываются реальное и желаемое (пусть и не всегда достижимое), нереальное и т.п. положение дел. В этом мире мы находим характеристики действующих лиц, объектов, времени, обстоятельств, событий (в частности, поступков действующих лиц) и т.п.» [Демьянков, 2005, с. 49-50].

Когнитивная структура дискурса – это, в первую очередь, его концептуальная структура. С.Н. Плотникова отмечает, что «языковая компетенция человека является преимущественно концептуальной компетенцией – его адекватным владением смыслами и способностью наделять ими языковые знаки» [Плотникова, 2006б, с. 142].

Являясь центральным термином когнитивной лингвистики, термин «концепт» трактуется как «термин, который служит объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; концепт определяется как оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике. Понятие «концепт» отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления» [КСКТ].

Согласно Д.С. Лихачеву, концепт представляет собой своего рода «алгебраическое» выражение значения. Концепт позволяет отвлекаться от мелочей и преодолевать существующие между общающимися различия в понимании слов и их толковании. Концепт существует для каждого основного (словарного) значения слова отдельно, и, таким образом, слова, их значения и концепты могут рассматриваться по отдельности. Важно то, что концепты составляют некие целостности, или концептосферы [Лихачев, 1993, с. 6].

Являясь ментальными образованиями, концепты «парят над словами и вещами, выражаясь как в тех, так и в других» [Степанов, 1997, с. 40]. Ю.С. Степанов отмечает, что «концепты существуют в сознании (в ментальном мире) и имеют сложную, многослойную структуру: первый «слой» представляет собой основной, актуальный признак концепта, второй – дополнительный, или несколько дополнительных, «пассивных» признаков, третий «слой» – это внутренняя форма, обычно не осознаваемая, запечатленная во внешней словесной форме» [Степанов, 1997, с. 41-42].

Референциально-тематическую структуру определяют опорные концепты дискурса. Исследование референциально-тематической структуры дискурса, а также действие в нем механизма референциально-тематического менеджмента, является одним из современных векторов исследования дискурса. Термин «референциально-тематический менеджмент» употребляется в американской и британской школах дискурсивного анализа. В нем делается акцент на активной роли говорящего / пишущего в процессе возникновения дискурса, в управлении референ-



тами и их выборе, и, следовательно, темами дискурса [Clark, 1974; Chafe, 1987; Dijk, 1977; 1980; Prince, 1981].

В данной теории подчеркивается, что управление референтами (referential management) обеспечивает наличие общих референтов у слушающих и говорящих. Управляя темами дискурса (thematic management), участники общения должны придерживаться общих референтов и тем. Отмечается, что фокусирование (focus management) направляет внимание говорящих и слушающих на те референты и темы, с которыми они имеют дело в определенный момент времени, и они должны знать, что говорят об одном и том же предмете [Chafe, 1994].

У. Чейф выделяет три вида тематической объективации концептов дискурса. К первому виду концепта он относит концепт, находящийся в фокусе сознания говорящего и является к «известным», «данным». У. Чейф обозначает его как активный концепт (active concept). Второй вид объективации концепта – полуактивный (semi-active), или доступный концепт; говорящий владеет фоновой информацией о данном концепте, однако его сознание непосредственно не сконцентрировано на этом концепте. У. Чейф подчеркивает, что полуактивный концепт находится на периферии человеческого сознания. Третий вид объективации концепта он называет неактивным (inactive), поскольку данный вид концепта относится к «новому», «неизвестному» и хранится в долгосрочной памяти говорящего / слушающего [Chafe, 1987, p. 35].

При управлении референтами одни концепты и референты разделяются как говорящим, так и слушающим, хотя другие таковыми не являются. Вследствие этого встает вопрос о разграничении информации: старой и новой, известной и неизвестной, разделяемой и новой. В частности, М. Хэллидей отмечает, что информация является известной, если говорящий считает, что слушающий понимает о чем идет речь. Напротив, информация считается неизвестной, если говорящий не может идентифицировать референт, о котором идет речь [Halliday, 1967, p. 55].

Кроме того, в референциально-тематической структуре дискурса ключевым понятием считается понятие глобальной, или главной, темы (global theme), относящейся ко всему дискурсу, а не одному высказыванию [Dijk, 1985]. С понятием

глобальной темы Т. ван Дейк также соотносит понятие макроструктуры (*macro-structure*), под которой им понимается макропропозиция дискурса, выражаемая заголовком, подзаголовком или ключевым предложением [Dijk, 1985].

Управление референтами создает взаимосвязь между когнитивными структурами и представлением знаний в дискурсе, так как это понятие объясняет, как управляется и контролируется референция при конструировании и интерпретации дискурса [Солодкова, 2012, с. 99].

Дискурсивные концепты часто бывают связаны посредством концептуальной (когнитивной) метафоры, поскольку именно когнитивная метафора играет важную роль в репрезентации знания в языковой форме как проявление аналоговых возможностей человеческого разума. Концептуальная метафора играет большую роль в категоризации концептов, в том числе дискурсивных, показывая, как новое познается человеком через известное.

Дискурсивные концепты часто бывают связаны посредством концептуальной (когнитивной) метафоры, поскольку именно когнитивная метафора репрезентирует знания в языковой форме как проявление аналоговых возможностей человеческого разума.

Когнитивная метафора (*cognitive / conceptual metaphor*) представляет собой одну из форм концептуализации, когнитивный процесс, выражающий и формирующий новые понятия и без которого невозможно получение нового знания [КСКТ].

В основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между двумя концептуальными доменами – сферой-источником (*source domain*) и сферой-мишенью (*target domain*). Сущность концептуальной метафоры лежит в ее интерпретации как когнитивного процесса, в результате которого объединяются две концептуальные сферы [Лакофф, 1996, 2004]. Эта теория показала большой потенциал ее применения в практических исследованиях, так как концептуальная метафора позволяет постигать один опыт в терминах другого [Lakoff, 1993, p. 202].

Изучение когнитивного механизма концептуальной метафоры открывает перед исследователями новые перспективы для понимания закономерностей организации смыслов в дискурсе.

К когнитивной структуре дискурса относятся также когнитивные сценарии. В когнитивной науке определено, что в сознании человека говорящего концепты и пропозиции структурируются в абстрактные структуры знания – сценарии (scenarios) или фреймы (frames). Под фреймом понимается «структура данных для представления стереотипной ситуации» (A frame is a data-structure for representing a stereotyped situation) [Minsky, 1980, p. 1]. М. Минский считает, что сценарии и фреймы состоят из ряда слотов или терминалов, и отношений между ними. При порождении дискурса и его понимании происходит процесс нахождения соответствий между реальной ситуацией, в которой находится говорящий / пишущий, и всеми теми сценариями, хранящимися у него в памяти [Minsky, 1980].

Р. Шенк и Р. Абельсон продолжили разрабатывать идеи М. Минского. В частности, для обозначения известных знаний о мире, имеющихся в памяти человека, они предложили употреблять термин «сценарий» (script). По их утверждению, сценарий подразумевает наличие прототипа или стандарта, который лежит в основе наших знаний и представлений об окружающем мире. Он представлен в виде набора действий, выполняемых действующими лицами и ведущих к цели. Они доказывают наличие сценариев в памяти тем, что люди реагируют на случаи нарушения нормального развертывания того или иного сценария [Schank, 1977, p. 61].

Отмечается, что универсальные ролевые сценарии содержат в себе знания о ролях, которые выполняются людьми в различных общественно значимых ситуациях, в частности, о таких ролях, как: “Journalist”, “Businessman”, и т.п. Личностные сценарии – это сценарии, организующиеся вокруг социальных ролей (например: “Flatterer”, “Spy”, “Good Samaritan”) [Schank, 1977, p. 62]. Из перечисленных сценариев для целей нашей диссертации важно изучение ролевого сценария «Журналист».

Для исследования когнитивных сценариев используется также понятие пропозиции. Под пропозицией понимается обозначение особой оперативной структуры сознания и / или особой единицы хранения знаний в голове человека [КСКТ].

Пропозиция понимается как «семантический инвариант, общий для всех членов модальной и коммуникативной парадигм предложений и производных от предложения конструкций (номинализаций)» [БЭСЯ].

Пропозиция формирует каркас будущего предложения, и все возможные его трансформации определяются меняющимися формами объективации и вербализации одного и того же неизменного и инвариантного содержания, отраженного в самой пропозиции [КСКТ].

Метод пропозиционального анализа заключается в переводе поверхностной структуры дискурса в его пропозициональную базу [Kintsch, 1972, p. 304-305], что позволяет обнаружить основной / релевантный контент дискурса. Чтобы отличить пропозиции (как единицы мысли) от предложений естественного языка, В. Кинч предлагает особую нотацию в виде треугольных скобок. В данном исследовании принимается этот способ написания пропозиций.

С.Н. Плотникова отмечает, что пропозициональная обработка дискурса проводится двумя способами: либо сокращая пропозиции, либо увеличивая и расширяя их. Первая методика заключается в удалении тех пропозиций, которые обозначают случайные или ранее упомянутые характеристики дискурсивных референтов. Удаляя, отбирая и обобщая микропропозиции из дискурса, выводятся его макропропозиции, т.е. на основе подобной пропозициональной обработки дискурса интерпретатор составляет его дайджест, который выражает контент дискурса в наиболее обобщенном виде. Вторая методика – методика увеличения числа пропозиций основана на выведении невыраженных пропозиций – импликатур, при этом длина расширения указывает на то, насколько дискурс является непрямым. Указывается, что в непрямом дискурсе глубинные невыраженные пропозиции представляют собой его главный контент, который требуется понять. Для этого «необходимо вывести данные пропозиции из глубины на поверхностный

уровень и сформулировать их. Если этого не сделать, дискурс останется пропозиционально необработанным – непонятым» [Плотникова, 2013, с.183-184].

Если принимать во внимание социальный статус участников общения, анализируемый в данной диссертации медиадискурс является институциональным. Согласно В.И. Карасику существует два основных типа дискурса: персональный (лично-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный) дискурс; к последнему относятся, в частности, медиадискурс, политический, педагогический, рекламный, религиозный, спортивный, медицинский, военный, юридический, дипломатический, деловой, и др. [Желтухина, 2004; Шейгал, 2000; Олешков, 2012 и др.].

Институциональный дискурс представляет собой дискурс, «сводящийся к образцам вербального поведения, сложившимся в обществе применительно к закрепленным сферам общения» [Карасик, 2000, с. 28].

В институциональном дискурсе происходит общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений; он выделяется на основании двух признаков: целей и участников общения. Институциональный дискурс есть «специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Карасик, 2002, с. 194].

Отмечается, что любой дискурс, относящийся к институциональной коммуникации, осуществляемой в общественных институтах, является важной составной частью функционирования этих институтов.

Институциональный дискурс имеет основные признаки, которыми считаются:

- 1) статусно квалифицированные участники; 2) локализованный хронотроп;
- 3) конвенционально обусловленная в рамках данного социального института цель; 4) ритуально зафиксированные ценности; 5) интенционально закрепленные стратегии (последовательности речевых действий в типовых ситуациях); 6) ограниченная номенклатура жанров; 7) жестко обусловленный арсенал

прецедентных феноменов (имен, высказываний, текстов и ситуаций) [Олешков, 2012, с. 8].

В связи с тем, что во многих типах институционального дискурса статусно квалифицированный участник (в частности, в медиадискурсе – журналист) производит нарратив для клиента – адресата дискурса, понятие нарратива также является значимым для понимания сущности институционального дискурса.

Нарратив – междисциплинарный термин, он употребляется и в лингвистике, и в смежных с ней областях: в поэтике, в структурном литературоведении (школа французского структурализма). Данное определение нарратива является структурным.

В лингвистике существуют два основных подхода к понятию нарратива (от лат. *narrare* – рассказывать, подробно излагать). В узком смысле нарратив определяется как «функционально-смысловой тип речи, «повествование», в котором говорится о развивающихся действиях, состояниях, процессах, событиях» [ЭК]. Во втором понимании нарратив трактуется более широко, как «весь текст эпического произведения, за исключением прямой речи персонажей; изображение действий и событий во времени, описание, рассуждение» [ЛС]. Мы принимаем второе, широкое, понимание, экстраполируя его на медиадискурс. Нарратив – это весь медиатекст, за исключением цитаций.

Й. Брокмейер и Р. Харре предложили новый, когнитивный, взгляд на нарратив, который трактуют как «самую общую категорию лингвистического производства, которая слишком часто используется так, как если бы она была лишь словом для обозначения некоторой онтологии» [Брокмейер, 2000, с. 36]. Они добавляют, что «это понятие должно использоваться больше как выражение инструкций и норм в различных практиках коммуникации, упорядочивания, придания смысла опытам, становления знания, процедур извинения и оправдания и т.д., <...> как конденсированный ряд правил, включающих в себя то, что является согласованным и успешно действующим в рамках данной культуры». Ими отмечается, что в описание сущностной природы нарратива входят такие факторы, как процесс рассказывания и наличие рассказчика, а также наличие «истории», у ко-

торой имеются действующие лица и сюжет, развивающийся во времени. Огромное число самых разнообразных дискурсов удовлетворяют этим условиям, поэтому к видам нарратива относят фольклорные истории, исторические сочинения, басни, мифы, сказки, оправдания действий, мемориальные речи, объявления, объяснения и т.д. [Брокмейер, 2000, с. 30].

Такой подход к нарративу можно с полным основанием назвать когнитивным, так как в нем нарратив является способом упорядочивания и становления знания.

Таким образом, рассмотрев различные подходы к пониманию дискурса, в отношении медиадискурса можно сделать вывод, что медиадискурс является институциональным типом дискурса; по структуре он состоит из цельных текстов и совокупностей текстов. Он может рассматриваться также и с когнитивной точки зрения, как особая форма создания знаний, существования знаний, оперирования знаниями и их изложения в виде нарратива.

## 1.2. Сущность медиадискурса: базовые понятия и термины

В настоящее время в лингвистике существует множество подходов как к определению медиадискурса, так и подходов к самой терминологии. Чаще всего используются следующие термины: медиадискурс [Добросклонская, 2008, 2012; Кожемякин, 2010], массмедийный дискурс [Плотникова, 2002; Зарезина, 2004; Панченко, 2005; Анисимова, 2007; Боровикова, 2007; Москаленко, 2009; Солодкова, 2012], медийный дискурс [Кибрик, 2011, Серебренникова, 2011], массмедиаальный дискурс [Желтухина, 2004, Меграбова, 2009; Лебедько, 2009; Данилова, 2011], массово-информационный дискурс [Карасик, 2002; Олянич, 2004; Мрочко, 2006], дискурс массовой коммуникации [Граудина, 2000], дискурс массмедиа [Почепцов, 2001; Шейгал, 2000], язык СМИ [Зильберт, 1986; Демьянков, 2001; Володина, 2011] и др.

В зарубежных исследованиях употребляются такие термины, как: mass media discourse [Dijk, 1988], media discourse [Fairclough, 1989], mass media [McLu-

han, 1967; Bell, 1991], the media [Montgomery, 1996], language in the news [Fowler, 1991] и др.

В результате российских и зарубежных исследований в данной области возникла дисциплина, называемая медиалингвистикой [Добросклонская, 2008]. Предметом данного направления является изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации. Главной теоретической составляющей медиалингвистики считается «особая концепция медиатекста, которая присутствует во всех исследованиях медиаречи» [Добросклонская, 2012, с. 26].

В нашем исследовании мы будем придерживаться термина Т.Г. Добросклонской, которая определяет медиадискурс как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская, 2008, с. 152].

Поскольку согласно принятому нами определению медиадискурс – это дискурс, функционирующий в сфере массовой коммуникации, необходимо рассмотреть данное понятие.

В связи с тем, что понятие коммуникации происходит от латинского *communicatio* – сообщаю, под общее обозначение попадают следующие понятия: связь (су-вязь, сцепление), общение и сообщение, информация и средства информации, единичные и множественные соединения (контакты) [Березин, 2003, с. 8].

Коммуникация – это, во-первых, прежде всего, общение, передача информации (сообщения) через систему сигналов между источником и получателем (в широком понимании источник и получатель включают людей, животных и машины). В лингвистике в качестве источника / отправителя / кодировщика информации и получателя / интерпретатора / декодировщика информации рассматривается человек, передающей системой служит язык. Теоретически считается, что коммуникация состоялась, если полученная информация совпадает с отправленной, однако практически отправленная информация никогда не совпадает с полученной. Во-вторых, коммуникация представляет собой выражение некоторой внешней по отношению к самим участникам информации, внутреннего эмоционального со-



стояния, а также статусных ролей, в которых участники пребывают относительно друг друга [СТМК].

Л.В. Куликова определяет коммуникацию как многофакторный феномен, охватывающий все сферы деятельности языковой личности и человеческой экзистенции в целом [Куликова, 2009, с. 15]. Ученый подчеркивает, что «научная рефлексия по поводу сегодняшнего состояния теории коммуникации предполагает ее позиционирование в кругу смежных областей знания, а также описание ее базовых составляющих» [Куликова, 2009, с. 15].

Одной из базовых составляющих теории коммуникации является изучение медиакоммуникации.

Понятие медиакоммуникации было впервые введено М. Маклюэном. Согласно его концепции, медиумом, то есть средством коммуникации, может оказаться самое неожиданное явление, например, электрический свет. Он является средством коммуникации без сообщения, если только его не используют для передачи какого-то объявления или названия. Как средство коммуникации электрический свет ускользает от внимания именно потому, что у него нет «содержания». До тех пор, пока электрический свет не используется для освещения какой-нибудь торговой марки, как средство коммуникации, он остается незамеченным. Но даже и тогда предметом внимания становится не сам свет, а его «содержание» [McLuhan, 1967, p. 8].

Согласно М. Маклюэну, средствами массовой коммуникации являются не только пресса, радио, и телевидение, но и самые разнообразные вещи, такие как: электрический свет, устная речь, книга, письмо, печать, реклама, телефон, город, дороги, деньги, числа, одежда, жилище, часы, комикс, кино, колесо, транспортные средства (самолет, велосипед, автомобиль), игры, автоматическое оборудование, фотография, телеграф, фонограф, пишущая машинка, оружие и многое другое.

Главный вывод, который делает М. Маклюэн, состоит в том, что медиум – это сообщение (The medium is the message) [McLuhan, 1967, p. 7].

Б. Гройс так комментирует данное утверждение: «Медиум, в котором субъект языка воплотил некое высказывание, одновременно и параллельно последне-

му образует свое собственное высказывание – причем субъект сообщения редко осознает это высказывание медиума и никогда не может его контролировать» [Гройс, 2006, с. 79]. Именно в этом и состоит главная сущность медиума – передавать не одно сообщение, а два разных. В соответствии с этим, задача теории медиа заключается в том, чтобы выяснить, что говорит это второе, незапланированное высказывание медиума [Гройс, 2006, с. 79].

Как считает В.М. Березин, «основное свойство массовой коммуникации состоит в том, чтобы в процессе обсуждения ценностей бытия выявлять в объективной реальности новое (новые знания, новые представления о мире и человеке, новые ценности и их значимость для него) и тиражировать это новое, становящееся социальной информацией, с привлечением к диалогу все новых его участников» [Березин, 2003, с. 50].

Известный исследователь медиакommunikации Н. Луман указывает, что любая коммуникация является синтезом трех селекций, состоящих из информации, сообщения и понимания [Луман, 2005а, с. 7]. Основная функция коммуникации состоит в разгрузке и расширении когнитивных способностей людей. Человек «имеет способность к восприятию на расстоянии, и такая возможность, приобретенная человеком в ходе эволюции, отменяет стоящую перед ним необходимость добывать себе всю информацию самому, ведь при помощи других можно получить гораздо больше информации» [Луман, 2005а, с. 9].

Н. Луман также выдвигает положение о том, что современное общество представляет собой социум как медиум (*der massenmedien*), или систему коммуникаций, которые сами конституируют себя при помощи различения медиума и формы. Эта система «дает возможность избирательного общения людей друг с другом при сохранении их независимости друг от друга» [Луман, 2005а, с. 11].

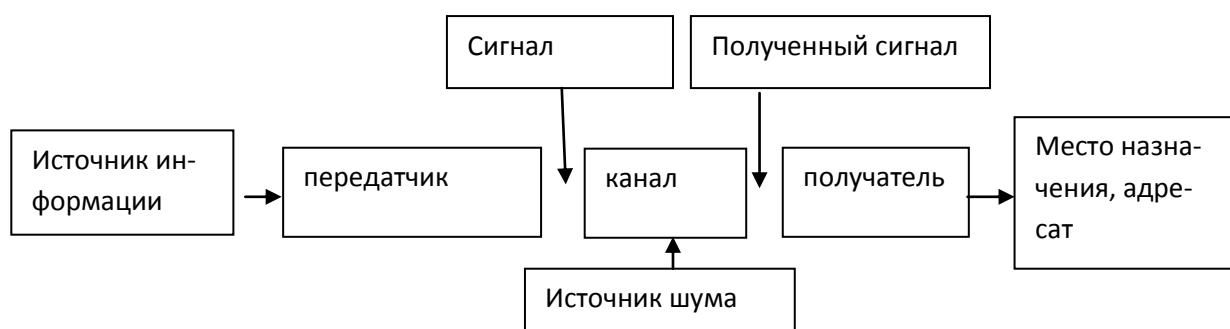
Поскольку в массовой коммуникации главное – это передача информации, т.е. новых сообщений, новых знаний и представлений о мире и человеке, следует подробнее остановиться на понятии информации.

Существует множество подходов к определению данного термина. В теории информации под информацией понимается снятие неопределенности. В исследо-

ваниях естественного языка положения и понятия теории информации используются для моделирования передачи языкового и другого содержательного материала по каналам коммуникации. В повседневном использовании информация трактуется как «сообщение о фактах, событиях, процессах, обычно оформленное и переданное языковыми средствами» [КСКТ].

Создателем общей теории информации является американский математик К. Шеннон [Shannon, 1949]. Он предложил следующую схему коммуникации:

Схема 1. Модель коммуникации, предложенная К. Шенноном



Исходя из этой модели, сообщения массовой коммуникации формируются и интерпретируются в соответствии с определенными правилами или кодами. «Когда мы получаем информацию о событии по телевидению или смотрим фильм, то перед нами не «живое» событие, а сообщение об этом событии. Люди читают и интерпретируют событие, принимая правила и коды, в соответствии с которыми происходит чтение и интерпретация. То есть анализ сообщений и их значений является ключевым для понимания массовой коммуникации» [Назаров, 2002, с. 157].

В лингвистике идеи К. Шеннона были развиты Р.О. Jakobsonом, выделивший следующие компоненты коммуникативного акта: адресант, адресат, референт, сообщение, контакт, код [Jakobson, 1975, с. 198]. Р.О. Jakobson указывает, что при анализе речевых сообщений учитываются все факторы, к которым относятся: свойства самого сообщения, его адресанта, действительного либо предполагаемого адресата; характер контакта между участниками акта; код, общий для адресанта и адресата; черты сходства и различия между операциями кодирования, осуществляемыми адресантом, и способностью декодирования, присущей адреса-

ту; место, занимаемое сообщением в контексте окружающих сообщений [Якобсон, 1998, с. 319].

Термин «адресат», по мнению Н.Д. Арутюновой, подчеркивает «сознательную направленность речевого высказывания к конкретному или не конкретному лицу, которое может быть определенным образом охарактеризовано» [Арутюнова, 1981, с. 358].

Л.Г. Викулова выделяет следующие виды адресата: адресат единичный, коллективный, массовый.

Адресат единичный представляет собой реальное или воображаемое лицо, к которому обращается говорящий в процессе коммуникации. В противовес единичному адресату выделяется коллективный адресат – это аудитория, которая имеет связь с говорящим, хотя и не участвует в речи. Массовый адресат представляет собой адресата средств массовой коммуникации, «полностью лишенного возможности принять участие в речи говорящего, – он не может ни возразить, ни согласиться, ни прервать речь говорящего» [Викулова, 2008, с. 226].

Для медиадискурса характерен массовый адресат, поскольку именно для массового адресата создаются тексты массовой коммуникации. Они могут соответствовать потребностям разных адресатов одновременно, и в то же время каждый читатель может найти информацию, адресованную именно ему.

Т.Г. Винокур указывает, что обращение к массе обязывает адресанта учитывать особенности языкового сознания общества, зависящие от основных параметров его социальной структуры. Найти общий язык с массовым адресатом – значит проявить готовность к использованию стандарта, выработанного для достижения целей, объединяющих ту или иную из разновидностей общественно значимых речевых сфер. Ученый продолжает: «это соответствует коммуникативной роли массового адресата, представление о котором включает элемент избирательности, нерасчлененности, непредсказуемости его реакции на общение» [Винокур, 1993, с. 63].

Модель массовой коммуникации становится пространственно-циклической, когда социальный адресат выходит за границы пассивной роли получателя дис-

курса и производит ответный дискурс, который С.Н. Плотникова называет дискурсом реагирования [Плотникова, 2005а].

Если применить понятие социального адресата по отношению к медиадискурсу, то можно сказать, что социальный адресат абстрактен, он актуализируется благодаря конкретным адресатам. Социальный адресат «материализуется», становясь конкретным адресатом, решающим произвести дискурс реагирования.

Главными функциями медиадискурса большинство исследователей считают информационную (информирование адресата о фактах и событиях) и воздействующую. Основными характеристиками медиадискурса являются информативность и суггестивность, при этом они «тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены: суггестивность не оппозиционна информативности, а накладывается на информативность» [Желтухина, 2004, с. 6].

Как указывает М.Н. Володина, информационное воздействие СМИ на массовое сознание очень велико. В зависимости от целевой установки оно носит положительный или отрицательный заряд. Информация, которую передают СМИ, может иметь как всеобъемлющий, так и избирательный характер. «Она избирательна по отношению к передаваемому содержанию, которое диктуется задачами и целями адресанта. Благодаря интенции адресанта и реакции адресата создается ситуация напряжения, вызванная необходимостью «прорыва» через имплицитную, особым образом закодированную информацию, задающую общению энергию воздействия» [Володина, 2011, с. 16].

В литературе подчеркивается, что в чистом виде информационная функция встречается редко, любая информация оказывает то или иное влияние, поэтому всегда появляется воздействующая функция. С.Г. Кара-Мурза отмечает, что «первое (и, вероятно, главное) условие успешной манипуляции заключается в том, что в подавляющем большинстве случаев подавляющее большинство граждан не желает тратить ни душевных и умственных сил, ни времени на то, чтобы просто усомниться в сообщениях. Во многом это происходит потому, что пассивно окунуться в поток информации гораздо легче, чем критически перерабатывать каждый сигнал» [Кара-Мурза, 2000, с. 13].

Исследуются и языковые средства воздействия: синтаксические, лексические и стилистические, например, употребление таких стилистических приемов, как аллюзия, метафора, риторический вопрос и т.п.

Вводя понятие «тропологической суггестивности» медиадискурса, М.Р. Желтухина отмечает, что «воздейственность является следствием несоответствия пресуппозитивной и ассертивной частей высказывания, комбинаций различных способов» [Желтухина, 2003, с. 556].

Для массовой коммуникации характерен «коллективный, коллегиальный характер производства текстов и их направленность на огромную рассредоточенную в пространстве аудиторию» [Добросклонская, 2012, с. 21]. Основным признаком медиадискурса является особый связующий механизм – медийный канал – Интернет, пресса, радио, телевидение [Добросклонская, 2012, с. 77].

Как отмечает М.Р. Желтухина, Интернет, пресса, радио, телевидение, реклама превращают любой текст любого типа дискурса, любого жанра в особого рода текст, который сохраняет свои конститутивные элементы и приобретает новые, характерные для текстов массмедиа. Кроме того, «массмедиа могут порождать новые тексты (комментирование текстов и передача содержания), которые обладают признаками разных типов дискурса» [Желтухина, 2003, с. 286].

Ю.В. Рождественский указывает, что промежуточным звеном в массовой информации являются технические устройства; подписчики газеты, радиослушатели, телезрители, кинозрители выступают получателями (адресатами) для создателя сообщения. Для получателя производитель (адресант) сообщения «практически индивидуализирован как определенный орган информации, а не как целая служба информации» [Рождественский, 1996, с. 242].

Отмечается, что получателями массовой информации могут считаться только те члены общества, которые имеют средства получения, т.е. снабжены радиоприемниками, телевизорами, выписывают газеты, посещают кино. Однако массовая информация охватывает практически все общество, поскольку тексты массовой информации сочетаются со всеми другими видами текстов [Рождественский, 1996, с. 242].

Еще одним свойством медиа информации является то, что получатель (адресат) массовой информации не сохраняют ее; она, как устная речь, действует только тогда, когда производится и воспринимается адресатом. Сохраняется не массовая информация как целое, а только ее материалы (отдельные выпуски газет, фотопленки, фильмы и т.п.). Все тексты массовой информации не могут восстанавливаться, что делает эти тексты одноразовыми, однократными и невозпроизводимыми. От других текстов массовую информацию отличает именно невозпроизводимость [Рождественский, 1996, с. 242].

Н.Н. Панченко указывает, что для медиадискурса ценными являются следующие основные показатели: достоверность, оперативность, своевременность, релевантность и фактическая точность. Она отмечает, что «достоверность информации в медиадискурсе зависит от надежности ее источника, включая способ и обстоятельства ее получения; а также, связанных между собой категорий информативности и интерпретативности, с одной стороны, и субъективности и объективности изложения – с другой» [Панченко, 2010, с. 12].

Одним из основных параметров массовой информации является принадлежность текстов к различным жанрам. А.А. Кибрик подчеркивает, что с жанровой точки зрения дискурсы СМИ неоднородны: здесь используется множество жанров, и при этом они не принадлежат прямо к контексту СМИ. В частности, фельетон является субжанром, относящимся к жанру рассказа. Интервью в СМИ имеет параллель в других сферах – например, интервью при приеме на работу. Комментарий может употребляться не только в СМИ, но и, например, в научном контексте. «Наилучшие кандидаты в собственно медийные жанры – это новости и репортажи, однако эти же жанры встречаются и вне контекста СМИ» [Кибрик, 2011, с. 80].

В современных исследованиях по журналистике и дискурсу СМИ принимается за основу, что сообщение новости представляет собой характеристику информационных жанров. К информационным жанрам относятся информационная заметка, информационная корреспонденция, репортаж, отчет, комментарий, во-

прос-ответ, программа, пресс-релиз, блиц-опрос, афиша, некролог [Тертычный, 2006].

Б.А. Зильберт указывает на трудности выделения жанров массовой информации, одна из которой «состоит в постоянном видоизменении, взаимодействии жанров друг с другом в живой творческой практике, усилении тенденции к размыванию жанровых границ» [Зильберт, 1986, с. 76]. Он выделяет три основные группы жанров по видовым группам: 1) информационные, 2) аналитико-публицистические, 3) художественно-публицистические. К информационным текстам он относит сообщение, фиксацию факта как явления; для общего признака жанров второй группы характерна интерпретация фактов, их обсуждение, анализ, обобщение. С точки зрения Б.А. Зильберта, в текстах первой группы передаются новости, тогда как в текстах второй и третьей группы передается интерпретирующее знание. Фактор, который объединяет тексты первой и второй группы, это прямая, необразная форма подачи содержания материала, однако в аналитических жанрах часто эмоционально насыщенная. К третьей группе жанров относится «журналистский показ социальных характеров, с элементами художественной образности» [Зильберт, 1986, с. 76-77].

В рамках теории медиалингвистики Т.Г. Добросклонская выделяет следующие типы медиатекстов: 1) новости; 2) информационная аналитика и комментарий; 3) публицистика; 4) реклама. Новости представляют собой тексты, в которых наиболее полно реализуется одна из главных функций массовой коммуникации – информативная. Комментарий сочетает реализацию функции сообщения с усилением компонента воздействия за счет выражения мнения и оценки. Для публицистических текстов характерно дальнейшее усиление воздействия в его художественно-эстетическом варианте [Добросклонская, 2012, с. 33]. Отличием от классификации Б.А. Зильберта является добавление рекламы, которая совмещает в себе воздействующую функцию в двух видах: как «функцию языка, реализуемую посредством лингвистических средств, и как функцию массовой коммуникации, реализуемую с помощью особых медиатехнологий» [Добросклонская, 2012, с. 33].



Итак, медиадискурс представляет собой синкретичное образование, в котором представлены многие другие типы дискурса, подчиненные основной цели СМИ как социального института – оказывать дифференцированное воздействие на социального адресата посредством его информирования и интерпретации сообщаемой информации.

Переходя от общих вопросов изучения медиадискурса к анализу медиадискурса о России, следует отметить, что лингвистическое изучение образа России составляет уже отдельное направление. Оно началось с исследования концептуальных метафор о России в политическом дискурсе. А.П. Чудинов предложил понятие метафорического моделирования действительности в российском политическом дискурсе и методику описания метафорических моделей [Чудинов, 2001]. Под его руководством была разработана тема «Метафорическое моделирование российской действительности в агитационно-политическом дискурсе конца XX века». В частности, было проведено исследование метафорического моделирования президентских выборов в России и США [Каслова, 2003], описана метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории «свои-чужие» в экологическом дискурсе США, России и Англии [Красильникова, 2005], подвергнуто сравнению метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе [Будаев, 2006].

Насколько нам известно, первой работой в отечественной лингвистике, посвященной изучению образа России в англоязычной прессе, является диссертация С.Н. Зарезиной «Устойчивые личностные смыслы в аспекте межкультурной коммуникации (на материале статей о России в англоязычной прессе за 1991-2004 гг.)». В диссертации определены устойчивые – интертекстуальные – личностные смыслы, передаваемые в статьях о России, и смоделирован абстрактный интертекст, лежащий в основе таких статей [Зарезина, 2004].

Следует особо отметить широкомасштабный исследовательский проект изучения лингвистических способов формирования образа России в СМИ разных стран Запада и Востока, осуществляемый в Дальневосточном федеральном университете. Исследование затрагивает такие понятия, как дискурс, образ, стерео-

тип, гетеростереотип, топикализация в рамках оппозиции «свой – чужой» и картина мира, включая понятие «опосредованная картина мира» [Меграбова, 2009а, б].

М.Г. Лебедько исследовала особенности топикализации образа России и его информационно-тематическое содержание. В частности, в журнале “Time” наиболее распространенные темы о России включают плохую экологию, социальные проблемы, права человека и отношение к инакомыслящим, образ России как богатой и бедной страны. При этом «выбор языковых средств явно направлен на создание мрачных составляющих образа России» [Лебедько, 2009, с. 27]. Стереотипы о России в журнале “Time”: все русские пьют, русские живут в условиях авторитарной власти Путина, Россия – это море отчаяния, в котором есть единственный островок богатства и процветания – Москва, российские бизнесмены – бандиты, тратящие огромные суммы денег; русские живут в условиях вечного холода, в России нет дорог, а есть одни направления [Лебедько, 2008, с. 248].

Э.Г. Меграбова отмечает, что семантизация «русского мира» средствами иностранных языков является отражением представлений о России в массовом сознании зарубежного читателя. Отмечается, что: «эти представления складываются в рамках распространенной в обществе идеологии и определяются традицией отношений между Россией и другими странами. История и современность России предстают в виде структурированной смысловой модели» [Меграбова, 2009б]. Образ России создается с помощью определенных языковых средств и стратегий, таких как умолчание, дискредитация, осуждение, презрение, атаки на Россию. Используется стратегия поляризации (контраста), направленная на представление образа России в двух ипостасях – слабой страны и сильной державы, и на характеристику политики руководства страны как двойственной, противоречивой. Указывается, что для дискурса о России характерна и стратегия возврата в прошлое (якорения), использование прецедентных имен [Меграбова, 2009а, с. 47].

Образ России многогранен и противоречив, однако доминируют отрицательные составляющие, что объясняется как когнитивными процессами (восприятием, концептуализацией, образностью и т.д.), так и «социально-психологическими ме-

ханизмами восприятия и индивидуально-личностными различиями, что создает предпосылки к искажению образа» [Меграбова, 2009а, с. 53].

Наша работа отличается от имеющихся исследований дискурса о России в англоязычных СМИ тем, что данный дискурс является не целью анализа, а его материалом. Глобальная тематическая однородность медиадискурса (Россия как глобальная тема) унифицирует конкретную тематику, сводит ее в отдельные рубрики (они выявлены М.Г. Лебедевко и приведены выше). Обширная выборка примеров, однородных по тематике, то есть по характеристикам описываемой действительности, позволяет перейти от определения особенностей дискурсивной репрезентации конкретной действительности (представление России как слабой страны, страны, заякоренной в прошлом и т.п.) к анализу лежащих в ее основе общих когнитивных механизмов конструирования репрезентации действительности в медиадискурсе.

### 1.3. Подход к медиадискурсу с позиций неориторики

В настоящее время начинают появляться исследования медиадискурса в русле идей неориторики как в отечественной, так и в зарубежной научной литературе [Анненкова, 2012; Безменова, 1989; Ивин, 1997; Мейзеровский, 1991; Рождественский, 2006; Барт, 1989; Еемерен, 1994; Тодоров, 1999; Эко, 1998] и др.

Поскольку в данной диссертации мы также будем в дальнейшем практическом анализе использовать базовые идеи неориторики, необходимо их изложить.

Неориторика, или новая риторика, – это направление риторики, возникшее во второй половине XX в. в Бельгии. Основателем неориторики является Х. Перельман. Термин «неориторика» впервые был введен в книге «Новая риторика: Трактат по аргументации» (*The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation*, 1958), написанной в соавторстве с Л. Ольберхт-Тытекой на основе идей Перельмана, революционность которых позволила современникам назвать его «новым Аристотелем» [ВЭФ]. Сегодня неориторика разрабатывается на стыке лингвистики, литературоведения, логики и философии.

Ведущим положением данной теории является положение о важности риторической модели мышления, основанной не столько на истине, сколько на мнении.

Если в традиционной логике разрабатываются модели дедуктивного мышления, то для риторической логики Х. Перельмана целью является построение модели мышления, связанного с установлением ценностных отношений посредством оценочных высказываний.

Х. Перельман отождествляет риторику, теорию аргументации и логику оценочных суждений на основании их общей направленности не на поиск истины, а на выбор предпочтительного, на добровольное принятие довода.

Риторика не должна строиться на подчинении формальной логике, поскольку ее предмет – мнение, а не истина; мнение (оценочное суждение) индивидуально и базируется на системе ценностей. Оценка (прагматическая, эмоциональная, этическая, относительная, критически обоснованная, эстетическая, нормативная, абсолютная, позитивная, негативная) отображает факт установления ценности, значимости какого-либо события, явления.

Значимым положением неориторики является положение о риторической аргументации и ее отличии от логического доказательства.

Как указывает Х. Перельман, именно замена интенции истины аристотелевской риторики интенцией мнения позволяет сместить акцент с гносеологического уровня поиска истины на проблемы риторической аргументации, для которой характерно различие между логическим доказательством и обоснованием как риторическим приемом убеждения, направленным на присоединение аудитории к мнению говорящего / пишущего.

В логической модели аргументация осуществляется в закрытой системе категорий; риторическая модель аргументации остается открытой: в ней допускается возможность включения новых категорий, допускаются модификации правил принятия решений. Доказательства не обязательно полагаются на формальную логику и способны быть убедительными, не будучи при этом чисто логическими.

Важным понятием неориторики является понятие аудитории (audience), в терминах современной теории коммуникации – адресата, и соотнесение аудитории и факта: в неориторике постулируется прямая зависимость между ними, поскольку то, что является фактом или нефактом, определяется не некоей «объективностью», а аудиторией.

У каждой эпохи и культуры своя универсальная аудитория. Х. Перельман пишет также о частной аудитории, определяя ее как «группу людей, на которых оратор стремится повлиять своей аргументацией» (the ensemble of those whom the speaker wishes to influence by his argumentation) [Perelman, 1969, p. 19].

Аудитория – гипотетический конструкт, прогнозируемый говорящим, чьи знания должны учитываться в прогнозе. Но даже если универсальной аудитории нет, говорящий должен иметь ее в виду. Например, член парламента, обращаясь к спикеру и к коллегам, адресует свои аргументы также и общественности. Или человек, дающий интервью журналисту, предполагает, что его аудитория – это не сам журналист, а читатели газеты, которую он представляет.

«Развертывание» аудитории в процессе аргументации находится в функциональной зависимости от свойств людей, учитываемых в ходе прогнозирования [Perelman, 1969, p. 40].

Процесс демонстрации (например, в медиадискурсе – процесс изложения фактов, новостей), с точки зрения неориторики, отделен от самих демонстрируемых фактов, то есть демонстрация не означает, что говорящий предъявляет аудитории объективные истины, поскольку на протяжении всей истории развития человечества «объективные факты» и «объективные истины» настолько часто менялись, что нам требуется большая осторожность в подходе к понятию объективности<sup>1</sup> [Perelman, 1969, p. 33].

Каждая специальная аудитория по-своему определяет, что такое факт. Например, богословы рассматривают как факты то, что описывается в религиозных текстах. Напротив, для ученых факт – это то, что можно измерить или прове-

---

<sup>1</sup> The concepts that men have formed, in the course of history, of “objective facts” and “obvious truths” have sufficiently varied for us to be wary in this matter.

рять; ученые проверяют результаты других ученых, проводя определенные опыты, и выделяют факты, совпадающие с общим результатом [Perelman, 1969, p. 102].

Особые техники и приемы требуются для общения со специальной аудиторией, такой как научная, техническая или философская. Требуются особые правила построения текстов, предназначенных для подобной аудитории. Говорящий должен адаптироваться к аудитории и учитывать те специфические знания, которыми она владеет.

Еще одно значимое для анализа современного медиадискурса положение неориторики – необходимость для говорящего добиться согласия аудитории с тем, о чем он ведет речь. Согласие становится важнейшей целью, в условиях, когда все прежние «объективные» основания утрачивают силу. Поскольку истина заменяется мнением, факт становится зависимым от мнения, следовательно, только согласие аудитории с говорящим / пишущим может помочь ему остаться в этом статусе и продолжать общение с этими людьми.

Предметом согласия могут выступать презумпции (например, презумпция невиновности), ценности (например, справедливость), иерархии (например, превосходство справедливого над полезным).

Важную роль в достижении согласия универсальной аудитории играют ценности. Они бывают абстрактными (такие как, любовь и справедливость), и конкретными. Конкретные ценности касаются живых, специфических групп или определенных объектов, рассматривающихся как уникальные сущности. Есть тесная связь между ценностями, которые привязаны к тому, что конкретно, и тому, что уникально: уникальный характер чего-то автоматически увеличивает его ценность [Perelman, 1969, p. 77]. Ценности входят, на том или ином этапе, в каждый аргумент. К ценностям обращаются для того, чтобы склонить слушающего к определенному выбору скорее, чем к другим, а также, чтобы оправдать этот выбор перед другими.

Достижение согласия во многом зависит от стилистических приемов в аргументации.

Х. Перельман отмечает, что в традиционных трудах по риторике определенные выражения, которые отличаются от обычных слов, называются риторическими фигурами. Они рассматриваются как орнаменты, которые делают стиль художественным и витиеватым. Однако для Х. Перельмана важным является не изучить проблему фигур со структурной точки зрения, а показать, как и в каких отношениях использование определенных фигур объясняется техниками аргументации<sup>2</sup> [Perelman, 1969, p. 168].

Для Х. Перельмана фигуры речи становятся аргументативными, если только они изменяют перспективу взгляда на предмет, и их использование кажется вполне уместным благодаря смене точки зрения, новой ситуации<sup>3</sup> [Perelman, 1969, p. 169].

Во всех других случаях фигуры остаются лишь обычными украшениями речи. Однако иногда бывает трудно определить, являются ли фигуры всего лишь стилистическими приемами. Определенные фигуры, такие как аллюзия, никогда не могут быть признаны вне контекста, так как они зависят от отношений внутри дискурса. Если аллюзия кажется слушателю чем-то необычным, тогда это фигура; тип фигуры будет зависеть от впечатления, производимого речью.

Следующее положение неориторики состоит в том, что с помощью риторических аргументов говорящий / пишущий может формировать структуру реальности, производить факты.

Согласно Х. Перельману, аргументы подразделяются на: 1) квазилогические аргументы (*quasi-logical argumentation*); 2) аргументы, основанные на структуре реального (*argumentation based on the structure of reality*); 3) аргументы, образующие структуру реальности (*the relations establishing the structure of reality*).

Квазилогические аргументы – те аргументы, которые связаны с формальными выводами. Далее следуют аргументы, основанные на структуре реального: они как бы присутствуют в самой природе вещей, образующих реальность, – и

---

<sup>2</sup>The important thing seems not so much to study the problem of figures in its totality as to show how and in what respects the use of particular figures is explained by the requirements of argumentation.

<sup>3</sup>We consider a figure to be argumentative, if it brings about a change of perspective, and its use seems normal in relation to this new situation.

соответственно, в природе понятий. И, наконец, «технологичные» аргументы, которые, по сути, являются модификациями, вносимыми в понятия; их цель состоит в том, чтобы изменить содержание понятия [Perelman, 1969, p. 191].

Х. Перельман указывает, что «событие» должно быть обнаружено в структуре реальности путем аргументации [Perelman, 1969, p. 264].

Идеи неориторики соотносятся с идеей технологичности дискурса, поскольку они раскрывают осознанные способы оказания воздействия на адресата.

Понятие риторической модификации дискурса предполагает, что модификация возникает на основе риторически не модифицированного дискурса. Необходимо отметить, что многие виды дискурса обладают уже встроенной в них риторической структурой, то есть формирование структуры реальности (например, вымышленного мира) выступает в качестве их онтологической характеристики. Таким дискурсом является, в частности, художественный дискурс. Однако онтологическая сущность медиадискурса иная. Главным в нем является факт, фактичность – передача фактуальной информации о реальном мире. Одновременно современный медиадискурс все чаще обретает признаки конструирования реальности, а не ее объективного отображения; при этом факты становятся медиафактами, что мы будем доказывать в исследовательской части работы.

#### 1.4. Подход к медиадискурсу с позиций критической лингвистики

Критическая лингвистика возникла в 70-х гг. XX в., когда группа лингвистов впервые использовала термин «критическая лингвистика» (*critical linguistics*) для анализа использования языка как средства социального контроля. Р. Фаулер, Г. Кресс и Б. Ходж [Fowler, Kress, Hodge, 1979] постулировали наличие связей между лингвистической структурой и социальной структурой. Эти ученые считают, что взаимоотношения между языком и обществом являются сложными и многомерными и поэтому требуют междисциплинарного исследования. В настоящее время видными представителями критической лингвистики являются Р. Водак [Wodak, 1989], Т. ван Дейк [Dijk, 1993, 1995], Н. Фэрклоф [Fairclough, 1989, 1997].



Цель критической лингвистики и критического анализа дискурса (critical discourse analysis) состоит в том, чтобы выявить и описать скрытые связи между языком, властью и идеологией.

Критический анализ дискурса «нацелен на критическое изучение социального неравенства, выраженного в языке или дискурсе» [Водак, 1997, с. 7]. В частности, подвергаются реконструкции не выраженные прямо аргументы и туманные тексты и раскрываются содержащиеся в них скрытые значения. Критический анализ также соотносит анализируемый текст с другими видами дискурса (с точки зрения интертекстуальности) и с историческим и синхронным контекстом [Водак, 1997, с. 7]. Следовательно, в критическом анализе дискурса присутствуют три концепта: концепты власти, истории и идеологии. Идеология при этом определяется как система мнений и убеждений, выдвигаемых группой, имеющей власть [Водак, 1997, с. 8].

Однако, как указывает Р. Водак, язык обретает власть только тогда, когда им пользуются люди, обладающие властью; сам по себе язык не имеет власти. Достаточно часто специфический язык объединяет людей, имеющих власть, является символом борьбы за определенный статус или знаком дискриминации [Водак, 1997, с. 19].

К числу основных вопросов, определяющих критическое лингвистическое исследование, относятся следующие: Как происходит натурализация идеологии? Какие дискурсивные стратегии делают контроль легитимным, а социальный порядок «естественным»? Как в языке выражается власть? Как осуществляется согласие, принятие и законодательное закрепление доминирования? Кто имеет доступ к инструментам власти и контроля? Кто и как подвергается дискриминации? [Водак, 1997, с. 9].

Р. Водак выделяет следующие наиболее важные характеристики критического анализа:

– исследовательский интерес: разоблачение неравенства и несправедливости;

– объект изучения: языковое поведение в естественных речевых ситуациях, имеющих социальную значимость (общественные институты, средства массовой информации и т.д.);

– междисциплинарное исследование: социальные феномены слишком сложны, их нельзя адекватно охарактеризовать, оставаясь только в одной области;

– эмпирика: исследованию подвергаются данные естественных речевых ситуаций;

– включение исторической перспективы; социальные процессы имеют динамическую, а не статическую природу; это должно найти отражение в теории и методологии;

– «лейтмотив» критического исследования: сначала «диагноз», затем – интерпретация и «терапия»;

– исследователи вынуждены становиться на ту или иную сторону: в эмпирических исследованиях «субъекты изучения» не могут более рассматриваться в качестве «объектов»; исследования затрагивают «исследуемых» и должно в конечном итоге помочь им, насколько это возможно;

– нацеленность на общественно-политическую практику: результаты исследования должны быть полезны не только для академической науки, но и для практического исследования [Водак, 1997, с. 20].

В критической лингвистике разрабатывается такое понятие, как предубеждение. Указывается, что идеологический язык имеет двойную природу: он выражает и передает идеологическую мысль. Существуют специальные «языки идеологий», каждый из которых представляет закрытую систему значений и ценностей, претендующую на истинность. Язык позволяет выразить все, что служит власти как «позитивное». Р. Водак пишет о том, что «возникает новое измерение значений и ценностей, выражающее себя в новых концептах и коннотациях» [Водак, 1997, с. 83].

Р. Водак дает следующее определение предубеждения – это «враждебность, лежащая в основе межличностных отношений и направленная против целой группы или отдельных членов общества» [Водак, 1997, с. 99]. Р. Водак считает,

что иррациональные (неосознаваемые) моменты дают выход многим чувствам и преследуют тем самым определенные цели [Водак, 1997, с. 99].

В отличие от других, необходимых обобщений, предубеждения не позволяют людям, обремененным этими предубеждениями, объективно воспринимать новые факты и корректировать свои мнения в соответствии с ними. Напротив, новые факты тоже искажаются и трансформируются таким образом, чтобы вписаться в имеющуюся схему. Кроме того, отмечает Р. Водак, предубежденные люди ригидны: их с трудом удастся убедить, у них всегда наготове данные, интерпретируемые лишь в каком-то одном, вполне определенном ключе, всегда имеется «еще один аргумент» [Водак, 1997, с. 99].

Семантика предубеждений формируется с помощью социальной группы «наши» и «чужие». При описании «наших» выделяются три формы дискурса: сочувственный, покровительственный и оправдательный [Водак, 1997, с. 115].

При описании «чужих» цель аргументативной стратегии состоит в том, чтобы представить самого себя как невинного или жертву и предъявить свои оценки и обвинения. Кроме того, можно навесить на другого ярлык виновного, используя следующие принципы:

- принцип черно-белого изображения: мир делится на «хороших» и «плохих»;
- перекалывание вины (для этого используются, например, цитирование и пересказ);
- выбор «козла отпущения», когда вину умышленно возлагают на тех, кто не может дать отпор;
- перемена мест в дихотомии «жертва-преступник» (часто используется в дискурсе враждебности к иностранцам);
- диффамация и унижение противника путем систематического сообщения искаженной информации о его действиях [Водак, 1997, с. 116].

Механизм диффамации противника состоит в использовании риторических средств для восхваления своей партии, себя, при этом противник характеризуется

как бы с обратным знаком. В результате вызова негативных ассоциаций противник представляется в невыгодном для него свете [Водак, 1997, с. 31].

Языковая дискриминация может осуществляться не только на уровне предложений, но и имплицитно на уровне текста. Ее языковая реализация представлена, например, следующими единицами:

- на уровне текста: различными историями и повествованиями, ирреальными сценариями, сравнениями и аналогиями. Для письменных текстов типично использование цитат;

- на уровне предложения: важное значение имеет использование риторических вопросов, вводных фраз и аллюзий;

- на лексическом уровне важно создание эффекта неясности, например через анонимность высказывания, создаваемую неопределенно-личным местоимением [Водак, 1997, с. 117].

В русле критической лингвистики Т. ван Дейк поставил проблему исследования этнических предубеждений и расизма в дискурсе, в частности, этнических взглядов и идеологии, проявляющихся в обыденном общении, в рассказах об этнических меньшинствах. Отмечается, что общая стратегия разговора о других проявляется в позитивной самопрезентации и негативной репрезентации других, из-за превалирующего «негативного» содержания общих моделей и установок [Дейк, 1989, с. 178].

Главную роль в воспроизведении расизма, как считает Т. ван Дейк, играют элиты, которые разными способами заранее формулируют расистские суждения и таким образом подстегивают развитие бытового расизма [Dijk, 1995].

Подход к медиадискурсу с позиций критической лингвистики предполагает, прежде всего, исследование искажения информации в СМИ и предвзятости журналистов при отборе и обработке информации. Понятие искажения / предвзятости определяется в критической лингвистике как нарушение принципа объективности в медийном сообщении.

В традиционных учебных пособиях по журналистике отмечается, что журналисты, похоже, разработали базовую формулу объективности (there seems to be

a basic formula for objectivity). Соблюдение объективности предполагает, что журналист должен избегать личной вовлеченности в событие (avoid becoming involved in the event), не вступать с участниками событий в такие отношения, которые могут сформировать предубеждение против других участников (form no prejudicial friendships with actors in the event), оставлять свои собственные взгляды за «сценой» (leave your own biases at the foot of the stage) и считать себя беспристрастным наблюдателем на службе у огромного числа людей, которые не могут лично посетить «спектакль» (consider yourself the impartial observer for the vast public who cannot personally attend the drama). Журналист должен в точности отразить реальность, представить «фотографию» реальности (snapshot of reality); игнорирование этой формулы объективности может привести к искажению реальности [Willis, 1991, p. 7].

Уже в самых ранних исследованиях по критической лингвистике отмечается, что принцип объективности является скорее идеалом, чем нормой для журналистов; этот принцип постоянно нарушается.

Р. Фаулер указывает, что сам отбор новостных событий необъективен. Конечно, в мире происходят реальные события, такие как автомобильная авария, почтальон выигрывает в лотерее, правительство уходит в отставку. Подавляющее большинство подобных событий даже не упоминается, и это сразу дает нам частичное представление о мире. Мы также знаем, что различные газеты по-разному представляют одну и ту же новость. Например, выигрыш в лотерее, вероятнее всего, может быть освещен в газете “The Mirror”, чем в “The Guardian”, тогда как неурожай в какой-либо стране может быть освещен в “The Times”, но не в “The Mirror”. «Качественная» пресса известна своими объективными сообщениями, продолжает Р. Фаулер: как читатели мы готовы принять за истину, что репортажи газеты “The Daily Express” или “The Guardian” правдиво отражают события, произошедшие «где-то там» в мире, свидетелями которых мы не были. И люди точно также знают, в каких газетах возможны искажения фактов. Например, газета “The Sun” известна как враждебно настроенная по отношению к профсоюзам. Таким

образом, отмечает Р. Фаулер, сообщения в прессе могут быть как объективными, так и искаженными и предвзятыми [Fowler, 1991, p.10-11].

Рассуждая о том, почему возникают искажения, Р. Фаулер отмечает, что это происходит в связи с тем, что мы живем в свободной стране, с выбранным нами правительством, у нас есть свободная пресса, имеющая различные точки зрения, и читающим следует критически просматривать новости, для того, чтобы определить, что является правдой, а что нет. Но существует и утопический взгляд на искажение информации, согласно которому искажения возникают благодаря связям издателей с капиталистами, которые могут даже оплачивать выгодные им сообщения. Кроме того, пишет Р. Фаулер, нельзя забывать о том, что предубеждения существуют на самом деле – у людей действительно есть предубеждения друг против друга. В «хорошем» мире все газеты и телеканалы будут сообщать непосредственную правду, однако пока наш мир не таков, поэтому предвзятость неизбежна [Fowler, 1991, p.11].

Интересное подтверждение того, что социальные предубеждения проявляются в предвзятости в подаче информации в СМИ, можно найти в исследовании Н. Фэарклофа. Он указывает, что медиадискурс может закреплять власть элиты, причем эта власть чаще всего выражена в скрытой форме.

Отвечая на вопрос: «Кому принадлежит власть в медиадискурсе?», Н. Фэарклоф отмечает, что, может быть, она принадлежит журналисту, который пишет статью, но хорошо известно, что редактор его контролирует, а газета является коллективным органом. Производители новостей имеют власть над читателями, в связи с тем, что при описании события они могут сами определять, что включить в статью, а что исключить. Н. Фэарклоф подчеркивает, что производство новостей контролируется «кем-то другим», а именно, людьми, которые стоят у власти.

Н. Фэарклоф считает, что в Великобритании средства массовой информации часто выражают власть профсоюзов или правящих классов. Это проявляется в том, что члены правительства, профсоюзные лидеры и владельцы промышленных предприятий попадают в новости намного чаще, чем простые рабочие или

безработные. Также показательно, в какой ситуации и чье мнение обсуждается. Так, если упоминается спад в работе промышленного предприятия, то в статье, чаще всего, описываются рабочие, а не менеджеры, отвечающие за развитие производства. Такая скрытая форма насаждения и защиты власти практикуется повсеместно, отмечает Н. Фэрклоф, то есть средства массовой информации часто употребляют нужные и выгодные для власти формулировки и толкования [Fairclough, 1989, p. 49-52].

Н. Фэрклоф приводит в пример статью, в которой сообщается о том, что в одной британской деревне грузовики, везущие камни из каменоломни на фабрику, роняют их на дорогу, причиняя неудобства деревенским жителям. Н. Фэрклоф подчеркивает, что эта статья сознательно написана журналистом так, чтобы читатели не обвинили местных чиновников и собственника каменоломни. Для этого автор манипулирует каузальностью и агентивностью, используя неопределенно-личные и пассивные конструкции. При этом люди, отвечающие за перевозку груза, в сообщении совсем не упоминаются, благодаря чему остались неясными причины описанной ситуации. Как считает Н. Фэрклоф, данное сообщение имплицитно выражает власть богатых, ведущих себя безнаказанно и антиобщественно. Этому способствует «притягивание» нужного содержания, выгодных формулировок и интерпретаций, а также исключение целого ряда фактов [Fairclough, 1989, p. 49-52].

Н. Фэрклоф в своем анализе явно следует указанному выше основному принципу критической лингвистики, согласно которому лингвист должен разоблачать неравенство и несправедливость, выраженные в дискурсе – в данном случае в медиадискурсе.

В целом, подход к медиадискурсу с позиций критической лингвистики предполагает, что пишущий осознанно выбирает способ подачи информации: он осознанно передает объективную или искаженную информацию.

Р. Водак прямо указывает, что объективность информации в новостном сообщении зависит от пишущего. Пишущий знает, как формально должен выглядеть объективный репортаж и какими средствами располагает отправитель текста,

чтобы ввести в текст свое мнение, а также отделить от «формальной схемы» социальные и культурные знания, знания того, о чем «позволено» говорить. В объективном сообщении пишущий должен придерживаться прототипических сценариев, соблюдать нейтральность, воздерживаться от собственных оценок, отражать мнения других и дистанцироваться от освещаемых событий [Водак, 1997, с. 75].

Т. ван Дейк, в свою очередь, подчеркивает, что искажение / предвзятость, отсутствие объективности в новостных сообщениях также зависит от пишущего и основано на его личных убеждениях и мнениях, а также сложившихся этнических предубеждениях, существующих в социальной памяти. В связи с тем, что ни один человек не может воспроизвести все подробности множества сообщений о каком-то факте, переданные по радио или публиковавшиеся в течение нескольких дней, он пытается представить случившееся путем моделирования ситуации; а при воспроизведении этих текстов используется эта модель, особенно пропозициональные макроструктуры ее высшего уровня [Дейк, 1989, с. 143].

Указывается, что воспроизведение текстов отражает не вполне точные воспоминания, что на самом деле будет воспроизведена информация, которую мы извлекли из нашей индивидуальной модели во время чтения текста. Поэтому и возникает предвзятость и односторонность в освещении событий [Дейк, 1989, с. 143].

Для придания новости большей убедительности могут использоваться различные приемы, в результате которых факты искажаются. В частности, журналистами используются приемы фонологического уровня (ассонанс или рифма); синтаксического уровня (например, параллелизмы); стилистические приемы (сравнения или метафора). Эффект контраста или кульминации создается при помощи слов, выполняющих функции гиперболы или преуменьшения. Эти структуры способствуют более компактному представлению информации и тем самым они способствуют ее лучшему запоминанию, усиливая воздействие. Якобы объективность в новостях может быть подтверждена цифровыми данными (и верными, и неверными) [Дейк, 1989, с. 133].



Таким образом, согласно Т. ван Дейку, структуры медиатекстов могут быть адекватно поняты, только «если мы будем анализировать их как результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений, как результат интерпретации текстов читателями газет и телезрителями, производимой на основе опыта их общения со средствами массовой информации» [Дейк, 1989, с. 123].

В отличие от изложенного в предыдущем разделе подхода к медиадискурсу с позиций неориторики, согласно которому медиакартина мира осмысливается как особая конструируемая реальность, при критическом подходе исследователю следует бороться с необъективным / искаженным / предвзятым освещением реальности. Искажение реальности зависит как от пишущего, его личных убеждений и мнений, так и от власти и идеологии. С точки зрения критической лингвистики, журналисты должны освещать события объективно, не допуская личной интерпретации событий.

## ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

В современной науке понимание дискурса все более углубляется, что отражается в современных подходах к изучению данного понятия.

Новые перспективы для понимания закономерностей организации смыслов в дискурсе открывают такие современные направления исследования дискурса, как пропозициональный анализ дискурса, исследование когнитивных сценариев, анализ референциально-тематического менеджмента, изучение концептуальной метафоры, а также когнитивный подход к нарративу. Данные подходы будут использоваться в нашей диссертации в дальнейшем практическом анализе эмпирических данных.

Рассмотрев различные подходы к исследованию медиадискурса, мы базируемся на положении о том, что медиадискурс является институциональным типом дискурса; по структуре он состоит из цельных текстов и совокупностей текстов. С когнитивной точки зрения он представляет собой особую форму создания знаний, существования знаний, оперирования знаниями и их изложения в виде нарратива.

Как следует из анализа теоретической литературы, институциональная специфика медиадискурса заключается в его функционировании в сфере массовой коммуникации; основной целью СМИ как социального института является дифференцированное воздействие на социального адресата посредством его информирования и интерпретации сообщаемой информации. В медиадискурсе выделяются следующие типы медиатекстов: информационные, аналитико-публицистические, художественно-публицистические, реклама.

Традиционные подходы к изучению медиадискурса мы считаем целесообразным дополнить подходом с позиций неориторики, в связи с чем нами были выделены основные положения, на которые опирается вводимое в концепции неориторики понятие риторической модификации речи (дискурса). К ним относятся: положение о важности риторической модели мышления, основанной не на интенции истины, а на интенции мнения; положение о риторической аргументации и ее отличии от логического доказательства; понятие аудитории и соотнесение аудитории и факта; положение о необходимости для говорящего / пишущего

добиться согласия аудитории с тем, с чем он ведет речь; положение о формировании структуры реальности, производстве фактов с помощью риторических аргументов.

Нами дано обоснование необходимости введения в понятийный аппарат исследования медиадискурса понятия риторической модификации, которое объясняет не только то, каким образом употребление стилистических приемов модифицирует структуру сообщения, но также вскрывает и важные когнитивные особенности медиадискурса: выражение мнения вместо выражения истины, конструирование фактов.

Мы также дополнили традиционные подходы к медиадискурсу подходом с позиций критической лингвистики, согласно которому медиадискурс рассматривается как средство удержания власти политическими элитами и мощный инструмент воздействия на сознание массового адресата. Нами проанализировано основное положение критической лингвистики, имеющее непосредственное отношение к медиадискурсу: понятие предвзятого / искаженного представления событий, которое определяется в критической лингвистике как нарушение принципа объективности в медийном сообщении. Понятие объективности объясняется на основе понятия предубеждения, которое, в свою очередь, базируется на оппозиции «свой-чужой»: предубеждение проявляется по отношению к «чужим» группам. Предвзятость проявляется также в диффамации, в результате которой субъект представляется в невыгодном для него свете.

Нами сделан вывод, что данные базовые понятия критической лингвистики требуется раскрыть на конкретном языковом материале. Также необходимо обнаружить языковые средства выражения необъективности медиасообщения.

Итак, в данной главе нами заложены, на основе анализа литературы, теоретические основы исследования медиадискурса, на которые мы будем опираться в дальнейшем практическом анализе.

## ГЛАВА II. ТИПЫ ДИСКУРСИВНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В МЕДИАДИСКУРСЕ

### 2.1. Понятие репрезентации: когнитивная vs дискурсивная репрезентация

Понятие репрезентации широко употребляется как в лингвистике, так и в философии, психологии, социологии. Ее общее определение: «репрезентация – это представление одного в другом и посредством другого» [ФСОН].

В настоящее время в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы в лингвистике все более четкое различие получают понятия когнитивной и дискурсивной репрезентации действительности.

Понятие когнитивной (ментальной) репрезентации изучается на протяжении уже нескольких десятилетий, тем самым, является более разработанным понятием.

Согласно Е.С. Кубряковой, ментальная репрезентация является ключевым понятием в когнитивной науке, относящимся как к процессу представления (репрезентации) мира в сознании человека, так и к единице подобного представления, стоящей вместо чего-то в реальном или вымышленном мире и потому замещающей это что-то в мыслительных процессах [Кубрякова, 2004, с. 157].

Единицами ментальной репрезентации знаний являются гештальты, концепты, пропозиции, фреймы, скрипты, сценарии; совокупность репрезентаций образует то, что называется памятью, поэтому в ней различают словесную и образную память; совокупность вербальных репрезентаций называют ментальным лексиконом, и, наконец, совокупность всех концептуальных репрезентаций именуется концептуальной системой, или концептуальной моделью (картиной) мира [КСКТ]. Языковые репрезентации – это представление когнитивных категорий средствами языка [Болдырев, 2007].

Мы рассмотрели основные единицы когнитивной (ментальной) репрезентации действительности в первой главе диссертации, в разделе 1.1.

В последние годы наряду с понятиями когнитивной и языковой репрезентации все чаще используется понятие дискурсивной репрезентации. Одними из первых различие когнитивной и дискурсивной репрезентации действительности выявили Т. ван Дейк и В. Кинч. Они отмечают, что понятие дискурсивной репрезентации позволяет, в частности, понять, что когнитивная репрезентация происшествия и дискурсивная репрезентация – рассказ о происшествии – могут и не совпадать. В случае несовпадения адресату предъявляется лишь вербализованная версия говорящего о случившемся [Дейк, 1988, с. 153].

Вместе с тем, понятие дискурсивной репрезентации пока еще не получило общепризнанного определения. В.З. Демьянков и Е.С. Кубрякова указывают, во-первых на отражательный характер дискурсивной репрезентации: слово «репрезентация» содержит сему «отображение», «отражение»<sup>4</sup>. К репрезентации прибегают, когда необходимо отобразить оригинал, что-либо во внешнем мире, на ментальном или дискурсивном уровне [Демьянков, 2007, с. 9].

Дискурсивная репрезентация сообщает, «коммуницирует»: репрезентируя нечто, сообщают о некоторых важных свойствах репрезентированной сущности. «Отображение» мира в дискурсе есть результат стремления людей к «правильному», «истинностному», согласованному с практикой представлению мира [Демьянков, 2007, с. 10].

Дополнительно к «отражению», репрезентация, по переносу, получает собственную динамику, поскольку может смещать фокусы внимания, которыми «отражаемый» объект не обладает сам по себе [Демьянков, 2007, с. 10]. В этой, второй, трактовке, репрезентации могут не только замещать объекты и действия, но и порождать их – как бы «строить из воздуха» объекты или же целые

---

<sup>4</sup> В философии проблема отражения получила всестороннее освещение. Оно определяется следующим образом: «отражение – категория гносеологии, выступающая в качестве фундаментальной для материалистической традиции когнитивного оптимизма. Отражение характеризует способность материальных объектов в процессе взаимодействия с другими объектами воспроизводить в своих изменениях некоторые особенности и черты воздействующих на них явлений. Тип, содержание и форма отражения определяются уровнем и особенностями системно-структурной организации отражающих объектов, а также способом их взаимодействия с отражаемыми явлениями. Между структурой отражаемого явления и отображением как результатом процесса отражения существуют отношения изоморфизма и гомоморфизма» [ВЭФ].

ситуации: то есть репрезентации теперь могут создавать фиктивные объекты, которые «как бы отражаются» этими репрезентациями [Демьянков, 2007, с. 10-11]. Таким образом, дискурсивная репрезентация может, во-первых, отражать действительность, и, во-вторых, создавать действительность, как бы «строая ее из воздуха».

Н.Н. Болдырев в своей теории репрезентации знаний в языке также различает два вида репрезентации мира / действительности. Он отмечает, что язык призван отражать процесс и результаты познания мира и вводит понятие «отраженный мир» [Болдырев, 2005, с. 21, 25]. Данное понятие в полной мере можно отнести к дискурсу, репрезентирующему мир, отраженный с помощью языка. В то же время, как указывает Н.Н. Болдырев, языковые средства используются для выполнения интерпретирующей функции; «интерпретация является неотъемлемым свойством человеческого сознания и познавательных процессов» [Болдырев, 2005, с. 32], то есть наряду с отраженным миром выделяется также интерпретация отраженного мира.

С.Н. Плотникова вводит понятие дискурсивной репрезентации действительности и различает два ее вида: дискурсивный мониторинг мира (его отражение) и дискурсивное конструирование мира. По отношению к говорящему / пишущему ею выделяются два типа мира – «мир-со-мною» и «мир-без-меня», которым соответствуют дискурсивный мониторинг мира (его отражение) и дискурсивное конструирование мира [Плотникова, 2005 б; 2006 а; 2014 а, б].

Сторонний наблюдатель за миром имеет в этот мир лишь перцептуальный доступ; он не контролирует развитие данного мира, не участвует в его конструировании, поэтому такой тип мира называется «миром-без-меня». Дискурсивный мониторинг мира определяется как дискурсивная фиксация воспринятых наблюдателем явлений и событий. В медиадискурсе дискурсивный мониторинг мира осуществляют наблюдатели-журналисты для своих слушателей и читателей новостей. «Каждый день, находясь «где-то здесь», мы как субъекты узнаем из выпусков новостей об объектах, с которыми что-то произошло независимо от нас «где-то там» [Плотникова, 2005б, с. 102].

Особенностью деятельности по типу «отражение» является то, что наблюдатель не инвестирован в наблюдаемый мир, он лишь созерцает его. Иногда очень трудно остаться созерцателем, удержать себя за пределами наблюдаемого, в частности, отход от чистого наблюдения характерен для тех журналистов, которые не соблюдают условную границу, перестают наблюдать мир извне и входят в него, становясь участниками происходящих в нем событий [Плотникова, 2006а, с. 74].

В данной теории подчеркивается, что при изоморфной ментальной репрезентации наблюдаемого мира репрезентационный сценарий, как правило, формируется адекватно. В результате «внешний мир присваивается Я-Наблюдателем в виде его отражения – воссозданного в сознании изоморфного ему смыслового мира. Подобным способом наблюдаемый мир познается. Результатом познания является формирование истинных пропозиций о данном мире и их структурирование в виде репрезентационного пропозиционального сценария» [Плотникова, 2006а, с. 75].

Дискурсивное конструирование мира отличается от дискурсивного мониторинга тем, что в процессе дискурсивного конструирования создается мир, в который говорящий / пишущий полностью вовлечен. Конструктор живет внутри данного мира и творит его своим дискурсом, создавая «мир-со-мной». При конструировании мир становится не просто другим, а таким, как было задумано его конструктором. При этом конструируется не только настоящее, но и прошлое, и будущее [Плотникова, 2005б; 2006а; 2014а, б].

Согласно С.Н. Плотниковой, с помощью дискурсивного конструирования создается и объективируется настоящее, которое является возникающим здесь и сейчас миром. В этом возникающем мире дискурсивная объективация ситуаций происходит непосредственно во взаимодействии говорящих. Типичным дискурсивным конструированием мира настоящего является бытовое общение – обычный разговор в магазине, на улице, в банке, в транспорте и т.д. [Плотникова, 2014а, с. 42].

Параллельно с настоящим конструируется и будущее, что проявляется в репрезентации будущего опыта, будущей фактичности мира. Сущность дискурсив-

ного конструирования будущего состоит в том, что «будущий опыт вначале осмысливается и репрезентируется в дискурсе и лишь после этого выносится на дневной свет и проявляется» [Плотникова, 2014а, с. 42].

Данная теория предполагает, что прошлое также можно дискурсивно конструировать – вернее, переконструировать, создать заново. При дискурсивном конструировании прошлого «конструктор» выдвигает фоновые события на центральное место, меняет местами фон и фигуру, незначимые факты интерпретируются им как значимые, организующие вокруг себя все факты мира и обуславливающие их [Плотникова, 2014а, с. 43].

В целом, дискурсивная репрезентация по типу «конструирование» – это дискурсивное представление действительности, которая создается, формируется в данный момент самим говорящим / пишущим. Сценарий, лежащий в основе конструирования мира, является операциональным, в нем мир конструируется здесь и сейчас с помощью действий и дискурса [Плотникова, 2014а, с. 45].

В западной лингвистике понятия когнитивной vs дискурсивной репрезентации действительности также интенсивно разрабатываются. Их исследование восходит к теории социальных репрезентаций (social representations theory) [Litton, 1985; Billig, 1988; Atkinson, 1990; Wetherell, 1992; McKinlay, 1993; Ashmore, 1994; Moscovici, 1994; Edwards, 1996; Wagner, 1998; Potter, 1990; 1996; 1999; и др.]. Эта теория возникла как углубление и развитие теории социального конструкционизма (конструктивизма), согласно которой реальность социально конструируется, общий мир повседневной реальности создается людьми в процессе их общения друг с другом [Бергер, 1995].

Согласно теории социальных репрезентаций, многие социальные явления представляют собой чисто языковые объекты, которые конструируются в целях прагматической коммуникации [Moscovici, 1994, p. 164]. Так, язык расизма во многом конструирует расизм как явление действительности; социальная репрезентация расизма подкрепляется его дискурсивной репрезентацией [Wetherell, 1992].



Очевидно, что в этом аспекте позиции исследователей социальных репрезентаций сближаются с изложенными выше взглядами представителей критической лингвистики.

Еще одним аспектом понятия социальной репрезентации является возможность предъявления адресату социальных явлений, которые существуют лишь в воображении пишущего. Так, были обнаружены этнографические описания, которые основаны на вымысле, то есть представленная действительность не существует сама по себе, а конструируется с помощью текста [Atkinson, 1990]. Социологическая теория социальных репрезентаций послужила стимулом для развития лингвистической теории репрезентации действительности: ее ведущими разработчиками являются британские ученые Дж. Поттер и Д. Эдвардс [Potter, 1992; 1996; 1998; 1999; Edwards, 1996].

Дж. Поттер и Д. Эдвардс различают репрезентации как когнитивные явления (*cognitive phenomena*) и как дискурсивные объекты (*discursive objects*). Это различие соответствует упомянутому выше различию когнитивной vs дискурсивной репрезентации, выделяемому в отечественной лингвистике [Демьянков, 2007, Плотникова, 2005б; 2006а; 2014 а, б].

Репрезентации как когнитивные явления позволяют людям понимать действительность; при этом понимание действительности, то есть придание смысла вещам и ситуациям, носит коллективный характер (*the collective nature of this sense making*), что обеспечивает возможность взаимопонимания и общения [Potter, 1999, p. 450].

Данная трактовка соответствует общепринятому подходу к когнитивным структурам, изложенному в первой главе диссертации, в разделе 1.1., согласно которому люди *имеют* когнитивные репрезентации в своем сознании, они носят коллективный характер, например, практически все люди имеют в своем сознании фрейм «Комната» или сценарий «На дне рождения» [Minsky, 1980]. Исследования в области межкультурной коммуникации выявили культурные различия во фреймах и сценариях у разных народов, тем не менее, и в культурно-

обусловленных когнитивных структурах обнаруживаются определенные универсальные признаки.

Дж. Поттер и Д. Эдвардс считают, что в отличие от когнитивных репрезентаций, являющихся ментальными объектами, своеобразными ментальными шаблонами для понимания положений вещей (*mentally encoded templates for sense-making*), дискурсивные репрезентации – это дискурсивные объекты, производимые, «исполняемые» в тексте или в беседе (*produced, performed in talk and texts*). Эти репрезентации принадлежат конкретному говорящему или пишущему и поэтому сами требуют понимания; активность процесса понимания в этом случае направлена не на осмысление природы предмета или ситуации в мире и его соответствия фрейму или сценарию, а на понимание особенностей дискурсивной репрезентации, произведенной данным человеком [Potter, 1999, p. 450].

Следует также отметить, что в западной лингвистике, как и в отечественной, дискурсивные репрезентации разделяются на два основных типа: репрезентация как отражение действительности и как ее конструирование. На это различие указывает Дж. Брунер, разграничивая принцип отражения, с помощью которого мы реагируем на мир как таковой (*principle of reflection by which we came to respond to the world as it is*), и принцип конструирования действительности с помощью нарратива (*narrative as a form not only of representing but of constituting reality*) [Bruner, 1991, p. 1, 5]. Дж. Поттер с соавторами разрабатывает теорию дискурсивного конструктивизма (*discursive constructionism*), в которой разграничивается отражение мира (*mirroring some aspect of the world*) и конструирование версий мира (*constructing versions of the world*) [Potter, 2008, p. 276]. Подчеркивается, что при отражении действительности в дискурсе представлены чистые факты (*brute facts*); дается фактуальное описание события (*factual account*); позицией говорящего / пишущего является принцип отражения [Ashmore, 1994; Wagner, 1998]. При дискурсивном конструировании действительности когниция носит не коллективный, а индивидуальный характер,

что требует ответа на вопрос: Чья когниция сформировала данный контекст? [Potter, 1992; 1998].

В целях различения коллективной и индивидуальной когниции Дж. Поттер и Д. Эдвардс разграничивают стандартный когнитивный сценарий ситуации в мире и когнитивные механизмы трансформации стандартного сценария. В качестве примера они приводят такое социальное явление, как сумасшествие (madness). Когнитивная репрезентация (когнитивный сценарий) данного явления действительности включает в себя его общие признаки, известные всем людям, которые, выступая в роли своеобразных квази-психологов (quasi-psychologists), способны дать дискурсивную репрезентацию стандартной ситуации сумасшествия (generic situation), т.е. описать поведение психически больного человека. Что касается дискурсивного конструирования сумасшествия, то оно может и не иметь никакого отношения к его стандартной когнитивной репрезентации: конструирование идентичности собеседника как сумасшедшего может использоваться в межличностном конфликте, в объяснении отсутствия кого-либо на рабочем месте, в описании поведения соседа по дому и т.п. Такие дискурсивные репрезентации производятся на основе отдельного когнитивного механизма [Potter, 1999, p. 453].

Дж. Поттер и Д. Эдвардс, определяют когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности (cognitive mechanisms), как особые репрезентационные практики (representational practices), используемые в индивидуальной когниции [Potter, 1999, p. 452]. В нашей работе мы принимаем данное определение когнитивного механизма дискурсивного конструирования действительности.

Принятое нами понимание когнитивного механизма не расходится с его пониманием в отечественной лингвистике. Так, Н.Н. Болдырев и Н.А. Беседина определяют когнитивный механизм как концептуальное основание языковых категорий, в частности, морфологических [Болдырев, 2007, с. 4]. Особая репрезентационная практика также может быть определена как когнитивное

(концептуально-пропозициональное) основание дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе.

Когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе, по большей части, остаются неизвестными; они требуют изучения, что мы и предпримем в практической части нашей диссертации, на нашем материале.

В целом, проблема дискурсивной репрезентации действительности трактуется в лингвистике как часть более общей проблемы взаимодействия дискурса и когниции, дискурса и социальных явлений. Дискурсивная репрезентация действительности опирается на ее когнитивную репрезентацию, но в то же время предполагает активность человека, его креативную вовлеченность в процессы социальной когниции и социального конструирования мира.

На наш взгляд, понятие дискурсивной репрезентации действительности обладает большой объяснительной силой и позволяет по-новому интерпретировать ряд уже достаточно разработанных понятий в анализе медиадискурса, таких как точка зрения [Талми, 1999; Chatman, 1990 и др.]; миф и мифологема [Гуревич, 2001; Кассирер, 2001; Ноэль-Нейман, 2001; Мединский, 2007; Почепцов, 2001; и др.], стереотипизация [Зарезина, 2004; Орлова, 2005; Лебедев, 2009; 2010; Меграбова, 2009а, б; Lakoff, 1987; Lipmann, 1967 и др.], манипуляция [Желтухина, 2003, 2004; Иссерс, 2003; Кара-Мурза, 2005; Негрышев, 2009; Данилова, 2011 и др.], обман [Дубровский, 2001; Плотникова, 2000; Щербатых, 2002 и др.], дезинформация [Глаголев, 1987; Свинцов, 1982 и др.]. Представляет интерес соотнести данные понятия с рассматриваемым нами понятием дискурсивной репрезентации действительности, поскольку все они, в той или иной степени, связаны с созданием вымышленного мира.

В частности, миф – это «псевдомир, в реальности которого мы клянемся» [Ноэль-Нейман, 2001, с. 320]. Министр культуры России В.Р. Мединский в книге «Мифы о России» особо отмечает пристрастие западных пишущих к созданию вымысла о нашей стране. Он выделяет исторические мифы (от Древней Руси до наших дней), литературные мифы и политические мифы. Ядро политического

мифа составляет представление о России как внутреннем деспоте и внешнем враге [Мединский, 2007, Режим доступа: URL: [<http://dusha-rossii.ru/books/medinsky>].

Итак, мы придерживаемся изложенного выше понимания дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе, мыслимой в двух своих ипостасях: дискурсивная репрезентация действительности по типу «отражение» и дискурсивная репрезентация действительности по типу «конструирование». Понятие дискурсивной репрезентации действительности по типу «конструирование» позволяет, на наш взгляд, дать лингвистическое обоснование таким традиционным понятиям в анализе медиадискурса, как точка зрения, миф, стереотипизация, манипуляция, обман, дезинформация. Несмотря на большое количество исследований, данные понятия до сих пор не получали объяснения в ракурсе дискурсивного конструирования реальности, что мы и предпримем в практической части нашего диссертационного исследования.

## 2.2. Медиатизация как дискурсивная репрезентация реальности и медиареальности

Одним из первых роль СМИ в создании реальности, а не только в ее отражении, раскрывает М. Маклюэн, указывая на радикальное отличие прессы от книги. Книга – это частная «исповедальная» форма (a private confessional form), представляющая индивидуальную точку зрения. Пресса – это групповая «исповедальная» форма, которая отражает вовлеченность всего общества (communal participation). Пресса «расцветивает» события, упоминая их или игнорируя. Сущность прессы – ежедневное общественное освещение многочисленных событий, взятых в их соположении и отобранных благодаря вниманию к ним каждого человека. Пресса создает не целостный, но мозаичный образ, и не индивидуальный, но коллективный (communal mosaic image). Пресса и ТВ, согласно М. Маклюэну, – это не окна в мир, наподобие картинок в старых иллюстрированных журналах; напротив, они создают образ общества в действии (society in action) [McLuhan, 1967, p. 221].

М. Маклюэн отмечает, что читатель XIX в., рассматривавший иллюстрированный журнал, был пассивен, в то время как современный читатель новостного журнала вовлечен в производство смыслов, формирующих общий образ реальности. Именно данное различие снизило ценность старых иллюстрированных журналов для современного человека: они были «окнами в мир», то есть отражали мир, каков он есть, в то время как современная пресса создает мир, сама производит реальность [McLuhan, 1967, p. 222].

В наше время подобную реальность все чаще называют медиареальностью.

Социологические основы современной теории медиареальности были заложены Н. Луманом [Луман, 2004]. Он известен как автор новой версии системного подхода к анализу общества, согласно которому отвергается традиционный социологический постулат: «Социальное бытие есть; социального небытия нет». Н. Луман опровергает это положение на основе современного философского понятия возможных миров, которое предполагает не уникальность, не единичность бытия, но бытие, которое могло бы быть и другим [Луман, 2004, с. 25].

Н. Луман вводит понятие контингентности (contingency), которое обозначает «смежность» бытия, наличие «рядом» с данной реальностью другой, смежной, реальности, которую можно создать путем активного коммуникационного и информационного менеджмента – соотнесений контингентного.

Согласно Н. Луману, любая социальная система – в том числе система СМИ – направлена на сохранение и умножение числа состояний, совместимых (контингентных) с ее структурой, поэтому система СМИ образует вокруг себя поле, в пределах которого может совершаться отбор информации, выбор способов конструирования смысла. Смысл же имеет три измерения – предметное (тождественность предметов, в отличие от иных); временное (фиксирует тождественность настоящего в горизонтах прошлого и будущего) и социальное (согласие существует на фоне возможного разногласия). В эту общую схему встраиваются различные социологические категории, такие как актер, действие, роль, институт, ожидание, норма и т.д. [Луман, 2004, с. 40-53].

Смысловые системы реагируют на окружающий мир, однако его реальность становится для них тем, что она есть, лишь благодаря установлению собственных различий – в отношении системы СМИ это означает, что реагирование СМИ на окружающий мир обусловлено, как и в других социальных системах, внутренней структурой самих СМИ, то есть система полностью производит самое себя, являясь аутопойэтической (самопроизводящей). Аутопойэзис не означает полной независимости системы от окружающего мира и творения реальности из ничего: он возможен лишь при наличии структурной сопряженности системы и мира, их связки, благодаря которой фиксируются события [Луман, 2004, с. 104].

Далее Н. Луман переходит к его оригинальной трактовке понятия коммуникации. В социальных системах события – это коммуникации. Общество – это обширная система коммуникаций, совокупность всех коммуникаций. Коммуникации подсоединяются только к коммуникациям, те – к другим коммуникациям и т.д. [Луман, 2005а].

Н. Луман вводит термин «реальность массмедиа» [Луман, 2005б], который он объясняет исходя из его понимания системы коммуникаций, в которых действует «бинарное кодирование». Бинарное кодирование означает, что каждый из кодов предполагает возможность позитивного и негативного осмысления, которое производится внутри самой системы. «Ложное» – это не то что вне науки, но то, что внутри системы определяется как ложное; «неправовое» – только то, что определяется как таковое в системе права. Соответственно, «факт», «новость» – только то, что считается таковым в системе СМИ [Луман, 2005б, с. 62].

Основная суть теории Н. Лумана в том, что коды все в большей степени становятся чистыми кодами, то есть системы общества все более дифференцируются относительно друг друга и замыкаются. Образуется политическая, экономическая и другие «реальности», в том числе и особая медиареальность, которая, как и все остальные виды реальностей, получает «легитимацию через процедуру», то есть взаимодействует с миром на основе внутренне присущей ей процедуры сбора, обработки и репрезентации данных [Луман, 2005б].

Как указывает И.В. Анненкова, «СМИ конструируют собственный мир, отличный от мира реального, и предлагают его в качестве единственно возможного массовому адресату» [Анненкова, 2012, с. 11]. Современная эпоха характеризуется как культура риторического типа, в которой автор (журналист) властвует над словом и создает неориторическую модель мира.

И.В. Анненкова отмечает, что обновленная и переосмысленная риторика, или неориторика, позволяет совместить область «тэxnэ», то есть принципы и приемы создания текста, с областью «пайдейи», его философской, воспитательной и аксиологической доминантами [Анненкова, 2012, с. 14].

В отличие от изложенного в предыдущей главе подхода к медиадискурсу с позиций критической лингвистики, согласно которому исследователю следует бороться с необъективным, искаженным, предвзятым освещением реальности, то есть критически анализировать предлагаемую СМИ картину мира, подход с позиций неориторики концентрируется на осмыслении сущностной природы медиакартины мира, этой особой, в терминах Н. Лумана, реальности.

Так, И.В. Анненкова указывает: «Освещая события в мире (казалось бы, демонстрируя экстралингвистическое бытие), СМИ через вербальные и невербальные знаки закрывают эту действительность от адресата, поскольку рассказ об этом мире в СМИ становится важнее самого мира» [Анненкова, 2012, с. 32]. Медиакартина мира противопоставляется ею отражательным картинам мира, в частности, научной. Она пишет: «Понимание мира как картины, превращение мира в картину – это отличительная черта Нового времени, новоевропейского взгляда на мир» [Анненкова, 2012, с. 32]. «Но если изначально формирование картины мира было связано с интенцией человека представить мир во всем, что ему присуще и что его составляет как систему, то есть как упорядоченную структуру (отсюда, например, научная картина мира), то <...> медиакартина мира демонстрирует нам обратное движение: разрозненность, фрагментарность, дискретность» [Анненкова, 2012, с. 32].

Все чаще встречающимся термином, объясняющим область «тэxnэ» – процесс конструирования медиареальности, – является термин «медиатизация». В



теории коммуникации предлагается понятие «медиатированная реальность» (mediated reality) – образы реальности, возникающие под влиянием СМИ. «Медиатированная», то есть обусловленная влиянием массмедиа реальность, может быть уже или шире жизненного опыта людей, но всегда отличается от него набором собственных «медиатированных» значений, часто создающих конусообразный эффект [Землянова, 2004, с. 205].

Указывается, что термин «медиация» (mediation) может ассоциироваться с посреднической миссией масс медиа, но это понятие трактуется и как проявление преобразующей функции СМИ, которые в процессе сбора, обработки и передачи информации о фактах реальности могут их видоизменять или исказить в различных имиджах этих фактов, либо придавать им «медиатированные» значения (mediated meanings), создающиеся в процессах фабрикации таких имиджей. В этом смысле медиация имеет различные сферы своего влияния на аудиторию – от лично-локальных до глобальных. Для выражения и подчеркивания интенсивности этого влияния употребляется термин «медиатизация» (mediatisation) [Землянова, 2004, с. 206].

Н.Б. Кириллова, анализируя термины «медиа среда» и «медиа культура», подчеркивает, что «перед нами транслирующий канал, построенный на идеологических, эмоциональных и даже подсознательных ожиданиях аудитории. <...> Медиа – это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды. В связи с этим современная культура представляет собой контекст всеобщей медиатизации» [Кириллова, 2005, с. 22].

А.А. Негрышев отмечает, что медиация – это не «беспристрастное» посредничество, целью которого является «объективное отражение действительности», а активное ее преобразование, направленное на достижение планируемых коммуникативно-прагматических эффектов [Негрышев, 2009, с. 17].

Т.Г. Добросклонская считает, что медиатизация является характерной особенностью организации мирового современного информационного пространства [Добросклонская, 2012, с. 79].

Согласно этому подходу, риторическая модель медиадискурса позволяет по-новому осветить основной вопрос философии, «когда в центре внимания оказывается не проблема соотношения бытия и сознания, а проблема реальности и текста как ее возможной интерпретации, т. е. проблема реальности и картины мира, в которой эта реальность репрезентируется» [Анненкова, 2012, с. 36].

Мы выдвигаем собственное понимание медиатизации, определяя ее как дискурсивную обработку действительности пишущими, их выбор одного из двух способов ее репрезентации в медиадискурсе – по типу «отражение» и по типу «конструирование».

Медиатизация объясняется нами с позиций неориторики и с позиций критической лингвистики. С одной стороны, мы понимаем под медиатизацией такую репрезентацию действительности, когда СМИ сами «создают» мир, производят действительность с помощью медиадискурса, что согласуется с идеями неориторики. С другой стороны, мы не принимаем радикальный постулат, отстаиваемый в ряде исследований, о том, что СМИ предлагают сконструированный ими собственный мир в качестве единственно возможного массовому адресату. Вслед за представителями критической лингвистики мы допускаем существование обеих контингентных реальностей: реальности происходящего и медиареальности.

### 2.3. Факт vs медиафакт

Понятие медиафакта, как результата процесса медиатизации, должно быть рассмотрено в его противопоставлении с понятием факта.

В философии под фактами понимаются те особенности в устройстве мира, которые делают наши утверждения истинными (если они являются истинными) или ложными (если они являются ложными). «Когда идет дождь, это факт; когда светит солнце, это факт. Расстояние от Лондона до Эдинбурга – факт. Вероятно, факт и то, что все люди умрут. То, что планеты движутся вокруг Солнца приблизительно по эллипсу, – факт» [Рассел, 2007, с. 115].

Факты соразмерны с событиями. «Событием может быть названо любое совершающееся явление, характеризующееся своей уникальностью и неповторимостью» [НФЭ].

А. Уайтхед определяет событие как минимальное синтетическое единство становления. События могут связываться между собой в серии, могут быть со-возможными или не-совозможными [СЗФ].

Ж. Делез определяет событие как первичную, непосредственно испытываемую реальность. Событие является не фиксированным образцом, а разыгрывающейся во времени, каждый раз уникальной констелляцией различий [Делез, 1989].

В отношении медиадискурса и факты и события трактуются через призму повседневной реальности. Согласно П. Бергеру и Т. Лукману, данная реальность имеет само собой разумеющийся характер, и ее следует принимать как данность. Реальность повседневной жизни не нуждается в проверке. «Она существует как самоочевидная и непреодолимая фактичность» [Бергер, 1995, с. 45]. Существование повседневной реальности подтверждается наличием общего для всех понимания и повседневного знания этой реальности, то есть знания, которое человек «разделяет с другими в привычной самоочевидной обыденности повседневной жизни» [Бергер, 1995, с. 45].

В лингвистике понятия факта и события также рассматриваются как вытекающие одно из другого и тесно связанные.

Как указывает Н.Д. Арутюнова, факт получает доступ к действительности только через значение истинности, то есть контрадикторную оппозицию истинности и ложности (соответствия / несоответствия действительности). Реальность существует независимо от человека, а факт – нет. Человек вычленяет объект действительности, а в нем определенный аспект, концептуализирует его, структурирует по модели суждения, то есть вводит значение истинности, верифицирует, и только тогда он получает факт. Факт конституирует значение истинности, противопоставленное значению ложности [Арутюнова, 1988, с. 155].

Что касается события, то оно локализовано в некоторой человеческой сфере, определяющей ту или иную систему отношений, в которую она входит;

оно происходит в некоторое время и имеет место в некотором реальном пространстве [Арутюнова, 1999, с. 509]. Имя «*факт*» ориентировано на мир знания, то есть на логическое пространство, организованное координатой истины и лжи, имя «*событие*» ориентировано на поток происходящего в реальном пространстве и времени [Арутюнова, 1999, с. 505].

А.В. Олянич отмечает, что событие, в отличие от факта имеет определенную нарративную структуру со своей динамикой, подразумевает вовлеченных наблюдателей и контекст. В самой семантике слова «событие» заложена модальность, способствующая порождению текстов, выражающих то или иное отношение к произошедшему, в отличие от абсолютно нейтрального «факта» [Олянич, 2004, с. 92].

Ю.С. Степанов отождествляет факты и события. Он пишет о том, что «события», или «факты», существуют объективно, поэтому соответствие им делает высказывания (пропозиции) истинными, а несоответствие – ложными; надо стремиться к тому, чтобы представить «события», или «факты», в «минимализованном» виде, как «кратчайшие отрезки пространства-времени»; наиболее адекватное языковое выражение для «факта» – не имя, а атомарное предложение (пропозиция) [Степанов, 1995, с. 48].

В нашем исследовании мы базируемся на данном – лингвистическом – понимании факта и события как определенного фрагмента реальной действительности, когнитивная репрезентация которого представлена пропозициями, верифицируемыми как истинные.

В то же время мы будем учитывать отмечаемое лингвистами различие между ними. Под событием мы будем понимать отдельный отрезок, фрагмент реальной действительности, отграниченный в пространственно-временном отношении от других таких же фрагментов в потоке происходящего. Факт мы будем понимать как такой фрагмент реальной действительности, который вычленяется человеком из потока событий и может включать в себя некое множество событий, осмысленных в их целостности.

В исследованиях понятия медиафакта можно выделить два направления. Первый из них согласуется с подходом к пониманию сущности медиадискурса с позиций неориторики; второй согласуется с идеями критической лингвистики.

Неориторический подход, как уже отмечалось, рассматривает всю деятельность СМИ и все сообщения как конструирование медиакартины мира в сознании массового адресата. С этой точки зрения весь медиадискурс в целом направлен на трансляцию медиакартины мира, а все адресанты медиадискурса (журналисты, политики, «звезды» шоу-бизнеса и т.д.) получают «сакральный статус медиаперсон», которые интерпретируют события, казалось бы, с позиций объективности и честности [Анненкова, 2012, с. 15].

Неориторический подход устанавливает, что «объективности, конечно, нет. <...> Риторической модальностью обладают абсолютно все тексты медиадискурса: как аргументирующего, так и информирующего типа; в текстах информационных жанров риторическая модальность будет проявляться уже на этапе выбора события, достойного быть «переплавленным» в медиадискурсивный факт. Под воздействием риторической модальности этот факт (уже не на бытийном, а на ментальном уровне) становится аргументом интерпретации объективного мира в рамках медиадискурса, т.е. фрагментом медиакартины мира» [Анненкова, 2012, с. 41-43].

На то, что журналисты активно отбирают факты, заслуживающие, на их взгляд, освещения, указывал еще М. Маклюэн, вводя понятие «изготовления новостей» (*making the news*).

Необходимо отметить глубокую трактовку М. Маклюэна: пресса не обязательно содержит сконструированные факты – суть прессы, прежде всего, в том, чтобы определить, что следует считать фактом, заслуживающим стать новой информацией для всех – новостью, новостным сообщением.

Для прессы и СМИ в целом факт – это нечто иное, чем его научное толкование, как события, имевшего место и включенного в общую фактичность, или фактологию, мира. Как подчеркивает М. Маклюэн, и книга, и газета – обе «исповедальны» по своей сущности; обе создают эффект внутренней истории (*inside*

story); в этом их онтологическая формальная сущность (their mere form, regardless of content), независимая от содержания.

Наподобие того как книга раскрывает внутреннюю историю ментальных приключений автора (the author's mental adventures), так и страница газеты раскрывает внутреннюю историю общества в действии и взаимодействии [McLuhan, 1967, p. 222].

Именно благодаря этому пресса и предстает как выполняющая свою подлинную функцию тогда, когда она раскрывает подноготную общества (the seamy side). Этим объясняется расхожая максима: Настоящие новости – плохие новости о ком-то или для кого-то. М. Маклюэн пишет, что в 1962 году, когда Миннеаполис остался на многие месяцы без газеты, шеф полиции сказал: «Конечно, мне не хватает новостей, но что касается моей работы, я бы хотел, чтобы газета больше никогда снова не появилась» [McLuhan, 1967, p. 223].

М. Маклюэн подчеркивает, что газета XIX в. прошла длинный путь к пониманию того, что является новостью – фактом в мозаичной форме, которая полностью сформировалась в современных СМИ. Мозаичная форма является формой всеобщего участия (participational form): она являет собой не отстраненный взгляд, но участие в процессе. По этой причине пресса неотделима от процесса демократического развития общества.

М. Маклюэн отмечает, что ориентированный на книгу человек не понимает коллективной мозаичной природы прессы, когда он жалуется на публикацию бесконечных репортажей о темной стороне жизни. Мозаичная форма требует глубокой коллективной вовлеченности. Исторически, газета была создана в XVII в. для того, чтобы в нее посылали новости, то есть новость как то, что существовало вне газеты; функция газеты состояла в том, чтобы уточнять и исправлять слухи и устные сообщения, наподобие того, как словарь «исправляет» неправильно написанные слова. Но уже очень скоро журналисты начали осознавать, что «о новостях нужно не только сообщать, но их нужно собирать и даже «делать». Новость – это то, что напечатано, остальное – не новость» [McLuhan, 1967, p. 224].

Но М. Маклюэн особо подчеркивает, что производство, изготовление новостей (making the news) предполагает одновременно мир действий и мир вымысла (a world of actions and fictions alike). Эти два мира необходимо различать, поскольку события и псевдособытия (pseudo-events) в равной степени пронизывают средства массовой информации. В принципе, издательство может публиковать, что хочет, и любое явление может подвергнуться очень пристальному вниманию со стороны прессы, при этом бывает трудно понять, не является ли описанный мир лишь конструктом, специально созданным кем-то (do-it-yourself kind of the world) [McLuhan, 1967, p. 225].

Введенное М. Маклюэном различие между миром событий и миром вымысла, легло в основу понимания медиафакта как искаженного представления действительности.

Медиафакт – «заведомо ложное сообщение, смоделированное в качестве достоверного и переданное аудитории по каналам массовой коммуникации, формирующее искаженную картину действительности в массовом сознании» [Иванова, 2005, с. 701]. Медиафакт появляется случайно как ошибка средств массовой информации или создается с определенной целью, а именно ввести в заблуждение общественность через систему массовой коммуникации представителями определенных общественных групп, деятелей или компаний [Иванова, 2005, с. 701].

Подробнее рассмотрим данную концепцию. Как отмечает И.Ю. Иванова, медиафакт стал эффективным средством ведения войн нового типа, характерного для постиндустриального общества. Согласно Э. Тоффлеру, информационное общество – это эпоха информационных войн, когда ускоряются информационные потоки, трансформируется глубинная структура информации, и возникает информационное оружие [Тоффлер, 2004, с.17].

С этих позиций медиафакты определяются как информационные продукты, носящие характер достоверности [Иванова, 2005, с. 703].

Появление медиафакта стало возможными благодаря современному техническому уровню развития массовой коммуникации, знаковой и текстуальной при-

роде медиафакта как сообщения массовой информации вообще, а также свойствам реципиента медиафакта – массового сознания [Иванова, 2005, с. 702].

Указывается, что медиафакт подчиняется всем законам текстообразования, которые делают возможным его создание и эффективное воздействие на аудиторию. При этом текст трактуется как коммуникативное событие, целью которого является изменение поведения аудитории. Медиафакты как тексты массовой коммуникации складываются из множества знаковых комплексов: письменных и иконических. Текст компьютера может включать и устную и письменную речь, и вербальные и иконические знаки, и статичные и движущиеся изображения. Иконический знак являет собой наиболее изощренный способ создания эффекта реальности. Наиболее эффективными являются медиафакты, созданные с использованием разных знаковых комплексов; особенную опасность для аудитории представляет правдоподобие и узнаваемость смоделированного и помощью иконического знака медиафакта [Иванова, 2005, с. 703].

Делая вывод, И.Ю. Иванова отмечает, что в настоящее время реальной защиты от создания и применения медиафактов не существует, т.к. в данных процессах задействованы различные уровни общественной жизни, особенно политические и экономические круги, государственная и межгосударственная власть [Иванова, 2005, с. 705].

Кроме термина «медиафакт» в исследованиях используются и другие термины, в частности, «медиасобытие» или «псевдособытие» (*media events, pseudoevents*), которые определяются как «представляемые на экранах телевизоров в имиджах и дискурсах, формирующихся по принципам медиалогии, медиажанров, медиамифологии и с учетом требований медиарынка, под воздействием которых могут совершаться ложные представления о жизненных процессах и явлениях». Указывается, что существуют разные причины изображения такого рода псевдособытий – от идеологических, когда телевидение находится под контролем определенных политических сил, до профессиональной некомпетентности журналистов, которые плохо учитывают особенности вещательного времени и пространства и не находят нужных образно-форматных средств для адекватного вы-



ражения на экране содержания информации [Землянова, 2004, с. 202]. Еще одно понятие, характеризующее искажение фактов – медиаморфоз (mediamorphosis), проявляющийся в искажении фактов или идей в программах [Землянова, 2004, с. 204].

В нашем исследовании мы учитываем оба охарактеризованных выше подхода к пониманию медиафакта.

Медиафактом мы будем считать, во-первых, сообщение о каком-либо событии, специально отобранном медиатором из потока происходящих событий и представленном как резонансное, общественно значимое.

Во-вторых, под медиафактом мы будем понимать сообщение о псевдособытии (pseudoevent, по М. Маклюэну), относящемся к миру вымышленному (a world of fictions), то есть предвзятое, искажающее действительность.

В отличие от изложенных выше концепций в нашем исследовании мы делаем акцент на лингвистических аспектах медиафакта, а именно на особенностях его дискурсивной репрезентации.

#### 2.4. Языковые маркеры дискурсивной репрезентации действительности по типу «отражение»

Дискурсивная репрезентация действительности по типу «отражение», в отношении новостного дискурса, представляет собой описание фактов, реально имевших место, т.е. определенного фрагмента реальной действительности, когнитивная репрезентация которого представлена пропозициями, верифицируемыми как истинные.

Как отмечалось выше, дискурсивная репрезентация действительности по типу «отражение» формируется на основе единого для всех наблюдателей репрезентационного сценария, который есть не что иное, как изоморфная ментальная репрезентация наблюдаемого мира [Плотникова, 2006а, с. 77].

Дискурсивная репрезентация действительности в статьях о России в англоязычной прессе по типу «отражение» выполняет, главным образом, информативную функцию (информирование адресата).

По своему виду передаваемая информация – содержательно-фактуальная, т.е. она несет в себе сообщение о фактах, событиях, процессах, происходящих, происходивших, которые будут происходить в окружающем нас действительном мире [Гальперин, 1981, с. 27].

С точки зрения жанров медиадискурса, выделенных в теоретической литературе и проанализированных нами в первой главе диссертации, статьи о России, репрезентирующие действительность по типу «отражение», относятся к информационным жанрам, согласно классификации Б.А. Зильберта [Зильберт, 1986, с. 76], и новостям, согласно классификации Т.Г. Добросклонской [Добросклонская, 2012, с. 33].

В них передается сообщение о новости – некоем текущем, происходящем «здесь» и «сейчас», непосредственно наблюдаемом социально-значимом событии, требующем освещения как с точки зрения пишущих, так и читающих [Панченко, 2005, с. 35].

Как указывает С.Н. Плотникова, если событие репрезентируется по типу «отражение», то новостные сообщения о нем в разных СМИ будут априори практически одинаковыми, как на когнитивном уровне (один и тот же изоморфный действительности когнитивный сценарий), так и на языковом уровне (использование одних и тех же языковых средств) [Плотникова, 2006а, с. 77].

Приведем в качестве примера три новостных сообщения, созданных по типу «отражение» об одном и том же событии, Саммите Большой Двдцатки (G20) в Санкт-Петербурге, опубликованных в разных средствах массовой информации, в один и тот же день (5 сентября 2013 года):

1. Vladimir Putin officially opens the G20 summit in St. Petersburg (Guardian, Sep. 5, 2013)

Russian President Vladimir Putin officially opens the G20 summit in St. Petersburg, saying that Syria will be top of the agenda. The summit had been expected to focus on the world economy and growth, but will now be dominated by the Middle East crisis. The White House says President Obama will not hold formal one-on-one talks with Putin.

2. Divided G20 discusses Syria crisis in St. Petersburg. World leaders are locked in a divisive debate over Syria, at the end of the first day of the G20 summit in Russia (BBC NEWS, Sep. 5, 2013)

Opening the summit, Russian President Vladimir Putin confirmed Syria would be discussed at the working dinner. US President Barack Obama is pushing for support for military strikes. Russia and China have warned the US not to take action without UN backing.

3. G20 summit: Vladimir Putin officially opens the summit which will focus on Syria crisis talks (World News, Sep. 5, 2013)

Russian President Vladimir Putin has officially opened the G20 summit in St. Petersburg, saying Syria will be top of the agenda. “Some participants asked me to give them time and the possibility to discuss some other issues of foreign policy which were not previously on the agenda but which are very important and urgent, above all the situation in Syria”, the G20 host said addressing world leaders. Despite plans for global heads to discuss world economic challenges, it is expected that the ongoing crisis in Syria and possible military action from the US will dominate talks.

С точки зрения проведенного нами выше различия факт vs медиафакт, возвращаясь к уже цитированным определениям, освещаемое событие «Саммит двадцати ведущих стран», несомненно, является фактом, поскольку «существует как самоочевидная и непреодолимая данность» [Бергер, 1995, с. 45], «существует объективно», поэтому соответствие ему делает высказывания о нем истинными [Степанов, 1995, с. 48], не является «изготовленным» или же произвольно отобранным из потока новостей [McLuhan, 1967, р. 222]. Напротив, это событие является общественно значимым для всего мира, представляющим интерес для «универсальной» аудитории (в терминах неориторики), к которой относится весь мир.

В журналистской терминологии, оно принадлежит к «твердым» новостям (“hard” news), а не «мягким» (“soft” news). Д. Грейбер отмечает, что «твердые» новости представляют собой события, имеющие общемировую значимость, конституирующие социальную реальность и объективно сами по себе выдвигающие-

ся на первый план. «Мягкие» новости являются «интересными» сообщениями (human interest stories), в связи с чем, они могут значительно варьироваться от издания к изданию [Graber, 1984, p. 60-61]. Саммит в Санкт-Петербурге – это, конечно, событие, которое не могло остаться неосвещенным, затеряться в потоке других фактов.

Заголовки всех трех статей представляют одну и ту же новость: на пропозициональном уровне новость выражается новостными пропозициями: <Putin officially opens the summit in St. Petersburg>; <Syria will be top of the agenda>; они основаны на одной и той же референтной ситуации: «Владимир Путин открывает саммит Большой Двдцатки в Санкт-Петербурге».

В заголовках вводятся референты, наиболее значимые для описываемой действительной ситуации (Putin, Obama, the world leaders), обозначены место и время действия (St. Petersburg, 5 September, 2013).

В терминах С.Н. Плотниковой, каждый из трех журналистов наблюдает за «миром-без-него», а не за «миром-с-ним». Как уже отмечалось, С.Н. Плотникова в своем определении дискурсивного мониторинга мира указывает, что «результатом познания является формирование истинных пропозиций о данном мире и их структурирование в виде репрезентационного пропозиционального сценария. Если один и тот же мир созерцают несколько человек, то в случае адекватного восприятия выработанные ими репрезентационные сценарии бывают настолько похожими, что на их основе вырабатывается единый коллективный сценарий» [Плотникова, 2006а, с. 77]. И далее подчеркивается, что находясь в позиции стороннего наблюдателя, наблюдая за «миром-без-него», пишущий описывает действительность таким образом, каким ее описали бы и другие наблюдатели, а именно: при помощи практически одних и тех же языковых выражений.

В анализируемых примерах, как показано в следующей таблице, используются одни и те же лексические средства, что естественно, так как описываются одни и те же участники, место действия и события. Но грамматические средства варьируются, что тоже естественно: пишущие выбирают разные грамматические конструкции.

Таблица 1. Языковые маркеры новостного сообщения об одном и том же событии по типу «отражение» в разных СМИ:

Использование одних и тех же лексем	Вариативность грамматических средств	Вариативность косвенной речи
1. Russian President Vladimir Putin	officially opens the G20 summit	saying that Syria will be top of the agenda
2. Russian President Vladimir Putin	opening the summit	confirmed Syria would be discussed at the working dinner.
3. Russian President Vladimir Putin	has officially opened the G20 summit	saying Syria will be top of the agenda

Таблица показывает, что использование одних и тех же лексем (Russian President, summit, Syria, agenda, open) сопровождается вариативным использованием грамматических конструкций: *officially opens* – Present Simple; *opening the summit* – Participle I; *has officially opened* – Present Perfect. При передаче косвенной речи вариативно используются нейтральные глаголы говорения: *say*; *confirm*.

В нашем корпусе примеров самой характерной языковой особенностью всех трех сообщений являются средства выражения объективной модальности. С помощью соответствующих форм индикатива содержание всех сообщений отнесено во временной план прошлого; в них нет форм сослагательного наклонения, характеризующихся временной неопределенностью. Средства субъективной модальности, то есть оценочного отношения пишущего к сообщаемому, отсутствуют, нет также никаких образных средств. Превалирование грамматических средств объективной модальности, выражающих временную определенность, собственно, и является способом «отражения» действительности, передачи временной последовательности произошедших реальных событий.

Дополняя положения С.Н. Плотниковой [Плотникова, 2005б; 2006а], мы вводим в анализ дискурсивной репрезентации по типу «отражение» понятие когнитивного механизма. Следуя приведенному в разделе 2.1. определению когни-

тивного механизма как когнитивной деятельности, осуществляемой людьми, когда они производят репрезентации, можно сделать вывод, что когнитивный механизм, лежащий в основе дискурсивной репрезентации действительности по типу «отражение» – это механизм формирования истинных пропозиций о наблюдаемой картине мира. В свою очередь, когнитивным механизмом, позволяющим установить, что дискурсивная репрезентация действительности производится по типу «отражение», является когнитивный механизм верификации выраженных в дискурсе пропозиций как истинных.

В анализируемых примерах выраженные пропозиции легко верифицируются, поскольку они соотносятся с конкретной ситуацией, протекающей в конкретном месте и в конкретное время, то есть с ситуацией, наблюдаемой одновременно многими людьми, находящимися в том же месте и в то же время.

Многочисленные наблюдатели могут верифицировать как истинные следующие утверждения журналистов:

1. В Петербурге открылся саммит Большой Двадцатки; 2. Владимир Путин официально открыл саммит (Putin officially opens the summit); 3. Б. Обама поддерживает военное вмешательство в Сирийский конфликт, тогда как Россия и Китай против военных действий (US President Barack Obama is pushing for support for military strikes. Russia and China have warned the US not to take action without UN backing). 4. Первоначально планировалось обсуждать рост мировой экономики (The summit had been expected to focus on the world economy and growth; plans for global heads to discuss world economic challenges) 5. Сирия является главной темой для обсуждения (Syria will be top of the agenda).

Точное отражение самой ситуации пишущие дополняют точным цитированием участников саммита (“Some participants asked me to give them time and the possibility to discuss some other issues of foreign policy which were not previously on the agenda but which are very important and urgent, above all the situation in Syria”, the G20 host said addressing world leaders). Цитирование указывает на точный источник получения информации; пропозиции верифицируются как выраженные именно этим политиком.

Итак, в данных статьях пишущие не конструируют действительность, а отражают ее, находясь в позиции сторонних наблюдателей. Пишущие фиксируют наблюдаемую ими картину мира, ее компоненты в соответствии с их реальной данностью.

Дискурсивная репрезентация действительности по типу «отражение» базируется на том, что пишущие сформировали когнитивный репрезентационный сценарий изоморфно реальности, благодаря чему «познали» реальность и «отразили» ее в своем дискурсе.

Используя приведенные выше термины критической лингвистики, можно сказать, что пишущие осветили событие, действуя согласно формуле объективности, представив «фотографию» реальности и оставив при этом свои собственные мнения «за сценой» [Willis, 1991, p. 7].

Рассмотрим еще одну серию статей, созданных по типу «отражение» об одном и том же событии «Помилование Михаила Ходорковского Владимиром Путиным», опубликованных в разных средствах массовой информации, в один и тот же день (19 декабря 2013 года), под следующими заголовками:

1. Vladimir Putin: Khodorkovsky “wrote me a letter asking for pardon” (Telegraph, Dec. 19, 2013);
2. Putin to pardon jailed tycoon Khodorkovsky (Reuters, Dec. 19, 2013);
3. Putin says he will pardon jailed former oil tycoon Khodorkovsky after ten years in prison (Daily Mail, Dec. 19, 2013);
4. Mikhail Khodorkovsky pardoned: Russian President Vladimir Putin to free former political nemesis after 10 years in prison (Independent, 19, Dec., 2013).

Данную новость, в отличие от проанализированной выше, нельзя отнести к категории “hard news”, это событие является “soft news”, «интересным» сообщением: оно значимо не как событие мирового масштаба, требующее освещения для «универсальной» аудитории, а как «скандальное» событие, вокруг которого возникло много домыслов и слухов. В связи с этим данное событие относится нами к медиафакту, то есть факту, специально отобранному медиатором из потока происходящих событий и представленному как резонансное, общественно значимое,

«достойное быть переплавленным в медиадискурсивный факт» [Анненкова, 2012, с. 43], «заслуживающее стать новой информацией для всех» [McLuhan, 1967, p. 222]. С точки зрения его дискурсивной репрезентации, данный медиафакт репрезентируется по типу «отражение».

В таблице 2 все четыре сообщения о нем представлены в виде дискурсивных блоков, содержание которых, в конечном итоге, сводится к одному и тому же нарративу (одной и той же «истории»).

Таблица 2. Одинаковый нарратив об одном и том же событии в разных средствах массовой информации.

Telegraph	Reuters	Daily Mail	Independent
Putin revealed after his marathon annual news conference.	Putin made the surprise announcement after a marathon news conference on Thursday.	Putin made the announcement after a marathon news conference.	Putin did not mention his plans for a pardon during the press conference itself.
“Just recently he wrote such a paper and addressed an appeal for pardon to me,” said Mr. Putin.	President Vladimir Putin is to pardon Mikhail Khodorkovsky.	Mikhail Khodorkovsky set to be pardoned by Vladimir Putin after ten years in jail.	Mikhail Khodorkovsky is to be pardoned.
“He has already spent more than 10 years behind bars, it’s a tough punishment.	On Thursday, however, he said: “He has been in jail already more than 10 years. This is a serious punishment”.	On Thursday, he said: “He has been in jail already more than 10 years. This is a serious punishment.”	“He’s already spent more than 10 years in prison, this is a serious punishment,” Mr. Putin said.



<p>“He is citing humanitarian reasons, his mother is ill. Taking all this into account it is possible to make the decision”, he said.</p>	<p>Saying Khodorkovsky’s mother was ill and that he had asked for clemency, he added: “I decided that with these circumstances in mind ... a decree pardoning him will be signed.”</p>		<p>His mother is ill and I think that considering these circumstances, a corresponding decision can be made.”</p>
<p>Khodorkovsky, 50 years; 10 years in prison; Putin’s nemesis and opponent</p>			
<p>Mr. Khodorkovsky, 50, had for the first time written a request for a pardon.</p>	<p>Khodorkovsky, 50, fell out spectacularly with Putin a decade ago.</p>	<p>Khodorkovsky, 50, spectacularly fell out with Putin a decade ago.</p>	
<p>Russian President Vladimir Putin reveals that he will pardon jailed oil tycoon Mikhail Khodorkovsky after more than a decade in prison.</p>	<p>President Vladimir Putin is to pardon one of his best known opponents, oil tycoon Mikhail Khodorkovsky, after a decade in jail.</p>	<p>President Vladimir Putin says he will pardon one of his best-known opponents, the jailed oil tycoon Mikhail Khodorkovsky.</p>	<p>Mr. Khodorkovsky, the former head of the Yukos oil company, had funded opposition parties and clashed publicly with Putin before his arrest.</p>
<p>Vladimir Putin said that he</p>	<p>He became a symbol of what investors say</p>	<p>He became Putin’s neme-</p>	<p>Mikhail Khodorkovsky, the man who went from</p>

would pardon ex-oil tycoon and bitter Kremlin critic Mikhail Khodorkovsky, a move that should see Russia's most famous prisoner freed after more than a decade behind bars.	is the Kremlin's abuse of the courts for political ends. The Kremlin denies this but Putin has singled Khodorkovsky out for bitter personal attacks and ignored many calls for his release.	sis, a symbol of what investors say is the Kremlin's abuse of the courts for political ends.	being Russia's richest man to its most famous political prisoner, is to be pardoned by his longtime nemesis President Vladimir Putin after spending more than a decade behind bars.
---	---	--	---

Свое намерение помиловать Ходорковского Путин объявил после ежегодной многочасовой пресс-конференции, которую смотрели в прямом эфире миллионы телезрителей; и эта многомиллионная аудитория способна сделать вывод о том, что имевший место факт был отражен изоморфно реальности во всех приведенных таблице 2 сообщениях:

1. Putin made the announcement after a marathon news conference. 2. Putin is to pardon Mikhail Khodorkovsky. 3. Putin decided to do this, because Khodorkovsky has been in jail already more than 10 years and his mother is ill.

Произошедшее событие дополнено другими, известными всем фактами:

1. Ходорковскому 50 лет (Khodorkovsky, 50); 2. он бывший глава нефтяной компании (the former head of the Yukos oil company; ex-oil tycoon); 3. когда-то самый богатый человек в России (once Russia's richest man); 4. один из самых известных оппонентов Путина (one of his best known opponents); 5. главный враг Путина (nemesis of President Vladimir Putin); 6. острый кремлевский критик (bitter Kremlin critic).

В сообщениях отражены и другие факты, относящиеся к прошлому:

– His company, Yukos, was broken up and sold off, mainly into state hands, following his arrest at gunpoint on an airport runway in Siberia on fraud and tax evasion charges in 2003 (Пример 2);

– his Yukos oil company dissolved following his arrest on fraud and tax evasion charges in 2003 (Пример 3).

Следует еще раз подчеркнуть, что с точки зрения неориторики, объективность факта определяет именно аудитория, чьи знания должны учитываться пишущим. В данном случае, журналисты напоминают читающим факты, связанные с прошлым, для того, чтобы добиться согласия с аудиторией. Следовательно, несмотря на то, что данное событие репрезентирует действительность по типу «отражение», оно содержит в себе признаки, относящиеся к медиафакту.

Кроме отражения фактов, пишущие высказывают предположение, что освобождение Ходорковского связано с будущими олимпийскими играми в России:

– what may be a gesture to critics of his human rights record before Russia hosts the Winter Olympics (Пример 2);

– as part of an ‘amnesty project’ by the Kremlin ahead of the Sochi Winter Olympics next year (Пример 4).

Поясним, почему мы считаем, что все четыре анализируемые медиа сообщения представляют собой один и тот же нарратив.

С когнитивной точки зрения, нарратив – это всякий дискурс, рассказывающий историю [Брокмейер, 2000]. Иногда слово «нарратив» в этом понимании переводят как повествовательный дискурс, что не совсем удачно, поскольку термин «повествование» употребляется и в узком смысле – как тип речи, передающий последовательность действий. В этом смысле повествование – это один из трех типов монологического дискурса, который состоит из триады: повествование – описание – рассуждение, и противопоставляется диалогу. Термин «повествовательный дискурс» в широком смысле, а также его аналог – термин «нарратив», тоже в широком смысле, обозначает «рассказывание истории», то есть любой сюжетно-организованный дискурс. Поэтому нарратив, согласно Й. Брокмейеру и Р. Харре, включает в себя и описания, и рассуждения, и диалоги, и цитации, то есть все

другие традиционно выделяемые типы монологического и диалогического дискурса [Брокмейер, 2000, с. 30]. Для анализа медийных сообщений термин «нарратив» в этом широком понимании важен по той причине, что любое медийное сообщение – прежде всего «рассказывание истории».

Во-вторых, Й. Брокмейер и Р. Харре понимают нарратив как «одну и ту же историю» [Брокмейер, 2000, с. 30]. Согласно этому пониманию нарратива, его ключевым термином-аналогом является «история» (story). Поскольку, чтобы было, что рассказывать, история уже должна состояться, она находится в прошлом. Но, конечно, грамматические средства могут использоваться самые разные, в частности, Historic Present, когда рассказ о прошлом осуществляется в настоящем времени.

Все четыре анализируемые сообщения представляют собой один и тот же нарратив, одну и ту же «историю» о том, как Владимир Путин помиловал Михаила Ходорковского.

Поскольку само событие не имеет общемировой значимости, «рассказ о мире становится важнее самого мира» [Анненкова, 2012, с. 32]. Именно этим и отличается реальность происходящего и медиареальность, когда «факт» и «новость» – это то, что считается таковым в системе СМИ [Луман, 2005б, с. 62]. В результате подобных сообщений и возникает медиатизация, которая создает «образы реальности, возникающие под влиянием СМИ» [Землянова, 2004, с. 205].

Итак, мы подтвердили уже высказывавшееся ранее положение о том, что в основе статей, репрезентирующих действительность по типу «отражение», лежит фактуальный когнитивный сценарий. Пишущие либо описывают общественно значимые факты, либо произвольно отбирают факты, при этом практически не высказывают своего мнения. Используются формы объективной модальности, минимум экспрессивной лексики, журналисты прибегают к цитированию и косвенной речи, что придает сообщению достоверность, то есть, в целом, картина мира отражается объективно, изоморфно реальности.

То, что сделано нами, – это введение термина «когнитивный механизм». Мы делаем вывод, что когнитивный механизм, лежащий в основе дискурсивной

репрезентации действительности по типу «отражение» – это механизм формирования истинных пропозиций о наблюдаемой картине мира. Когнитивным механизмом, позволяющим установить, что дискурсивная репрезентация действительности производится по типу «отражение», является когнитивный механизм верификации выраженных в дискурсе пропозиций как истинных. Хотя верификация – это сфера деятельности читающего, но в медиадискурсе все же есть возможность сравнивать различные медиа и присутствует визуальный ряд, и здесь верификация более достижима по сравнению с другими типами дискурса, где нет такой мощной поддержки визуального ряда.

## 2.5. Языковые маркеры дискурсивной репрезентации действительности по типу «конструирование»

В отличие от дискурсивной репрезентации действительности по типу «отражение», когнитивная сущность которой уже была установлена [Плотникова, 2005б; 2006а; 2014], дискурсивная репрезентация действительности по типу «конструирование» является неизученной, к ее самостоятельному исследованию мы и приступаем в данном разделе.

Как показал проведенный нами анализ, дискурсивная репрезентация действительности в медиадискурсе по типу «конструирование» отличается от дискурсивной репрезентации по типу «отражение», что находит выражение в соответствующих языковых маркерах.

Сравним восемь статей об одном и том же факте «Владимир Путин сыграл на рояле и спел «Блубери Хилл» в Санкт-Петербурге»: в первом из них наблюдается дискурсивная репрезентация действительности по типу «отражение», в остальных семи – по типу «конструирование» (полные тексты статей см. в Приложении 1).

Первая из анализируемых восьми статей дискурсивно репрезентирует действительность по типу «отражение». Необходимо еще раз подчеркнуть, что отражение есть результат стремления людей к «правильному», «истинностному», согласованному с практикой представлению мира. «Правильное», «истинностное»

отражение мира в первой статье доказывает референтная структура, включающая в себя референты, наиболее значимые для описываемой действительной ситуации. К ним относятся участники события (Russia's Prime Minister Putin; international celebrities), место действия (St. Petersburg). Главным референтом, центром всей референтной ситуации, является благотворительный концерт (benefit concert); его цель – сбор средств для детей, больных раком (charity fundraiser dedicated to fighting children's cancer). В рамках данной референтной ситуации (благотворительный концерт в Санкт-Петербурге) и произошло событие, привлекшее внимание пишущего: российский премьер-министр В. Путин сыграл на пианино и спел «Блубери Хилл» (Russia's prime minister Vladimir Putin played the piano and sang "Blueberry Hill").

Данное событие нельзя назвать «твердой» новостью, поскольку оно не имеет общемировой значимости и является лишь «интересным» сообщением для особой аудитории (американской и британской). Это событие было специально отобрано медиатором из потока происходящих событий, в связи с чем оно представляет собой чистый медиафакт, как «реальность массмедиа». Данное событие – это «факт», «новость», но только потому, что считается таковым в системе СМИ [Луман, 2005б, с. 62].

Вместе с тем, журналист выступает как институциональная дискурсивная личность, выполняющая прототипическую роль “Журналист”: он констатирует, «отображает» произошедшее, не высказывая своего мнения и не давая оценки. В терминах критической лингвистики, журналист дистанцируется, остается «за сценой», представляет «фотографию» реальности [Willis, 1991, p. 7], то есть первая из анализируемых восьми статей дискурсивно репрезентирует действительность по типу «отражение».

Совершенно иначе репрезентируют действительность остальные семь статей, в них журналисты «формируют, конструируют в сознании массового адресата собственный мир, отличный от мира реального» [Анненкова, 2012, с. 31].

В данных статьях передается информация, которая вроде бы не отличается от новостной информации, передаваемой в предыдущей статье; указаны те же ре-

ференты (Russia's Prime Minister Vladimir Putin, international celebrities), то же место и время действия (St. Petersburg, a charity event, Friday night). Однако главный референт, центр всей референтной ситуации отсутствует: то, что концерт был для больных раком детей, в данных сообщениях не упоминается. Лишь в примере 5 цель концерта упоминается, но это делается автором саркастически (as part of a charity gig to raise money for childhood cancer victims. Bless). В примере 6 о цели концерта сообщается вкупе с информацией о том, что билеты продавались за непомерные цены (sold at exorbitant prices Friday night to aid child cancer victims), здесь также выражен явный сарказм пишущего.

Наблюдается явное конструирование референтной ситуации – умышленное исключение главного референта всего события, его главного информативно значимого компонента. Исключение важнейшей информации ведет к дезинформации. Интенция истины участников события (сбор денег для детей, больных раком) заменяется на вымышленную, неблагородную – журналисты высказывают мнение, что концерт организован как часть будущей президентской кампании.

В примере 5 автор задает риторический вопрос, который имплицитно вводит тему президентской кампании (Where would you find a judge brave enough to send Vladimir Putin back home to the Kremlin?). Поскольку риторический вопрос не требует ответа, его использование навязывает согласие, присоединение читающих к мнению журналиста.

В примере 6 пишущий эксплицитно утверждает, что событие было устроено для того, чтобы Путин мог вернуться в Кремль (The battle for the Russian presidency is unexpectedly turning into a battle of the bands).

В примере 8 напрямую утверждается, что это делается для рекламы будущей президентской компании (Putin will no doubt reclaim the presidency in 2012 and provide plenty more surreal photo ops).

Благодаря конструированию референтной ситуации читающим представляется уже не просто медиафакт как событие, произвольно отобранное из потока событий и представленное как чрезвычайно значимое, хотя на самом деле оно та-

ковым вряд ли является, – читающим предлагается медиафакт иного вида: сконструированный пишущими.

Пишущие конструируют саму действительность, занимая позицию не сторонних наблюдателей, а активных участников, наблюдающих за «миром-с-ними». Уже в заголовках они прибегают к личностному нарративу, то есть имплицитно включают себя в структуру события (Sing-along-a-Vlad: now Putin is Blueberry Hill crooner of the Kremlin; Vladimir Putin Sings “Blueberry Hill” and Plays the Piano (No, Really). Happy Monday Morning; Vlad the Crooner: Putin Sings “Blueberry Hill”; Russian PM Vladimir Putin Sings Blueberry Hill. Wait... What?!; Vintage Vladimir: Putin on the Karaoke; Vladimir Putin finds his thrill on ‘Blueberry Hill’; Vladimir Putin: the pantomime hero – and the villain too). В примере 8 журналист использует личное местоимение I (I watch, I see, I know what you’re thinking), то есть концентрируется на собственном восприятии события, которое он не описывает, а интерпретирует, используя стилистический прием сравнения (as comically sinister as a Batman villain, a real villain). Данный личностный нарратив не информативен относительно референтной ситуации, его цель – оценка политика, и она сугубо негативная. Происходит замена интенции истины на интенцию мнения, в полном соответствии с положениями неориторики. Неориторика постулирует также, что согласие становится главной целью, когда все прежние «объективные» основания утрачивают силу, что и происходит в анализируемом примере. Пишущий добивается согласия с аудиторией, объединяя себя с читающими, априори считая, что они придерживаются такого же мнения (I know what you’re thinking – what a splendid location for a World Cup).

Подобные языковые маркеры замены интенции истины интенцией мнения встречаются и в других примерах, как показано в таблице 3.

Таблица 3. Языковые маркеры замены интенции истины  
интенцией мнения



Пример 2.	Sing-along-a-Vlad; Is there no end to Vladimir Putin's talents?;
Пример 3.	(No, Really) Happy Monday morning;
Пример 4.	We'll never know;
Пример 5.	Granted; Bless; Next stop? Russian X Factor, surely? His military training would see him safely through boot camp and, after all, where would you find a judge brave enough to send Vladimir Putin back home to the Kremlin? Not even Simon Cowell would fancy that one; you have to admit, it's not what you might expect;
Пример 6.	battle for the Russian presidency is unexpectedly turning into a battle of the bands;
Пример 7.	His accent meant that his rendition sounded more like "Blyubirry Kheel", but he hit all the notes;
Пример 8	When I watch the Blueberry Hill clip I see a figure as comically sinister as a Batman villain, but beyond that I see a real villain too – a self-aggrandising authoritarian who always gets exactly what he wants; I know what you're thinking – what a splendid location for a World Cup; You might think; no doubt; Supposedly.

Благодаря этим языковым средствам в данных статьях на передний план выдвигается не объективное (коллективное), а субъективное (авторское) видение событий. Журналисты выражают свое мнение, делятся с читающими личными наблюдениями и субъективными оценками. Становится очевидным, что в данных статьях когниция носит не коллективный, а индивидуальный характер, что

соответствует приведенному выше определению репрезентации действительности по типу «конструирование».

В подобных статьях передаваемая информация – содержательно-концептуальная, т.к. сообщает индивидуально-авторское понимание фактов, событий и представляет собой творческое переосмысление произошедшего [Гальперин, 1981, с. 28].

С точки зрения жанров медиадискурса, статьи о России по типу «конструирование» относятся к аналитико-публицистическим жанрам, согласно классификации Б.А. Зильберта [Зильберт, 1986, с. 76], и информационной аналитике и комментарию, согласно классификации Т.Г. Добросклонской [Добросклонская, 2012, с. 33]. Как отмечалось выше, в качестве признака аналитико-публицистических жанров выдвигается интерпретация фактов, их обсуждение, анализ, обобщение [Зильберт, 1986, с. 76-77].

Следовательно, дискурсивная репрезентация действительности в статьях о России по типу «конструирование» выполняет, в основном, воздействующую, или манипулятивную, функцию. Однако информационная функция в подобных сообщениях также присутствует, поскольку «информативность и суггестивность тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены» [Желтухина, 2004, с. 6].

В статьях, репрезентирующих действительность по типу «конструирование», не только конструируется референтная ситуация, в которую включается и сам пишущий, но также происходит риторическая модификация медиадискурса, посредством использования в нем различных стилистических приемов.

В данных дискурсах находим следующие стилистические приемы:

Сравнение: *bizarre dog-like pose* (Пример 2); *as a pin-up for men and women alike* (Пример 2); *everyone looks like they are having a great time* (Пример 3); *not be as bad as Boris Yeltsin's drunken dad-dancing* (Пример 5); *as a talented superman* (Пример 7); *just as macho and publicity-hungry as his friend Silvio Berlusconi clownish* (Пример 8); *neither as sleazy nor as clownish* (Пример 8); *as comically sinister as*

a Batman villain (Пример 8); hybrid of Peter the Great, GI Joe, the horse whisperer and the Milk Tray Man (Пример 8) и т.д.

Метафора: a notch on the barmy scale (Пример 5); he'd kick things off by tickling the ivory (Пример 5); with his finger hovering over a big red button marked "Nuclear Winter" (Пример 5); the battle for presidency (Пример 6); a battle of the bands (Пример 6); struck the first blow (Пример 6); the key to the evening (Пример 6); Mr. Putin's stunts (Пример 7) и т.д.

Эпитет: crooner of the Kremlin, accomplished jazz crooner, the athletic politician (Пример 2); the surprisingly multi-talented Vladimir Putin (Пример 3); exorbitant prices (Пример 6); somewhat awkward (Пример 7); his stunts are usually more masculine (Пример 7); played the melody gingerly (Пример 7); entirely impromptu (Пример 8); reluctant PM (Пример 8); strange and embarrassing performances (Пример 8); mesmerisingly odd video clip (Пример 8); painfully shy man (Пример 8) и т.д.

Параллелизм: fishing shirtless, shooting a tiger with a tranquilliser dart, horse riding, racing a truck, driving a train, piloting a fighter jet and commanding a submarine (Пример 2); he's fired a crossbow at a whale from a speedboat, driven across Siberia in a Lada, and flown a plane over a burning forest to douse the flames with water (Пример 7); he has released a DVD of judo tips, shot a tiger with a tranquilliser dart and posed for a bare-chested photo-shoot on a horse (Пример 7) и т.д.

Риторический вопрос: Is there no end to Vladimir Putin's talents? (Пример 2); How different would history be if Nikita Khrushchev, during his 1959 visit to the United States, began belting out American pop tunes? (Пример 4); Next stop? Russian X Factor, surely? His military training would see him safely through boot camp and, after all, where would you find a judge brave enough to send Vladimir Putin back home to the Kremlin? (Пример 5).

Аллюзия: Former President Boris Yeltsin famously performed a stiff and awkward dance at a rock concert in 1996 as he approached elections (Пример 2); Nor is he the first world leader to grace an audience with his piano playing – Richard Nixon famously played an concerto on television during the 1963 presidential campaign (Пример 3); How different would history be if Nikita Khrushchev, during his 1959 visit to

the United States, began belting out American pop tunes? (Пример 4); Granted, it may not be as bad as Boris Yeltsin's drunken dad-dancing from a few years back, but for a man usually to be found with his finger hovering over a big red button marked 'Nuclear Winter' you have to admit, it's not what you might expect (Пример 5).

Использование стилистических приемов модифицирует новостное сообщение, делает его личностным, что еще больше позволяет сместить акцент с гносеологического уровня поиска истины на уровень риторической аргументации, направленной на присоединение аудитории к мнению пишущего.

В процессе риторической модификации медиадискурса, собственно, и возникает, конструируется медиафакт.

Таким образом, когнитивным механизмом, позволяющим установить, что дискурсивная репрезентация действительности производится по типу «конструирование», является когнитивный механизм риторической модификации дискурса.

Следует отметить, что единичное употребление стилистических приемов в медиадискурсе можно назвать языковым механизмом, однако тотальное употребление стилистических приемов ведет к модификации содержания медиадискурса в направлении от выражения истины к выражению мнения, что позволяет отнести это явление к особой репрезентационной практике представления действительности, то есть согласно принятому определению назвать когнитивным механизмом. Новостная информация не предполагает по своей сущностной природе использования стилистических приемов, но пишущие употребляют их в своих статьях, то есть риторически модифицируют медиадискурс в целях конструирования медиафакта как «интересного» сообщения. Традиционное изучение тропов недостаточно раскрывает их влияние на социального адресата СМИ. Понятие риторической модификации вскрывает то, что риторические фигуры становятся средствами аргументации.

Переход от риторически не модифицированного сообщения к модифицированному сообщению служит диагностирующей позицией, сигнализирующей о возможном конструировании медиафакта, маскирующегося под факт, о встраивании медиафакта в реальность происходящего.

В полном соответствии с положениями критической лингвистики, в анализируемых статьях прослеживается предубеждение пишущих; усматривается также и прием диффамации противника: «в результате вызова к противнику негативных ассоциаций, он представляется в невыгодном для него свете» [Водак, 1997, с. 31]. Пишущие сознательно передают предвзятую информацию, манипулируя сознанием читающих; на это, собственно, и рассчитан конструируемый ими медиафакт. Они пытаются представить случившееся путем моделирования ситуации, и в этом случае возникает предвзятость и односторонность в освещении события [Дейк, 1989, с. 143].

Пишущие неоправданно расширяют событие «В. Путин спел Блубери Хилл» следующими известными медиафактами, относящимися к прошлому: В. Путин – летчик (a pilot), охотник (a hunter), имеет черный пояс по дзюдо (a judo black belt). Три года назад, он ловил рыбу в сибирской реке (fishing in a Siberia river), стрелял в тигра транквилизатором (shooting a tiger with a tranquilliser dart), ездил верхом на лошади (horseriding), участвовал в гонках (racing a truck), водил поезд (driving a train), управлял самолетом (piloting a fighter jet), командовал подводной лодкой (commanding a submarine), принимал участие в рейде байкеров (participated in an Orthodox biker's ride) и т. д. (Примеры 2, 3, 4, 6, 7, 8).

Пишущие конструируют личностные качества политика, противопоставляя их по принципу: качества, создающие положительный имидж vs «подлинные» качества. Это противопоставление качеств можно представить в виде таблицы:

Таблица 4. Языковые маркеры конструирования личностных качеств политика при выражении интенции мнения

	Мнение пишущего: качества, создающие имидж	Мнение пишущего: «подлинные» качества
Пример 2.	accomplished fighter-jet pilot; Siberian tiger-hunter; is a black belt in judo; fishing shirtless,	The 58-year-old former KGB chief

	shooting a tiger with a tranquilliser dart, horse-riding, racing a truck, driving a train, piloting a fighter jet and commanding a submarine	
Пример 3.	a pilot, a hunter, and a judo black belt	the former KGB head and Russian leader
Пример 4.	Vlad the Crooner; pilot-hunter-judo black	Russian Prime Minister
Пример 5.	riding bareback	the Russian Prime Minister
Пример 6.	Putin on the Karaoke; black-belt judo skills, participated in an Orthodox bikers' ride on a Harley-Davidson tricycle, co-piloted amphibious jet planes to fight wildfires this summer, shot a tiger (with a tranquilizer gun), harpooned gray whales with a crossbow; made a painting that sold for \$1 million	former President and current Prime Minister Vladimir Putin
Пример 7.	Russia's action-man; talented superman; Prime Minister's activity; He's fired a crossbow at a whale from a speedboat, driven across Siberia in a Lada, and flown a plane over a burning forest to douse the flames with water; he has released a DVD of judo tips.	Russia's Prime Minister Vladimir Putin
Пример 8.	macho; the pantomime hero; Batman villain; a self-aggrandizing authoritarian; hybrid of Peter the Great, GI Joe, the horse whisperer and the Milk Tray Man.	the Russian Prime Minister Vladimir Putin

Становится очевидным, что данные сообщения выполняют воздействующую функцию, их главная цель – манипуляция сознанием читающих, навязывание мнения аудитории.

Факт «Путин сыграл на рояле и спел «Блубери Хилл», чтобы помочь в сборе средств для детей, больных раком» не интересует пишущих сам по себе, он присутствует в качестве фона для последующей оценки политика, выражения предвзятого отношения. Сокращение имени Vlad во 2, 4 примере (Sing-along-a-Vlad), (Vlad the Crooner), указывает на фамильярное отношение пишущих к Путину, усиливается тем, что оно используется в рифмовке, своеобразном припеве, повторять который, то есть петь вместе с Путиным, журналист призывает свою специальную аудиторию, к которой относятся американцы и англичане. Напомним, что в неориторике подчеркивается, что именно аудитория определяет то, что является фактом или нефактом, а не некоторая «объективность». В данном случае «СМИ конструируют собственный мир, отличный от мира реального, и предлагают его в качестве единственно возможного массовому адресату» [Анненкова, 2012, с. 11].

Выше были охарактеризованы три когнитивных механизма конструирования подобного «собственного» мира в СМИ: когнитивные механизмы конструирования референтной ситуации, включения в нее пишущего и риторической модификации медиадискурса. Было установлено, что в процессе дискурсивного конструирования пишущий «строит действительность из воздуха» тем, что он ее создает своей когницией, убирая референты, перемещая их, вводя референты, отсутствующие в действительной ситуации. Следуя общему пониманию репрезентации как замещения чего-то чем-то, мы определили, что подмена референтов обусловлена заменой интенции истины интенцией мнения пишущего. Пишущий описывает не только саму ситуацию, но и свое «видение» этой ситуации; частично он творит ситуацию своим дискурсом, создавая «мир-со-мной». Аргументы пишущих можно отнести к аргументам, не основанным на структуре реального. Пишущие используют риторические аргументы, с помощью которых формируется структура медиареальности, производятся медиафакты в чистом виде.

В данном разделе мы описали когнитивные механизмы конструирования реальности в медиадискурсе в самых общих чертах. В следующей главе мы охарактеризуем их подробно и также выявим другие когнитивные механизмы на основе всего корпуса наших примеров, в результате чего создадим их обобщенную классификацию.



## ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

В данной главе нами была поставлена теоретическая проблема дискурсивной репрезентации действительности в СМИ, в связи с чем было проанализировано понятие репрезентации, проведено различие когнитивной и дискурсивной репрезентации действительности, рассмотрено понятие медиатизации как особой формы репрезентации реальности в медиадискурсе.

Как показал анализ теоретической литературы, репрезентация действительности в медиадискурсе осуществляется либо по типу «отражение», либо по типу «конструирование». В соответствии с этим разграничением нами была поставлена задача сопоставления когнитивных механизмов (репрезентационных практик), лежащих в основе отражения vs конструирования реальности в медиадискурсе.

Исходя из научного понимания медиатизации, согласно которому «факт» и «новость» во-многом создаются самими СМИ, нами были проанализированы понятия факта и медиафакта. Нами принимается определение факта как положения вещей, существующего объективно, независимо от пишущего. Медиафакт рассматривается нами, во-первых, как сообщение о каком-либо событии, специально отобранном медиатором из потока происходящих событий и представленном как резонансное, общественно значимое. Во-вторых, под медиафактом мы понимаем сообщение о псевдособытии, относящемся к сконструированной пишущим реальности; такое сообщение зачастую является предвзятым, искажающим действительность. Первое из этих определений согласуется с подходом к пониманию сущности медиадискурса с позиций неориторики; второе согласуется с идеями критической лингвистики.

На основе выборки статей о России в британских и американских СМИ об одном и том же факте / медиафакте мы рассмотрели общие признаки дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе по типу «отражение» и по типу «конструирование» и доказали, что один тип от другого отличают разные языковые маркеры.

На основе уже имеющихся исследований было еще раз подтверждено нашими примерами, что когнитивные механизмы, лежащие в основе дискурсив-

ной репрезентации действительности по типу «отражение», – это механизмы формирования истинных пропозиций о наблюдаемой картине мира и верификации выраженных в дискурсе пропозиций как истинных.

Поскольку когнитивные механизмы дискурсивной репрезентации действительности по типу «конструирование» в медиадискурсе еще не выявлены, нами была поставлена эта исследовательская проблема. Проведя сопоставление серии статей о России в британских и американских СМИ об одном и том же событии, мы обнаружили, что в основе статей, написанных по типу «конструирование», лежат когнитивные механизмы конструирования референтной ситуации, включения в нее пишущего и риторической модификации медиадискурса. При конструировании референтной ситуации умышленно исключается главный референт всего события; само событие неоправданно расширяется, за счет произвольно привлекаемых референтов. При включении в референтную ситуацию пишущего заменяется интенция истины на интенцию мнения и происходит риторическая модификация дискурса, то есть риторические фигуры становятся средствами аргументации. Нами был сделан вывод, что с помощью данных когнитивных механизмов читающим представляется технологично сконструированный пишущим медиафакт, маскирующий функцию манипуляции сознанием читающих.

Проведенное в данной главе предварительное исследование подтвердило, что изучение когнитивных механизмов дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе требует более глубокого изучения; оно будет продолжено нами в третьей главе.

### ГЛАВА III. КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ДИСКУРСИВНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В МЕДИАДИСКУРСЕ ПО ТИПУ «КОНСТРУИРОВАНИЕ»

#### 3.1. Конструирование референтной ситуации: алгоритмы создания медиафакта

В предыдущей главе нашего диссертационного исследования когнитивный механизм дискурсивного конструирования референтной ситуации в медиадискурсе о России был рассмотрен нами в общих чертах. В данном разделе мы проанализируем этот механизм подробно и выявим его алгоритмы, ведущие, в своей совокупности, к созданию медиафакта.

Мы используем общенаучный термин «алгоритм» (практика, процедура рассмотрения данных) как дополнительный по отношению к термину «когнитивный механизм». И когнитивный механизм, и его алгоритм определяются нами как репрезентационная практика представления действительности в медиадискурсе. Они соотносятся друг с другом как целое и часть – когнитивный механизм конструирования картины мира в медиадискурсе может включать в себя ряд определенных алгоритмов.

Прежде всего, необходимо отметить, что в любом типе дискурса референтная ситуация формируется по принципу фокусирования референтов.

Под «фокусом» понимается «акт выбора объекта для специальной обработки вниманием. В этом отношении объект, находящийся в фокусе, выделяется из множества других объектов, образующих его окружение, или периферию» [Дейк, 1978, с. 315].

О.К. Ирисханова вводит дополнительное понятие – дефокусирование, под которым понимается «выведение из фокуса внимания определенных свойств объектов или ситуаций, осуществляемое говорящими с помощью различных языковых единиц» [Ирисханова, 2014, с. 13]. Отмечается, что в ходе восприятия и осмысления мира фокусирование всегда сопровождается дефокусированием – способностью человека осознанно и не вполне осознанно отвлекаться от каких-

либо сторон объекта или события или частично «затемнять» их относительно выделенных объектов или свойств [Ирисханова, 2014, с. 60]. Особо подчеркивается, что в ходе дефокусирования происходит изменение фокуса внимания говорящих, приводящее к понижению степени выделенности определенных элементов конструируемой ситуации или объекта, т.е. перемещению этих элементов во вторичный фокус или фон [Ирисханова, 2014, с. 65].

Будучи общими принципами / алгоритмами формирования референтной ситуации в дискурсе, фокусирование и дефокусирование характерны для статей, написанных как по типу «отражение», так и по типу «конструирование».

Приведем в качестве примера серию статей, написанных по типу «отражение», в которых референтная «версия» действительности создается с помощью фокусирования. При открытии Саммита Большой двадцатки (G20) в Санкт-Петербурге в сентябре 2013 г. некоторые американские и британские издания выделили в качестве фокуса референт «рукопожатие В. Путина и Б. Обамы», то есть, в соответствии с определением Т. ван Дейка, сделали дополнительный референт центром внимания читающих:

Obama, Putin smile, shake hands and will talk Syria over dinner (ABC NEWS, Sep. 5, 2013);

Obama, Putin in awkward G-20 handshake moment (CNBC, Sep. 5, 2013);

Obama and Putin share awkward handshake amid rift over Syria bombing (Huffington Post UK, Sep. 5, 2013);

The world's most awkward handshake (Slate, Sep. 5, 2013);

At a summit of the Group of 20 (G20) developed and developing economies in St. Petersburg, Putin greeted Obama with a thin smile and a businesslike handshake, a clear sign of the strains between them over how to respond to a chemical weapons attack in Syria (Reuters, Sep. 5, 2013).

Центральный референт «Саммит Большой Двадцатки» дефокусируется, становится Фоном, а рукопожатие Путина и Обамы выводится в фокус, становится Фигурой. Референт «Атака на Сирию» также сдвинут на периферию. О.К. Ирисханова указывает, что Фон известен пишущему и рассматривается им как

менее значимый, а фигура – это объект, попавший в поле зрения концептуализатора на более позднем этапе восприятия и оцениваемый им как более релевантный [Ирисханова, 2014, с. 36]. В анализируемых примерах подтверждается данное положение, поскольку именно рукопожатие Путина и Обамы становится для пишущих наиболее значимым на данный момент референтом; пишущие сфокусированы на нем, поскольку, по их мнению, его свойство – натянутость – отражает отношения между Россией и США. Фокусирование референта достигается с помощью особого отбора языковых единиц (*thin smile and a businesslike handshake; awkward handshake; the most awkward handshake*), в частности, использование прилагательных с оценочной семантикой фокусирует внимание на особом свойстве референта, на том, что рукопожатие натянутое. Данное свойство референта “handshake” распространяется, путем фокусирования, на отношения между странами (*a clear sign of the strains between them*). Далее фокус внимания читающих сдвигается на обсуждение химической атаки в Сирии (*over how to respond to a chemical weapons attack in Syria; amid rift over Syria bombing*). В целом, в данных статьях референтная ситуация формируется в соответствии с реальной картиной мира, из которой выдвигаются фокусируемые референты и, один за другим, подвергаются дискурсивизации.

Для иллюстрации дефокусирования как алгоритма произвольного, «авторского» конструирования референтной ситуации, еще раз вернемся к Приложению 1, к статьям, в которых пишущие освещают событие “V. Putin sings Blueberry Hill and plays the piano”. Как уже указывалось, в примерах 2-8 умышленно исключается главный референт всего события: референт «благотворительный концерт для сбора денег для детей, больных раком» заменяется на вымышленный референт – «концерт, организованный как часть будущей президентской кампании». Тем самым происходят «сдвиги внимания, приводящие к перемещению референта из первичного фокуса в дефокусированную зону» [Ирисханова, 2014, с. 65].

Так, в примере 5 вместо выражения *benefit concert* используется выражение *charity gig*. Согласно словарным дефинициям, *gig*: 1) a live performance by a pop or

jazz musician, comedian, or disk jockey; an informal use; 2) When musicians or other performers gig, they perform live in public; an informal use [CCED]; gig – a single performance by a musician or group of musicians, especially playing modern or pop-music [CDO]; gig – a live performance by a musician or group playing popular or jazz music [OALD]; gig – a single professional engagement, usually of short duration, as of jazz or rock musicians [WED].

Таким образом, референт «благотворительный концерт» в объективной картине мира заменяется в сконструированной картине мира на референты «представление, джаз или рок-концерт, комедия, шоу». Эти «другие», сконструированные референты обозначаются соответствующими номинациями: Friday show (пример 2); the performance has gone viral on YouTube (пример 3); knockout musical performance (пример 6); it would all be comical if not for the reminder (пример 8).

Факт присутствия международных звезд переосмысливается пишущими: в конструируемой ими референтной ситуации они присутствуют не на благотворительном вечере, а на шоу: The former KGB chief stunned an audience (Пример 2); everyone looks like they are having a great time (пример 3); an appreciative audience that realize they had not seen it at all (пример 4). Выражение standing ovation указывает на праздное времяпрепровождение; саркастическое употребление аллюзии (Not even Simon Cowell would fancy that one!) еще более подчеркивает комедийный характер вечера, дефокусируя внимание читающих.

Сравнение алгоритмов фокусирования и дефокусирования при отражении и конструировании картины мира в референтной ситуации представлено на следующей схеме (см. на следующей странице).

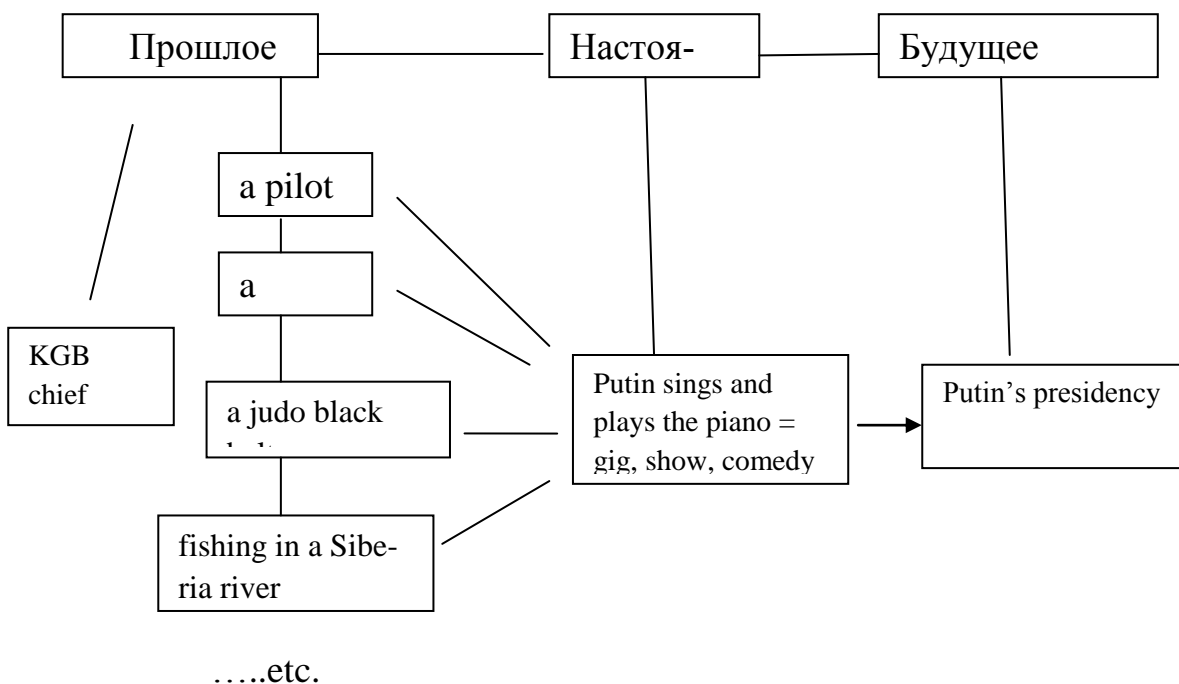
Как показывает схема, в статье, репрезентирующей действительность по типу «отражение», внимание читающих фокусируется на том, что описываемое событие – это благотворительный концерт для детей, больных раком. Напротив, в статьях, репрезентирующих действительность по типу «конструирование», внимание читающих дефокусируется, факт благотворительности убирается на периферию, а взамен конструируется вымышленный медиафакт: шоу, организованное ради корыстных политических интересов.

Схема 2. Фокусирование vs дефокусирование  
в формировании референтной ситуации



Дефокусирование центрального референта “benefit concert” происходит также за счет алгоритма произвольного расширения границ референтной ситуации во временные планы прошлого и будущего, что можно проиллюстрировать с помощью схемы.

Схема 3. Алгоритм расширения референтной ситуации  
во временные планы прошлого и будущего



Как показано на схеме 3, референтная ситуация, относящаяся к настоящему, расширяется, произвольно растягивается во времени и пространстве с помощью добавления «других» референтов, не относящихся к коллективно наблюдаемой в данный момент картине мира.

Пишущие избавляются от конкретики, от происходящего события и конструируют «другую» картину мира, в которой это событие включается в ряд «других спектаклей».

Тем самым, на основе одного лишь подбора референтов и их увязывания друг с другом читающим навязывается «другое» видение политической деятельности российского президента, создается другая точка зрения на эту деятельность. Журналисты, собрав воедино имевшие место в прошлом факты, расширяют временные границы текущей референтной ситуации для того, чтобы дискурсивно сконструировать версию реальности и направить внимание читающих на нужное пишущим видение будущего (озабоченность политика одной лишь предстоящей президентской кампанией).

Итак, сконструированную референтную ситуацию мы определяем как такую в результате ее противопоставления ситуации, наблюдаемой коллективным субъектом. Когнитивный механизм конструирования референтной ситуации опирается на подчиненный ему когнитивный механизм дефокусирования референтов, который, для удобства описания, мы называем алгоритмом.

Суть алгоритма дефокусирования референтов состоит в том, что референты, входящие в наблюдаемую коллективную ситуацию, в их субъективном видении, заменяются на «другие» референты. Осознанный выбор и актуализация «других» референтов, их языковая обработка, заключающаяся в приписывании этим референтам особых дескрипций, лежат в основе конструирования референтной ситуации на когнитивном уровне.

Еще одним алгоритмом конструирования референтной ситуации, выявленным нами, является алгоритм абстрагирования, понимаемый как способность по-разному представлять в дискурсе одну и ту же ситуацию, абстрагируясь от ее наиболее значимых характеристик.



Алгоритм абстрагирования определяет конструирование референтной ситуации, в частности, в категоризации Олимпийского Сочи как города, заполненного бродячими собаками:

The Olympic city has a dog problem. Thousands of stray canines wander the streets and suburbs of Sochi (CNN, Feb. 5, 2014);

Racing to save the stray dogs of Sochi (New York Times, Feb. 5, 2014);

Stray dogs in Sochi: what happens to the world's free-roaming canines? (National Geographic, Feb. 6, 2014);

The Sochi stray dog dilemma: does the world care more about Russia's animals than humans? (Guardian, Feb. 10, 2014);

How to adopt a stray dog from Sochi (USA Today, Feb. 10, 2014);

Puppy love: US Olympians work to adopt stray dogs in Sochi (Today, Feb. 19, 2014).

В данном случае можно сказать, что пишущие управляют процессом категоризации, переводя референт «бродячие собаки» из дальней периферии категории «Олимпийские игры в Сочи» в самый ее центр. Пишущие абстрагируются от коллективной категоризации опыта, распоряжаются своим видением ситуации, устанавливают особую – когнитивную точку зрения, направляя взгляд на то, что им хочется видеть, в результате чего создается индивидуальное восприятие действительности, ведущее к реконструкции коллективной картины мира, то есть той картины мира, которую воспринимают заинтересованные в спортивных состязаниях наблюдатели.

Сконструированные путем абстрагирования (придания случайным, фоновым объектам свойств, общих для всех категориальных объектов) референты носят вторичный характер по отношению к соответствующим первичным референтам, на основе которых они и конструируются, т.е. имеет место репрезентация некоей «другой» действительности, созданной пишущими. Пишущие абстрагируются от общей картины мира и категориального статуса ее объектов (картины мира «Олимпиада» и ее объектов, подлежащих обработке вниманием) и благодаря алгоритму абстрагирования конструируют другую картину мира («Бродячие собаки

в Сочи»). При этом фоновые референты, незначительные факты становятся значимыми, выдвигаются на передний план, фон и фигура меняются местами.

Следующим алгоритмом конструирования референтной ситуации, обнаруженном нами в статьях о России, является генерализация, то есть замена конкретных предметов и участников более обобщенными описаниями, что увеличивает неопределенность в интерпретации ситуации [Баранов, 2001, с. 219]. Как особо подчеркивает А.Н. Баранов, генерализованные высказывания, как правило, относятся к негативному опыту и представляют собой интерпретацию эмоций, впечатлений о действительности, а не фактическое знание.

Так, в следующем примере используется обобщенная номинация:

Russia's FSB security service plans to intercept the phone and data traffic of all athletes and spectators at the Winter Olympics in the resort of Sochi, according to *Russian journalists* (Independent, Oct. 6, 2013).

В данном примере производится референция к «неким» русским журналистам (*Russian journalists*). Обобщенная номинация позволяет приписать авторство и создает эффект цитирования, соответственно, эффект объективности.

В этой связи будет уместно обратиться к теории референции Дж. Серля, который особо подчеркивает, что не все слова обладают референцией, то есть не всякое употребление референтного выражения является референтным. Указывая на это, он выделяет «аксиомы» референции. Первая – аксиома существования, то есть то, к чему производится референция, должно существовать. Вторая – аксиома тождества, согласно которой, если предикат истинен относительно некоторого объекта, то он истинен и для любого, тождественного данному, объекта, вне зависимости от того, какие выражения использованы для референции к этому объекту [Серль, 1982, с. 179-180]. Он выделяет и третью аксиому – аксиому идентификации: если говорящий осуществляет референцию к объекту, то он идентифицирует или, по требованию, способен идентифицировать этот объект для слушающего, выделив его среди всех прочих объектов. Необходимым условием для успешного акта определенной референции является то, что выражение должно сообщать

слушающему дескрипцию или факт, истинные для одного, и только одного, объекта [Серль, 1982, с. 182-183].

Поскольку то, к чему производится референция, должно существовать, читающие делают вывод, что «некие» журналисты существуют, и информация, переданная ими, правдива. На то, что этих «неких» журналистов нельзя идентифицировать, читающие, скорее всего, не обратят внимания. Выделив «неких» журналистов, пишущий приписывает им определенные высказывания, которые нельзя верифицировать, соответственно, нельзя назвать истинными. Кроме того, используя такой прием, как ссылка на неизвестный источник информации, пишущий уходит от ответственности за свои слова.

Подобные примеры генерализации референтов в медиадискурсе о России в американских и британских СМИ можно продолжить. В частности, в следующих примерах пишущими конструируется образ России как коррумпированной страны:

The ring and the rings: Vladimir Putin's mafia Olympics (Guardian, Jun. 18, 2013);

Sochi 2014: the costliest Olympics yet but where has all the money gone? (Guardian, Oct. 9, 2013);

2014 Sochi Winter Olympics: corruption and censorship cast shadow over Russia's Games (Independent, Oct. 6, 2013);

The waste and corruption of Vladimir Putin's 2014 Winter Olympics (Business Week, Jan. 2, 2014);

Civil war, corruption and poverty: the sinister truth behind the Sochi Winter Games (Architectural Review, Jan. 20, 2014);

Olympic greed, Olympic gold: corruption in Sochi (ABC NEWS, Jan. 30, 2014);  
Sochi Olympics tainted by corruption? Putin fights back against critics, but there's widespread belief in Russia that money was misspent or pocketed (Chicago Tribune, Feb. 2, 2014).

Хотя центральным референтом в приведенных заголовках является конкретный референт "Sochi Olympics", пишущие дефокусируют внимание читаю-

щих, перенаправляя его на «другой», генерализованный референт “Corruption” с помощью риторических вопросов (Sochi Olympics tainted by corruption?; but where has all the money gone?); метафор (shadow over Russia’s Games); гиперболизации (the rampant corruption and abysmal mismanagement) и эмоционально окрашенных слов (the sinister truth behind the Sochi Winter; Olympic greed, the waste and corruption). Дескрипция Mafia Olympics и превосходная степень сравнения прилагательного (the costliest Olympics) еще более идентифицируют референт “Sochi Olympics” через референт “Corruption”. С помощью риторических средств пишущие конструируют дескрипции, относящиеся к референту, существование которого ничем не доказано, поскольку конкретных данных о коррупции не приводится. Исходя из вышеприведенных аксиом референции, если дескрипции нельзя верифицировать, то и сам референт не существует. Однако читающие не задумываются над тем, имеется ли связь между представленными референтами “Sochi Olympics” и “Corruption”. Если коррупция описывается, значит, она существует – такова логика восприятия референтов; по Дж. Серлю – аксиома существования является основополагающей.

Нами также выделяется такой алгоритм конструирования референтной ситуации, как мифологическая референция. Его суть – включение в ситуацию таких референтов, с помощью которых «положено» говорить о России. Как отмечает В.Р. Мединский, в западных СМИ сознательно формируется «образ России как дикой, варварской страны, которой надо опасаться» [Мединский, 2007, Режим доступа: URL: [<http://dusha-rossii.ru/books/medinsky>]]. Соответственно, пишущим «надо» (в частности, следуя редакционной политике) конструировать мифологические референтные ситуации, нацеленные на формирование данного образа.

Конструирование мифологических референтов можно продемонстрировать на примере статьи “Russia: sort of, but not really” (New York Times, Feb. 4, 2012):

Putin’s Russia is at a crossroads. It has become a “sort-of-but-not-really-country”. Russia today is sort of a democracy, but not really. It’s sort of a free market, but not really. It’s sort of got the rule of law to protect businesses, but not really. It’s sort of a European country, but not really. It has sort of a free press, but not really. Its cold war with

America is sort of over, but not really. It's sort of trying to become something more than a petro-state, but not really.

Putin himself is largely responsible for both the yin and the yang. When he became president in 2000, Russia was not sort of in trouble. It was really in trouble – and spiraling downward. Using an iron fist, Putin restored order and solidified the state, but it was cemented not by real political and economic reforms but rather by a massive increase in oil prices and revenues. Nevertheless, many Russians were, and still are, grateful.

And, now, the more Putin throws his support behind the murderous dictatorship of Bashar al-Assad in Syria, the more he looks like a person buying a round-trip ticket on the Titanic – after it has already hit the iceberg. Assad is a dead man walking. Even if all you care about are arms sales, wouldn't Russia want to align itself with the emerging forces in Syria?

Центральными референтами в данном примере являются “Russia” и “Putin”. По первой аксиоме Дж. Серля то, к чему производится референция, должно существовать, то есть референция должна быть конкретной, основанной на номинации определенного объекта в мире. Как объекты в мире, референты “Russia” и “Putin” существуют, однако в данном случае пишущий мифологизирует эти референты, т.е. в своем дискурсе указывает не на существующую страну и ее президента, а на продукты своего воображения или даже вымысла.

Россия при этом становится «другой», вымышленной страной. Определенная референция, по Дж. Серлю – характеристика референта через верифицируемые дескрипции, является нерелевантной для журналиста; он заменяет определенный референт мифологическим объектом.

Мифологизация референта становится возможной благодаря отсутствию в фонде знаний читающих соответствующей информации. Поэтому, приняв пресуппозицию существования объекта, читающие примут и мифологизированное и сконструированное знание о нем.

Пишущий осознанно фокусирует внимание читающих на центральном референте “Russia”, приписывая этому референту некоторые свойства при помощи окказионального образования *sort-of-but-not-really*. Многократно повторяя данное

выражение, пишущий конструирует мифологическую дескрипцию для конкретно существующей страны.

Пишущий дефокусирует внимание читающих, используя стилистический прием парадокса, настраивающий сознание читающих на восстановление связей между противоречащими высказываниями или его элементами. Как указывает О.К. Ирисханова, при этом происходит конструирование ситуации в виде двух взаимоисключающих ментальных пространств (расщепление фокуса) [Ирисханова, 2014, с. 266- 267].

В частности, риторический вопрос (Even if all you care about are arms sales, wouldn't Russia want to align itself with the emerging forces in Syria?) переносит внимание читающих с конкретного факта «продажа оружия Россией» на гипотетическое событие, которое произойдет, если Россия примет сторону сирийской оппозиции. Это событие нельзя назвать ни истинным, ни ложным, так как его нельзя верифицировать – такое событие является чисто мифологическим, дискурсивно сконструированным. Точно также дескрипция (sort of a democracy, but not really) является мифологической, поскольку она одновременно приписывается и отрицается для референта “Russia” (аксиома существования). Подобный факт нельзя назвать ни истинным, ни ложным по отношению к реальному миру.

Используя обобщенную номинацию (many Russians were, and still are, grateful), прибегая к метафоре (an iron fist), аллюзии (Putin himself is largely responsible for both the yin and the yang), повторам (was not sort of in trouble. It was really in trouble, etc.), пишущий конструирует мифологическую референцию, привлекая также механизмы генерализации и риторической модификации дискурса.

При мифологизации референтной ситуации пишущие активно управляют как референтами, так и темами дискурса, то есть осуществляют референциально-тематический менеджмент (referential and thematic management) (сущность данного когнитивного механизма описывается выше, в разделе 1.1. диссертации).

В следующих примерах наличие референциально-тематического менеджмента, как особого способа управления пишущим своим дискурсом, проявляется в

отборе строго ограниченного круга референтов вокруг центрального референта: “Elections in Russia”:

These elections were unfair, despite some innovations in the election process and unhindered possibilities for campaigning. Broadcast media was clearly biased in favour of one candidate and did not provide fair coverage of the other candidates (Guardian, Mar. 5, 2012);

Vladimir Putin’s critics cry foul over alleged voter fraud in Russian election. Opponents say there is “no legitimate president” and upload to the internet examples of what they claim is evidence of fraud (Guardian, Mar. 4, 2012).

Общим референтом в данных примерах, на котором фокусируется внимание пишущего, является центральный референт “Elections in Russia”, – это конкретный референт, все остальные референты дискурса приписываются центральному референту путем референциально-тематического менеджмента.

Как уже отмечалось, У. Чейф выделяет три различных статуса активирования любого концепта в определенный момент дискурса: активный (active concept), полуактивный (semi-active), неактивный (inactive), относящийся к «новому», «неизвестному» [Chafe, 1987, p. 25]. Поскольку концепты тематизируются в дискурсе, то активирование концепта ведет к активированию соответствующей ему дискурсивной темы и в конечном итоге, к активированию соответствующего референта.

В анализируемых примерах присутствуют все эти особенности. Пишущие управляют неактивными для читающих референтами, новыми знаниями, то есть той информацией, которой журналисты хотели бы поделиться с читающими. Неупоминание имени основного претендента на победу в выборах (Broadcast media was clearly biased in favour of one candidate) свидетельствует о том, что данный референт находится в фокусе сознания читающих, он активен. Читающие знают о референте “Putin”; это старая информация. Концепт “Elections” находится на периферии сознания читающих, они владеют информацией о выборах в России. Новая информация, которую хотят донести до читающих журналисты, – их мнение о том, что выборы в России были нечестными, для этого используются дескрипции

(foul, unfair, fraud). Поскольку факт того, что выборы в России были нечестными, нельзя верифицировать, то, скорее всего, читающие поверят в данное утверждение журналистов, следуя аксиоме существования объекта, к которому производится референция.

В первом примере пишущий осознанно выводит из фокуса внимания читающих информацию о том, что на выборах в России были инновации (despite some innovations), то есть производит дефокусирование важного референта. Во втором примере данная информация совсем не указывается, а для достоверности и правдоподобности пишущий ссылается на критиков В. Путина, используя ссылки на Интернет (upload to the internet examples). Благодаря этому факты мифологизируются. В результате, вместо фактов, которые, согласно провозглашаемым устоям СМИ, должны объективно и достоверно отражать реальность, появляются медиафакты – вымышленные, бездоказательные факты, умышленно сконструированные пишущими.

Обобщая вышеизложенное, следует подчеркнуть, что суть когнитивного механизма конструирования референтной ситуации состоит в том, что референты, входящие в ситуацию, наблюдаемую коллективным субъектом, в их авторском видении предстают по-иному, подвергаются переделыванию. Данный когнитивный механизм опирается на подчиненный ему когнитивный механизм дефокусирования. На когнитивном уровне в основе конструирования референтной ситуации лежит осознанный выбор и актуализация «других» референтов; это происходит благодаря алгоритмам абстрагирования, генерализации и мифологической референции.

Референтная ситуация, при ее конструировании, произвольно расширяется во времени и пространстве, т.е. происходит конструирование не только настоящего, но и прошлого и будущего.

Используя алгоритм референциально-тематического менеджмента, пишущие выступают в роли активных субъектов: они активно конструируют дискурс, т.е. осознанно управляют референтами и темами дискурса.



Таким образом, в медиадискурсе референтная ситуация активно конструируется пишущими, что приводит к возникновению медиафакта как сообщения о псевдособытии, относящемся к реальности, сконструированной пишущими.

### 3.2. Включение пишущего в референтную ситуацию: использование личностного нарратива

В качестве отдельного когнитивного механизма дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе мы выделяем механизм включения пишущего в референтную ситуацию. В первую очередь действие этого механизма проявляется в использовании личностного нарратива вместо третьеличного.

Традиционно выделяют нарратив от третьего лица (третьеличный нарратив) и от первого лица (перволичный нарратив). В третьеличном нарративе повествователь не принадлежит миру текста: мир предстает перед читателем как бы сам по себе, никем не изображаемый. В повествовании от первого лица повествователь принадлежит миру текста, т.е. участвует в изображаемых событиях. Он принадлежит к нарративной реальности и рассказывает о ней сквозь призму своих восприятий и мнений [Падучева, 2005, с. 918].

Для обозначения перволичного нарратива в современной лингвистике используется термин «личностный нарратив», который определяется как «нарратив о личностном опыте» (personal experience), представляющий собой «вербализованный, визуализированный или материализованный сценарий определенной последовательности действительных или возможных жизненных событий» (verbalized, visualized, and / or embodied framing of a sequence of actual or possible life events) [Ochs, 1996, p. 19]. Личностный нарратив возникает из опыта конкретного человека, которым он хочет поделиться. В этом случае слушающий / читающий является своеобразным соавтором нарратива. Он оценивает полученную информацию и сохраняет уже свое субъективное понимание ее. Личностные нарративы – это «версии» реальности. Они воплощают одну или несколько точек зрения и не представляют собой объективных, всеобъемлющих отчетов [Ochs, 1996, p. 21].

Е.В. Падучева подчеркивает, что в повествовании от 1-ого лица повествователь принадлежит миру текста, т.е. участвует в изображаемых событиях. Он принадлежит к описываемой нарративной реальности и рассказывает о ней сквозь призму своих восприятий и мнений [Падучева, 2005, с. 917].

Исследователями установлено, что в личностном нарративе наряду с функцией референтной соотнесенности присутствует и функция оценки. Необходимыми лингвистическими признаками нарратива являются: 1) отнесенность повествования к прошедшему времени; 2) наличие придаточных предложений, выражающих временную последовательность событий; 3) наличие описаний места, времени действия, действующих лиц, конфликта, выражения авторского отношения к происходящему [Labov, 1997, p. 3].

Методологически, чтобы утверждать о наличии изменения в структуре нарратива, необходимо использовать медиатексты, в которых передается информация об одном и том же событии. Знание (основное пропозициональное содержание) должно быть одним и тем же; в этом случае можно выделить разные способы упорядочивания и становления знания, то есть разное когнитивное структурирование нарратива и отличие прототипического нарратива от его модификации.

Сравним традиционное и личностное сообщения, посвященные одному и тому же событию, имеющему отношение к России (принятию резолюции Совета Безопасности ООН по Ливии):

1. Security Council authorizes “all necessary measures” to protect civilians in Libya.

17 March 2011 – The Security Council today effectively authorized the use of force in Libya to protect civilians from attack, specifically in the eastern city of Benghazi, which Colonel Muammar Al-Qadhafi has reportedly said he will storm tonight to end a revolt against his regime.

Acting under Chapter II of the UN Charter, which provides for the use of force if needed, the Council adopted a resolution by 10 votes to zero, with five abstentions, authorizing Member States “to take all necessary measures... to protect civilians and civil-

ian populated areas under threat of attack in the Libyan Arab Jamhariya, including Benghazi, while excluding an occupation force”.

The abstentions included China and Russia, which have the power of veto, as well as Brazil, Germany and India (UN News Center, Mar. 17, 2011).

## 2. China and Russia: arbiters of global morality.

I was pleased to see that Bianca Jagger on BBC1 Question Time last night (right) supported military action in Libya. Ken Livingstone comprehensively lost the argument as the only supporter of a bloodbath in Benghazi on a panel that included Rory Stewart, a self-confessed wobbly Conservative.

The case for the limited use of military force is so overwhelming that even Danny Alexander, Liberal Democrat Chief Secretary to the Treasury, had no trouble defending it.

The unambiguous UN Security Council authorisation for it seems to be an important part of this.

But that raises an interesting question, put to me by a Labour former minister. Suppose China or Russia had vetoed resolution 1973, rather than abstained. Would that make military action that would otherwise be morally right, to avert explicitly-threatened carnage, and supported by the Arab League, morally wrong?

As I said, the differences between this intervention and that in Iraq grow ever smaller the more closely they are examined.

Although I have not yet seen a legal analysis of the difference between “all necessary measures” in resolution 1973 and “all necessary means”, the previously accepted phrase denoting the use of military force (Independent, Mar. 25, 2011).

Сравнивая данные статьи, можно отметить, что они сообщают об одном и том же событии, но в первом примере новостное сообщение когнитивно структурируется на основе прототипической для медиадискурса модели нарратива, а во втором случае эта модель модифицирована благодаря использованию личностного нарратива, в результате чего создается медиафакт.

Первая статья написана в форме третьеличного нарратива. Это, прежде всего, «история», содержащая в себе выражение временной последовательности со-

бытий (Acting under Chapter II of the UN Charter, which provides for the use of force if needed...); описание места действия (The Security Council); времени действия (17 March 2011); участников (China and Russia... as well as Brazil, Germany and India). Это соответствует типичной схеме новостей, предложенной Т.А. ван Дейком, который к основным новостным концептам относит Обстановку (Время, Место), Обстоятельства, Участников, Событие / Действие [Дейк, 1989, с. 141].

Сам пишущий не входит в референтную ситуацию, и при ее описании он использует минимум экспрессивной лексики, событие излагается в том порядке, в котором оно имело место в действительности. Ссылаясь на официальный источник информации, пишущий прибегает к цитированию (“to take all necessary measures... to protect civilians and civilian populated areas under threat of attack in the Libyan Arab Jamhariya, including Benghazi, while excluding an occupation force”...). Косвенная речь также придает сообщению нарративный характер (Colonel Muammar Al-Qadhafi has reportedly said he will storm tonight to end a revolt). В целом, сообщение отражает факт, как определенный фрагмент действительности, когнитивная репрезентация которого представлена пропозициями, верифицируемыми как истинные.

Второй рассматриваемый пример – это «история», обладающая некоторыми признаками, характерными для отражательного сценария: это рассказ журналиста о событии в мире, но при этом он включает самого себя в референтную ситуацию.

В данном случае, как действующее лицо, пишущий не выступает в строго институциональной роли «Журналист», и у него нет цели описать референтную ситуацию «Принятие резолюции совета ООН». Он создает совершенно иную ситуацию и включается в нее, что на языковом уровне выражается в употреблении местоимения I (I was pleased, as I said, I have not yet seen), с помощью которого подчеркивается его присутствие в нарративной действительности. Кроме того, журналист напрямую обращается к читающим, то есть переходит к общению по модели «Я–Ты».

Меняется и способ рассказывания, события не излагаются в их временной последовательности. Пользуясь термином С.Н. Плотниковой, можно сказать, что

данный дискурс является дискурсом реагирования [Плотникова, 2011]. По отношению к политическому дискурсу С.А. Домышева определяет дискурс реагирования как «политический дискурс в его периферийном варианте, как дискурс о политических событиях, принадлежащий непрофессионалам. Порождая дискурс реагирования, социальный адресат входит в политическое дискурсивное пространство» [Домышева, 2011, с. 92].

Журналист реагирует на политическое событие «Принятие резолюции ООН по Ливии»; он не излагает это событие, а именно реагирует, и предполагает, что читающие находятся с ним в одном информационном пространстве, знают, о какой резолюции идет речь, и смотрели передачу “Question Time” прошлой ночью. Пишущий обращается к адресату как к другу, которому можно рассказать о том, какую интересную передачу он посмотрел, и поделиться с ним своими впечатлениями об увиденном.

Следовательно, в анализируемом дискурсе происходит замена интенции истины на интенцию мнения, пишущий добивается согласия с аудиторией, объединяя себя с читающими, считая, что они придерживаются такого же мнения. Собственное мнение является «личной», «другой» новостью пишущего, «поверх» институциональной.

Языковые маркеры включения пишущего в освещаемое событие (I was pleased, put to me, as I said, I have not yet seen) позволяют сделать вывод, что в данном случае когниция носит не коллективный, а индивидуальный характер, пишущим осуществляется переход от общего к частному, от известных фактов к незначительным и неоднозначным. Например, тот факт, что Бьянка Джаггер на ББС1 в передаче «Время вопросов» прошлым вечером поддержала военные действия в Ливии (Bianca Jagger on BBC1 Question Time last night supported military action in Libya) нельзя считать значительным, поскольку он известен только частной аудитории. Пишущий уверен также, что читающие, как и он, знают всех упоминаемых политиков, им не надо объяснять, кто такие Rory Stewart и Danny Alexander. Кроме того, журналист дает личную информацию о себе – то, что он не поддерживает Консервативную Партию. Саркастическое выражение (Rory

Stewart, a self-confessed wobbly Conservative) показывает презрение автора к данному политику.

В заголовке (China and Russia: arbiters of global morality) на читающих сразу же оказывается убеждающее воздействие, поскольку при помощи приема сарказма Китай и Россия характеризуются как страны, которые без всяких на то оснований выносят моральные суждения о действиях других стран. Однако в самой статье пишущий не упоминает о Китае и России, его интересует, как отреагировали на это событие британские медиаперсоны и как эта резолюция отразится на мирном населении Ливии. Пишущий оценивает действия России, опираясь на имеющиеся у него представления о прошлых событиях в Ираке (the differences between this intervention and that in Iraq grow ever smaller the more closely they are examined). Социальному адресату навязывается личный взгляд пишущего на события в Ливии и Ираке.

Журналист дает себе право не только интерпретировать событие, но и высказывать свое отношение к действиям суверенных государств. При этом происходит аксиологический сдвиг, сущность которого заключается в том, что пишущий оценивает события, происходящие в мире, по шкале «хорошо / плохо», «добро / зло». Рассуждая о России с точки зрения мировой морали, журналист берет на себя роль судьи, который имеет право осуждать действия России.

Следовательно, происходит не фокусирование читающих на факте «Принятие резолюции ООН по Ливии», а дефокусирование: акцент на том, как поступили Китай и Россия. Сам факт затемняется, происходит ослабление основного фокуса, на передний план выносятся личные мнения пишущего, его восприятие произошедшего.

О.К. Ирисханова высказывает мысль о том, что каждый из участников коммуникации стремится создать тот или иной концептуальный образ объекта или события, который наилучшим образом отвечает его возможностям и целям в определенный момент коммуникации [Ирисханова, 2014, с. 270].

Пишущий дефокусирует внимание читающих, употребляя такие риторические приемы, как метафора (bloodbath), сарказм (a self-confessed wobbly Conserva-

tive), сравнение (this intervention and that in Iraq), антитеза (morally right – morally wrong), игра слов (all necessary measures, all necessary means), риторический вопрос (Would that make military action that would otherwise be morally right, to avert explicitly-threatened carnage, and supported by the Arab League, morally wrong?). Использование вопроса, не требующего ответа, предполагает согласие, присоединение читающих к мнению пишущего.

Использование личностных пропозиций обусловлено включением журналиста в данную референтную ситуацию; весь его нарратив является личностным, так как пишущий выражает свою точку зрения, интерпретирует событие, делает его доступным для понимания адресата и, тем самым, навязывает адресату свое личное мнение, выраженное в следующих пропозициях: <Принятие данной резолюции – это хорошо>, <Россия и Китай поступили неправильно>, <Ситуация в Ливии похожа на ситуацию в Ираке>.

В данном случае личностная модификация новости осуществляется эксплицитно, то есть с переходом к перволичному нарративу: используется модель общения «Я–Ты», как пишущий, так и читающие включаются в референтную ситуацию, становятся участниками сконструированной версии реальности.

Как показал анализ, когнитивный механизм включения пишущего в референтную ситуацию как репрезентационная практика представления действительности в медиадискурсе о России, как правило, функционирует совместно с когнитивным механизмом риторической модификации медиадискурса.

Еще раз останавливаясь на понятии «риторическая модификация медиадискурса», вводимом в данной диссертации, отметим, что риторическая модификация предполагает не только изучение тропов и риторических фигур, которые рассматривала традиционная риторика, но и использование риторических приемов как средств убеждения социального адресата, влияния на него.

На наш взгляд, следующее определение фигур Ц. Тодорова объясняет понятие риторической модификации: «фигуры – манеры речи, отличающиеся от других в силу особой модификации, заставляющей считать каждую из них особым видом и делающей речь более живой, более благородной или приятной, чем ма-

неры речи, которые выражают тот же состав мысли, но без особой модификации» [Тодоров, 1998, с. 112].

Следовательно, риторическая модификация медиадискурса, – это иное выражение некоего содержания, достигаемое с целью войти в более близкий контакт с аудиторией.

Употребляя различные стилистические приемы, журналист модифицирует структуру новости, внося в нее дополнительную информацию и придавая ей большую убедительность. Как отмечает У. Эко, «для того, чтобы вообще в чем-либо убедить аудиторию, надо сначала привлечь ее внимание, чему и служат тропы, или риторические фигуры, украшения, благодаря которым речь поражает своей новизной и необычностью и вдруг оказывается информативной» [Эко, 1998, с. 101].

Проведенный в данном разделе и в других разделах диссертации анализ позволяет сделать вывод, что употребление стилистических приемов как когнитивный механизм риторической модификации медиадискурса взаимодействует с использованием личностного нарратива как когнитивным механизмом включения пишущего в референтную ситуацию, а также с когнитивным механизмом конструирования референтной ситуации. Таким образом, когнитивный механизм риторической модификации дискурса проникает в другие когнитивные механизмы, усиливая их действие.

Можно говорить о том, что включение пишущим самого себя в референтную ситуацию при помощи личностного нарратива является технологичным, поскольку личностный нарратив предполагает проявление индивидуальной авторской креативности. «Дискурсивные технологии являются проявлением дискурсивной креативности и дискурсивной компетенции современной высокоинтеллектуальной личности» [Плотникова, 2011, с. 28]. Дискурсивная креативность в полной мере относится к риторической модификации медиадискурса, как особому проявлению умений журналиста оказывать воздействие на аудиторию. В связи с тем, что личностный нарратив – это «версия» реальности, интерпретация фактов, можно говорить о том, что внедрение личностного нарратива в современный ме-



диадискурс является сигналом сконструированного медиафакта, одним из когнитивных принципов его организации.

Включая себя в текущую ситуацию, пишущий воздействует на аудиторию, навязывая ей собственное мнение о происходящем событии и, тем самым, формируя необходимое видение социального мира.

### 3.3. Включение пишущего в референтную ситуацию: языковые маркеры описания пишущим самого себя

В личностном нарративе присутствуют конкретные языковые маркеры, с помощью которых пишущий описывает самого себя и тем самым включает себя в нарративную действительность. Это не столько рассказ о событии в мире, сколько рассказ о себе как наблюдателе, для которого важно описать себя, свои наблюдения, эмоции и чувства и передать их читающим.

На эксплицитное включение пишущего в референтную ситуацию указывает, прежде всего, местоимение I в составе личностных пропозиций (термин Б. Рассела [Рассел, 2000]). С помощью личностных пропозиций утверждается присутствие пишущего в наблюдаемой ситуации, его вовлеченность в описываемое событие. При этом внимание пишущего сконцентрировано на собственном восприятии ситуации и испытываемых им личных переживаниях.

Мы классифицируем языковые маркеры включения пишущего в референтную ситуацию на основе анализа интерпретирующих модусных высказываний. Мы используем типологию модусных высказываний Н.Д. Арутюновой, согласно которой выделяются следующие типы модусов: модус чувственного восприятия (видеть, слышать, чувствовать, замечать, ощущать, слышно, видно и др.), модус эмоционального состояния и отношения (грустно, жаль, противно, радостно и др.), модус полагания (мнения) (думать, считать, полагать, верить, представляться и др.), модус сомнения и допущения (сомнительно, возможно, может быть и др.), модус знания (знать, быть известным), модус незнания, сокрытия и безразличия (не знать, не известно, тайна, секрет, все равно и др.), модус желания и волеизъявления (хо-

теть, требовать, приказано, велено и др.), модус необходимости (необходимо, нужно) [Арутюнова, 1999, с. 411].

Пишущий интерпретирует исходное высказывание во вторичном высказывании, содержащем порожденный первичным высказыванием эксплицитный или имплицитный модус, который объективируется модусным словом или словосочетанием. Модус выражает отношение к интерпретируемому высказыванию, причем одно и то же высказывание может породить различные модусы [Арутюнова, 1999, с. 408- 410].

Мы обнаружили, что включая самого себя в описываемую ситуацию, пишущий фокусирует внимание на своих чувствах и эмоциональных переживаниях, в частности, это достигается при помощи модуса чувственного восприятия. Основанные на данном модусе интерпретирующие высказывания соотносятся с той областью внеязыковой деятельности, которая связана с получением информации о предмете с помощью органов чувственного восприятия и последующим осмыслением данной информации. К данному модусу относятся как зрительное (*see, watch, look, witness*), так и слуховое восприятие (*hear*):

Having filed this story, *I went* to Pushkinskaya Square in central Moscow where *I witnessed* an unnecessary violent dispersion of a peaceful and legal protest against electoral fraud (Guardian, Mar. 5, 2012);

In the gondola descending to the valley of Krasnaya Polyana, *I looked out* at the many constructions of the mountains. The ski runs were like highways coursing down the hills. The bobsled track was a lasso of light. Years ago, *I was here and saw* the models of what this area might become (ESPN, Feb. 23, 2014);

In fact, the only Russian soldiers *I saw* in three days in Abkhazia were at the border crossing (National Interest, May 28, 2013);

And *I heard* discussions about whether it would be beneficial for Georgia to recognize Abkhaz independence, or whether the emphasis should be on third countries doing so (National Interest, May 28, 2013).

В данных примерах пишущие сообщают об увиденном ими лично, о том, чему они были свидетелями. Они позиционируют себя как непосредственные

наблюдатели происходящего (I witnessed; I looked out; I was here and saw). При этом, нельзя сказать, что пишущие остаются «за-сценой», они подчеркивают, что наблюдаемый ими мир – это «мир-с-ними», поскольку они описывают себя, вербализуя пропозицию <Я это видел и слышал>.

Интерпретирующие высказывания с модусом эмоционального состояния и отношения свидетельствуют о том, что пишущий не просто наблюдает за ситуацией, он лично вовлечен в ситуацию и делится с читающими своими чувствами. Эмоции пишущего являются не только важным фактором его мировосприятия, но и оказывают влияние на возникновение у читающих того же самого эмоционального состояния. Набор выражаемых чувств ограничен исходными базовыми эмоциями, варьируемыми в полюсах одобрения / неодобрения [Трофимова, 2009, с. 38].

Данный тип интерпретируемых модусных высказываний представлен такими глаголами и глагольными словосочетаниями, как: *admire, fear, dislike, hate, like, love, respect, etc*:

*I admire Vladimir Putin. I have more respect for Putin than for 'kids' who run Britain (Guardian, Mar. 31, 2014);*

*I hate Russian dolls. They're so full of themselves. (Guardian, Mar. 16, 2013);*

*It's not all bad... some of the things I love about Russia (Guardian, May 23, 2012);*

*Appease Putin now and I really fear we could stumble into war – for it is not just in the Ukraine that Russian minorities yearn to be the masters again (Daily Mail, Mar. 4, 2014);*

*Everywhere in Russia that I traveled, I felt a yearning (Times, Jul. 22, 2014);*

*I had to confess a feeling of unease about what may lie in store for Sochi when the Winter Olympics begin, in February (Vanity Fair, Feb. 2014).*

Пишущие выражают чувства и эмоции, которые они испытывали в России: как положительные (I love; I admire), так и отрицательные (I hate; I really fear a feeling of unease); и сам факт выражения эмоций включает пишущих в описываемую ситуацию, делает их частью этой ситуации, поскольку они позиционируют себя как соучастников событий, эмоционально вовлеченных в них.

Эмоции пишущих передаются также прилагательными, причастиями и наречиями: *sadly, impressed, hopefully, pleased, afraid, angry, happy, disgusted, glad, etc.*:

As we rode the gondola down the mountain, the Russian man asked me what *I thought* of these Olympics. *I looked* at him and said, “*I was impressed.*” (ESPN, Feb. 23, 2014);

Everyone *I met* in Moscow said *I was mad* to be doing it (Independent, Jan. 25, 2014);

*Hopefully* it will do so with the help of Russia. Otherwise, we are possibly in for what future historians (*I am being perhaps overly-optimistic* that there will be some such individuals to record our folly) may very well label “Cuban Missile Crisis II” (Oriental Review, May 19, 2010);

*Sadly*, even without the Olympics, Russians and citizens of many other countries have tended to distrust foreign media in the past few years (National Interest, Feb. 21, 2014).

Пишущие включают себя в референтную ситуацию не только эксплицитно (употребляя местоимение I), но и имплицитно (без употребления местоимения I) (*sadly, hopefully, etc.*), данные сообщения воспринимаются читающими как личностные, так как в них акцентируется эмоциональная вовлеченность пишущих, их эмоциональное отношение к описываемой ситуации.

Другой тип интерпретирующих модусных высказываний, с помощью которых пишущий эмоционально вовлекается в референтную ситуацию – это глаголы желания и волеизъявления (*want, wish, desire, refuse, forgive, demand, etc.*), с их помощью пишущие вербализуют пропозицию <Это мои желания и воля>. Поскольку желание – это осознанное ощущение каких-либо внутренних потребностей организма, данный модус напрямую связан с эмотивной функцией языка, категориями эмоциональности, экспрессивности и указывает на субъективность этих предложений [Васильев, 1981, с. 49]:

But *I want* to see Ukraine through Russian, as well as through UK, eyes (Guardian, Nov. 16, 2014);

*I want Vladimir Putin to get to know me (Guardian, Nov. 30, 2013);*

Frankly, *I don't want* us to have any less sympathy for animals. The outpouring of support for the Sochi strays is wonderful. It's exactly the "spirit" and global mobilization we *want* at the Olympics. But alongside that, *I wish* we could raise our sympathy levels and support for other causes. We have to be careful that we aren't numbing ourselves to human tragedy (Guardian, Feb. 10, 2014).

Употребляя глаголы желания, пишущий не просто входит в референтную ситуацию, он описывает себя как человека хотящего или мечтающего, при этом он стремится навязать читающим свои желания и волю, тем самым манипулируя сознанием читающих.

В приведенных примерах пишущие ощущают потребность в чем-либо (*I want to see*); или стремятся добиться какой-то цели (*I want Vladimir Putin to get to know me*); либо сильно желают осуществить что-либо (*I wish we could raise our sympathy*). В отличие от глаголов желания, глаголы нежелания (*I don't want us to have any less sympathy for animals*) подчеркивают неприязнь пишущих к данной ситуации.

Интерпретирующее высказывание модуса волеизъявления может употребляться при помощи местоимения *We*, что также делает сообщения личностными, поскольку пишущий объединяет себя с читающими, априори включая и их в референтную ситуацию, навязывая им свою волю:

*We demand that Russia withdraw from Crimea, and stop threatening its neighbors (Forbes, Mar. 3, 2014).*

Как человек думающий и размышляющий, пишущий включает себя в референтную ситуацию с помощью таких ментальных глаголов, как глаголы полагания, сомнения и допущения, а также глаголов знания и незнания. Данный модус является сигналом того, что пишущий лично не участвует в изображаемом событии, но вовлекается в событие, высказывая свои мнения, выдвигая гипотезы, приводя аргументы, споря с оппонентами. Тем самым, пишущий конструирует действительность, поскольку создает «мир-со-мною».

Интерпретирующие модусные высказывания полагания и мнения с глаголами (*wonder, think, suppose, conclude, consider, etc.*) помогают пишущему рассуждать о происходящем, раскрывают его внутренние переживания. Рассмотрим примеры, в которых при помощи модуса мнения и полагания пишущий делится с читающими своими мыслями, в результате чего конструируется новая картина мира, как результат осмысления действительности:

*I wonder* if Americans themselves might be *wondering* now if the Russians they have been taught for generations to distrust are more to their taste than their so-called allies in the Middle East (Daily Mail, Sep. 15, 2013);

*I, for one, think* the seamless two weeks bodes well for the new Russia. Let the chorus of *schadenfreude* be silenced (USNEWS, Feb. 24, 2014);

When *I think* of Russia, *I think of* secrets. *I think* of nuclear secrets. *I think* of Russia as a *matryoshka* doll, referring to the nesting dolls of many layers. You open it, and it's a secret within a secret within a secret (New York Times, Dec. 28, 2010);

Now *I suppose* it is possible that Obama might like Putin to send his present Foreign Minister, Sergei Lavrov, off to Damascus with a similar message for Bashar al-Assad (Independent, Sep. 5, 2013);

I shall begin with what *I consider* the most interesting viewpoint professed for many years by one of the best experts on Russian relations, Tom Graham (National Interest, Jan. 30, 2013).

В приведенных примерах пишущие эксплицитно включаются в ситуацию, приходят к какому-либо мнению в результате собственных размышлений (*When I think of Russia, I think of secrets. I think of nuclear secrets*); (*I, for one, think*); а также приходят к какому-то выводу заранее, предвзято (*I suppose, I consider*). С помощью данных ментальных глаголов пишущий вербализует пропозицию <Это мое мнение о событиях>, с целью навязать это мнение читающим.

Интерпретирующее высказывание модуса сомнения и допущения также базируется на субъективно-авторском мнении, пишущий добавляет новую для читающего информацию, вводит свои размышления, делает выводы и прогнозы. Как человек сомневающийся, пишущий высказывает мысли о возможном несоответ-

ствии факта действительному положению вещей, вербализуя пропозиции <Я в этом сомневаюсь> или <Я это допускаю>. К данному модусу относятся такие глаголы, как *doubt*, *suspect*, *hesitate*, *suppose*, *to be not sure / unsure*, *to be not certain / uncertain*:

Would Mr. Putin then accept that Syria is no longer in a legal position to make any demands at all in return for putting those weapons out of its own reach? Somehow *I doubt* it (Telegraph, Sep. 14, 2013);

The Syrians like Lavrov – they believe (*with what proof I have no idea*) that he writes poetry in his spare time, something which would naturally appeal to a people who often learn Arabic poetry by heart before they can write (Independent, Sep. 22, 2013);

*I suspect* the memory of both Yeltsin and his “democratic” enablers has not vanished. This, much more than Putin’s perfidy, may account for the lukewarm support the democracy-promotion complex engenders in the Russia of 2013. (National Interest, Apr. 11, 2013);

*I do not suppose* that Putin and his ministers were heartbroken by Navalny’s absence (National Interest, Oct. 8, 2013);

*I’m not sure* why Westerners are always convinced that a revolution in Russia is around the corner (National Interest, Apr. 24, 2013);

*I’m not at all sure* if Putin wants to narrow any such gap (Independent, Sep. 5, 2013).

Примеры иллюстрируют отношение пишущих к реальной действительности с точки зрения возможности и вероятности осуществления фактов; факты не столько сообщаются, сколько в них высказывается сомнение в правильности действий политиков (*I doubt it; I do not suppose; with what proof I have no idea; I’m not sure*), а также выражается уверенность пишущих в истинности происходящих событий (*No doubt*).

В связи с тем, что пишущий является носителем какого-либо знания, истинного или ложного, им передается информация об объективной реальности при помощи интерпретирующего высказывания модуса знания и незнания. Глаголы

группы со значением знания обозначают результат мыслительной, чувственной и волевой деятельности человека или приобретение знаний в процессе такой деятельности; они тесно связаны с глаголами перцептивной, волевой, умственной и даже физической деятельности: источником знания может быть только то, что воспринимается, отражается посредством органов чувств, поступающая информация становится знанием лишь в результате мыслительной переработки ее [Васильев, 1981, с. 151].

If this were done, everything *I know* about Putin and Russia tells me the crisis over Ukraine would be solved – and the Russian economy would not end up being needlessly destroyed, causing woe and bitterness among its people (Guardian, Dec. 16, 2014);

*I don't know* if all the strings connecting Putin's face muscles to his brain were accidentally severed during a tragic smiling accident years ago, but *I've seen* brickwork convey more emotion (Time, Jul. 22, 2014);

*I don't know* what they're doing, but Sochi's winter sports are compelling (Independent, Feb. 9, 2014)

*I do not pretend to know* how Russian leaders would answer, nor how they would assess the strategic implications of their answers for Russia's national interest. But *I do presume* American policy-makers would want to know the answers to such questions, just as Russian leaders *presumably want to know* U.S. thinking about China (National Interest, Feb. 5, 2013).

В приведенных примерах пишущие конструируют действительность, анализируя происходящее, высказывая свои предположения о происходящем, «набрасывая на реальную действительность сеть своих представлений и понятий, проецируя на нее свои интересы и потребности» [Долинин, 2010, с. 24].

Если пишущий уверен в точности фактов, он употребляет модус знания (everything I know about Putin and Russia), вербализуя пропозицию <Я в этом уверен>. Если пишущий не уверен в истинности и достоверности знания, вербализуется пропозиция <Я в этом сомневаюсь> (I do not pretend to know how Russian leaders would answer); (I don't know what they're doing) и т.д.



Нами выделяется также особая группа языковых единиц, с помощью которых пишущий имплицитно включается в референтную ситуацию, – это языковые единицы со значением кажимости, когда пишущий изображает не реальное, а кажущееся. Как указывает Н.Д. Арутюнова, анализируя противоречивые тексты, интерпретатор «выявляет «симптомы кажимости» и «переписывает» исходный текст со своих собственных позиций, позиций наблюдателя, восстанавливающего реальное» [Арутюнова, 1999, с. 836].

Воображаемое восприятие фактов номинируется языковыми единицами со значением кажимости (may be, perhaps, it seems):

And this may be – *I say may be* – all that Russia actually wants: for its voice to be heard and its interests – in terms of security and the fate of fellow Russians – to be acknowledged (Independent, Mar. 6, 2014);

But *perhaps* the good news for the critics is precisely that Russia is not about to go away (National Interest, Aug. 28, 2014);

*It seems* plausible that Obama hopes it will be quite long – prolonging the time during which the ball is not in his court – or that it will hit a dead-end upon reaching nowhere. *Perhaps* he wants both (National Interest, Sep. 17, 2013);

*They may be* among the most virulent attacks directed against Moscow, but *they are hardly* novel (National Interest, Feb. 21, 2014).

Приведенные примеры представляет мир не таким, какой он есть, а таким, каким он кажется (каким он представляется пишущему). Пишущий вербализует пропозицию <Мне кажется, что это так>, что может быть как истиной, так и ложью. При использовании языковых единиц со значением кажимости читающие вполне могут быть введены в заблуждение и остаться во власти ложной, не видимой картины мира, что выражается в непонимании причинно-следственных связей происходящих событий. При этом читающий воспринимает референтную ситуацию в соответствии с навязанным пишущий сценарием, согласно которому истинная референтная отнесенность остается за гранью видимости. Употребляя модус кажимости, пишущий технологично конструирует референтную ситуацию, созда-

вая медиафакты. При этом референтная ситуация расширяется во времени и пространстве, создаются различные вымышленные миры.

Кроме того, мы выделяем такой имплицитный способ включения пишущего в референтную ситуацию, как использование пишущим речевых актов директивов, иллокутивная цель которых – заставить слушающего вести себя так, чтобы его поведение стало соответствовать пропозиции, т.е. побудить собеседника выполнить какое-либо действие. Речевые акты директивы могут быть категоричными, предполагающими приказ, требование, запрет и некатегоричными, предполагающими просьбу, совет [Searle, 1969, p. 148]:

*Forget Russia and China. Or at least don't fall into the trap of thinking that they constitute the principal threats to American security, as so many nostalgic cold warriors in Congress and elsewhere seem tempted to do (National Interest, Aug. 5, 2013);*

*Beware collusion of China, Russia (National Interest, Jun. 25, 2013);*

*Don't rule out Russia (National Interest, Feb. 5, 2013);*

*Don't blacklist Russia (National Interest, Dec. 9, 2010);*

*Don't give up on the U.S.-Russian reset (National Interest, 29, Mar., 2013);*

*Think you know the Trans-Siberian railway? Think again... (Independent, Jan. 25, 2014);*

*Imagine... it's 2014 and the drums of war are beating again (Independent, Aug. 1, 2014);*

*Let's examine the moral aspect first (Independent, 7, Aug., 2014);*

*Consider the most recent example, the Sochi Olympics (National Interest, Feb. 21, 2014).*

В приведенных выше примерах дискурс строится на основе речевых актов директивов, используя которые, пишущий имеет цель заставить читающих действовать определенным образом, чтобы их поведение соответствовало желаемому положению вещей в мире. С их помощью пишущий объединяет себя с читающими, конструирует общую с ними версию реальности, в которой создается доверительная атмосфера общения.

Так, речевые акты-директивы (*Forget Russia and China; Beware collusion of China, Russia*) бездоказательно призывают читающих бояться эти страны. С помощью речевых актов-директивов (*Don't rule out Russia; Don't blacklist Russia; Don't give up on the U.S.-Russian reset*), пишущие, напротив, призывают не быть предвзятыми к России, развивать с ней дружеские отношения.

В следующих речевых актах-директивах (*Think you know the Trans-Siberian railway? Think again...; Let's examine the moral aspect first; Consider the most recent example, the Sochi Olympics*) пишущие призывают читающих задуматься над сложившейся ситуацией, в скрытой форме навязывают свое мнение.

В речевом акте-директиве (*Imagine... it's 2014 and the drums of war are beating again*) пишущий активно конструирует будущее, используя прошлое, побуждая читающих провести параллель с прошлым при осмыслении возможного будущего.

В целом, употребляя речевые акты директивы, пишущий объединяет себя с читающим, напрямую обращается к ним, вовлекает его в производство смыслов, формирующих общий образ реальности.

Таким образом, когнитивный механизм включения пишущего в референтную ситуацию при помощи личностного нарратива состоит в том, что употребляя различные интерпретирующие высказывания, используя речевые акты директивы, пишущий описывает свои наблюдения, эмоции, мысли и переживания. Описывая себя не как стороннего наблюдателя, а как активного участника событий, пишущий вносит изменения в картину мира, в которую вовлекаются и читающие. Описание пишущим самого себя, своего присутствия в ситуации способствует конструированию в медиадискурсе личностной версии действительности.

### 3.4. Когнитивные механизмы стереотипизации и мифологизации

Порождение дискурса на основе стереотипов и мифов уже достаточно хорошо изучено; в том числе освещался вопрос об использовании стереотипов и мифов в дискурсе о России в западных СМИ с позиций лингвистики, философии, истории, культурологии, социологии, журналистики [Зарезина, 2004; Орлова,

2005; Борисенко, 2008; Лебедько, 2009; 2010; Меграбова, 2009а, б; Рюмин, 2012 и др.].

В отличие от имеющихся исследований, в данном разделе процессы стереотипизации и мифологизации рассматриваются через призму понятия дискурсивной репрезентации действительности – как когнитивные механизмы, лежащие в ее основе.

Мы опираемся на традиционный подход к стереотипам как предвзятым мнениям, которые управляют восприятием: маркируют определенные объекты, как знакомые, так и незнакомые: едва знакомые объекты кажутся хорошо известными, а незнакомые – глубоко чуждыми [Lippmann, 1967, p. 51-52]. Человек, пытаясь постичь незнакомый ему мир, использует имеющуюся у него информацию о тех явлениях, которые он непосредственно не наблюдал, т.е. стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного человека и существующей в его обществе идеологии [Lippmann, 1967].

В когнитивной лингвистике стереотип определяется как «стандартное мнение о социальных группах или отдельных лицах, обладающее логической формой суждения (пропозиции) и в упрощающей и обобщающей форме с определенной долей эмоциональной окраски приписывающее определенному классу лиц некоторые свойства или установки или отказывающее им в них» [КСКТ].

Если стереотип, как *мнение*, обладает формой пропозиции, он в первую очередь формируется на когнитивном (пропозициональном) уровне. Поскольку стереотип – когнитивное явление, то стереотипизацию можно с полным основанием назвать когнитивным механизмом, то есть способом / практикой репрезентации стереотипного знания о действительности в медиадискурсе.

Определение стереотипа как *стандартного* мнения предполагает, что знание, репрезентируемое стереотипом на ментальном уровне, является коллективным знанием культурного сообщества, к которому принадлежит пишущий. Однако каждый раз использование стереотипа происходит на уровне индивидуального знания пишущего. Как указывает Н.Н. Болдырев, «индивидуальное знание – это определенная конфигурация коллективного знания в плане его объема, содержа-

ния и интерпретации» [Болдырев, 2007, с. 16]. Исходя из этого положения, мы рассматриваем стереотип как определенное оформленное коллективное знание, существующее в культуре, к которой принадлежит пишущий, а стереотипизацию – как когнитивный механизм представления в дискурсе индивидуального знания данного стереотипа пишущим.

С.Н. Зарезина, исследовавшая стереотипы о России в англоязычных СМИ с интертекстуальной точки зрения, определила их основную языковую особенность, а именно то, что при создании стереотипа наблюдается «подмена» референта, когда конкретный референт заменяется абстрактным, конструируемым пишущим. Это происходит при помощи «потери» имен собственных и замены их на такие обобщающие номинации, как Russians, Russian girls, Russian men, Russian businessmen, they, one и т.п. [Зарезина, 2004, с. 163].

В качестве примера, стереотипно описывающего россиян, приведем отрывок из статьи “Russia: Solitude in Siberia” (Guardian, May 31, 2013), рассказывающей о путешествии журналиста в Сибирь:

I sometimes visited those who lived nearest, and I often had visitors – people I knew, sometimes strangers who happened to be crossing the lake. It wasn't too painful for me as they would only stay for a couple of hours, and it would interrupt the loneliness. And anyway, I didn't want to live a very extreme, challenging, difficult life. It was just an experience.

Through Sergei and Natasha, a couple who ran the weather station 31 miles from the cabin, I met Sasha and Yura, two Siberian fishermen. They were archetypal Russians, very strong, very big, speaking loudly, drinking a lot, very generous people with a lot of energy, who hadn't cut their link with the wilderness. If you put those people in the city they would be like an elephant.

People who live in cabins can quickly fall into a state of depression, of cabin fever. Because you don't see anyone, you can spend your life lying in bed drinking vodka and nobody will say anything to you. So it's important to organize your time with activity, like the monks did, or Robinson Crusoe, who dressed for dinner every night though he was shipwrecked and alone.

Статья представляет собой личностный нарратив, описывающий личный опыт пишущего, его переживания от поездки в Сибирь, на Байкал, и в этот личностный нарратив включена стереотипная характеристика двух сибирских рыбаков, встреченным им на Байкале.

Когнитивный механизм стереотипизации заключается в репрезентации россиян, живущих в Сибири, с точки зрения того, как «положено» говорить о россиянах, то есть исходя из стереотипного мнения, существующего в той культуре, к которой принадлежит пишущий. Он не просто рассказывает о своем путешествии, а ищет и находит такие примеры из жизни россиян, которые соответствуют его уже сформированным представлениям о них. Дискурс производится на основе охарактеризованной выше репрезентационной практики стереотипизации, а именно с помощью замены конкретных референтов (Sasha and Yura) на абстрактные (Russians, people, they), т.е. происходит генерализация, когда конкретные предметы и участники заменяются более обобщенными стереотипными описаниями.

Следуя избранной репрезентационной практике (избранному когнитивному механизму), пишущий характеризует встреченных им рыбаков как типичных россиян: очень сильных, очень больших, громко разговаривающих, при этом щедрых, энергичных людей. Интенсификатор (very) усиливает эту характеристику, фокусирует внимание читающих на таких чертах, как сила, выносливость (very strong, very big, speaking loudly), щедрость (very generous people with a lot of energy). Прием сравнения (like an elephant) подчеркивает такую стереотипную черту, как сила и неуклюжесть.

Приводя стереотипное мнение о россиянах как о людях, которые много пьют (drinking a lot), пишущий добавляет к нему свое собственное мнение, о том, что проводя время в одиночестве, ничего не остается, как употреблять алкоголь (Because you don't see anyone, you can spend your life lying in bed drinking vodka). Описание (lying in bed) также является стереотипной, атрибутируя россиянам такое качество, как лень.

Пишущий также проводит параллель с трудолюбием представителей его собственной культуры, в которой действуют другие принципы – самоорганизация, занятие активной деятельностью (So it's important to organize your time with activity, like the monks did, or Robinson Crusoe). Однако пишущий непосредственно не наблюдал, как описываемые двое россиян употребляют алкоголь, следовательно, можно прийти к выводу о том, что пишущий в данном случае сконструировал свою собственную версию действительности, используя стереотипы, имеющиеся у него в сознании, – о том, что россияне, встреченные им в Сибири, таковы, какими он их себе и представлял.

Таким образом, когнитивный механизм стереотипизации состоит в том, что пишущий конструирует референтную ситуацию на основе имеющихся у него предвзятых мнений о российской культуре; пишущий также включает самого себя в конструируемую референтную ситуацию. В результате пишущий не объективно отражает действительность, оставаясь «за сценой» [Willis, 1991], а входит в нее, создавая «мир-со-мною» [Плотникова, 2005б].

Во многих исследованиях неоднократно отмечалось, что в воображении иностранцев существует определенный набор стереотипов по отношению к России. Среди этих стереотипов употребление алкоголя занимает главенствующее положение. Министр культуры России В.Р. Мединский в своей книге «Мифы о России» отмечает, что пьянство преподносится как национальная черта россиян, и эта черта укоренилась в сознании как самих россиян, так и иностранцев. «Как-то постепенно, исподволь укоренилась в общественном сознании идея традиционного российского пьянства. Эдакая историческая национальная особенность, отличительная черта, умильная, как матрешка» [Мединский, 2007, режим доступа: URL: [http://dusha-rossii.ru/books/medinsky].

На то, что репрезентация России в западных СМИ зачастую основывается не на фактах, а на наборе известных стереотипов, указывают и некоторые западные журналисты:

Russia exists in the foreign imagination less as a real place than as a series of stories: tsars, Rasputin, revolution, music, vodka, Red Square, military march-pasts, spies, oligarchs and sudden death (Guardian, Feb. 14, 2011);

The image of the vodka-swilling, chapka-clad Russian is a long-held stereotype (Independent, Jan. 31, 2014).

В то же время многие другие журналисты с готовностью используют стереотипы, выдавая их за достоверную информацию о России:

Picture the Russian alcoholic: nose rosy, face unshaven, a bottle of vodka firmly grasped in his hands. By his side he has a half-empty jar of pickles and a loaf of rye bread to help the devilish substance go down. The man is singing happily from alcohol-induced jubilation (Atlantic, Sep. 25, 2013);

Drinking is so engrained in Russian culture there's a word that describes a drinking binge that lasts several days: *zanoi* (Guardian, Jan. 31, 2014);

Poverty, fatalism, and unbearably grey six-month winters may explain why Russians cling on to life's simple pleasures, notably cigarettes and booze (Guardian, Feb. 25, 2013).

Приведенные примеры показывают, что негативные стереотипные представления о россиянах традиционно существуют как в коллективном, так и в индивидуальном сознании пишущих. Стереотипное знание конструируется пишущими и предвзято представляется как прототипическое знание о российских людях в целом.

Поскольку статистика – это тот инструмент, который разрушает мифы и стереотипы, мы обратились к данным, приведенным на сайте «Россия удивляет» (<http://russia-review.ru/o-proekte/obraz-rossii-v-mire>), целью которого является предоставление объективной информации о темпах и направлении развития России за последние 10-15 лет. Согласно опросу населения в 2008-2011 гг. две трети опрошенных отмечают, что никогда не употребляют алкогольных напитков. Приводится диаграмма, согласно которой, никогда не употребляли спиртных напитков в 2008 году 33%; в 2009 – 26%; в 2010 – 27%; в 2011 – 30%.



В.Р. Мединский, в своей уже цитированной книге, также делает вывод, что пьянство характерно не только для россиян, но и для других национальностей. «Алкоголизм и пьянство – проблема всеобщая, международная. Даже страны Востока, где всегда употребляли алкоголя меньше, сейчас сталкиваются с проблемой пьянства в своих странах» [Мединский, 2007, режим доступа: URL: [http://dusha-rossii.ru/books/medinsky]. Автором поднимается проблема противостояния тенденции западных СМИ характеризовать россиян на основании подобных избитых мнений.

Как показал наш анализ, в статьях о России используется также когнитивный механизм стереотипного противопоставления представителей российской и западных культур на основе когнитивной оппозиции «Свой» – «Чужой».

Так, в статье “Why Russians aren’t smiling at you in Sochi” (National Journal, Feb. 7, 2014), репрезентация действительности основана на данном когнитивном механизме. Россияне противопоставляются американцам, для которых улыбка – это часть культуры (Russians vs Americans); прием генерализации (a smiling person; when people smile; they) обобщает всех представителей данных культур, что и создает стереотип:

For Russians, a smile in public is not the polite expression that Americans reflexively offer strangers on the street. A smiling person must have a good reason for doing it, and it should be obvious what that reason is. When people smile without hesitation – for no reason – Russians find those grins artificial or insincere. And they think those people have a few screws loose.

Следует подчеркнуть, что статья написана до начала Олимпийских игр в Сочи (7 февраля 2014 г.), поэтому можно сделать вывод, что пишущий, выступая в роли «квази»-психолога, объясняет и предупреждает читающих о поведении россиян, о том, что они не будут улыбаться гостям.

Подобные же рассуждения, основанные на стереотипах, приводятся и в следующем примере:

On the face of it, life in Moscow is not easy. Either you’re dodging speeding cars, or praying your plane won’t crash; paying an arm and a leg for groceries, or avoiding

those who have availed themselves of the country's dirt cheap vodka. But deeper down, there is something called the "Russian soul". Without going into the details, this means that life in Russia – life in its cultural, philosophical sense – is richer than anywhere (Guardian, Apr. 23, 2012).

Итак, наш анализ выявил, что стереотипные мнения о россиянах существуют как в сознании пишущих, так и читающих. Другие исследования по данной проблеме называют те же самые черты, характерные для «типичного» россиянина. К положительным чертам относятся: открытость, гостеприимство, щедрость, выносливость; к отрицательным: пьянство, лень, отсутствие улыбки, склонность к депрессии [Зарезина, 2004; Мединский, 2007; Меграбова, 2009а, б; Лебедько, 2009; 2010; Рюмин, 2012 и др.]. Все это подтверждает, что стереотипизация выступает в качестве когнитивного механизма репрезентации действительности в статьях о России в западных СМИ.

Со стереотипизацией тесно связано явление мифологизации. Это явление также широко исследовалось [Барт, 1989; Лосев, 1991; Гуревич, 2001; Кассирер, 2001; Ноэль-Нейман, 2001; Мединский, 2007; Почепцов, 2001, и др.].

Так же как и понятие стереотипизации, мы рассматриваем явление мифа и мифологизации через призму понятия дискурсивной репрезентации действительности, как один из когнитивных механизмов, лежащих в ее основе.

В настоящее время не существует общепризнанного определения мифа. Приведем некоторые из них. Миф – форма целостного массового переживания и истолкования действительности при помощи чувственно наглядных образов, считающихся самостоятельными явлениями реальности [ВЭФ]. Миф – выражение наиболее цельное и формулировка наиболее разносторонняя того мира, который открывается людям той или иной культуры, исповедующим ту или иную мифологию. Миф есть наиболее реальное и наиболее полное осознание действительности, а не наименее реальное, или фантастическое, и не наименее полное, или пустое [Лосев, 1991, с. 25]. Миф – это коммуникативная система, которая позволяет выдать себя за систему фактов [Барт, 1989, с. 72]. Мы придерживаемся

определения, согласно которому, миф – это «псевдомир, в реальности которого мы клянемся» [Ноэль-Нейман, 2001, с. 320].

В.Р. Мединский отмечает, что основные негативные мифы о России были созданы еще французом маркизом де Кюстином в его книге «Россия в 1839 году». Описывая свое путешествие по России, он писал: «Дороги плохие, а местные варвары их не ремонтируют. Лошади скверные, езда медленная. Женщины в России некрасивые, офицеры мундиры носить не умеют, мужики дикие, деревни нищие, леса густые и слишком заросшие, зимой слишком холодно, а летом слишком жарко. Печи русские топят скверно, еда невкусная, пьют то ли слишком много, то ли пить не умеют, и все время напиваются допьяна. Дома стоят без системы, а улицы разной ширины и кривые. Петербург же тоже некрасив, но потому, что в нем дома стоят слишком уж по одной линии, проспекты широкие и пересекаются под прямыми углами; а потому Петербург похож на огромную театральную сцену. В общем, гадкая страна и скверный, порочный народ» [Цит. по Мединский, 2007, режим доступа: URL: [<http://dusha-rossii.ru/books/medinsky>]].

Проведенный нами анализ выявил, что негативные мифы используются и в современном медиадискурсе о России. Приведем ряд примеров, посвященных Олимпийским Играм в Сочи, в которых репрезентация России основана на том же старом мифе «В России все плохо»:

Winter Olympic resorts were in chaos only days ago, with roads covered in mud and potholes and accommodation still unfinished, according to four-time Winter Olympian Emma Carrick-Anderson (Telegraph, Feb. 4, 2014);

Sochi's hotels, services and infrastructure are a mess (Guardian, Feb. 7, 2014);

Outrage over gay rights and half-built hotels obscures a more nuanced picture of a country, its divisions and its leader (Guardian, Feb. 7, 2014);

First event of Sochi Olympics: the hotel construction sprint (New York Times, Feb. 3, 2014);

Why Sochi's terrible bathrooms are the perfect symbol for Putin's Olympic? (Week, Feb. 5, 2014);

Though there are many construction follies to nitpick – missing light bulbs, broken elevators, uninstalled heating systems, and so on – none more perfectly exemplify the Sochi Games’ number one problem (ahem) than its terrible, wacky bathrooms (Week, Feb. 5, 2014);

Much of Sochi is a work in progress, and parts of it look at least a dozen all-nighters away from completion. There are unfinished hotels, half-finished stores and a mall where the only shop that is open and thriving is a Cinnabon (New York Times, Feb. 3, 2014);

To appreciate the hotels in this area, it is probably a good idea to think of them not as hotels but rather as a rare opportunity to experience life in a centrally planned, Soviet-style dystopia (New York Times, Feb. 3, 2014).

Мы не утверждаем, что пишущие конструируют псевдодействительность – вполне вероятно, что они наблюдали то, что они описывают. Вместе с тем, поиск негативных фактов и фокусирование на них, а также отсутствие фактов, относящихся к теме «Олимпиада», заставляет нас сделать вывод о том, что содержание статей разворачивается вокруг мифа о том, что «В России все плохо». Эта пропозиция вербализуется в высказываниях, описывающих плохие дороги (roads covered in mud and potholes); гостиницы (shabby, half-built, unfinished hotels); лифты (broken elevators), лампочки (missing light bulbs); отопительную систему (uninstalled heating systems), ванные комнаты (terrible, wacky bathrooms), отсутствие архитектурного единства (Soviet-style dystopia). Употребляя сарказм (first event of Sochi Olympics: the hotel construction sprint); саркастическое междометие (ahem); риторический вопрос (Why Sochi’s terrible bathrooms are the perfect symbol for Putin’s Olympics?), пишущие переносят внимание читающих с упомянутых конкретных референтов на другой, генерализованный референт “Corruption”. Таким образом, в сознании читающих возникает другой миф – представление о России как о коррумпированной стране. Пишущие явно манипулируют сознанием читающих, осознанно отбирая объекты с целью формирования медиафактов. При этом трансформируется и конструируется настоящее, поскольку представлены не все факты, показывающие реальное положение дел в Сочи. Пользуясь терминами

критической лингвистики, можно сказать, что пишущие применяют прием диффамации, в частности, используется принцип черно-белого изображения, когда мир делится на «хороших» и «плохих».

Подобная репрезентация граничит с вымыслом, подробно проанализированном Е.Ю. Ильиновой. «Концептуализация вымысла является результатом категориально-смысловых трансформаций представлений о реальном мире, которые базируются на процессах вторичной категоризации, или перекатегоризации» [Ильинова, 2009, с. 6] и именно эти процессы лежат в основе мифологизации.

Репрезентация действительности посредством когнитивного механизма мифологизации состоит в том, что миф является для пишущих явлением первичным, а действительность – вторичным, поскольку они пишут об Олимпийских играх в Сочи так, как это «положено» писать, как этого требует существующий миф.

Миф о том, что Россия – коррупционная, мафиозная страна, лежит также в основе дискурсивной репрезентации действительности в следующих примерах:

Russia is the most corrupt major economy in the world, according to Transparency International, and Freedom House considers Russia “not free” politically (New York Times, Dec. 28, 2010);

England loses bid to host World Cup to ‘mafia state’ Russia (and Putin didn’t even bother to turn up) (Daily Mail, Dec. 3, 2010);

‘Mafia state’ leader Putin knew of poison plot that killed former KGB spy in London: Latest WikiLeaks revelations (Daily Mail, Dec. 2, 2010);

Because, when all is said and done, the Putin government is a mafia regime, and it relies on blunt trauma just like other criminal enterprise (American Thinker, Oct. 3, 2011);

What does Russia have to show for Putin’s rule? A corrupt and brutal oligarchy – and shameful support for Syria’s bloody regime (Guardian, Sep. 19, 2013).

Существование действительности, которую описывают пишущие, не подтверждается ими; представленная ими «Россия» – это созданные ими же самими дескрипции (mafia state; mafia regime; the most corrupt major economy in the world). Это чисто формальный прием, призванный навязать мнение о непредвзятом ха-

рактере сообщения, когда на самом деле речь идет о повторении одного и того же мифа о России в разных источниках.

Для придания этим дескрипциям ауры объективности, пишущие прибегают к такой форме изложения, как ссылка на мнение неких организаций (Transparency International, Freedom House, WikiLeaks).

О том, что миф является особым когнитивным механизмом репрезентации действительности в статьях о России в британской и американской прессе, свидетельствует тот факт, что СМИ создают новые мифы о России на основе мифологизации текущей политической ситуации и действующих в настоящее время политических лидеров.

В частности, наблюдается мифологизация образа президента Российской Федерации В.В. Путина через приписывание ему сходства с Джеймсом Бондом:

From Putin with love: As he takes to the sea in a mini-sub how the ruthless Russian leader is turning into a real-life Bond villain (Daily Mail, Jul. 18, 2013);

We have been expecting you 007! Russian leader Putin goes full Bond baddie in his mini submarine (Daily Mail, Jul. 15, 2013);

Putin, once a spy himself, wanted to be the James Bond of contemporary Russia, particularly given his physical resemblance to actor Daniel Craig, the current agent 007. But Putin was instead quickly labeled a Bond villain (Reuters, Aug. 27, 2014).

В приведенных примерах мифологическая репрезентация политика осуществляется на основе риторической модификации дискурса с помощью аргументативных стилистических приемов аллюзии (his physical resemblance to actor Daniel Craig, the current agent 007), иронии и сарказма (real-life Bond villain; We have been expecting you 007!). Как уже отмечалось, неориторика постулирует, что фигуры речи становятся аргументативными, если только они изменяют перспективу взгляда на предмет. В данном случае риторическая аргументация призвана навязать читающим мифологический взгляд на политического лидера России (But Putin was instead quickly labeled a Bond villain).

В.Р. Мединский указывает, что одним из самых устойчивых мифов о России в англоязычной прессе является миф о том, что россиянам не нужны руководите-

ли демократического типа, им нужен авторитарный лидер – царь или диктатор. «Русские – рабы в душе, для них нормально почитание жестокой и грозной власти. Только авторитарную, деспотическую власть они уважают, только ее принимают всерьез. Демократия для них совершенно невозможна» [Мединский, 2007, режим доступа: URL: [<http://dusha-rossii.ru/books/medinsky>]].

Данный миф лежит в основе дискурсивной репрезентации действительности в следующих примерах:

He's back: Vladimir Putin was inaugurated Monday to his third term as president of Russia. One thing about the Russians – they like their strongmen. First the czars, then Lenin, Stalin, Khrushchev and that lovable bear of a guy, Brezhnev (Los Angeles Times, May 7, 2012);

Without a heavy-handed leader, Russia struggles to maintain stability. Instability is inherent to Russia given its massive, inhospitable territory, indefensible borders, hostile neighboring powers and diverse population. Only when it has had an autocratic leader who set up a system where competing factions are balanced against each other has Russia enjoyed prosperity and stability (Forbes, Jun. 25, 2013);

Alexander II, Khrushchev, Gorbachev: the country's history is littered with failed reformers and idealists of all stripes, whereas the leaders it most reveres have been its cruellest ones: Ivan the Terrible, Peter the Great, Lenin, Stalin and now Putin (Guardian, Apr. 21, 2013);

But Russians don't have that history. Theirs is one in which revolutionary uprisings led to instability before being channeled by a system of control; one in which democracy is associated with a time of devastating economic collapse. We all know the long history of Russian strongmen – from Ivan the Terrible to Joseph Stalin – but can you imagine having that history as our own, having those leaders to look back on? (Time, Jul. 22, 2014).

В данных примерах действительность репрезентируется на основе мифа, упомянутого В.Р. Мединским. В них не столько излагаются реальные факты, сколько объясняется на основе данного мифа, популярность президента России В.В. Путина. Пишущими конструируется прошлое с помощью употребления аллюзий (First the czars,

then Lenin, Stalin, Khrushchev, Brezhnev; Ivan the Terrible, Peter the Great, Lenin, Stalin and now Putin; from Ivan the Terrible to Joseph Stalin); риторического вопроса (can you imagine having that history as our own, having those leaders to look back on?); метафоры (that lovable bear of a guy). Превосходная степень сравнения (its cruellest ones), противопоставление (stability – instability) и преувеличение (massive, inhospitable territory, indefensible borders) усиливают создаваемый образ России как огромной страны с неприветливой и незащищенной территорией, в связи с чем россиянами может управлять только авторитарный лидер.

В приведенных примерах представлены сконструированные медиафакты на основе мифов. В полном соответствии с теоретическими положениями о природе мифотворчества, проанализированные мифы создаются сознательно. Как подчеркивает П.С. Гуревич, они зависят от индивидуальных интересов конкретного пишущего и отражают его волевые порывы. Источником мифа является эмоция, некий аффект, а разум и логика подключаются позже, чтобы оправдать миф [Гуревич, 2001, с. 370-371].

Таким образом, проанализированные нами мифы создают эффект одного и того же постоянно пересказываемого нарратива, что свидетельствует о том, что мифы о России в англоязычных СМИ творятся сознательно. Это подтверждает вывод С.Н. Зарезиной о том, что мифы «продлевают жизнь» давно закончившихся событий, переводя их из области прошлого в область настоящего, и тем самым способствуют единообразному конструированию реальности разными пишущими [Зарезина, 2004, с. 180].

Итак, мы рассмотрели понятия стереотипизации и мифологизации через призму понятия дискурсивной репрезентации действительности – как когнитивные механизмы, лежащие в ее основе. Специфика использования данных механизмов заключается в том, что пишущие репрезентируют россиян и Россию с точки зрения того, как их «положено» репрезентировать в англоязычных СМИ. Стереотипы и мифы о России настолько востребованы в идеологическом плане, что реальные факты подвергаются переконструированию в идеологических целях.



### 3.5. Концептуальная метафора как организующий центр риторической модификации медиадискурса

Одним из важнейших когнитивных механизмов репрезентации действительности путем ее дискурсивного конструирования в медиадискурсе, несомненно, является когнитивный механизм создания концептуальной метафоры.

Когнитивная метафора выступает в качестве самостоятельного процесса, или механизма, репрезентации, поскольку наша концептуальная система, включающая в себя язык, восприятие, мышление, память, действие, носит преимущественно метафорический характер. С этой позиции метафора рассматривается как одна из форм концептуализации, когнитивный процесс, который выражает и формирует новые концепты и без которого невозможно получение нового знания [КСКТ].

Как показывает проведенный нами анализ, концептуальная (когнитивная) метафора, рассматриваемая в более узком смысле, через ее отдельные, конкретные проявления, выступает в качестве организующего центра риторической модификации медиадискурса, объединяющего в себе и сводящего воедино различные стилистические приемы.

Основные типы концептуальных метафор выявлены и классифицированы в многочисленных исследованиях [Баранов, 1991; Каслова, 2003; Чудинов, 2001; Зарезина, 2004; Красильникова, 2005; Будаев, 2006; Антипина, 2009; Ausmus, 1998; Bosman, 1991; Hardy, 2003 и др.].

В нашей работе мы придерживаемся классификации метафорических моделей, предложенной А.П. Чудиновым, в которой выделяются следующие базовые макромоделли:

- антропоморфная (делится на физиологическую, морбиальную, метафору родства и сексуальную) – человек концептуализирует объекты реальности исключительно по своему подобию;

- метафора природы (подразделяется на зооморфную и фитоморфную) – явления концептуализируются в терминах живой и неживой природы;

– социоморфная (сюда входят криминальная, милитарная, театральная, спортивная и игровая метафора) – в метафоре человек отражает социум, в котором он живет;

– артефактная (делится на метафору дома и метафору механизма) – человек концептуализирует объекты через их соотношения с созданными им вещами – артефактами [Чудинов, 2001, с. 53].

В нашем исследовании мы делаем акцент не на внутренних характеристиках и не на типах концептуальных метафор самих по себе, а в соответствии с темой нашего исследования, на том, каким образом с помощью концептуальной метафоры репрезентируется действительность.

В качестве примера дискурсивной репрезентации действительности, в которой концептуальная метафора выступает как организующий центр риторической модификации медиадискурса, рассмотрим статью “Welcome to Moscow. Paranoid, mischievous and heading in the wrong direction, Russia is an awkward prospect for Barack Obama” (Economist, Jul. 2, 2009) (полный текст статьи см. в Приложении 2).

В данной статье пишущий выступает в роли аналитика–публициста; наряду с освещением конкретного визита Б. Обамы в Москву, пишущий берет на себя роль «Судьи» и право критиковать политику России в целом и по отдельным аспектам.

Пишущий конструирует референтную ситуацию, главным образом, с помощью концептуальных метафор, вокруг которых группируются стилистические приемы. Общая риторическая модификация медиадискурса способствует созданию «мира-со-мной», в который пишущий полностью вовлечен [Плотникова, 2005б; 2006а], то есть «российская действительность» выступает здесь как продукт дискурсивного конструирования, а не как продукт чистого наблюдения и дискурсивного мониторинга.

Уже в заголовке статьи (Welcome to Moscow) употребляется прием иронии, в которой пишущий сразу же показывает свое негативное отношение к России, поскольку подзаголовок представляет собой морбиальную концептуальную мета-

фору РОССИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ ЧЕЛОВЕК (paranoid, mischievous) и метафору неверного пути (heading in the wrong direction), убеждающую читающих в том, что Россия поступает неправильно.

Эпитеты (paranoid, mischievous) репрезентируют Россию, сравнивая ее с психически больным и несерьезным человеком, как страну, страдающую параноидальным безумием и помешательством, указывают на подозрительность, недоверчивость, т.е. психические отклонения, что усиливает образ страны как тяжело больного человека, которому нужна медицинская помощь (Ср. paranoid – If you say, that someone is paranoid, you mean, that they are extremely suspicious, distrustful, and afraid of other people; mischievous person likes to have fun by playing harmless tricks or embarrassing people (CCED)).

С помощью креолизованного текста (Б. Обама, идущий в раскрытую пасть медведя), передающего визуальную информацию, создается зооморфная концептуальная метафора РОССИЯ – ЭТО МЕДВЕДЬ. Благодаря визуализации, данный креолизованный текст выполняет экспрессивную функцию, заключающуюся в выражении чувств адресанта, с целью воздействовать на эмоции адресата [Анисимова, 2003, с. 51]. Этот креолизованный текст вызывает у адресата ассоциативные связи с другими подобными концептуальными метафорами и сразу же привлекает внимание читающих к данной статье.

Следует подчеркнуть, что зооморфная концептуальная метафора РОССИЯ – ЭТО МЕДВЕДЬ является одной из самых широко распространенных метафор в британской и американской прессе, на что указывают многие исследователи, в частности, А.П. Чудинов [2001], С.Н. Зарезина [2004], Н.А. Красильникова [2005], Э.В. Будаев [2006], и др.

Приведем лишь некоторые примеры из статей, репрезентирующих Россию как медведя, из британской и американской прессы за 2009-2014 гг.:

The bear scare (Forbes, Sep. 7, 2009);

For the Russian bear is back. Like Dracula rising from his coffin, it now stalks the world long after we thought it dead and buried (New York Post, 3, Apr., 2010);

With Russia's \$650 billion rearmament plan, the bear sharpens its teeth (Christian Science Monitor, Feb. 28, 2011);

The graying bear is getting a make-over (Christian Science Monitor, Feb. 28, 2011);

The bear at the door. Russian nuclear bombers test U.S. air defenses in arctic war games during chilly Obama-Putin summit (Washington Free Beacon, Jun. 26, 2012);

The dying Russian bear strikes again (Reuters, 18, Jul., 2012);

Russian bear rises with Putin (New York Post, 11, Aug., 2013);

The lesson of the past week is that the Russian Bear is on the loose, and no one is able or willing to tie him down (Daily Mail, Jul. 24, 2014);

Meanwhile the Russian bear, still pretending to be an innocent party despite blood dripping from its paws, has begun stealthily rebuilding its forces on the border (Daily Mail, Jul. 18, 2014).

В приведенных примерах с помощью концептуальной метафоры РОССИЯ – ЭТО МЕДВЕДЬ Россия концептуализируется как сильный и агрессивный медведь, вырвавшийся на свободу.

Возвращаясь к анализируемой статье, следует подчеркнуть, что российская действительность также репрезентируется через упомянутые качества медведя. В частности, на это указывает эпитет (*dangerous Soviet-era weapons*), и эту характеристику России как опасной, агрессивной страны дополняет милитарная метафора (*Vlad the invader*).

Повтор прилагательного *awkward* в превосходной степени сравнения (*the most awkward*) акцентирует концептуальную метафору неверного пути, фокусируя внимание читающих не на конкретном визите Б. Обамы в Москву, а на неправильном выборе России в качестве партнера Америки. В конце статьи еще раз используется прилагательное *awkward* (*But this is going to be an awkward relationship, one where the West's expectations of success should be low*). В данном случае употребляется метонимия, с помощью которой выражается смысл, что не только Америка, но и весь Запад (*the West*) не должен ожидать ничего хорошего от отношений с Россией.

Возвращаясь к изложенному в теоретической главе диссертации положению о том, что в основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между двумя концептуальными доменами – сферой-источником (source domain) и сферой-мишенью (target domain), в результате чего две концептуальные сферы объединяются, то есть происходит процесс познания мира, в котором происходит понимание одной сущности действительности в терминах другой [Лакофф, 1996, 2004], проанализируем синтаксические приемы соединения двух сущностей.

Многократное употребление союза but (but that is not setting a very high hurdle for success; but also because it cannot be ignored; but there are plenty of pitfalls ahead; but ruinous for most Russians, etc.) сигнализирует об аргументативном характере статьи, доказывающем собственное мнение пишущего.

Собственная позиция автора, показывающая его негативное отношение к России, выражается с помощью включения пишущего в референтную ситуацию при помощи таких модусных слов, как mostly, though; meanwhile; most of all; ironically, а также включения пояснений автора, например: ruling elite (the people who stoke anti-Americanism even as they send their offspring to Western universities and buy up holiday homes in France).

При помощи употребления местоимений вместо конкретных имен (they weren't, and won't be for a long time) создается неопределенность и размытость референтной ситуации.

Референтная ситуация расширяется во времени, в частности, с помощью аллюзии (Soviet-era weapons; as they are soft on Stalin), а также благодаря не относящихся к делу рассуждениям пишущего о том, как Д. Медведев стал президентом (Last year in a pretence of democracy Mr. Putin installed Dmitry Medvedev (Mr. Obama's supposed host) as president while he himself became prime minister).

Употребляя криминальную метафору РОССИЯ – ЭТО КРИМИНАЛЬНЫЙ ИНДИВИД, пишущий конструирует псевдодействительность:

Over the past ten years, under Vladimir Putin's leadership, Russia has become more nationalistic, corrupt and corporatist. Its economy, although much bigger than a

decade ago, is even more dependent on oil and gas, an industry now controlled by a small group of kleptocratic courtiers and former spies.

При помощи сравнительной степени прилагательных (more nationalistic, corrupt and corporatist; much bigger than a decade ago; even more dependent on oil and gas), а также эпитетов (kleptocratic courtiers and former spies) Россия антропомофизируется, и далее концептуализация России как индивида дополняется ее концептуализацией как криминального индивида.

Повтор-хиазм (It was not America's fault that Russia failed to develop an independent judiciary, opting for corruption as the organising principle of its political system. Nor is it America's fault that Russia wasted the years of high oil prices) дополняет концептуализацию России как коррумпированного индивида.

В анализируемой статье, как и во всех ей подобных, вычленяется центральная концептуальная метафора, организующая вокруг себя все остальные концептуальные метафоры и все стилистические приемы.

В данном случае – это морбиальная концептуальная метафора РОССИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ ОРГАНИЗМ. В частности, с помощью эпитета (alarmingly) пишущий указывает на «тревожное» сокращение населения России, где уровень смертности в два раза выше, чем в большинстве развитых стран (its death rate double that in most developed countries). Выражения с семантикой ослабления, упадка (will weaken Russia; economy declining) подчеркивают экономическую слабость России, через концептуализацию ее болезни. Дополнительная концептуальная метафора ранения (Russia, self-esteem wounded) усиливает основную концептуальную метафору РОССИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ ОРГАНИЗМ.

Отметим, что данная концептуальная метафора так же, как и концептуальная метафора РОССИЯ – ЭТО МЕДВЕДЬ, является устойчивой и на постоянной основе используется в британской и американской прессе. Приведем некоторые примеры из других статей, в которых Россия представлена как больной организм:

Don't be too hard on those crazy Russian spies (New York Times, Jul. 10, 2010);

But for Vladimir V. Zhirinovskiy, who will challenge Vladimir V. Putin in Sunday's presidential elections, it was just another occasion for a jaunt into crazy land (New York Times, Mar. 2, 2012);

Russia is simply labelled "Paranoid Oil Empire" (Guardian, Feb. 17, 2012);

Russia the paranoid bully must be confronted (Times, May 30, 2013);

For Britain – or America – to try and lay down the law along Russia's extensive borders is barking mad; to use a tragic plane accident as *casus belli* equally so (Guardian, Jul. 25, 2014);

The economy remains unhealthy, thanks in part to the government's big Ottoman-style bureaucracy, much larger than a political entity of around 250,000 000 people can afford (National Interest, May 28, 2013);

And while there is a great deal that is second-rate about Russia, from its sagging transportation infrastructure to its shoddy health-care system, such blemishes, common to many nations, including the United States, are hardly evidence of a fatal malaise (National Interest, 28, Aug., 2014);

Russia isn't going anywhere. Critics tend to exaggerate its ailments or fail to place them in proper context (National Interest, 28, Aug., 2014).

С помощью данных метафор Россия концептуализируется как больной человек, страдающий болезнями (ailments), недомоганиями (malaise), и не в состоянии отвечать за свои действия. По мнению пишущих, болезни России связаны с отсутствием заботы и ухода и произошли в результате неправильного или неэффективного лечения. При этом Россия описывается как страна с такими психическими болезнями, как сумасшествие, помешательство (crazy, mad) и паранойя (paranoid).

Итак, в анализируемой статье используется набор концептуальных метафор, организующим центром которых выступает концептуальная метафора РОССИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ ОРГАНИЗМ. Посредством традиционного набора концептуальных метафор пишущий освещает конкретное событие так, как «положено» писать о России. Подобное использование концептуальной метафоры прослеживается во всем корпусе наших примеров.

В целом, когнитивный механизм концептуальной метафоры позволяет конструировать внеязыковую действительность как трансформацию окружающего мира пищиком, в результате чего создаются медиафакты, которые не являются фактами как таковыми, а являются информационными продуктами, которые структурируют действительность, сдвигая акценты с одних объектов на другие, становясь сильнейшими средствами манипуляции, основная цель которой – соответствующим образом воздействовать на адресата.



## ВЫВОДЫ ПО ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ

В данной главе выявлены конкретные когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе.

Прежде всего, мы проанализировали алгоритмы дискурсивного конструирования референтной ситуации, ведущие к созданию медиафакта.

Дискурсивно сконструированную референтную ситуацию мы определили как таковую в результате ее противопоставления ситуации, наблюдаемой коллективным субъектом и описываемой разными пишущими при помощи одних и тех же языковых средств. Когнитивный механизм конструирования референтной ситуации опирается на подчиненный ему когнитивный механизм дефокусирования референтов, суть которого состоит в том, что референты, входящие в наблюдаемую коллективную ситуацию, в их субъективном видении, заменяются на «другие» референты.

Еще одним алгоритмом конструирования референтной ситуации, выявленным нами, является алгоритм абстрагирования. Сконструированные путем абстрагирования (придания случайным, фоновым объектам свойств, общих для всех категориальных объектов) референты носят вторичный характер по отношению к соответствующим первичным референтам, на основе которых они и конструируются, в результате чего имеет место репрезентация некоей «другой» действительности, созданной пишущими.

Следующим алгоритмом конструирования референтной ситуации, обнаруженным нами, является генерализация, то есть замена конкретных предметов и участников более обобщенными описаниями.

Нами также выделяется такой алгоритм конструирования референтной ситуации, как мифологическая референция. Его суть – включение в ситуацию таких референтов, с помощью которых «положено» говорить о данной ситуации в дискурсивном сообществе пишущего.

Используя алгоритм референциально-тематического менеджмента, пишущие выступают в роли активных субъектов: они активно конструируют дискурс, т.е. осознанно управляют референтами и темами дискурса.

Референтная ситуация, при ее конструировании, произвольно расширяется во времени и пространстве, т.е. происходит конструирование не только настоящего, но и прошлого и будущего.

В качестве отдельного когнитивного механизма дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе мы выделили механизм включения пишущего в референтную ситуацию. Мы обнаружили, что действие этого механизма проявляется в использовании личностного нарратива вместо третьего лица, и доказали, что внедрение личностного нарратива в медиадискурс служит сигналом сконструированного медиафакта.

На основе анализа интерпретирующих модусных высказываний мы описали конкретные языковые маркеры описания пишущим самого себя. Описывая свои наблюдения, эмоции, мысли и переживания, пишущий занимает позицию не стороннего наблюдателя, а активного участника событий, то есть конструирует медиафакт.

Процессы стереотипизации и мифологизации были проанализированы нами через призму понятия дискурсивной репрезентации действительности – как когнитивные механизмы, лежащие в ее основе. Мы доказали, что специфика использования данных механизмов заключается в том, что пишущие репрезентируют действительность, исходя из стереотипных мнений и мифологических сюжетов, существующих в той культуре, к которой принадлежит пишущий.

Установлено, что концептуальная метафора выступает в качестве организующего центра риторической модификации медиадискурса и что когнитивный механизм концептуальной метафоры позволяет конструировать внеязыковую действительность как опыт трансформации окружающего мира пишущим, в результате чего создаются медиафакты, сдвигая акценты с одних объектов на другие и становясь сильнейшими средствами манипуляции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной диссертации была проанализирована общая теоретическая проблема дискурсивной репрезентации действительности, в результате чего была поставлена и решена конкретная исследовательская проблема анализа когнитивных механизмов, лежащих в основе дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе.

Как показал анализ теоретической литературы, в качестве самостоятельной лингвистической теории теория дискурсивной репрезентации действительности возникла в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы в лингвистике сравнительно недавно, чуть более десяти лет назад.

Опираясь на труды отечественных и зарубежных лингвистов в этой области, мы, вслед за ними, разграничиваем два типа репрезентации: когнитивную vs дискурсивную репрезентацию действительности.

В общетеоретическом плане дискурсивная репрезентация действительности понимается в современной лингвистике как объективированная в дискурсе когнитивная / ментальная репрезентация действительности, возникающая в сознании человека в процессе когниции – познания, познавания. Дискурсивная репрезентация действительности определяется, таким образом, как результат, дискурсивный продукт определенной когниции.

Для анализа конкретных процессов когниции мы принимаем в диссертации термин «когнитивный механизм», понимая под ним определенную репрезентационную практику, на основе которой осуществляется дискурсивное представление действительности.

В диссертации принимается также общетеоретическое положение о том, что репрезентация может, во-первых, отражать действительность, и, во-вторых, конструировать действительность. В первом случае, дискурсивная репрезентация отражает, то есть адекватно замещает собой объекты и ситуации действительности – контент дискурса полностью соответствует наблюдаемому положению вещей в мире. Такой тип репрезентации обозначается в литературе как дискурсивный мо-

нительный дискурс действительности. Во втором случае с помощью дискурса создается некая версия действительности: репрезентация не замещает существующие объекты и ситуации, но порождает их. Этот тип репрезентации обозначается в литературе как дискурсивное конструирование действительности.

Заложив теоретические основы исследования и проанализировав теорию дискурсивной репрезентации действительности, как она излагается в теоретических источниках, мы развиваем эту теорию в отношении медиадискурса.

В диссертации выдвигается и доказывается положение о том, что медиадискурсу присуща особая форма дискурсивной репрезентации действительности – медиатизация. Медиатизация объясняется нами с позиций неориторики и с позиций критической лингвистики. С одной стороны, мы понимаем под медиатизацией такую репрезентацию действительности, когда СМИ сами «создают» мир, производят действительность с помощью медиадискурса, что согласуется с идеями неориторики. С другой стороны, мы не принимаем радикальный постулат, отстаиваемый в ряде исследований, о том, что СМИ предлагают сконструированный ими собственный мир в качестве единственно возможного массовому адресату. Вслед за представителями критической лингвистики мы допускаем существование обеих контингентных реальностей: реальности происходящего и медиареальности.

Таким образом, под медиатизацией мы понимаем дискурсивную обработку действительности пишущими, их выбор одного из двух способов ее репрезентации в медиадискурсе – по типу «отражение» и по типу «конструирование».

В диссертации принимается также разграничение факт vs медиафакт. В отношении медиадискурса мы трактуем факты (отрезки непосредственно данной внешней реальности) через призму их социальной значимости: факты не требуют какого-то особого отбора, тем более «изготовления», а наоборот, сами по себе, требуют освещения ввиду их важности, то есть требуют дискурсивной репрезентации по типу «отражение». В медиатизации по типу «отражение» действительность репрезентируется объективно, поскольку когнитивными механизмами, лежащими в основе данного типа репрезентации, являются формирование и вери-

фикация истинных пропозиций о наблюдаемой ситуации. Вербализация разными пишущими одних и тех же пропозиций ведет к созданию ими одинакового нарратива, с некоторым его варьированием на языковом уровне. Таким образом, данное исследование развивает собой один из постулатов критической лингвистики – необходимость поиска критериев объективности медийного сообщения.

Медиафакт мы определяем как факт, специально отобранный или «изготовленный» пишущим в целях медиатизации. Во-первых, мы трактуем медиафакт как факт, специально отобранный пишущим из потока событий и сам по себе не имеющий всеобщей значимости. Во-вторых, медиафакт понимается нами как псевдособытие, сконструированное на основе реальных фактов, «изготовленное» из них, то есть предвзятое, представляющее собой некую «версию» действительности, чисто дискурсивный конструкт.

В диссертации впервые выявлены основные когнитивные механизмы конструирования действительности в медиадискурсе.

Установлено, что по отношению к медиадискурсу конструирование действительности представляет собой конструирование медиафактов как дискурсивных конструктов, созданных с помощью определенных когнитивных механизмов.

В диссертации определен базовый когнитивный механизм дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе: конструирование референтной ситуации.

Референтная структура сконструированной ситуации выявляется нами на основе ее противопоставления референтной структуре ситуации, объективно наблюдаемой коллективным субъектом, которая включает в себя референты, информативно значимые для описываемой действительной ситуации.

Обнаружено, что в сконструированной ситуации центральный референт – главный информативный компонент всего события – либо вовсе не упоминается, либо происходит его дефокусирование, выведение из фокуса внимания.

Алгоритм дефокусирования центрального референта осуществляется за счет расширения границ референтной ситуации во временные планы прошлого и будущего.

Помимо исключения центрального референта происходит общая замена референтов объективной картины мира «другими» референтами сконструированной картины мира, обозначаемыми соответствующими номинациями.

Подбор референтов и, соответственно, дискурсивных тем, их увязывание друг с другом мы обозначаем как алгоритм референциально-тематического менеджмента в конструировании референтной ситуации. С его помощью пишущие осознанно управляют референтами и темами дискурса в целях создания собственной версии действительности.

Обнаружено, что когнитивная обработка референтов при конструировании референтной ситуации осуществляется также с помощью алгоритмов абстрагирования и генерализации.

Действие алгоритма абстрагирования заключается в том, что при восприятии ситуации действительности пишущий абстрагируется от информативно значимых объектов и действий, составляющих собой новостное событие, и описывает объекты, информативно не значимые для новостного события. Пишущий распоряжается своим видением ситуации, направляя взгляд на то, что ему хочется видеть. При использовании алгоритма абстрагирования информативно незначимые референты выдвигаются на передний план, фон и фигура меняются местами; смещение референтов ведет к конструированию медиафакта как репрезентации личностной версии действительности.

Установлено, что алгоритм генерализации представляет собой замену конкретных референтов обобщенными номинациями, вследствие чего нарушается такое требование к референтному выражению, как существование объекта, на который данное выражение указывает. Благодаря этому репрезентируется такая «действительность», существование которой нельзя верифицировать, что зачастую влечет за собой фальсификацию действительности в медиадискурсе.

То же самое осуществляется и с помощью алгоритма мифологической референции: пишущий мифологизирует существующие объекты, приводя такие их дескрипции, которые превращают их в продукты воображения или даже вымысла.

В целом, суть когнитивного механизма конструирования референтной ситуации состоит в том, что референты, относящиеся к ситуации, наблюдаемой коллективным субъектом, в их авторском видении предстают по-иному, подвергаются переделыванию, в связи с чем в медиадискурсе «переделывается» и сама действительность.

Когнитивный механизм включения пишущего в референтную ситуацию предполагает его включение в нарративную действительность и, соответственно, создание иной ситуации действительности по сравнению с непосредственно наблюдаемой – создание картины «мира-со-мною» вместо «мира-без-меня». Использование личностного нарратива, описание пишущим самого себя, превалирование интенции мнения над интенцией истины ведет к конструированию медиафакта как личностной версии действительности.

Определено, что с помощью когнитивных механизмов стереотипизации и мифологизации реальные факты действительности подвергаются переконструированию с той целью, чтобы они соответствовали стереотипам и мифам, сложившимся в культуре, к которой принадлежит пишущий. В данном случае для пишущего стереотип или миф – первичное явление, а действительность – вторичное; пишущий репрезентирует действительную ситуацию, как это «положено» в его культуре, то есть как этого требует стереотипное мнение или мифологический сюжет. Репрезентируемая «действительность» – это созданные самим же пишущим дескрипции, соответствующие одному и тому же пересказываемому нарративу; в подобном медиадискурсе репрезентируется медиафакт как культурно обусловленная версия действительности.

Определено, что в создании медиафактов участвует также когнитивный механизм риторической модификации медиадискурса. В отношении медиадискурса мы установили четкое разграничение: риторически не модифицированный vs риторически модифицированный медиадискурс. В последнем обнаруживаются признаки конструирования действительности, а не ее объективного отображения, в особенности благодаря концептуальной метафоре как организующему центру используемых стилистических приемов. С помощью концептуальной метафоры

«действительность» выступает как продукт конструирования, а не чистого наблюдения и мониторинга, поскольку объекты действительности репрезентируются через не имеющие к ним непосредственного отношения объекты и их качества.

В диссертации доказано, что все обнаруженные когнитивные механизмы как репрезентационные практики представления действительности в медиадискурсе, как правило, функционируют совместно. Различные когнитивные механизмы проникают друг в друга, что усиливает их действие.

Проведенное исследование носит общетеоретический характер, поскольку в нем вскрываются общие механизмы когниции, познания действительности в медиадискурсе как таковом. Перспективой дальнейшего развития данной теоретической проблемы может стать исследование специфического репертуара языковых средств, с помощью которых происходит объективация обнаруженных общих когнитивных механизмов в том или ином языке.

Перспективой дальнейших исследований, открываемой настоящей работой, является также изучение когнитивных механизмов, лежащих в основе репрезентации действительности в дискурсах других типов, а также дальнейший анализ дискурсивного конструирования как теоретического понятия.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика теста и межкультурная коммуникация (На материале креолизованных текстов [Текст] : учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов / Е.Е. Анисимова. – М.: Академия, 2003. – 128 с.
2. Анисимова, Е.С. Прагматическая ситуация счастья и ее дискурсивная реализация в современном английском языке [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е.С. Анисимова. – Иркутск, 2007. – 178 с.
3. Анненкова, И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (лингвофилософский аспект) [Текст] : автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10, 09.00.13 / И.В. Анненкова. – М., 2012. – 60 с.
4. Антипина, О.В. Метафорический образ политической России начала XXI века в англоязычном сознании на материале англоязычных сайтов [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / О.В. Антипина. – Иркутск, 2009. – 18 с.
5. Арутюнова, Н.Д. Фактор адресата [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Известия РАН. Сер. литературы и языка. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 356-367.
6. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт [Текст] / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
7. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека [Текст] / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 905 с.
8. Баранов, А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры [Текст] // Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю. – М., 1991. – С. 184–193.
9. Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику [Текст] : учеб. пособие для вузов / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
10. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика [Текст] / Р. Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 615 с.
11. Безменова, Н.А. Теория и практика риторики массовой коммуникации: (научно–аналитич. обзор) [Текст] / Н.А. Безменова. – М.: ИНИОН, 1989. – 38 с.

12. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман: пер. с англ. яз. Е. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
13. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия [Текст] / В.М. Березин. – Серия: Практическая журналистика. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 153 с.
14. Болдырев, Н.Н. О типологии знаний и их репрезентации в языке: сб. науч. тр. [Текст] / Н.Н. Болдырев / отв. ред. Н.Н. Болдырев; Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, Общероссийская общественная организация «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2007. – С. 12-28.
15. Болдырев, Н.Н. Когнитивные механизмы морфологической репрезентации в языке [Текст] / Н.Н. Болдырев, Н.А. Беседина // Известия РАН. – Серия литературы и языка. – 2007, т. 66. – №1. – С. 3-10.
16. Болдырев, Н.Н. Категории как форма репрезентации знаний в языке [Текст] // Концептуальное пространство языка: Сб. науч. тр. / Под ред. Проф. Е.С. Кубряковой; Федеральное агентство по образованию, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2005. – С. 16-39.
17. Борисенко, И.В. Национальный образ России: философско-культурологический анализ [Текст] : дис. ...канд. филол. наук : 9.00.13 / И.В. Борисенко. – Ростов-на-Дону, 2008. – 136 с.
18. Боровикова, К.В. Дискурсивный мониторинг мира говорящим / пишущим как наблюдателем (на материале спортивных репортажей в современных англоязычных средствах массовой информации) [Текст] : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / К.В. Боровикова. – Иркутск, 2007. – 188 с.
19. Брокмейер, Й. Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы [Текст] / Й. Брокмейер, Р. Харре // Вопросы философии. – 2000. – №3. – С. 29-42.

20. Будаев, Э.В. Метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Э.В. Будаев. – Екатеринбург, 2006. – 232 с.
21. Васильев, Л.М. Семантика русского глагола [Текст] / Л.М. Васильев. – М.: Высшая школа, 1981. – 185 с.
22. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации. Практикум [Текст] / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М.: АСТ МОСКВА: Восток – Запад, 2008. – 316 с.
23. Виноград, Т.К. К процессуальному пониманию семантики [Текст] / Т.К. Виноград // Новое в зарубежной лингвистике: Прикладная лингвистика. Вып. XII. – М., 1983. – С. 123-171.
24. Винокур, Т.Г. Говорящий – слушающий: варианты речевого поведения [Текст] / Т.Г. Винокур. – М.: Наука, 1993. – 172 с.
25. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика [Текст] / Р. Водак: пер. с англ. и нем. яз. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
26. Володина, М.Н. Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия [Текст] : учеб. пособие / под ред. М.Н. Володиной. / М.Н. Володина // Язык средств массовой информации. – М.: Академический проспект; Альма Матер, 2008. – С. 27-48.
27. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Наука. – 1981. – 140 с.
28. Глаголев, Н. В. Ложная информация и способы ее выражения в тексте [Текст] / Н.В. Глаголев // Филологические науки. – 1987. – № 4. – С. 217-237.
29. Гуревич, П.С. Социальные мифы [Текст] : учеб. пособие / под ред. Д.Я. Райгородской./ П.С. Гуревич // Реклама: Внушение. Манипуляция: – Самара: БАХРАХ-М, 2001. – С. 369-381.
30. Граудина, Л.К. Средства массовой информации и культура речи [Текст] : учеб. пособ. / Под ред. Граудиной Л.К., Ширяева Е.Н. / Л.К. Граудина // Культура русской речи /– М.: Норма, 2000. – 560 с.
31. Гройс, Б. Под подозрением. Феноменология медиа [Текст] / Б. Гройс. – М. : Художественный журнал. – 2006. – 199 с.

32. Данилова, А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации [Текст] / А.А. Данилова. – М.: Добросвет, КДУ, 2011. – 232 с.
33. Дейк, Т.А. ван. Вопросы прагматики текста [Текст] / Т. А. ван Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 8. Лингвистика текста. – 1978. – С. 259-337.
34. Дейк, Т.А. ван. Стратегии понимания связного текста [Текст] / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – 1988. – С. 157 – 212.
35. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. А. ван Дейк / Пер. с англ.– М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
36. Делез, Ж. Логика смысла [Текст] / Ж. Делез / пер. с франц. – М.: Раритет, Екатеринбург: Деловая книга, 1998. – 480 с.
37. Демьянков, В.З. Событийность в языке средств массовой информации [Текст] / В.З. Демьянков // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тезисы докладов Международной научной конференции. Москва, филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 25-27 октября 2001 г. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001. – С. 59-60.
38. Демьянков, В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка [Текст] / В.З. Демьянков // Язык. Личность. Текст: Сб. статей к 70-летию Т.М. Николаевой / Отв. ред. В.Н. Топоров. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 34-55.
39. Демьянков, В.З. К проблеме ментальных репрезентаций [Текст] / В.З. Демьянков, Е.С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. – М.: Институт языкознания; Тамбов: Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2007. – № 4. – С. 8–16.
40. Детинко, Ю.И. Дискурсивное конструирование чужеродности в современной британской политической коммуникации [Текст] : автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Ю.И. Детинко. – Волгоград, 2013. – 22 с.
41. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.

42. Добросклонская, Т.Г. Язык средств массовой информации [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: КДУ, 2012. – 116 с.
43. Долинин, К.А. Интерпретация текста: Французский язык [Текст] : учеб. пособие / К.А. Долинин – М.: КомКнига, 2010. – 304 с.
44. Домышева, С.А. Политический дискурс в пространстве дискурса реагирования (на материале британской и американской прессы за 2000-2007 гг.) [Текст] : дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / С.А. Домышева. – Иркутск, 2009. – 188 с.
45. Дубровский, Д.И. Обман как социальный феномен [Текст] : учеб. пособие для факультетов психологии, социологии, экономики и журналистики / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. / Д.И. Дубровский // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход:– Самара, 2001. – С. 579-581.
46. Еемеерен, Х. ван. Речевые акты в аргументативных дискуссиях. Теоретическая модель анализа дискурса, направленного на разрешение конфликта мнений [Текст] / Х. ван Еемеерен. – СПб.: Васильевский остров, 1994. – 239 с.
47. Желтухина, М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография [Текст] / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
48. Желтухина, М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ [Текст]: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19 / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкозн. РАН. – 2004. – 44 с.
49. Зарезина, С.Н. Устойчивые личностные смыслы в аспекте межкультурной коммуникации (на материале статей о России в англоязычной прессе за 1991-2004 гг.) [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С.Н. Зарезина. – Иркутск, 2004. – 236 с.
50. Землянова, Л.М. Коммуникативистика и средства массовой информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов [Текст] / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Московского университета, 2004. – 416 с.

51. Зильберт, Б.А. Проблемы классификации текстов массовой информации [Текст] / Б.А. Зильберт // Известия РАН. Сер. лит-ры и языка. – 1986. – Т. 45. – № 1. – С. 70-80.
52. Иванова, И.Ю. Медиафакт [Текст] / И.Ю. Иванова // Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь-справочник. – М.: Агенство КРПА Олимп, 2005. – С. 701-705.
53. Ивин, А.А. Основы теории аргументации. [Текст] : учеб. пособие / А.А. Ивин – М.: Владос, 1997. – 352 с.
54. Ильинова, Е.Ю. Концептуализация вымысла в языковом сознании и тексте [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Е.Ю. Ильина – Волгоград, 2009. – 445 с.
55. Ирисханова, О.К. Игры фокуса в языке. Семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования [Текст] / О.К. Ирисханова. – М.: Языки славянской культуры, 2014. – 320 с.
56. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. – М.: Эдиториал УРСС, 2003. – 284 с.
57. Каслова, А.А. Метафорическое моделирование президентских выборов в России и США (2000 г.) [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / А.А. Каслова. – Екатеринбург, 2003. – 208 с.
58. Кассирер, Э. Политические мифы [Текст] : учеб. пособие / под ред. Д.Я. Райгородской. / Э. Кассирер: пер. с англ. яз. А.В. Иванова // Реклама: Внушение. Манипуляция – Самара: БАХРАХ-М, 2001. – С. 382-394.
59. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 832 с.
60. Карасик, В.И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации [Текст] / В.И. Карасик. – Саратов, 2000. – с. 28
61. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

62. Кибрик, А.А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс [Текст] / А.А. Кибрик // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проспект, 2011. – С. 79-85.
63. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну [Текст] / Н.Б. Кириллова. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
64. Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования [Текст] / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – №2 (73). – 2010. – Вып.11. – С.13-21
65. Красильникова, Н.А. Метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории СВОИ – ЧУЖИЕ в экологическом дискурсе США, России и Англии: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 [Текст] / Н.А. Красильникова – Екатеринбург, 2005. – 231 с.
66. Кубрякова, Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира [Текст] / Е.С. Кубрякова – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
67. Кубрякова, Е.С. О термине «дискурс» и стоящей за ним структуре знания [Текст] / Е.С. Кубрякова // Язык. Личность. Текст. Сб. ст. к 70-летию Т.М. Николаевой / Отв. ред. В. Н. Топоров. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 23-33.
68. Куликова, Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурном общении: монография [Текст] / Л.В. Куликова. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 288 с.
69. Лакофф, Дж. Когнитивное моделирование [Текст] / Дж. Лакофф // Язык и интеллект. – М.: Изд. Группа «Прогресс», 1996. – С. 143-184.
70. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Дж. Лакофф, Джонсон М. // – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
71. Лебедько, М.Г. Языковая реализация стереотипов России и россиян в американском журнале «Тайм» [Текст] / М.Г. Лебедько // Культурно-языковые контакты : сб. науч. тр. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2008. – Вып. 11. – С. 246-258.

72. Лебедевко, М.Г. Топикализация дискурса о России в журнале «Time» [Текст] / М.Г. Лебедевко // Культурно-языковые контакты : сб. науч. тр. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – Вып. 13. – С. 16-30.
73. Лебедевко, М.Г. Переход от этнических стереотипов к общей идентичности в мультикультурном аспекте [Текст] / М.Г. Лебедевко // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2010. – № 2 (26). – С. 68- 74.
74. Лосев, А.Ф. Диалектика мифа [Текст] / А.Ф. Лосев. – М.: Мысль, 2001. – 429 с.
75. Лихачев, Д.С. Концептосфера русского языка [Текст] / Д.С. Лихачев // Известия РАН. Сер. литературы и языка. – 1993. – Т. 52. – № 1. – С. 3-10.
76. Луман, Н. Общество как социальная система [Текст] / Н. Луман. – М.: Логос, 2004. – 118 с.
77. Луман, Н. Медиа коммуникации [Текст] / Н. Луман. – М.: Логос, 2005а. – 280 с.
78. Луман, Н. Реальность массмедиа [Текст] / Н. Луман. – М.: Праксис, 2005б. – 256 с.
79. Меграбова, Э.Г. Вербализация образа России в масс-медийном дискурсе Запада и Востока [Текст] / Э.Г. Меграбова, М.Г. Лебедевко, З.Г. Прошина и др. // Культурно-языковые контакты: сб. науч. тр. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2009а. – Вып. 13. – С. 30-54.
80. Меграбова, Э.Г. Образ России в дискурсе журнала Newsweek [Текст] / Э.Г. Меграбова, А.И. Эдличко и др. // Языковая репрезентация образа России в публицистическом дискурсе стран Запада и Востока: кол. монография.– Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2009б. – С. 7-66
81. Мединский, В.Р. Мифы о России [Электронный ресурс] / В.Р. Мединский, – 2007. – Режим доступа: URL: [<http://dusha-rossii.ru/books/medinsky>] (дата обращения: 12.09.2014)
82. Мейзеровский, В.М. Философия и неориторика [Текст] / В. М. Мейзеровский. – К.: Лыбидь, 1991. – 192 с.



83. Москаленко, Е.С. Личностный нарратив как когнитивный принцип организации массмедийного дискурса [Текст] / Е.С. Москаленко // Вестник Иркутского Государственного Лингвистического Университета сер. Филология. – Иркутск, 2009. – №1. – С. 175-181.
84. Мрочко, Л.В. Теория и практика массовой информации [Текст] : учеб. пособие / Л.В. Мрочко. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 240 с.
85. Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования [Текст] / М.М. Назаров. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – С. 131-233.
86. Негрышев, А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях [Текст] : учеб. пособие / А.А. Негрышев. – Владимир: ВГГУ, 2009. – 144 с.
87. Ноэль-Нейман, Э. Стереотип как средство распространения общественного мнения [Текст] : учеб. пособие / под ред. Д.Я. Райгородской / Э. Ноэль-Нейман // Реклама: Внушение. Манипуляция. – Самара: БАХРАХ-М, 2001. – С. 317-326.
88. Олешков, М.Ю. Педагогический дискурс [Текст] : учеб. пособие / М.Ю. Олешков. – Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2012. – 310 с.
89. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса: монография [Текст] / А.В. Олянич. – Волгоград: Парадигма, 2004. – 507 с.
90. Орлова, О.Г. Актуализация концепта “Russia” («Россия») в американской публицистике: на примере дискурса еженедельника “Newsweek” 10.02.19 [Текст] / автореф. дис. ... канд. филол. наук: О.Г. Орлова. – Волгоград, 2005. – 22 с.
91. Падучева, Е.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью [Текст] / Е.В. Падучева. – М.: Наука, 1985. – 272 с.
92. Падучева, Е.В. Семантика нарратива [Текст] / Е.В. Падучева // Семантические исследования. – М.: Школа «Языки русской культуры». – 1996. – С. 193-405.

93. Падучева, Е.В. Игра со временем в первой главе романа В. Набокова «Пнин» [Текст] / Е.В. Падучева // Язык. Личность. Текст: сб. ст. к 70-летию Т.М. Николаевой. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 916-931.
94. Панченко, Н.Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе [Текст]: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Н.Н. Панченко. – Иркутск, 2005. – 206 с.
95. Панченко, Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория [Текст]: автореф. дис. ...докт. филол. наук: 10.02.19 / Н.Н. Панченко. – Волгоград, 2010. – 44 с.
96. Плотникова, С.Н. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах) [Текст] / С.Н. Плотникова. – Иркутск: ИГЛУ, 2000. – 244 с.
97. Плотникова, С.Н. Корпоративность при выражении мнения в массмедийных текстах [Текст] / С.Н. Плотникова. Политический дискурс в России – 6: Материалы постоянно действующего семинара (Москва, 7 ноября 2002 года) / Под ред. В.Н. Базылева, В.Г. Красильниковой. – М.: МАКС Пресс, 2002. – С. 70-72.
98. Плотникова, С.Н. Языковая, коммуникативная и дискурсивная личность: к проблеме разграничения понятий [Текст] / С.Н. Плотникова // Вестник Иркутского Государственного Лингвистического Университета, серия «Лингвистика дискурса». – Иркутск: ИГЛУ, 2005а. – С. 5-16.
99. Плотникова, С.Н. Я-Наблюдатель и Я-Конструктор: Дискурсивный мониторинг и дискурсивное конструирование мира [Текст] / С.Н. Плотникова // Лингвистические парадигмы и лингводидактика : Материалы X Международной научно-практической конференции (Иркутск 14-18 июня 2005). – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2005б. – Ч. 1 – С. 101-107.
100. Плотникова, С.Н. Когнитивно-дискурсивная деятельность: наблюдение и конструирование [Текст] / С.Н. Плотникова // *Studia Linguistica Cognitiva*. Вып. 1. Язык и познание: Методологические проблемы и перспективы. – М.: Гнозис, 2006а. – С. 66-81.

101. Плотникова, С.Н. Значение, смысл, концепт: трактовка с позиций когнитивной семантики [Текст] / С.Н. Плотникова // Лингвистические парадигмы и лингводидактика: материалы XI Международной научно-практической конференции, Иркутск, 13-16 июня 2006 г. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2006б – С. 137-143.
102. Плотникова, С.Н. Дискурсивные технологии и дискурсивное оружие как реалии современной информационной эпохи [Текст] / С.Н. Плотникова // Технологизация дискурса в современном обществе: кол. монография / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2011. – С. 6-44.
103. Плотникова, С.Н. Когнитивная траектория дискурсивизации: дестинация, стратегия, технология [Текст] / С.Н. Плотникова, Е.Ф. Серебренникова // Вестник Иркутского Государственного Лингвистического Университета. – Иркутск, 2013. – №1. – С. 183-188.
104. Плотникова, С.Н. Дискурсивное конструирование как теоретическое понятие [Текст] / С.Н. Плотникова // Известия Волгоградского Государственного Педагогического Университета, серия «Филологические науки». – Волгоград, 2014а. – № 5 (90). – С. 41-46.
105. Плотникова, С.Н. Дискурсивное конструирование социального мира [Текст] / С.Н. Плотникова // Дискурс как социальная деятельность: приоритеты и перспективы: материалы II Международной научной конференции, Москва, 16 - 17 октября 2014 года. – Часть 1. – М., 2014б – С. 27-29.
106. Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 352 с.
107. Рассел, Б. Человеческое познание: его сфера и границы [Текст] / Б. Рассел: Пер. с англ. яз. Н. Воробьева. – М.: ТЕРРА-Книжный клуб, Республика, 2000. – 464 с.
108. Реферовская, Е.А. Лингвистические исследования структуры текста [Текст] / Е.А. Реферовская. – Л.: Наука, 1983. – 216 с.
109. Рождественский, Ю.В. Общая филология [Текст] / Ю.В. Рождественский. – М.: Фонд «Новое тысячелетие», 1996. – 326 с.

110. Рождественский, Ю.В. Теория риторики [Текст] : учеб. пособие / под ред. В.И. Аннушкина / Ю.В. Рождественский. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 512 с.
111. Рюмин, А.М. Современные стереотипы о России в массовом сознании жителей стран Запада [Текст] / дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / А.М. Рюмин. – Нижний Новгород, 2012. – 148 с.
112. Свинцов, В.И. Заблуждение, ложь, дезинформация (соотношение понятий и терминов) [Текст] / В.И. Свинцов // Философские науки. – 1982. – № 1. – С. 76-84.
113. Серебренникова, Е.Ф. Интернет-дискурс: к проблеме семиотрии значимых параметров лингвистического анализа [Электронный ресурс] / Е.Ф. Серебренникова // Magister Dixit: электронный научно-педагогический журнал Восточной Сибири. – 2011. – №2. – Режим доступа: URL: [http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya\\_serebrennikova\\_ef\\_0.pdf](http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya_serebrennikova_ef_0.pdf) (дата обращения: 20.12.2013).
114. Серкова, Н.И. Предпосылки членения текста на сверхфразовом уровне [Текст] / Н.И. Серкова // Вопросы языкознания. – М., 1978, №3. – С. 75-82.
115. Серль, Дж. Р. Референция как речевой акт [Текст] / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 13. Логика и лингвистика (Проблемы референции). – М.: Радуга, 1982. – С. 179-202.
116. Слышкин, Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе [Текст] / Г.Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
117. Солодкова, Е.В. Женский автореферентный дискурс в английском языке [Текст] / дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е.В. Солодкова. – Иркутск, 2012. – 204 с.
118. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности [Текст] / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца XX в.: сб. ст. – М.: Росгуманитарный университет, 1995. – С. 35-73.

119. Степанов, Ю. С. Константы. Словарь русской культуры [Текст] / Ю. С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
120. Степанов, Ю.С. Между системой и текстом – дискурс [Текст] / Ю.С. Степанов // Язык и метод. К современной философии языка. – М.: Языки русской культуры, 1998. – С. 655-688.
121. Талми, Л. Отношение грамматики к познанию / Л. Талми // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 1999. – № 6. – С. 88-121.
122. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати [Текст] / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 193 с.
123. Тодоров, Ц. Теории символов [Текст] / Ц. Тодоров. – М.: Дом интеллектуальной книги, Русское феноменологическое общество, 1998. – 408 с.
124. Тоффлер, Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. – М.: ООО Фирма «Издательство АСТ», 2004. – 261 с.
125. Трофимова, Н.А. Мозаика смысла: элементы и операторы их порождения [Текст] / Н.А. Трофимова. – СПб.: ИВЭСЭП, 2009. – 120 с.
126. Тураева, З. Я. Лингвистика текста [Текст] / З. Я.Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
127. Филиппов, К.А. Лингвистика текста и проблемы анализа устной речи [Текст] / К.А. Филиппов. Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1989. – 97 с.
128. Фуко, М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет [Текст] / М. Фуко. – М.: Касталь, 1996. – 448 с.
129. Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000) [Текст] /А.П. Чудинов / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.
130. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
131. Щерба, Л.В. Языковая система и речевая деятельность [Текст] / Л.В. Щерба. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 428 с.

132. Щербатых, Ю.В. Искусство обмана [Текст] / Ю.В. Щербатых. – Популярная энциклопедия. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2005. – 720 с.
133. Якобсон, Р. Лингвистика и поэтика [Текст] / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. – С. 193-230.
134. Якобсон, Р. Язык в отношении к другим системам коммуникации [Текст] / Р. Якобсон // Избранные работы по лингвистике / пер с англ., нем., франц. языков; сост. В.А. Звегинцев. – Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртене, 1998. – С. 319-330.
135. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко. – М.: Петрополис, 1998. – 432 с.
136. Abelson, R.P. Psychological status of the script concept [Text] / R.P. Abelson // American Psychologist. – V. 36 (7). – Yale: Yale University Press, 1981. – P. 715-729.
137. Ausmus, W. Pragmatic uses of metaphor: models and metaphor in the nuclear winter scenario [Text] // Communication Monographs. – 1998. – Vol. 65. – № 1. – P. 67–82.
138. Austin, J. L. How to Do Things with Words [Text] / J. L. Austin. – London: Oxford University Press, 1971. – 167 p.
139. Ashmore, M. Discourse, rhetoric and reflexivity: seven days in the library [Text] /M. Ashmore, G. Myers, J. Potter / Handbook of Science, Technology and Society, London: Sage, 1994. – P. 321-342.
140. Atkinson, P. The Ethnographic Imagination: Textual Constructions of Reality [Text] / P. Atkinson, London: Routledge, 1990. – 208 p.
141. Bell, A. The Language of News Media [Text] / A. Bell. – Oxford: Blackwell, 1991. – 296 p.
142. Billig, M. Social representations, objectification and anchoring: A rhetorical analysis [Text] / M. Billig // Social Behaviour. – 1988. – №3. – P. 1-16.
143. Bosman, J. Effects of literal and metaphorical persuasive messages [Text] / J. Bosman, L. Hagendoorn // Metaphor and Symbolic Activity. –1991. – Vol. 6(4).

144. Bruner, J. The narrative construction of reality [Text] / J. Bruner // *Inquiry*. – 1991. – Vol.18 – P. 1-21.
145. Clark, H.H. Psychological processes as linguistic explanation [Text] / H.H. Clark, S.E. Haviland // *Explaining Linguistic Phenomena* / Ed. by D. Cohen. – Washington, D.C.: Hemisphere. – 1974. – P. 91-124.
146. Chafe, W.L. Cognitive constraints on information flow [Text] / W.L. Chafe // *Coherence and Grounding in Discourse: Outcome of Symposium* / Ed. By R.S. Tomlin (Eugene, Oregon, June 1984). – *Typological Studies in Language*. – V. 11. – Amsterdam (Philadelphia): John Benjamins Publishing Company, 1987. – P. 21-51.
147. Chafe, W.L. *Discourse, Consciousness, and Time: The Flow and Displacement of Conscious Experience in Speaking and Writing* [Text] / W. Chafe. – Chicago: The University of Chicago Press, 1994. – 327 p.
148. Chatman, S. *Coming to Terms: the Rhetoric of Narrative in Fiction and Film* [Text] / S. Chatman. – Ithaca: Cornell University Press, 1990. – 240 p.
149. Dijk, T.A. van. Sentence topic and discourse topic [Text] / T.A. van Dijk // *Papers in Slavic Philology 1: In Honour of James Ferrell*. Ann Arbor / Ed. by B.A. Stolz, MI: Department of Slavic Languages and Literature, University of Michigan. – 1977. – P. 125-192.
150. Dijk, T.A. van. Cognitive psychology and discourse: recalling and summarizing stories [Text] / T. A. van Dijk, W. Kintsch // *Current Trends in Textlinguistics* / Ed. by W.U. Dressler. – Berlin: Walter de Gruyter, 1978. – P. 61-80.
151. Dijk, T.A. van. *Macrostructures* [Text] / T.A. van Dijk. – Hillsdale, N.Y.: Lawrence Erlbaum. – 1980. – 200 p.
152. Dijk, T.A. van. Introduction [Text] / T.A. van Dijk // *Handbook of Discourse Analysis*. – Vol. 3: *Discourse and Dialogue*. – London: Academic Press. – 1985. – P. 2-7
153. Dijk, T.A. van. *News as Discourse* [Text] / T.A. van Dijk // Lawrence Erlbaum Associates. – 1988. – 200 p.

154. Dijk, T.A. van. Principles of critical discourse analysis [Text] / T.A. van Dijk // Discourse and Society. – London : SAGE (Newbury Park and New Delhi). – Vol. 4(2). – 1993. – P. 249-283.
155. Dijk, T.A. van Power in the media [Text] / T.A. van Dijk // In D. Paletz (Ed.), Political Communication and Action. Cresskill, NJ: Hampton Press, 1995. – P. 9-36.
156. Edwards, D. Discourse and Cognition [Text] / D. Edwards. – London: Sage Publ Inc, 1996. – 368 p.
157. Fairclough, N. Critical discourse analysis. A multidisciplinary introduction [Text] / N. Fairlough // Discourse as Social Interaction. Discourse Studies / Ed. by T.A. van Dijk. – London: Sage, 1997. – P. 271-280.
158. Fairclough, N. Language and Power [Text] / N. Fairclough. – Longman Group UK Limited, 1989. – 253 p.
159. Fodor, J. A. Concepts: Where Cognitive Science Went Wrong [Text] / J.A. Fodor. – Oxford: Clarendon Press, 1998. – 180 p.
160. Fowler, R. Language and Control [Text] / R. Fowler, Hodge B., Kress G. Critical Discourse Analysis. – Routledge and Kegan Paul, 1979. – 224 p.
161. Fowler, R. Language in the News. Discourse and Ideology in the Press. [Text] / R. Fowler. – Routledge, 1991. – 224 p.
162. Graber, D. A. Processing the News: How People Tame the Information Tide [Text] / D.A. Graber. – New York; London: Longman, 1984. – 241 p.
163. Halliday, M.A.K. Notes on Transitivity and Theme in English. Part 1 [Text] / M.A.K. Halliday // Journal of Linguistics. – Cambridge: Cambridge University Press. – 1967. – № 3. – P. 37-81.
164. Harvey, A.D. The Body Politic: Anatomy of a Metaphor // Contemporary Review. – 1999. – Vol. 275. – Issue 1603. – P. 85–93.
165. Jackendoff, R. Consciousness and the Computational Mind [Text] / R. Jackendoff. – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1989. – 356 p.
166. Kintsch, W. Notes of the structure of semantic memory [Text] / W. Kintsch // Organization of Memory / Ed. by E. Tulving, W. Donaldson. – N.Y.: Academic Press, 1972. – P. 247-308.



167. Labov, W. Narrative analysis: oral versions of personal experience [Text] / W. Labov, J. Waletzky // *Journal of Narrative and Life History*. – 1997. – Vol. 7. – P. 3-38.
168. Lakoff, G. *Women, Fire & Other Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind?* [Text] / G. Lakoff. – Chicago: The University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
169. Lakoff, G. *The Contemporary theory of metaphor* [Text] / G. Lakoff // *Metaphor and Thought* / edited by Andrew Antony (2d edition). – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – P. 202-251.
170. Langacker, R. *Foundation of Cognitive Grammar* [Text] / R. Langacker. – Vol. 1. *Theoretical Prerequisites*. – Stanford: Stanford University Press, 1987. – 516 p.
171. Lippmann, W. *Stereotypes* [Text] W. Lippmann // *Language in Uniform. A reader on Propaganda* / Ed. N.A. Ford. – New York, 1967. – 289 p.
172. Litton, L. Social representations in the ordinary explanation of a 'riot' [Text] / L. Litton, J. Potter // *European Journal of Social Psychology*. – 1985. – №15. – P. 371-388.
173. McKinlay, A. *Discourse analysis and social representations* [Text] / A. McKinlay, J. Potter, Wetherell, M. // *Empirical Approaches to Social Representations*. 1993. – P. 134-156.
174. McLuhan, M. *Understanding Media: The Extensions of Man* [Text] / M. McLuhan. – London First Sphere Books Edition, 1967. – 318 p.
175. Minsky, M. *A Framework for Representing Knowledge* [Text] / M. Minsky // *Frame Conceptions and Text Understanding* / Ed. by D. Metzger. – Berlin: Walter de Gruyter, 1980. – P. 1-25.
176. Montgomery, M. *The Media* [Text] / M. Montgomery, D. Edington B. – London: British Council. – 1996 – 265 p.
177. Moscovici, S. *Social representations and pragmatic communication* [Text] / S. Moscovici // *Social Science Information*. – 1994. – № 33. – P. 163-177.
178. Ochs, E. *Narrating the self* [Text] / E. Ochs, L. Capps // *Annual Review of Anthropology*. – 1996. – №25. – P. 19-43.

179. Perelman, Ch. The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation [Text] / Ch. Perelman, L. Olberchts-Tyteca. – London: University of Notre Dame Press, 1969. – 566 p.
180. Potter, J. Re-representing representations [Text] / J. Potter, M. Billig // Ongoing Production on Social Representations. – 1992. – № 1. – P. 15-20.
181. Potter, J. Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction [Text] / J. Potter. – London: Sage, 1996. – 253 p.
182. Potter, J. Discursive constructionism [Text] / J. Potter, A. Hepburn // Holstein J.A. and Gubruin A. (Eds). Handbook of Constructionist Research. – New York: Guildford. – 1998. – P. 275-293.
183. Potter, J. Social representations, discourse analysis and racism [Text] / J. Potter, M. Wetherel // The Psychology of the Social. – 1998. – P. 138-155.
184. Potter, J. Social representation and discursive psychology: from cognition to action [Text] / J. Potter, D. Edwards // Culture & Psychology. – 1999. – Vol.5 (4). – P. 447-458.
185. Prince, E.F. Towards a Taxonomy of Given-new Information [Text] / E.F. Prince // Radical Pragmatics / Ed. by P. Cole. – N. Y.: Academic Press, 1981. – P. 281-297
186. Schank, R. Scripts, Goals and Understanding. An Inquiry into Human Knowledge Structures [Text] / R. Schank, R. Abelson. – Hillsdale, N. Y.: Lawrence Erlbaum Associates, 1977. – 248 p.
187. Searle, J.R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language [Text] / J.R. Searle. – Cambridge University Press, 1969. – 203 p.
188. Shannon, C. The Mathematical Theory of Communication [Text] / C. Shannon, W. Weaver. – The University of Illinois Press, 1964. – P. 7 (1-е изд. 1949)
189. Torfing, J. New Theories of Discourse: Laclau, Mouffe and Zizec [Text] / J. Torfing. – Oxford: Wiley-Blackwell, 1999. – 342 p.
190. Wagner, W. Social representations and beyond: brute facts, symbolic coping and domesticated worlds [Text] / W. Wagner // Culture & Psychology. – 1998. – № 4. – P. 297-299.

191. Wetherell, M. Mapping the Language of Racism: Discourse and the Legitimation of Exploitation [Text] / M. Wetherell, J. Potter / Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf; New York : Columbia University Press, 1992. – 246 p.
192. Willis, J. The Shadow World: Life Between the News Media and Reality [Text] / J. Willis. – New York : Praeger Publishers, 1991. – 264 p.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. БЭСЯ – Большой энциклопедический словарь. Языкознание [Текст] / под ред. В.Н. Ярцевой. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 683 с.
2. ВЭФ – Всемирная энциклопедия: Философия [Текст] / под ред. А.А. Грицанова. – М. : АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. – 1312 с.
3. КСКТ – Краткий словарь когнитивных терминов [Текст] / под ред. Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М. : Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
4. ЛС – Литературный энциклопедический словарь [Текст] / под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Сов. Энциклопедия, 1987. – 752 с.
5. НФЭ – Национальная философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://terme.ru/dictionary> (дата обращения: 13.11. 2012)
6. СЗФ – Современная западная философия. Энциклопедический словарь [Текст] / под ред. О. Хеффе, В.С. Малахова, В.П. Филатова при участии Т.А. Дмитриева. – М.: Культурная Революция, 2009. – 392 с.
7. СТМК – Словарь терминов межкультурной коммуникации [Текст] / под ред. И.Н. Жукова, М.Г. Лебедько, З.Г. Прошина, Н.Г. Юзефович. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2013. – 632 с.
8. ФСОН – Философский словарь он-лайн [Электронный ресурс]. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/history\\_of\\_philosophy](http://dic.academic.ru/dic.nsf/history_of_philosophy) (дата обращения: 12.01.2013).
9. CCED – Collins Cobuild English Dictionary [Text] / The University of Birmingham : ed. by J. Sinclair, 1995. – 1951 p.

10. CDO – Cambridge Dictionary Online [Electronic resource]. URL: <http://www.cambridge.org>
11. LASDE – Longman Active Study Dictionary of English [Text] / ed. by S. Main-  
gay. – London: Longman, 1991. – 784 p.
12. LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English [Text] / Barcelona: Long-  
man, 2001. – 1668 p.
13. MWLD – Merriam-Webster’s Advanced Learner’s English Dictionary [Text] /  
Springfield, Massachusetts: Merriam-Webster Inc., 2007. – 2016 p.
14. OALD – Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English [Text] / ed. by  
A.S. Hornby. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – 509 p.
15. ODCE – The Oxford Dictionary of Current English [Text] / ed. by D. Thompson. –  
N.Y.: Oxford University Press, 1998. – 1136 p.
16. WED – World English Dictionary [Electronic resource] URL: [http://www.english-  
dictionary.com](http://www.english-dictionary.com)

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ

1. ABC NEWS [Electronic resource] URL.: <http://abcnews.go.com/>
2. Aol [Electronic resource] URL.: <http://www.aol.com/>
3. BBC NEWS [Electronic resource] URL.: <http://www.bbc.com/news/>
4. CBNC [Electronic resource] URL.: <http://www.cnbc.com>
5. CBS News [Electronic resource] URL.: <http://www.cbsnews.com/>
6. CNN [Electronic resource] URL.: <http://edition.cnn.com/>
7. The American Thinker [Electronic resource]  
URL.: <http://www.americanthinker.com/>
8. The Architectural Review [Electronic resource]  
URL.: <http://www.architectural-review.com/>
9. The Atlantic [Electronic resource] URL.: <http://www.theatlantic.com/>
10. The Business Week [Electronic resource]  
URL.: <http://www.businessweek.com/>
11. The Businessinider [Electronic resource]

- URL.: <http://www.businessinsider.com/>
12. The Chicago Tribune [Electronic resource]  
URL.: <http://www.chicagotribune.com/>
  13. The Christian Science Monitor [Electronic resource]  
URL.: <http://www.csmonitor.com/>
  14. The Daily Mail [Electronic resource]  
URL.: <http://www.dailymail.co.uk/home/index.html>
  15. The Economist [Electronic resource] URL.: <http://www.economist.com/>
  16. The ESPN: The Worldwide Leader in Sports [Electronic resource]  
URL.: <http://espn.go.com/>
  17. The Independent [Electronic resource] URL.: <http://www.independent.co.uk/>
  18. The Forbes [Electronic resource] URL.: <http://www.forbes.com>
  19. The Guardian [Electronic resource] URL.: <http://www.theguardian.com/uk>
  20. The Heatworld [Electronic resource] URL.: <http://www.heatworld.com>
  21. The Huffington Post UK [Electronic resource]  
URL.: <http://www.huffingtonpost.co.uk/>
  22. The Los Angeles Times [Electronic resource] URL.:
  23. The National Interest [Electronic resource] URL.: <http://nationalinterest.org/>
  24. The National Geographic [Electronic resource]  
URL.: <http://www.nationalgeographic.com/>
  25. The New York Times [Electronic resource] URL.: <http://www.nytimes.com/>
  26. The New York Post [Electronic resource] URL.: <http://nypost.com/>
  27. The NBC NEWS [Electronic resource] URL.: <http://www.nbcnews.com/>
  28. The Oriental Review [Electronic resource] URL.: <http://orientalreview.org>
  29. The Presurfer [Electronic resource] URL.: <http://presurfer.blogspot.com/>
  30. The Project-Syndicate [Electronic resource]  
URL.: <http://www.project-syndicate.org/>
  31. The Reuters [Electronic resource] URL.: <http://www.reuters.com/>
  32. The Telegraph [Electronic resource] URL.: <http://www.telegraph.co.uk/>
  33. The Slate [Electronic resource] URL.: <http://www.slate.com/>

34. Today [Electronic resource] URL.: <http://www.today.com/>
35. The Washington Free Beacon [Electronic resource]  
URL.: <http://freebeacon.com/>
36. The Week [Electronic resource] URL.: <http://theweek.com/>
37. The World News [Electronic resource] URL.: <http://wn.com>
38. The Times [Electronic resource] URL.: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>
39. UN News Center [Electronic resource] URL.: <http://www.un.org/news/>
40. USA Today [Electronic resource] URL.: <http://www.usatoday.com/>
41. USNEWS [Electronic resource] URL.: <http://www.usnews.com/>
41. Vanity Fair [Electronic resource] URL.: <http://www.vanityfair.com/>
43. Россия удивляет [Electronic resource]  
URL.: <http://russia-review.ru/o-proekte/obraz-rossii-v-mire>

## Сообщения об одном и том же факте в разных СМИ

## 1. Vladimir Putin Sings “Blueberry Hill” (Presurfer, 12, Dec., 2010).

In St. Petersburg, Russia’s prime minister Vladimir Putin played the piano and sang “Blueberry Hill” at a charity fundraiser dedicated to fighting children’s cancer. International celebrities including Kevin Costner, Gerard Depardieu, Mickey Rourke, Sharon Stone, Kurt Russell, Vincent Cassel, Monica Bellucci, Ornella Muti, Goldie Hawn and many others attended the benefit concert.

## 2. Sing-along-a-Vlad: now Putin is Blueberry Hill crooner of the Kremlin (Daily Mail, 12, Dec., 2010).

Is there no end to Vladimir Putin’s talents? The Russian Prime Minister already has a reputation as an accomplished fighter-jet pilot and Siberian tiger-hunter, and is a black belt in judo. Now you can add jazz crooner to the list.

The 58-year-old former KGB chief stunned an audience at a charity event on Friday that included Sharon Stone and Kevin Costner with his rendition of Blueberry Hill.

‘Like an overwhelming majority of people, I can neither sing nor play but I very much like doing it,’ he said modestly after being urged by the event’s host to get up on stage and perform. After playing the opening notes to the Fats Domino hit on the piano, he stepped up to the microphone and sang.

Putin, described as ‘alpha-dog’ in diplomatic cables released by WikiLeaks, is reported to have sung patriotic songs to a group of Russian agents after they were expelled from America in July. But before Friday’s show in St Petersburg, his musical prowess had not been noted.

His spokesman said he learned the lyrics to Blueberry Hill as part of his English language studies.

At the show, Putin also tried to play a Soviet-era song called From Where The Motherland Begins but hit a wrong key and stopped.

The former KGB officer has previously been photographed in a series of PR pictures on holiday.

Three years ago he was seen fishing bare-chested on a Siberian river as he entertained Prince Albert of Monaco on an outdoor pursuits holiday.

They weren’t the first images of the former Russian president holidaying in bare-chested in Siberia.

Images of a shirtless Putin fishing in a Siberian river caused a stir when they were published two years ago. The pictures sealed his fate as a pin-up for men and women alike.

He was seen showing off his torso again last year during a camping holiday in Siberia as he displayed his love of physical activity by snapping twigs over his knee for firewood and taking a brisk dip in a Siberian lake.

The athletic politician demonstrated his trademark judo moves at a dojo school in St. Petersburg, using a sweeping hip throw on a succession of opponents.

He even released his own judo DVD two years ago, called ‘Learn judo with Vladimir’.

The photographic display of Putin’s masculinity has included images of him fishing shirtless, shooting a tiger with a tranquilliser dart, horseriding, racing a truck, driving a train, piloting a fighter jet and a commanding a submarine.

Meanwhile, the Russian Prime Minister re-named his dog Buffy after holding a nationwide naming contest.

Announcing the name – his favourite from thousands – Putin performed a bizarre dog-like pose.

The animal was given to him as a present by Bulgarian Prime Minister Boyko Borisov after the two states agreed a deal over an energy pipeline.

Former President Boris Yeltsin famously performed a stiff and awkward dance at a rock concert in 1996 as he approached elections.

3. Vladimir Putin Sings “Blueberry Hill” and Plays the Piano (No, Really). Happy Monday Morning (Business Insider, 13, Dec., 2010).

The surprisingly multi-talented Vladimir Putin sang the classic U.S. pop song “Blueberry Hill” and played the piano for a charity event in St. Petersburg and naturally the performance has gone viral on YouTube.

Celebrities including Kurt Russell, Goldie Hawn, Sharon Stone, Kevin Costner, and Mickey Rourke cheer him on in the background. Everyone looks like they are having a great time.

Perhaps this shouldn’t come as too much of a shock – the former KGB head and Russian leader is also a pilot, a hunter, and a judo black belt, according to CBS News. Nor is he the first world leader to grace an audience with his piano playing – Richard Nixon famously played a concerto on television during the 1963 presidential campaign.

4. Vlad the Crooner: Putin Sings “Blueberry Hill” (CBS News, 12, Dec., 2010).

How different would history be if Nikita Khrushchev, during his 1959 visit to the United States, began belting out American pop tunes?

We’ll never know, but Vladimir Putin has now done something no other Russian leader is known to have done, at least in public: Croon an American pop classic that’s been the thrill of generations of music fans.

The 58-year-old Russian Prime Minister-pilot-hunter-judo black belt added another line to his resume during a charity event in St. Petersburg Friday night, when he sang “Blueberry Hill” to an appreciative audience that realized they had *not* seen it all.

5. Russian PM Vladimir Putin Sings Blueberry Hill. Wait... What?! (Heatworld, 14, Dec., 2010).

Vladimir Putin, the Russian Prime Minister, may be renowned for his kit-off photo shoots – riding bareback on wild stallions across the Soviet steppe, but he’s certainly cranked things up a notch on the barmy scale with this rendition of Fats Domino’s Blueberry Hill!



Granted, it may not be as bad as Boris Yeltsin's drunken dad-dancing from a few years back, but for a man usually to be found with his finger hovering over a big red button marked 'Nuclear Winter' you have to admit, it's not what you might expect.

You might also not expect Vladimir Putin to be given a standing ovation by the likes of Goldie Hawn and Kurt Russell, or even that he'd kick things off by tickling the ivory. But he did. And it was all in a good cause – because he took to the stage in St. Petersburg as part of a charity gig to raise money for childhood cancer victims. Bless.

Next stop? Russian X Factor, surely? His military training would see him safely through boot camp and, after all, where would you find a judge brave enough to send Vladimir Putin back home to the Kremlin? Not even Simon Cowell would fancy that one!

#### 6. Vintage Vladimir: Putin on the Karaoke (Aol, 13, Dec., 2010).

The battle for the Russian presidency is unexpectedly turning into a battle of the bands. And former President and current Prime Minister Vladimir Putin struck the first blow Friday, stunning a crowd of Russian VIPs and Western celebrities with a knockout musical performance.

The Ice Palace, an enormous skating rink on the outskirts of St. Petersburg, was filled with tables sold at exorbitant prices Friday night to aid child cancer victims. The plastic seats were draped with white cloths, and carpets covered the ice surface as the patrons gathered.

An odd mix of film and music stars were there to perform, including Mickey Rourke, Gerard Depardieu, Paul Anka, Ornella Muti, Monica Bellucci, Kurt Russell, Goldie Hawn, Sharon Stone and Kevin Costner, who played guitar with the stage band. Depardieu read a poem by Sergei Esenin, a Russian poet of the 1920s, half in Russian, half in French.

But the key to the evening, according to numerous reports, came when the mistress of ceremonies turned to Putin, who was seated at the table of honor among the guests, and asked: "Will you sing something for us?"

Putin's repertoire is remarkable – he has demonstrated his black-belt judo skills, participated in an Orthodox bikers' ride on a Harley-Davidson tricycle (for which he was inducted into the local Hells Angels group), co-piloted amphibious jet planes to fight wildfires this summer, shot a tiger (with a tranquilizer gun), harpooned gray whales with a crossbow and even made a painting that sold for \$1 million at another charitable event in 2009. But crooning hasn't been a part of it.

#### 7. Vladimir Putin finds his thrill on 'Blueberry Hill' (Independent, 13, Dec., 2010).

So far in 2010, he's fired a crossbow at a whale from a speedboat, driven across Siberia in a Lada, and flown a plane over a burning forest to douse the flames with water. This weekend, it was time for Vladimir Putin to reveal a more artistic side, taking to the stage at a charity auction to play the piano and sing a rendition – in English – of Louis Armstrong's "Blueberry Hill".

Russia's action-man Prime Minister first played the melody gingerly at the piano, before taking to the stage to sing in heavily accented English, with a full backing band.

The karaoke turn at a charity auction in St Petersburg was attended by a host of international film stars, including Kevin Costner, Gérard Depardieu and Sharon Stone, who clapped and sang along in the audience.

Mr. Putin, dressed in a dark suit with no tie, appeared somewhat awkward at first, but soon got into his stride, gesturing to the audience while singing the line “For you were my thrill”, and tapping his feet to the music. His accent meant that his rendition sounded more like “Blyubirry Kheel”, but he hit all the notes.

His ego was doubtless given a boost by the standing ovation from the hall when he finished the number. According to Russia Today, a Kremlin-funded television station, Mr Putin returned to the piano later in the evening to sing “Where the homeland starts”, a former KGB favourite that he claims to have sung in private with Anna Chapman and the other Russian spies deported from the US earlier this year. It was also reported that after the concert finished, Mr. Putin took Sharon Stone by the arm and they sang a song about Russian cosmonauts together.

Russia Today claimed that Mr. Putin was deeply reluctant to take the stage, and the whole episode was entirely impromptu. Apparently, Mr. Putin was approached by a hostess and asked to sing, but refused. “However, after seeing the pictures of ill children shown to the audience on the big screen, he took to the stage,” the channel reported.

But was more likely to be a well-rehearsed publicity move, in line with much of the Prime Minister’s activity, meant to keep him in the public eye and portray him as a talented superman for the domestic audience.

Mr. Putin’s stunts are usually more masculine – he has released a DVD of judo tips, shot a tiger with a tranquilliser dart and posed for a bare-chested photo-shoot on a horse.

But from time to time, he shows a more creative side. At a charity auction last year, a painting that he had “dashed off” in a single day fetched £750,000.

8. Vladimir Putin: the pantomime hero – and the villain too (Guardian, 19, Dec., 2010).

The karaoke singer, saviour of tigers and firefighter supreme would be hard not to like, if he didn’t control a corrupt superstate.

You might think The X Factor had cornered the market in strange and embarrassing performances by musically challenged exhibitionists but in that area, as in so many others, Vladimir Putin is not to be outdone. At a charity auction in St Petersburg last weekend, the Russian prime minister did to Fats Domino’s Blueberry Hill what the US Airborne did to Hamburger Hill, not so much covering it as napalming it. In the mesmerisingly odd video clip, dozens of international celebrities, including Goldie Hawn, Gerard Depardieu and Sharon Stone, clap along while their faces contort into the globally recognised expression for WTF.

Putin’s aides claimed that the reluctant PM only consented to appear for the sake of the children, because of course this painfully shy man would no more jump at the chance to sing to an audience of movie stars than he would, say, fire a crossbow at a whale from a rubber dinghy or fly a water-bearing plane over a forest fire.

There has always been a cult of personality around Russia’s strongmen, but Putin’s image management has become increasingly bizarre since term limits forced

him to cede the presidency to his protege Dmitry Medvedev two years ago and take the supposedly junior role of PM. (Supposedly, because in a 2009 poll twice as many Russians thought Putin held the reins than Medvedev, while a US diplomat referred to the president as Robin to Putin's Batman.)

First, Putin was filmed "saving" a TV crew by shooting a Siberian tiger with a tranquilliser dart. A few months later, he was pictured shirtless in Siberia while building a fire, swimming in a lake, riding a horse, wrestling a bear, bending iron girders, clearing tall buildings in a single bound, and so on. This year, it was whale-chasing, fire-fighting and karaoke. Just as macho and publicity-hungry as his friend Silvio Berlusconi, though neither as sleazy nor as clownish, he is forging himself into some kitsch hybrid of Peter the Great, GI Joe, the horse whisperer and the Milk Tray Man.

It would all be comical if not for the reminder, in WikiLeaked diplomatic cables, that he is largely responsible for a system riddled with corruption, cronyism and criminality, described by one Spanish prosecutor as a "virtual mafia state". Various cables accuse him of knowing about the plot to murder Alexander Litvinenko and of illegally siphoning money into foreign bank accounts. Then there is the matter of press freedom – earlier this year, Reporters Without Borders accused Putin of promoting "a climate of pumped-up national pride that encourages the persecution of dissidents and freethinkers". I know what you're thinking – what a splendid location for a World Cup.

Barring a tranquilliser rifle jamming at a crucial moment or an assault by angry Fats Domino fans, Putin will no doubt reclaim the presidency in 2012 and provide plenty more surreal photo ops. When I watch the Blueberry Hill clip I see a figure as comically sinister as a Batman villain, but beyond that I see a real villain too – a self-aggrandising authoritarian who always gets exactly what he wants.

Пример использования когнитивной метафоры как центра риторической модификации дискурса

Welcome to Moscow

Paranoid, mischievous and heading in the wrong direction, Russia is an awkward prospect for Barack Obama (Economist, Jul. 2, 2009).



The last time Barack Obama was in Russia, he and Senator Dick Lugar were detained by border guards for several hours at an airport in the Urals, where they were looking at how American funds were helping to get rid of stocks of dangerous Soviet-era weapons. America's president has every reason to hope things will go better this time, but that is not setting a very high hurdle for success. Of all the great power relationships Mr. Obama inherited from George Bush, Russia is the most awkward – awkward not only because it has been getting ever harder to deal with but also because it cannot be ignored.

Over the past ten years, under Vladimir Putin's leadership, Russia has become more nationalistic, corrupt and corporatist. Its economy, although much bigger than a decade ago, is even more dependent on oil and gas, an industry now controlled by a small group of kleptocratic courtiers and former spies. The decision by Ikea, a well-known Swedish furniture supplier once bullish about Russia, to suspend investment because of graft is an indictment of the dire commercial climate. Its non-energy exports are smaller than Sweden's.

Russia's population is shrinking alarmingly, its death rate double that in most developed countries. Conflicts in its north Caucasus republics have flared again. Its armed forces are woefully ill-equipped and poorly trained. Mr. Putin has kept control by unleashing a virulent brand of anti-Western "patriotism" – the latest textbooks are as tough on America as they are soft on Stalin – and thuggishly silencing the opposition. Last year in a pretence of democracy Mr. Putin installed Dmitry Medvedev (Mr. Obama's supposed host) as president while he himself became prime minister.

In the long term Mr. Putin's refusal to modernise his country will weaken Russia. Yet the place Mr. Obama has to deal with now is still a potent force. The largest country on earth, Russia stretches from Europe to China. It is the world's biggest producer of oil

and gas. It has a seat on the UN Security Council and of course that nuclear arsenal. Above all it has the capacity to do both great harm and some good.

Vlad the invader

Recently, the harm has been more noticeable. Last year's invasion of Georgia, followed by Russia's decision to recognise South Ossetia and Abkhazia, was the clearest sign that Mr. Putin has given up any hope of joining the West. Since then he has slammed the door on the World Trade Organisation, opting instead for a no-doubt-mighty customs union with Belarus and Kazakhstan. Russia has long criticised the Organisation for Security and Co-operation in Europe for daring to highlight election malpractice. Now Mr. Medvedev is promoting a European security structure that would in effect give Russia a veto over any expansion of NATO. Countries such as Ukraine, in what Russia regards as its sphere of influence, are nervous. At the UN Russia has dragged its feet on sanctions against Iran and autocrats pretty much everywhere.

And yet Iran is also one of many examples of how Russian and American interests should coincide. Neither Mr. Obama nor Mr. Putin wants to see Iran emerge as a nuclear power, setting off a destabilising arms race in the Middle East. Both also want a stable Afghanistan, with al-Qaeda pushed out of sanctuaries there and in Pakistan: Russia has been a useful conduit for Western supplies and troops. Both have worked to safeguard nuclear and other weapons materials in the old Soviet Union and are co-operating usefully in other countries.

On not being a pushover

Mr. Bush's policy towards Russia was both confused and confusing. One moment he was looking into Mr. Putin's eyes and finding a man he could trust; the next he was preaching democracy while failing to lift cold-war economic restrictions. Mostly, though, he was not very interested in Russia – and it showed. Russia, self-esteem wounded, claimed that America was promoting democracy to further its geopolitical interests.

Mr. Obama's combination of calmness and humility could well help America deal with a country whose national pride is dangerously spiked with a sense of inferiority. But there are plenty of pitfalls ahead.

America's president needs to resist the temptation to play on supposed differences between Mr. Putin and the more "liberal" Mr. Medvedev. These are more notional than real, as the farcical second show trial of Mikhail Khodorkovsky, a former oil boss and a Putin rival, which is taking place on Mr. Medvedev's watch, demonstrates.

Meanwhile, humility about some of America's past mistakes should not leave Russia's leaders with the impression that Mr. Obama will be a pushover. Robustness is necessary because of the widening gap between the interests of the Russian people and those of its ruling elite (the people who stoke anti-Americanism even as they send their offspring to Western universities and buy up holiday homes in France). With the economy declining and social discontent rising, a stand-off with the West might be tempting for Mr. Putin's cabal – but ruinous for most Russians. It was not America's fault that Russia failed to develop an independent judiciary, opting for corruption as the organising principle of its political system. Nor is it America's fault that Russia wasted the years of high oil prices.

Most of all, Mr. Obama needs to be firm over Russia's ambitions to dominate the countries along its western and southern borders. Mr. Bush's attempt to hurry Georgia and Ukraine into NATO, ready or not (they weren't, and won't be for a long time) was a mistake. But both countries, like all others in Europe, have the right to choose their own friends. Mr. Obama must make clear that he will not cut them adrift and will not tolerate attempts to destabilise their governments. Europeans could help too by diversifying their oil and gas supplies so that Russia is not tempted to turn off their taps either.

Ironically, given Mr. Obama's difficulties in the Urals, the easiest place to start may be arms control. There is room to reduce further both sides' warheads; it is also a subject that flatters Russia. But this is going to be an awkward relationship, one where the West's expectations of success should be low.