



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра зарубежной филологии и прикладных коммуникаций

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Языковые средства создания образа России в новостных передачах на канале RT International»

Исполнитель \_\_\_\_\_ Студенников Федор Андреевич \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель \_\_\_\_\_ к.ф.н, доцент \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ Родичева Анна Анатольевна \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

И.о. заведующего кафедрой \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ к.ф.н., доцент \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ Крючкова Юлия Викторовна \_\_\_\_\_

«17» 06 2024.

Санкт-Петербург

2024

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Теоретические аспекты исследования .....	6
1.1. История создания ресурса RussiaToday International .....	6
1.2. Понятие «новостная передача» и ее роль в современном мире .....	9
1.3. Восприятие зрительного образа в телекоммуникации .....	10
1.4. Понятия «образ» и «имидж» страны .....	12
1.5. Языковые средства создания образа/имиджа страны в СМИ .....	17
Выводы по Главе 1 .....	23
Глава 2. Особенности использования языковых средств в новостных передачах RT International для создания образа России .....	25
2.1. Вводные замечания .....	25
2.2. Особенности использования языковых средств в новостных передачах, освещающих политические события .....	26
2.3. Особенности использования языковых средств в новостных передачах, освещающих события культурной жизни.....	36
2.4. Особенности использования языковых средств в новостных передачах, освещающих экономические события .....	44
Выводы по Главе 2 .....	48
Заключение .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Список используемой литературы .....	52

## Введение

В современном информационном обществе вопрос формирования образа государства в зарубежных СМИ играет ключевую роль в презентации его имиджа перед мировым сообществом. Особое значение приобретает изучение способов создания и восприятия образа государства через использование языковых средств на международных информационных ресурсах. Одним из таких медийных источников является международная информационная сеть Russia Today (RT International) в ее англоязычной версии. Изучение языковых средств в новостных телепередачах международного информационного ресурса RT International представляет собой важную задачу исследования, дающую возможность получить более глубокое понимание способов формирования и восприятия образа государства в международном информационном пространстве.

Актуальность работы обусловлена тем, что существует не так много исследований методов и приемов, которые использует RT International при создании имиджа России. Кроме того, стоит отметить, что работа актуальна с точки зрения самого исторического момента, в котором находится наша и остальные страны, где каждая из них борется за свой имидж и внимание гражданина.

Цель настоящего исследования - выявить языковые средства, используемые при создании новостных передач RT International, с целью создания образа России и исследования их влияния на формирование представлений о стране у западной аудитории. Образ российской Федерации, создаваемый на страницах RT International, влечет за собой определенные последствия для её восприятия в мировом информационном пространстве.

Достижение поставленной цели подразумевает последовательное решение следующего ряда исследовательских задач теоретического и практического характера:

- определить значение понятий «образ» и «имидж»;
- охарактеризовать RT International как площадку международной коммуникации, используемую для создания образа страны;
- определить значение понятия «новостная передача»; её роль в современных СМИ;
- выявить языковые средства, используемые в новостных передачах канала для создания образа страны

Объект – образ России, актуализирующийся в новостных передачах RT International.

Предмет работы – языковые средства формирования образа России в новостных передачах, размещаемых на канале RT International.

Материал исследования – новостные передачи о России, размещенные на онлайн-ресурсе Internet Archive, за период с декабря 2023 года по апрель 2024, а также более ранние новостные передачи с декабря 2010 года по апрель 2011 года (для сравнения отдельных аспектов представления информации).

Для достижения поставленной цели проведен комплексный анализ жанровых, лингвистических и стилистических особенностей языка новостных передач RT International, а также анализ эффекта произведенного воздействия на мировое общество через изучение реакции западной аудитории. В работе использовались такие методы исследования, как: метод лингвистического наблюдения, метод систематизации и классификации, метод контент-анализа.

Научно-теоретической базой работы послужили труды таких исследователей, как: М. И. Ведерникова, Д. В. Гаджиев, Ю. Г. Чернышов, С. Анхольт и т.д.

Новизна работы состоит в том, что в ней проводится анализ репрезентации образа России в новостных передачах на сайте RT International.

Практическая значимость работы состоит в том, что основные ее выводы и отдельные положения могут использоваться на курсах по стилистике английского языка, межкультурной коммуникации, а также при изучении феномена языкового манипулирования.

Структура работы обусловлена ее целью и задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы.

Во введении обосновывается актуальность выбора объекта и предмета исследования, определяются основные цели, задачи и методы исследования проблемы, указывается теоретическая база исследования.

Теоретические вопросы, касающиеся механизмов и структур, используемых средствами массовой информации для формирования образа России, а также влияния этих стереотипов на образ страны в глазах западной аудитории, освещены в первой главе исследования. Во второй главе работы предпринят комплексный анализ использования языковых средств в новостных передачах сайта RT International для создания образа России, с последующим оцениванием полученных результатов и выводов. В Заключении подводятся основные итоги работы. Список использованной литературы содержит ссылки на источники, которые использовались в ходе написания работы.

В тексте работы приведены примеры анализа новостных контекстов и использования языковых средств в передачах RT International, опубликованных на сайте Internet Archive (<https://archive.org/>). Все программы передач хранятся на этом ресурсе и доступны для свободного просмотра.

## Глава 1. Теоретические аспекты исследования

### 1.1. История создания ресурса Russia Today International

Вопрос о целенаправленном формировании образа России на международном уровне впервые возник в 2000 г., спустя год после прихода к власти президента В. В. Путина. Затем заговорили о необходимости нового подхода к внешней имиджевой политике России. Устоявшиеся стереотипы эпохи холодной войны часто мешали России устанавливать партнерские отношения с другими странами, останавливали процесс интеграции в мировое сообщество.

В 2001 году правительство предложило несколько шагов по продвижению позитивного образа государства. В то же время ряд вопросов коммуникации стали приоритетными, включая:

- разрушение стереотипов о России;
- снижение негативного влияния проблем российской действительности на восприятие имиджа государства;
- позиционирование страны как привлекательного инвестиционного направления для иностранных инвесторов;
- укрепление доверия к России как члену международного сообщества;
- поддержание позитивного отношения граждан к своему Отечеству.

Идея о необходимости интеграции России в мировое сообщество в качестве неразрывного союзника, разделяющего основные концепции построения демократически сбалансированного миропорядка с

демократическими странами, стала одним из основных внешнеполитических направлений деятельности России в середине 2000-х годов.

В связи с приоритетами, установленными государством, открытие англоязычного телеканала Russia Today (RT International), ориентированного на международную аудиторию, было рассмотрено в июне 2005 года. Канал был создан для «отражения точки зрения России на фундаментальные вопросы международной политики», а также «информирования общественности о событиях и явлениях российской жизни» [44].

После нескольких месяцев работы в тестовом режиме RT International начал полноценное вещание в Европе, некоторых странах Азии и Африки, Австралии, США и Канаде (10 декабря 2005 г.).

Запуск медиакомпания, способной конкурировать с международными СМИ, потребовал создания безошибочной теоретической точки зрения: принципы международного вещания RT International стали своего рода кульминацией многолетней работы по определению места и имиджа России в контексте мирового опыта.

Главный редактор RT International М. Симоньян провела любопытную параллель между национальным информационным телевидением и Министерством обороны страны, указав, что отсутствие одного равносильно отмене другого. По ее словам, принцип информирования о нашей стране за рубежом крайне односторонний: «Люди, которые выражают мнение 90% россиян, получают только 10% передач в западных СМИ, и наоборот - люди, которые выражают мнение 10% россиян, получают 90% передач в западных СМИ» [35]. М. Симоньян подчеркнула проблему борьбы со стереотипами о советском прошлом страны. Однако главной особенностью телевидения являются не столько новости о жизни России, сколько информация о мировых событиях с альтернативной точки зрения. Такой вывод можно сделать из опыта работы одного из авторов телеканала RT International в качестве редактора английской службы новостей. На фоне западных международных телеканалов RT International сильно выделяется своей необычной содержательностью:

события одного дня могут освещаться диаметрально противоположно по сравнению, например, с британским информационным гигантом ВВС.

Интересно, что первоначальная настороженность по отношению к телеканалу и критика иностранной аудитории постепенно сменились частично положительными отзывами. «Парадоксально, что миссия предоставления альтернативного взгляда на происходящее западной общественности перешла в руки России. наконец-то на наших каналах появилось что-то действительно удивительное, находящееся под контролем правительства или крупных корпораций...» [43].

С момента своего первого вещания канал превратился в глобальную телевизионную сеть, которая включает в себя четыре новостных телеканала, вещающих 24 часа в сутки на разных языках, а также каналы RT International America, RT International UK, видеоагентство Ruptly и сетевые порталы на шести языках. К десятой годовщине канала еженедельная аудитория RT International достигла 68 миллионов зрителей в 37 странах мира. В 2018г. канал совершил прорыв на видеохостинге с YouTube, он достиг 7 млрд. просмотров и преодолел отметку в 10 млн. подписчиков каналов RT International, обогнав своих конкурентов по объему международной информации. Интересно, что резкий рост трафика каналов на интернет-платформе RT International последовал в 2018 году.

Важно отметить, что запуск телеканала RT International стал лишь первым шагом на пути к созданию нового типа российских СМИ для зарубежной аудитории. В то время ряд официальных документов, подписанных президентом России В. В. Путиным, свидетельствовали об особой важности информационной политики в области продвижения позитивного имиджа России. Уже в декабре 2013 его указом было учреждено Международное информационное агентство «Россия сегодня», генеральный директор которого подчеркнул важность «восстановления с добрыми намерениями справедливых отношений с Россией как важной страной в мире» [43].

Однако сегодня невозможно не заметить постепенного ухудшения ситуации с принятием российских СМИ на Западе. Так, в ноябре 2016 в резолюции Европарламента подчеркивалась необходимость противодействия российским СМИ. В тексте документа RT International считается источником информации, представляющим наибольшую угрозу (наряду с радио Sputnik). Год спустя, в ноябре 2017 Министерство юстиции США объяснило это тем, что жителям страны необходимо знать, кто влияет на общественность и правительство. Вскоре радиостанцию также лишили аккредитации в Конгрессе США. С 2017 года телеканал RT International был исключен из двух вещательных сетей в США Spectrum и Comcast Chicago.

Президент России В. В. Путин также прокомментировал сложную ситуацию с RT International на западе, указав, что ситуация, когда российские СМИ закрыты за рубежом, в то время как иностранные СМИ открыто вещают в нашей стране, говорит о том, что Россия выигрывает в конкуренции с ведущими мировыми СМИ.

## 1.2. Понятие «новостная передача» и ее роль в современном мире

Новостная передача – это вид телепрограммы или радиопередачи, в котором представляются последние события и новости, происходящие в мире, стране или регионе. Целью новостных передач является информирование зрителей или слушателей о самых актуальных событиях, происходящих в настоящее время. Обычно в новостной передаче представляются краткие репортажи, комментарии экспертов, аналитические материалы и интервью с участниками событий. Новостные передачи являются важным источником информации для людей, стремящихся быть в курсе происходящих событий.

В этом ключе особое значение приобретает новость. При открытии любого цифрового ресурса новость выступает первичной и исходной

информацией, с которой встречается пользователь. Именно новости становятся главным инструментом воздействия на человека эпохи цифровизации.

Однако в современном мире остро стоит проблема информационных войн, где роль новостей сложно переоценить. Слом существующего миропорядка сопровождается новым витком информационных войн. Акценты переносятся с пропаганды, подрывающей основы культуры, на дезинформацию и дезориентацию общественного сознания в обыденной жизни. В этом содержательном контексте происходит психологическая обработка массовой аудитории с помощью манипулятивных приемов. Центральным элементом информационных войн является «специально отобранная и подготовленная информация» [22, с. 43].

### 1.3. Восприятие зрительного образа в телекоммуникации

Телевидение отличается от других средств массовой информации своей наглядностью. Основной принцип теленовостей заключается в том, чтобы зритель мог понять суть новости даже без звука. Эмоциональная составляющая сюжета оказывает значительное влияние на зрителя. Для понимания взаимодействия «съёмочная группа – зритель» важно рассмотреть, как зрительные образы влияют на восприятие человека.

Через зрение человек воспринимает объемные, цветные и стереоскопические изображения. Визуализация важна даже на подсознательном уровне: мы используем выражения вроде «визуализация плана», «видеть решение проблемы», «предвидеть события». Зрение обеспечивает более 90% информации об окружающем мире [41], и эта информация насыщена и красочна. Восприятие не ограничивается чувственными данными; оно также включает осознание и практическое действие. По мнению А. Г. Рубинштейна, восприятие включает активный выбор установки, обеспечивающей адекватное понимание предмета [41]. Когда зритель включает телевизор, он

подсознательно знает, что увидит. Он воспринимает новость целостно, а не по отдельным фрагментам. Насыщенность и интересность подачи материала играют ключевую роль. Восприятие включает не только чувственные образы, но и способность человека реагировать на зрительные стимулы, идентифицировать их и осознавать как свойства конкретного предмета. Исследования показывают, что зрительное восприятие – это совокупность процессов создания визуального образа мира на основе сенсорной информации. А. Лурия в своей книге «Лекции по общей психологии» отмечает, что только самые простые и знакомые предметы воспринимаются сразу. Чем сложнее изображение, тем более развёрнутый процесс ориентации в предмете или ситуации [28]. Чтобы вызвать эмоциональный отклик у зрителя, видеоряд должен быть разнообразным. Зрительное восприятие – доминирующее для человека. Современные исследования показывают, что зрение связано с множеством процессов: различение цветов, определение пространства, динамика и прочие. Простейшие процессы включают восприятие цвета, яркости, контрастности и насыщенности [28].

Телепрограммы, посвященные новостям, рассчитаны на широкую аудиторию. Короткие и ёмкие фразы дополняют видеоряд, который составляет основную часть новости. Сюжет, снятый с яркими и контрастными цветами, привлечет больше зрителей, чем снятый в серых тонах. Зритель воспринимает сюжет как целостный художественный образ. Корреспондент и оператор, создающие сюжет, вводят в поле зрения телезрителя сенсорные данные, чтобы он воспринял их замысел. Зритель должен понять, о чем хотел рассказать корреспондент.

Например, новости о катастрофах создаются с расчетом на то, что зритель будет сочувствовать героям сюжета, и это побудит его к действиям по предотвращению подобных катастроф. Восприятие новости зависит от эмоциональной реакции зрителя. Для лучшего восприятия любая новость должна быть яркой и эмоциональной. Именно поэтому телевидение является мощным средством воздействия на человека [27]. Эмоциональная основа

новостей важна для восприятия зрительных образов. Телевизионные образы воспринимаются непосредственно и чувственно, благодаря непрерывному потоку кадров и их последовательности. Телевизионная коммуникация происходит через визуальные сообщения, несущие определенный смысл.

Е. В. Лаврова в своей статье «Влияние телевизионного новостного дискурса на мироощущение человека» [30, с. 63] описывает эксперимент, показавший, что после просмотра новостей у аудитории возникает чувство информированности, сопровождаемое тревогой. Это подтверждает, что телевидение влияет на нервную систему зрителя посредством удачно подобранного видеоряда.

Таким образом, современные теленовости акцентируют внимание на видеоряде, предпочитая яркие образы. Новости должны не только информировать, но и вызывать эмоциональную реакцию зрителя.

#### 1.4. Понятия «образ» и «имидж» страны

Понятие «образ» и его определения в различных научных дисциплинах остаются предметом дискуссий среди общества и ученых. С научной точки зрения, «образ» определяется через категории философии, филологии и психологии. Каждая из этих наук при попытке дать определение понятию «образ» сталкивается с иррациональным подходом в рациональной научной парадигме, приводя к включению субъективных оценок в научные концепции.

В науке понятие образ часто используется для иллюстрации и примера типичных характеристик явлений. Осознание образа как образца или прообраза впервые было предложено Платоном [40, с. 167]. В филологии образ трактуется как «основное понятие эстетики, определяющее природу, форму и функцию художественно-литературного творчества» [14, с. 101].

Религиозная картина мира использует понятие «образ» для обозначения отображения высших сил и божеств в зависимости от религиозного учения. В

художественном мировоззрении образ осмысливается через восприятие автором действительности и его личную интерпретацию.

Все определения понятия «образ» можно разделить на два противоположных мировоззренческих лагеря: идеалистическое восприятие образа и материалистическое понимание образа как объекта материального мира. Н. Д. Арутюнова отмечает, что в создании конкретного образа участвуют механизмы стихийного, произвольного исследования мира и интуиция [2, с. 318]. Эти определения усиливают отсутствие точности и конкретности в очерчении границ понятия «образ».

СМИ, создавая образы, используют специфический язык и инструменты для формирования общественного сознания. Эти мысленные конструкции, укореняясь, становятся общественными нормами, шаблонами или идеалами [4, с. 2].

В сообщениях различных СМИ часто происходит смешение понятий «образ» и «имидж», которые являются синонимами лишь частично. Это синонимичное восприятие переносится и в сознание массовой аудитории.

Такие исследователи, как Е. В. Егорова-Гантман, также определяют понятие «имидж» через «образ», включающий определённые черты, качества, социальные характеристики [14, с. 29].

Слово «имидж» появилось в русском языке в 1980-е годы. Оно включает в себя множество значений, включая роль, мотив, типографику, внешний вид, стереотип, репутацию, наружность и так далее. По мнению Д. А. Вылегжанина, изображение может иметь характеристику, которая сформировалась в ходе сознательного и целенаправленного моделирования качественного ряда объекта восприятия. В то же время имидж подразумевает ряд определенных функций, выбранных в соответствии с поставленными задачами [10].

Т. Э. Гринберг пишет по этому поводу: «Образ связан с прототипом, но по своим законам он живет в соответствии с духовными ориентациями повседневного сознания. Изображение сочетает в себе восприятие аудитории и свойства, присущие самому объекту, активизируя в аудитории свойства, уже

заложенные в нем» [17, с. 59]. Как описательный элемент объективной реальности, изображение может быть искусственно закреплено направленной деятельностью. Объектом изображения может быть как отдельный человек (руководители страны, представители элиты), так и сама страна или определенная сфера жизни - экономика, государственное управление, демократия, армия, информационная политика и т.д. [21].

Важно заметить, что, хотя понятие «страна» может быть рассмотрено как более широкое образование, включающее в себя государство, а также территорию и общество, в большинстве отечественных исследований преобладает стихийный характер использования данных понятий в качестве тождественных [20]. Данного подхода мы будем придерживаться и в этой работе, используя понятия «страна» и «государство» как синонимичные и обозначающие территориальное, общественное и государственное единство с общими культурно-историческими и социально-экономическими признаками. Таким образом, понятие «имидж государства» можно считать комплексным понятием, которое охватывает весь ряд упомянутых компонентов и является прямым показателем авторитета государства, его экономического потенциала, богатства, культуры, а также развития всевозможных аспектов жизни народа [1].

Исследованиями странового маркетинга занимались такие авторитетные исследователи, как С. Анхольт [1]. Среди наиболее заметных работ российских авторов последних лет можно выделить фундаментальные труды под редакцией М. И. Ведерниковой [9], посвященные изучению национального, территориального брендинга и особенностей позиционирования региона в информационном пространстве, а также имеющие более узкий характер научные статьи, сосредоточенные на вопросах формирования позитивного имиджа страны, роли массмедиа в этом процессе, характеристики основных компонентов имиджа региона и изучения тех возможностей, которые дает благоприятный образ государства на внешнеполитической арене (в частности, имидж страны как элемент мягкой силы в международных отношениях).

Так, отличительной чертой имиджевого подхода Э. А. Галумова можно считать разделение аудитории на внешнюю и внутреннюю с целью дальнейшего формирования имиджа, отвечающего запросам аудиторного сегмента [13]. Исследователь представляет внешний, или «международный», имидж, в качестве «посредника» между конкретной страной с рядом образных «компонентов» и массой людей.

Альтернативной позицией представляется имиджевый подход таких ученых, как Д. П. Гавры и А. С. Савицкой, также разделяющих понятие имиджа на внешний и внутренний [11]. Исследователи предлагают рассматривать внешний имидж страны как совокупность компонентов - основных имиджевых концепций, составляющих вместе целостный территориально-государственный имидж. Имиджевую модель этих исследователей можно визуализировать как кристаллическую решетку, представляющую собой завершённую структуру имиджа государства. Любопытно, что в узлах такой решетки находятся ключевые слагаемые целостного имиджа страны (см. табл. 1).

Британский исследователь С. Анхольт считает, что имидж является главным конкурентным преимуществом, а также ключевым объектом стратегического долгосрочного капитала государства. В вопросе бренд-менеджмента государства С. Анхольт видит возможность создания и развития базы преимуществ, позволяющих занимать лидирующие позиции в борьбе имиджей различных государств [1]. Кроме того, исследователь вводит понятие самоидентификации, которая, по его мнению, напрямую связана с эффективностью имиджа. С. Анхольт отмечает, что понятие самоидентификации можно охарактеризовать ответами на вопросы «Кто мы такие?» и «В чем наша сила и талант?» [1]. Ученый также выделяет шесть ключевых показателей - компонентов «национального бренда» (см. табл. 1).

Проанализировав концепции различных исследователей, изучающих проблематику формирования образа/имиджа государства, мы обратили внимание на наличие сходных ключевых элементов в их работах - своего рода

имиджевых показателей, или маркеров, которые могут быть использованы для оценки внешнего имиджа страны.

Таблица 1. Имиджевые показатели

Э.А. Галумов	Д.П. Гавра, А.С. Савицкая	С. Анхольт
<ul style="list-style-type: none"> <li>● политико-географический образ</li> <li>● природно-ресурсный образ</li> <li>● цивилизационно-культурный образ</li> <li>● производственно-экономический образ</li> <li>● национально-ценностный образ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● география и ресурсы</li> <li>● ценности и идеи</li> <li>● международный авторитет</li> <li>● лидеры</li> <li>● политическая история</li> <li>● политический курс</li> <li>● менталитет</li> <li>● крупные бренды</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● туризм</li> <li>● народ</li> <li>● культура и традиции</li> <li>● торговые марки</li> <li>● внешняя/внутренняя политика</li> <li>● инвестиции</li> <li>● миграционное законодательство</li> </ul>

Важно отметить, что для формирования общей и целостной картины имиджа государства необходимо исследовать набор имиджевых маркеров, которые в совокупности дают полное представление о современном положении вещей. Выше, для сравнения, они объединены в единую матрицу (Табл. 1).

## 1.5. Языковые средства создания образа/имиджа страны в СМИ

Немаловажную роль в формировании образа государства в средствах массовой информации играют лингвистические средства. Масс-медиа широко используют весь арсенал лексических, лексико-грамматических и стилистических средств при создании образа государства.

Массовость реципиента, характерная для средств массовой информации, заставляет автора статьи, репортажа, обзора отдавать предпочтение таким языковым средствам, которые позволили бы ему наиболее полно реализовать свои цели. Помимо информативности, для продукта СМИ характерна высокая степень персуазивности, которая не в последнюю очередь достигается использованием метафор, сравнений, эпитетов и других тропов, способных эффектно и эффективно передать авторскую оценку и повысить эмоциональный градус создаваемого текста. Однако тропы давно перестали восприниматься исключительно как средство повышения экспрессивности текста. Помимо наделения высказывания особой выразительностью, тропы оказывают влияние на сознание реципиента, модифицируют его картину мира [22].

Однако, следует отметить, что наиболее распространенным стилистическим средством является метафора.

Метафорическое моделирование в современной когнитивистике понимается как основная ментальная операция над концептуальными структурами, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира, отражающие национальное, социальное и личностное самосознание. «Человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, создает при помощи метафор тот мир, в котором он живет» [16, с. 68].

Согласно А. П. Чудинову, «метафора – это особый способ мышления, повседневная реальность языка, обусловленная проявлением аналоговых

возможностей человеческого мышления» [42, с. 177]. «Метафорическая модель – это существующая или складывающаяся в сознании носителей языка схема связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: «X – это Y» [42, с. 178].

Так, в монографии А. П. Чудинов выделяет 4 основных типа метафор:

1. Антропоморфные метафоры (анатомия, физиология, болезнь, семья и т.д.);
2. Социальные метафоры (преступность, война, театр, спорт и т.д.);
3. Метафоры природы (животный мир, мир растений);
4. Артефактные метафоры (здание, механизм).

Указанные сферы определяют богатство метафорической концептуализации образа государства в медиадискурсе.

Выяснение природы метафор, сравнений и других образных средств, используемых в современных СМИ – процесс чрезвычайно сложный. Наиболее убедительной представляется точка зрения, согласно которой сравнения, как и метафоры, обладают структурными и семантическими особенностями эмоционально-экспрессивного воздействия на читателя, манипуляции его сознанием при помощи эмоций. «Сравнение в классическом случае трехчленно: оно включает объект сравнения, эталон сравнения и основания для сопоставления по какому-то признаку (А сходно с В по признаку С)» [16, с. 10].

Оценочные слова и словосочетания являются одним из часто употребляемых выразительных средств языка в формировании образа государства.

Н. Д. Арутюнова выделяет два основных типа аксиологических значений: общеоценочные и частнооценочные. К числу слов с общеоценочными значениями она относит прилагательные «хороший» и «плохой», а также их разнообразные синонимы (прекрасный, превосходный, дурной, поганый и др.)

и все они выражают «холическую оценку, аксиологический итог» [2, с. 59]. Частнооценочные значения, в свою очередь, классифицируются по мотивации оценки:

- сенсорно-вкусовые, или гедонистические (привлекательный – непривлекательный, душистый – зловонный);
- психологические: 1) интеллектуальные (интересный, умный, поверхностный, банальный), 2) эмоциональные (радостный, грустный, желанный);
- эстетические (красивый, безобразный);
- этические (аморальный, добрый, непорочный);
- утилитарные (полезный, неблагоприятный);
- нормативные (правильный, некорректный, бракованный, стандартный);
- телеологические (эффективный, неудачный);

Таким образом, СМИ являются на сегодняшний день самым мощным каналом информации, а также важнейшим фактором, влияющим на общественное самосознание. При этом, используя целый арсенал языковых средств воздействия, СМИ влияют на результат концептуализации информации об окружающей действительности, тем самым предопределяя картину мира адресата, а также эволюцию ценностных ориентации в соответствующем обществе.

Для практического анализа особую ценность представляют следующие теоретические положения:

- средства массовой информации играют важную роль в процессе создания образа государства;
- конструирование образа строго ориентировано на потребителя информации, на его групповые особенности и ценностные ориентации;
- воздействие на реципиента осуществляется, как правило, с помощью следующих языковых средств: метафоры, сравнения, фразеологизмы, оценочные слова и выражения.

Одну из главных ролей в процессе конструирования образа государства играют средства массовой информации, важнейшей функцией которых является функция создания общественного мнения. При этом, к числу самых эффективных средств воздействия на реципиента относятся лексические средства.

Лексика как наиболее подвижный, динамичный уровень языковой системы реагирует на происходящие в обществе перемены весьма чутко и исторически быстро. Особенно явно это можно наблюдать в периоды радикальных трансформаций государственного, социального, экономического устройства, которые сопрягаются с ломкой стереотипов поведения, переориентацией морально-этических установок, ремаркацией рубрик аксиологической шкалы [8].

В языковое сознание миллионов людей внедряется соответствующая лексика, воздействуя таким образом (прежде всего через подсознание) на языковую картину мира и изменяя ее в определенном направлении. Все это происходит через массовую коммуникацию [32]. В настоящее время ощущается эффект постоянного присутствия сниженных, а также грубо просторечных и жаргонных «силовых», агрессивных, бранных коннотаций в СМИ [22, с. 504].

21 Основным источником эффекта, который упоминает в своей работе Какорина Е. В., а это, в сущности, и есть эффект речевой агрессивности, являются разнообразные лексические единицы. Поэтому именно с лексики и начинается рассмотрение языковых средств вербальной агрессии в СМИ.

Наиболее простым и потому наиболее распространенным орудием вербальной агрессии является оценочная, в том числе инвективная и стилистически сниженная лексика. Далее рассмотрим каждое из лексических средств подробнее.

1. Оценочная лексика. Одним из самых распространенных в речи средств выражения негативного отношения к кому-, чему-либо является лексика с оценочной семантикой. В английском и русском языках встречаются единицы с интеллектуальной оценкой человека, его деятельности, среди которых

встречаются зоосемантические и профессиональные метафоры. Носителями негативной оценки являются достаточно разнородные слова: нейтральные, экспрессивно окрашенные, стилистически сниженные, откровенно грубые. Некоторые из них лишь средством выражения оценки, другие изначально несут в себе заряд агрессивности с обидным или оскорбительным содержанием.

2. Сниженная лексика. Данное явление часто встречается в текстах, посвященных сфере шоу-бизнеса, культуры, искусства. К ней относится разговорная и просторечная лексика, которая в СМИ выполняет оценочную функцию. Она нередко используется в текстах социальной, в том числе криминальной, тематики, в текстах, отражающих противостояние различных оппозиционных партий и движений, где служит экспрессивным средством оценки, как правило, негативной.

3. Инвективная лексика. Данная лексика включает в себя слова, содержащие намерение оскорбить, унижить, опозорить адресата как можно в более резкой и циничной форме. К ней также относится обценная (ненормативная) лексика. Между инвективной и обценной лексикой существует определенное различие. Слова, относящиеся к разряду инвективных, далеко не всегда являются таковыми сами по себе. В основном они звучат оскорбительно и являются формой агрессивного речевого поведения в любой коммуникативной ситуации, но среди них встречаются такие лексемы, которые лишь в определенном контексте и в определенных условиях могут быть расценены как бранные. Ненормативная лексика при любых обстоятельствах делает речь непристойной и в силу этого агрессивной по отношению к окружающим, даже если сам говорящий не имеет намерения оскорбить или обидеть кого-либо [36, с. 35-42].

4. Жаргонизмы. Жаргонная лексика имеет многоцелевое назначение в СМИ: прежде всего это средство создания определенного стиля речи, колорита определенной социальной или профессиональной группы, средство установления доверительного контакта с потенциальным адресатом текста,

наконец, это чрезвычайно экспрессивное и потому стилистически «опасное» средство выражения негативной оценки [3].

5. Словообразовательные неологизмы. Современные средства массовой информации отражают актуальные, характерные для конкретного времени явления, то есть запечатлевают определенные символы эпохи. Вербальным средством фиксации актуальных, характерных для определенного времени явлений являются словообразовательные неологизмы [36]. К ним относятся неологизмы, чаще всего образованные аффиксальным способом.

В английском языке наиболее характерными способами образования неологизмов являются словообразование: 1) аффиксация; 2) словосложение; 3) конверсия; 4) сокращение.

При создании собирательного образа государства нередко используются фразеологизмы. Они, с одной стороны, придают тексту образную полисемантичность, а с другой стороны, усиливают эффект обратной связи с читателем. Употребление фразеологизмов придает речи экспрессивность, образность, а также дает возможность положительной или отрицательной оценки деятельности государства.

«Фразеологизмы - единицы вторичного образования, отличающиеся от обычных комплексов низкой регулярностью языковой организации, базирующейся на семантическом сдвиге того или иного типа и ведущей к обязательной воспроизводимости ФЕ и слабой предсказуемости их плана содержания относительно плана выражения, и наоборот» [2, с. 115].

В своих трудах И. Б. Голуб [15] указывает на отличие фразеологизмов от обычных лексических единиц:

· Фразеологизмы сложны по составу, т.е. содержат несколько элементов, которые имеют единое значение. Их можно заменить одним словом: например, «спустя рукава» - небрежно.

- Фразеологизмы, как правило, имеют постоянство состава. Они обычно обладают устойчивой грамматической формой: например, фразеологизм «греть руки» нельзя заменить на «греть руку».

- Большинству фразеологизмов свойственна непроницательность структуры: не допускается включение в них новых слов. Так, зная фразеологизмы «потупить голову», «потупить взор» нельзя сказать «низко потупить голову», «потупить печальный взор». Важный признак фразеологии - метафоричность, образность. Фразеологизм появляется в языке не для называния предметов, признаков, действий, а для образно-эмоциональной их характеристики. Фразеологические единицы – это микрообразы, языковые образные миниатюры. Эмоциональность фразеологии – это способность фразеологизма не только назвать предмет, явление, но и выразить определенные чувства и оценки автора. Именно это формирует в сознании массовой аудитории представления о государстве.

## Выводы по Главе 1

В первой главе выпускной квалификационной работы рассматривается история создания телеканала RT International, его роль в формировании образа России на международной арене, а также некоторые теоретические аспекты использования языковых средств в создании образа государства.

Исследование начинается с анализа исторического контекста возникновения RT International, который был запущен в 2005 году как средство для улучшения имиджа России за рубежом и представления российской точки зрения на мировые события. Обсуждается, как изменения в глобальной политике и информационной среде способствовали решению о создании канала, который нацелен на аудиторию за пределами России и использует английский язык как основное средство коммуникации.

Далее, в главе подробно анализируется роль RT International в создании и поддержании образа России как мощного и независимого государства, стремящегося к многополярному мировому порядку и справедливым международным отношениям. Освещается, как через выбор тем, углов освещения событий и акцентов в представлении информации канал формирует представление о России как о защитнике традиционных ценностей и стабильности в мире.

Кроме того, в главе обсуждаются теоретические аспекты использования языковых средств в медиа для создания и модификации образа государства. Проводится реферирование и приводятся краткие существенные результаты научных работ, которые анализируют, как метафоры, фразеологизмы, выбор лексики, синтаксические конструкции и другие языковые средства могут влиять на восприятие новостей аудиторией и служить инструментами политической агитации и пропаганды.

Завершается глава обсуждением важности критического подхода к анализу медийных сообщений и понимания их воздействия на международные отношения. Это подчеркивает необходимость более глубокого изучения методов медийной коммуникации и стратегий, которые использует RT International для формирования образа России на мировой арене.

## Глава 2. Особенности использования языковых средств в новостных передачах RT International для создания образа России

### 2.1. Вводные замечания

Большую часть средств формирования определенного образа в заданном контексте составляют языковые средства. Для практической части работы и для анализа были взяты новостные передачи за период с декабря 2023 года по март 2024, а также более ранние новостные передачи от с декабря 2010 года по март 2011 года (для сравнения отдельных аспектов представления информации). Под новостной передачей мы подразумеваем программу «News» телеканала RT International. Эта программа появляется от трех раз в день и более в эфирной сетке с самого утра и до позднего вечера. Для анализа в данной работе выбраны передачи, которые выходили в эфир в прайм-тайм в вечерней сетке. Такие передачи содержали самое большое количество новостей, которые могли добавиться за день. Стоит отметить, что данным передачам присущ разговорный формат и наличие разного рода экспертов, общение с которыми проходит в режиме «Live».

За вышеуказанный период произошло большое количество событий, в первую очередь, политических и геополитических. RT International освещал события, актуальные для всего мира, события, которые могли так или иначе влиять на весь миропорядок, и события происходящие в России, ведущие к изменениям действий государства как на внутренней, так и на внешнеполитической арене. В работе уделяется внимание анализу новостных передач RT International о событиях политического, экономического и культурного характера.

В тексте работы представлены некоторые примеры анализа новостных контекстов, случаев использования языковых средств в новостных передачах

RT International, опубликованных на сайте *Архив Интернета (Internet Archive)* <https://archive.org/>. Этот сайт как источник был выбран не просто так. RT International не обладает открытой базой архивных новостных передач, поэтому для просмотра и анализа новостных передач за достаточно длительный промежуток времени период (с декабря 2023 года по март 2024, а также более ранних новостных передач с декабря 2010 года по март 2011) был использован данный ресурс. В работе указаны даты передач, контексты из которых разбираются в работе как примеры, таким образом, на те передачи, про которые мы пишем, мы ссылаемся в тексте, даем даты.

## 2.2. Особенности использования языковых средств в новостных передачах, освещающих политические события

Большая часть новостного эфирного времени уделяется политике и политическим процессам. Рассмотрим некоторые примеры использования языковых средств в передачах такого характера.

В новостной передаче от 13 марта 2024г. (March 13, 2024) идёт речь о военном потенциале, внешней политике и международных отношениях России и других стран на данном этапе.

Одной из обсуждаемых в данной передаче новостей является ситуация с президентом Французской Республики Э. Макроном и предполагаемые действия России в Африке, что, по мнению автора передачи, вызвало недовольство Франции: «*filling their bellies with human flesh and their pockets with money*» – эта метафора вызывает живое и сильное визуальное представление, описывая западные страны как жадные и безжалостные. Это выражение представляет собой гиперболизированное изображение эксплуатации стран Африки западными странами, подчеркивает моральную нищету участников событий с данной стороны.

Ведущие также касаются общего восприятия России в мире и ее роли на международной арене, подчеркивая, что Россия не стремится быть агрессором или врагом других стран, а лишь защищает свои интересы и поддерживает независимое развитие других государств:

(1) *«We are not instigating anyone there. We are not setting anyone against France. We do not set ourselves this task. To be honest, we don't have any such statewide national tasks at the level of the Russian state. We are just friends with them. That's all.»* (March 13, 2024)

Чтобы показать свои намерения сотрудничества со странами Африки, в новостном отрывке выступающий использует анафору, стилистическое средство, которое создает сильный эмоциональный эффект, показывая истинные намерения государства. Такая речь, использующая, кроме того, параллельные конструкции, повышает темп повествования, приобретает лаконичный характер, создает образ стойкого, прямолинейного и честного лидера.

Авторы данной новостной программы не скупаются на метафоры, например, *«political chessboard»* или *«political volcano»*, которые описывают напряженную, нестабильную политическую ситуацию, которая может «взорваться в любой момент, приводя к радикальным изменениям или кризисам».

Следующим аспектом обсуждения, представленным в программах, является освещение восприятие России мировым сообществом.

Рассмотрим пример (2).

(2) *«That is also important, but the point, in my opinion, is quite different. The point is that this so-called golden billion has been practically a parasite on other nations. For centuries, 500 years, they've been tearing apart the poor peoples of Africa. They've been exploiting Latin America, and certainly they've been exploiting the countries of Asia. And they haven't forgotten that.»* (March 13, 2024)

В речи акцент делается на стремлении Запада сохранить нынешнее неравноправное положение в международных делах, что вызывает

сопротивление со стороны развивающихся стран. Так, сравнение данных стран, являющихся «golden billion», с «паразитом», веками эксплуатирующим другие нации, также мощно формирует образ страны, стоящей за справедливость мировых порядков. Интенсификатор «*certainly*» используется для усиления эмоционального воздействия, для создания уверенности в сказанном, выражения ясности мнения, добавляя оттенок безапелляционности или очевидности данному утверждению, подчеркивая его неоспоримость или предполагаемую общепринятость. В речи «конечно» служит средством усиления аргумента, подкрепления утверждений авторитетом и создания эмоционального резонанса с читателем, предполагая его предварительное согласие с высказанным.

В речи участников новостной передачи было замечено неоднократное использование такого стилистического средства как антитеза: «*While some seek peace, others are preparing for war*», которое подчеркивает противоположные подходы обсуждаемых государств к международной политике, особенно когда это касается вопросов войны и мира.

(3) «*We measure ourselves by the number of carriers and warheads, and those who need to know — experts, specialists, and the military — are well aware of this. They are now tasked with increasing this modernity, and they have plans to do so. We are also aware of this. They are developing all their components, and so are we. But this does not mean that, in my opinion, they are ready to unleash nuclear war tomorrow. If they want to, what can we do?*» (March 13, 2024)

Рассмотрим пример (3), в котором приведен отрывок из данной новостной передачи, где анализируется интервью президента В. В. Путина и российского журналиста Д. К. Киселёва. Обсуждается модернизация военного оборудования и нежелание развязывания ядерной войны. Замечено использование специальной лексики (*carriers, warheads, the military, nuclear war и др.*). RT International не просто так обращает внимание именно на эти слова президента. Освещение растущего риска эскалации ядерного конфликта приковывает внимание миллионов зрителей, а Россия, будучи одним из

главных участников, может тревожить западного зрителя. По этой причине задача RT International – создать достоверный образ России, образ страны, которая не стремится к обострению и без того сложной ситуации. С одной стороны, Россия предстает в образе стороны, защищающейся от западной агрессии, а с другой, демонстрируется военный потенциал страны. Это своего рода сигнал для противников или просто нейтрального реципиента о потенциальном контрударе. Так, фраза «We measure ourselves by the number of carriers and warheads» - метафора, подчеркивающая мощь страны и ее военную готовность, что укрепляет образ России как великой державы. А риторический вопрос президента: «*If they want to, what can we do?*» утверждение подчеркивает нежелание дальнейшей эскалации конфликта, но при этом готовности противостоять западной агрессии.

Следующим аспектом обсуждения, касающимся внешней политики, в данной передаче был вопрос о невмешательстве в выборы США и готовность сотрудничать с любым лидером, выбранным американским народом. Президент В. В. Путин показывает себя как договороспособный и открытый миру политик, призывающий «свести мост между народами». Президент использует метафору «*bridge between nations*», описывающую дипломатические усилия, которые предпринимаются нашим государством для соединения разных культур и стран для сотрудничества и установления взаимопонимания.

Далее программа касается обвинений в адрес России в поддержке Д. Трампа и нынешней предвыборной ситуации в США, которая описывается как ухудшающаяся:

(4) «*As for today's pre-election situation, the order is becoming increasingly uncivilized. I would not like to give any comments on this matter, but it's absolutely clear. I think it's obvious to everyone that the American political system can claim to be undemocratic in every sense of the word.*» (March 13, 2024)

В данном отрывке наиболее частотным языковым средством выступает такой морфологический стилистический прием как негативная префиксация. Этот процесс формирования слов заключается в добавлении негативного

префикса к существительному, прилагательному или наречию, которое по смыслу является антонимом к какому-либо табуированному слову. Такой морфологический приём включает в себя «скрытое порицание», что часто находит отражение в журналистском языке: «...*is becoming increasingly uncivilized...*»; «...*can claim to be undemocratic in every sense of the word...*» В обеих цитатах приставка *un-* создает прилагательные со значением противоположности. В данном случае этот прием используется для противопоставления и разоблачения двуличия Америки, которая пытается представить себя главным сподвижником современных «демократических» ценностей. Тем самым создается впечатление, что США не следует своим идеалам, противоречит себе, и, как следствие, использование этого приема способствует развитию скептического отношения к современным выборам в Америке, ставит в оппозицию Россию.

В конце передачи говорится о заботе России о своих гражданах, о том, как важно для страны занимать активную позицию в защите своих национальных интересов на международной арене, не поддаваясь внешнему давлению и оставаясь верной своим принципам и ценностям.

(5) «*What I would like to draw our attention to is how many people in the world look at us, at what is happening in our country, and in our struggle for our interests. This, in my opinion, is what is import. Why is this happening?*» (March 13, 2024)

Риторический вопрос «*Why is this happening?*» обращен к зрителю, чтобы вызвать у него размышления о сложности международных отношений и внутренних вызовах, с которыми сталкивается Россия на данном этапе.

Как показывает анализ текстов передач данного блока за установленный период, ведущие программ мастерски применяют различные стилистические приемы для укрепления нарратива о России, подчеркивая её оправданные действия. Так, например, использование многокомпонентного термина «*special military operation*» служит не просто для усиления ключевых идей, но и для

создания устойчивого понимания легитимности и необходимости действий России.

В новостных передачах (December 19, 2023) освещается напряженная обстановка в связи с развитием блока НАТО:

(6) «*Months have passed, and this year, the West continues to wage a hybrid war against Russia. The activity of the NATO military bloc as a whole has sharply increased; Finland has already been integrated into NATO, and Sweden is planning to join. This effectively marks the next stage in the bloc's encroachment on Russian borders.*» (December 19, 2023)

(7) «*The West continues to wage a hybrid war against Russia.*» (March 13, 2024)

Для отражения вызовов современной ситуации используются лексические и стилистические средства. Так, часто используемая лексическая единица «hybrid war» – современный термин, который описывает войну, ведущуюся с использованием комбинации традиционных военных действий и других методов (кибератаки, пропаганда и т.д.). Такое повторение, как эхо, отражает нарратив о непрекращающейся агрессии западных стран. RT International подчеркивает сложности, с которыми сталкивается Россия, для описания которых журналисты используют специальную, профессиональную и военную лексику, например: «counter-offensive» – военный термин, описывающий атаку, предпринятую в ответ на вражеские действия; «*heavy losses*» – колоссальные потери противника.

Жесткое противопоставление успехов России и неудач Запада и Украины, таких как «колоссальные потери» противника, подчеркивает не только военное, но и моральное превосходство России. Этот контраст создается за счет использования такого стилистического средства, как антитеза, создавая образ России как непобедимого воина: «*The Russian troops have successfully completed their tasks... The enemy is suffering heavy losses.*» Эпитет «heavy» подчеркивает сложность ситуации для противников России. Также в данном эпизоде

достижения России называются успешными, в оппозицию встает описание достижений врагов России.

В новостных передачах политической направленности эвфемизмы являются достаточно распространенным средством, используемым в качестве приемлемой формулировки, эмоционально нейтрального слова или выражения вместо синонимичного слова или выражения, которое может быть воспринято говорящим как резкое или грубое, например, «peaceful nuclear device» вместо «nuclear bomb» и др., для того, чтобы производить положительное впечатление на массовую аудиторию, избегать негативных отношений в случае политических неудач. Это вид перифразы.

Еще одним широко употребительным стилистическим средством являются аллюзии, особенно, к выступлениям президента В. В. Путина, они призваны усилить доверие к изложенным фактам и мнениям, представляя решения России как взвешенные и продуманные: «*Vladimir Putin spoke in detail about the course of the special military operation.*»

Эпитеты в описании мужества и стойкости русского солдата вызывает чувство гордости и единства, делая нарратив не только информативным, но и эмоционально заряженным: «*Russian soldiers are brave and persistent*».

Парцелляция — это синтаксический прием, при котором автор или оратор освещает определенные детали события, темы или идеи, в то время как другие аспекты могут быть минимизированы или полностью игнорированы. Этот прием может использоваться в различных контекстах и с разными целями.

(8) «*The leadership of the Ministry of Defense has led our troops to success in a special military operation.*» (December 19, 2023)

Вместе взятые, эти приемы не просто формируют повествование; они служат стратегическим инструментом, направленным на укрепление внутренней поддержки, оправдание действий на международной арене и создание образа России как могущественного, но справедливого государства, защищающего свои интересы и стоящего на страже мирового порядка.

В следующей передаче повествуется о том, как в Москве состоялась встреча между президентом Ирана и В. В. Путиным, что стало значимым событием в дипломатических отношениях двух стран на фоне усиления деятельности НАТО и кризисных обсуждений. Несмотря на заявления НАТО о своем политическом характере, альянс сохраняет агрессивную позицию, особенно заметную в отношении России и ее действий на Украине. В. В. Путин, продолжая специальную военную операцию, отмечает успехи и выражает благодарность руководству Минобороны, одновременно подчеркивая необходимость улучшения военных технологий.

(9) *«As the Russian president welcomed his counterpart, he stressed the need for cooperation and exchanging views about the Gaza conflict. The reduction in rules by 20 percent reached a good result. \$5 billion has been earmarked for huge infrastructure projects that have been discussed for a long time and are now coming to realization, like the northern three-way project where we cooperate in all spheres.»* (December 7, 2023)

Несмотря на вызовы, В. В. Путин активно участвует в экономических форумах, демонстрируя устойчивость российской экономики перед лицом попыток Запада к ее изоляции. Мир переходит к многополярной модели, что видно на примере отказа от доллара в международной торговле.

(10) *«He stated that Russia has proven that it can withstand any challenges and that the West has failed in its quest to weaken and isolate Russia. Power dynamics are changing in the world, and the West is losing its grip and is trying to contain the growth of other countries, having become accustomed to treating them like colonies.»* (December 7, 2023)

Использование сравнения обращения с другими странами, как с колониями – «like colonies» – подчеркивает несправедливость и эксплуатационный характер отношений.

В данной передаче прослеживается последовательное использование стилистических приемов, направленных на формирование образа России и её президента В. В. Путина как ключевых фигур на международной арене.

Начальный момент, когда для встречи с иранским президентом в Москве раскатывается красная ковровая дорожка, служит не просто демонстрацией традиционного гостеприимства, но и символизирует важность России и её лидера в мировой политике, подчеркивая их высокий статус и значимость.

(11) *«The red carpet was rolled out for the Iranian president to meet with Putin in the heart of Moscow, on the street that has become synonymous with crises and policy discussions.»* (December 7, 2023)

Продолжая тему, описание действий НАТО и Запада как агрессивных, направленных против России, усиливает образ страны как стойкого защитника своих границ и интересов. Это создаёт впечатление непоколебимости России перед лицом внешних вызовов и подчеркивает её роль как крепости справедливости в международных отношениях. Личная вовлеченность В. В. Путина в управление специальной военной операцией и его благодарность военному руководству отражают его активную позицию и заботу о стране. При этом упоминание о стремлении к совершенствованию военных технологий подчеркивает его предусмотрительность и ориентацию на прогресс, что укрепляет его образ как ответственного лидера.

(12) *«However, in practice, citizens and businesses did not actually notice the seamless transition to the national payment system, which is successfully operating and developing today. At the same time, we stopped paying commissions to Western companies. They only missed out on what they could earn in Russia.»* (December 7, 2023)

Акцент на устойчивости российской экономики и активное участие В. В. Путина в экономических форумах демонстрируют силу и независимость России как государства, способного сохранять стабильность и противостоять попыткам изоляции. Указание на изменение глобальных сил и переход к многополярному миру, где уменьшается доминирование США, отражает роль России как ведущего игрока в формировании нового мирового порядка, подчеркивая стремление к более справедливой международной системе.

В течение исследуемого периода достаточно много эфирного времени было уделено конфликтам на Ближнем Востоке. В репортажах довольно часто приводятся цифры, передающие численность жертв, особенно среди мирного населения, в частности детей, что, несомненно, вызывает определенного рода реакцию зрителей.

(13) *«I think the reason that mankind is suffering now is due to unilateral decision-making in an unjust global system. What we see in Gaza is a demonstration of this system. What's happening in Gaza is a genocide and a crime against humanity. It's very sad that more than 6000 children have been killed by the Zionist regime.»* (December 7, 2023)

В примере (13) речь идет о решениях, единогласно принимаемых в несправедливой глобальной системе, что приводит, по мнению выступающего, к страданию всего человечества: используется соответствующая лексика (*a genocide, a crime against humanity, suffering mankind, regime, children ...killed*) и морфологические приемы (например, префикс *un-* в *«unjust global system»*) для создания отрицательного эффекта воздействия. Анафора *«What we see... What's happening...»* повышает темп повествования, усиливает данный эмоциональный эффект.

В просмотренных новостных передачах довольно много внимания уделяется встречам В. В. Путина с лидерами Ближнего Востока и их обсуждению глобальных проблем. Ведущие подчеркивают стремление России и её президента к международному сотрудничеству и мирному разрешению конфликтов, выстраивая их образы как миротворцев и посредников в решении глобальных вызовов. Таким образом, через последовательное использование этих стилистических приемов текст создаёт сложный и многогранный образ России и В. В. Путина, подчеркивая их значимую роль на международной арене и стремление к справедливому миропорядку.

### 2.3. Особенности использования языковых средств в новостных передачах, освещающих события культурной жизни

Россия была и остается одним из крупнейших культурных центров всего мира. RT International не может не освещать культурную жизнь России, так как культура остаётся одним из важнейших элементов имиджа. В свою очередь телеканал заостряет внимание на больших событиях, самыми яркими из которых являются государственные или религиозные праздники, а также выступления выдающихся деятелей культуры с различными шоу-программами и выступления политических лидеров страны, которые сопровождаются концертом для большого количества зрителей.

Одним из самых любимых праздников в России является Новый Год. Этому празднику всегда уделяются отдельные новостные сюжеты. Рассмотрим на примерах, как в новостных передачах описывается встреча 2024 года в России.

(14) *«We will become even stronger. We are together, and this is the strongest guarantee of Russia's future. Congratulations, my dear.»* (December 31, 2023)

Президент России в своем обращении к нации отмечает как успехи, так и трудности прошедшего года, подводя итоги и заявляя о готовности к будущим достижениям. Такие литературные приемы, как антитеза (*«It was successful and at the same time difficult»*), метафора (*«The fate of Russia is shaped by the soul of a multinational people»*) и олицетворение (*«The history of each family is woven into the history of our great and beloved Homeland»*), помогают создать образ России как страны с глубокими культурными традициями, подчеркнуть национальное единство и значимость семейных ценностей.

Президент подчеркивает, что уходящий год был полон испытаний, но и значительных достижений, что отражается через использование синтаксического параллелизма и анафоры, подкрепляющих ощущение солидарности и общенациональной гордости.

(15) *«We are proud of our common achievements, rejoice in our successes and stand guard over our national interests».* (December 31, 2023)

Гипербола *«nothing could be more magical»* и эпифора *«Children laugh in the evening, adults smile in the evening, peace reigns in the evening.»* усиливают впечатление от праздничной атмосферы, окутывающей страну во время новогодних торжеств.

Текст программы также содержит риторические вопросы, направленные на вовлечение аудитории и подчеркивание важности момента для каждого гражданина *«Are you happy with the New Year 2024?»* В общем, передача создает образ России как мощной, но в то же время теплой и приветливой страны, где Новый год является символом национального возрождения и надежды, а каждый житель — частью большой и крепкой семьи.

Это празднование показывает Россию как страну, где уважают традиции, ценят общность и готовы вместе строить будущее, сохраняя при этом свои уникальные культурные и семейные ценности.

Показалось достаточно интересным, в качестве контраста взять передачи от 2010 года, чтобы найти либо отсутствие измененного нарратива или его наличие. Рассмотрим для примера передачу, которая завершала первый год работы RT International в мировом эфире. В передаче предлагается к просмотру краткий анализ новостей за прошедший год, что уже достаточно сильно отличает передачу 2010 года от передачи 2024 года, где самые громкие события озвучил президент в своей новогодней речи, а не дикторы RT International, как в 2010.

(16) *«Happy New Year and a very warm welcome from all of us here in Moscow. This is RT International with the latest news and a review of the main events of 2010. Thanks for joining us. Celebrations are in full swing across Russia to mark the coming of 2011, with New Year being Russia's most popular holiday. Our correspondents, Sarah Further and Alex Habit, have been following the festivities in Moscow and Sochi.»* (December 31, 2010)

Снова акцентируется внимание на дне Нового Года как на самом главном дне всех граждан России «*most popular holiday*», тем самым, приоритетным в глазах западного зрителя стал именно этот праздник. Зритель знакомится с российской культурой.

RT International старается создать уютную, праздничную атмосферу, встречает яркой фразой «*very warm welcome*». Известно, что Россия тесно связана с образом холодной и недружелюбной страны. Авторы, репортеры пытаются разрушить этот стереотип, создают атмосферу тепла, уюта с приветственных фраз. Однако в последствии (см. пример (17)) отмечают, что именно в России находится самый холодный регион в мире, возвращая к привычным образам. При этом название региона не уточняется, упрощается ассоциативный ряд. Вероятно, упрощение создается не просто так, Россия для большинства западных реципиентов – экзотика. Русская культура тоже экзотична:

(17) «*Another highlight of the celebrations is the ice sculptures in the coldest region on earth. It's about thirty-four degrees below zero Celsius, but that doesn't stop the fun. I am joined by Ded Moroz, the Russian version of Santa Claus. The decorations here involve a lot of ice and cold. We are standing amidst beautiful frozen ice sculptures lit up wonderfully.*» (December 31, 2010)

Взгляд на Россию формируется через призму иностранного зрителя, в отличие от будущих передач. Знакомство с привычными для нас образами, невозможно без конкретного сравнения с образами западной культуры: «*I am joined by Ded Moroz, the Russian version of Santa Claus.*». RT International старается сблизить две культуры, найти точки соприкосновения.

(18) «*Still ahead, New Year's night is a time for making wishes. We speak to families with the best tips on how to make them come true. As we bid farewell to 2010, we take a closer look at the year that passed, marked by both despair and hope, scandals and celebrations.*» (December 31, 2010)

Новый Год преподносится как «время исполнения желаний». Снова подчеркивается важность праздника для россиян. Сам 2010 год полон

контрастов: «*we take a closer look at the year that passed, marked by both despair and hope, scandals and celebrations*».

При освещении ключевых событий затрагиваются: теракт в Московском метро, но в противовес завершившийся газовый кризис на Украине. Отдельное внимание уделено встрече двух президентов Б. Обамы и Д. Медведева, а также подписанию двустороннего пакта о вооружении:

(19) «*In the spring, Presidents Dmitry Medvedev and Barack Obama signed the new START International treaty, aiming to reduce strategic nuclear stockpiles by a third. This was the most significant arms control agreement in nearly two decades. Congress approved the pact just before Christmas, and the Russian Duma is expected to follow suit after months of waiting for their counterparts on Capitol Hill to conclude bipartisan wrangling.*» (December 31, 2010)

В примере (19) использована специальная лексика, характерная для описания военно-промышленного комплекса: «*strategic nuclear stockpiles*», «*significant arms*». С помощью этого приема привлекается внимание телезрителя, а также сопровождается видеоматериалом. RT International преследует идею сближения двух стран, поэтому старается как можно больше обратить внимание на достижение соглашений по важным вопросам.

Из других приемов доминируют риторические восклицания: «*We're wishing all of you a very Happy New Year from Moscow's Red Square!*», «*Happy New Year from the coldest region on earth!*», «*Absolutely fantastic!*», «*It's really exceptional!*». Эти восклицания передают радостное и приподнятое настроение, создавая атмосферу праздника.

Подводя итог в сравнении двух передач одной тематики, нужно отметить, что нарратив в 2010 был больше направлен на ознакомление иностранной аудитории с традициями и культурой России. Молодой и неподготовленный зритель RT International видит Россию как дружелюбную, направленную к сотрудничеству страну. Более тонкие темы, проблемные и трагические события преподносятся аудитории в виде цитат лидеров, вставок видеофрагментов с

выступлениями первых лиц, тем самым повышая авторитетность и убедительность материала.

Следующим большим праздником, освещенным на RT International, стало Православное Рождество. Для рассказа об этом празднике было отдано два эфирных дня. Накануне (6-ого числа) описывается, как в России готовятся к Рождеству: это время, когда русские люди тратят много усилий на подготовку к празднованию, «в отличие от Нового года». В этот день предпочитают проводить время с семьей, дарить друг другу значимые подарки и отдыхать. Особое внимание уделяется тому, что после 40-дневного поста перед Рождеством религиозные люди могут снова позволить себе употребление мясных, рыбных и молочных продуктов. Праздник наполнен теплыми пожеланиями и традиционными рождественскими приветствиями:

*(20) «...a 40 day long fast prior to Christmas, which day will be great and on Christmas Day. But, you know, unlike on New Year's, Russians really go all out. So, with all the traffic and giving big gifts to one another, all the big celebrations on Christmas Day, Russians tend to spend this with their families relaxing.» (January 6, 2024)*

Разумеется, в этой передаче создаётся образ российского народа, как высокоморального и высокодуховного. Показывая то большое внимание, которое в современной России уделяется Рождеству, еще раз подчеркивается желание RT International создать образ России как страны, поддерживающей исторически традиционные ценности. Специально используется сравнение «*unlike on New Year's, Russians really go all out*» – сравнение, которое подчеркивает разницу в масштабе и стиле празднования Рождества по сравнению с Новым годом в России.

Лексический повтор способствует укреплению ассоциации и связи между Рождеством и русскими. Повторение слов «Christmas Day» и «Russians» помогает усилить фокус на российских традициях и праздновании Рождества.

Отдельное внимание уделяется, непосредственно, празднованию Рождества, его ритуалам и торжественным речам главных церковных лиц.

(21) «*Let us overcome our worries about the fate of the world and the country, and bring peace to restless hearts by highlighting priorities that indicate the right passions, providing salvation from the masses. Today, I would like to wish that every home, every family, every heart be illuminated by the enlightening, renewing, warming, and transforming light of lights, so that we may share with each other this invigorating, undeniable light of truth through acts of love and good deeds, supporting those who need help and sympathy, thereby filling life with lasting meaning. May you enjoy happiness and peace. Merry Christmas.*» (January 6, 2024)

В новостной передаче от January 6/ 6 января 2024г. описывается, как в России проходят Рождественские празднования, подчеркивается важность семейных и общественных традиций. Ведущий выражает надежду преодолеть мировые и внутренние проблемы, принося мир в сердца людей через добрые дела и поддержку нуждающихся. С помощью эпитетов создается благостное впечатление от праздника и всего окружающего. «*Enlightening, renewing, warming, and transforming*»— эти качества света усиливают восприятие его положительного воздействия на человека и общество.

Освещается, как Рождество в России ассоциируется с радостью и потерями, призывая граждан к взаимопониманию и поддержке. Также авторы прибегают к использованию эпитетов «*Heartfelt quality*» - подчеркивает искренность и глубину чувств.

Глава Русской Православной Церкви проводит главное богослужение в Храме Христа Спасителя в Москве, крупнейшем соборе страны, где собирается множество верующих. В столице и других городах также проходят массовые мероприятия, на которые приходят тысячи людей. Патриарх Кирилл использует риторический вопросы в своей праздничной речи, чтобы усилить вовлеченность паствы «*Shouldn't we turn to the light and accept all our loved ones?*». Он призывает прихожан и других зрителей задуматься о высоких чувствах и разжечь чувство благодатности. RT International в свою очередь делает на этом акцент. Телеканал транслирует позицию Русской православной церкви, важного элемента культурной жизни России.

Естественным и логичным выглядит большое количество позитивных эпитетов (*n., solemn, sacred, great*) при описании самого праздника (*Great Christmas*), а также использование церковной лексики (*aroma of incense, icons, gleam, candlelight*).

(22) «*The solemn midnight service filled the air with sacred chants, echoing through the frosty winter night...*»; «*The rich aroma of incense spread, bringing comfort and cheer...*»; «*Golden icons gleam in candlelight.*» (January 7, 2024)

Авторы программы передают праздничную атмосферу. Образ праздника представляет из себя масштабное событие, объединяющее людей, атмосферу праздника, который дарит людям свет, тепло и радость.

Образ России складывается как страны с глубокими православными традициями, где высоко ценятся семейные узы, общественная поддержка и государственная забота о каждом гражданине.

Помимо зимних праздников RT International освещает различные праздничные фестивали, приуроченные к значимым событиям в стране. Так, передача от 19.03.2024. осветила мартовский концерт, который прошел на Красной площади перед речью президента В. В. Путина, посвященной его победе на выборах. Среди выступавших были артисты лояльные правительству и президенту.

(23) «*The stage behind me and the writing on top of it says «Festival of unity» marking the 10th anniversary since Crimea returned, rejoined, and became part of the Russian Federation. Vladimir Putin was not alone on the stage.*» (March 19, 2024)

RT International представляет мероприятие, прибегая к метафоре «*festival of unity*» подчеркивающей атмосферу единения и праздника для всей страны, отражая общенациональный дух и поддержку президента. В данном примере используются метафоры и эпитеты, приемы, которые в дальнейшем также будут самыми частыми из приёмов, как самого действенного и манипулятивного из приёмов.

Концерт был не только праздником музыки, но и демонстрацией сильной поддержки В. В. Путину *«harmonic support»* в данном случае употребляется эпитет.

(24) *«Everyone remembers how actively gave harmonic support to Vladimir Putin the aspirations of the Crimean people and helped them return home. Crimea and Russia are one homeland. Those times were turbulent, but there was no other option but to return home.»* (March 19, 2024)

Ведущий всячески пытается создать образ богатой и мощной, с культурной точки зрения, программы, прибегая к метафоре и называет праздник «гобеленом мелодий» (*«tapestry of melodies»*). В этом случае метафора служит для очередного отражения богатства культуры, в которой каждый музыкант вносил свою уникальную лепту в общий лейтмотив вечера.

(25) *«Getting here was a challenge in itself because central Moscow was completely blocked by massive crowds of people they responded with thunderous applause. In Moscow, Red Square was as bright as day. Many people have decided to show their support. One thing I noticed is the presence of many young people, possibly around 25 years old.»* (March 19, 2024)

Зрители, заполнившие площадь, откликнулись «громогласными аплодисментами» (*«thunderous applause»*), то есть и здесь авторы текста прибегли к эпитету, чтобы иметь больший эффект от воздействия на зрителя.

Это мероприятие, ставшее ярким проявлением культурной жизни России, еще раз подтвердило, что музыка и искусство являются неотъемлемой частью общественного сознания, способными объединять людей разных возрастов и интересов воедино. Вечер на Красной площади стал *«mosaic of cultural celebration»* (метафора: представляет собой мозаику культурного празднования, где каждый элемент мероприятия вносит свой вклад в создание общего праздничного настроения), подчеркивая роль культуры в укреплении национального единства и патриотизма.

(26) *«Adding to the festive atmosphere, the celebration featured performances by popular music stars who openly support Vladimir Putin. Renowned singers and*

*bands took to the stage, energizing the crowd with their lively performances. The music ranged from patriotic songs to contemporary hits, resonating with the audience's emotions. The presence of these celebrities, who are vocal in their support for Putin, underscored the widespread popular backing for the president. The support was a significant highlight of the evening, drawing cheers and applause from the enthusiastic crowd.» (March 19, 2024)*

Подводя краткий итог, можно заключить, что, при освещении культурных событий в России RT International наиболее распространенными стилистическими приемами являются метафоры и эпитеты. Это делается для поддержки общего мотива обозреваемых событий, чтобы создать образ России как страны с сильной моралью, богатой культурной жизнью.

#### 2.4. Особенности использования языковых средств в новостных передачах, освещающих экономические события

На экономическом форуме, который широко освещался телеканалом RT International, президент России В. В. Путин произнёс речь, акцентирующую внимание на необходимости тесного глобального экономического партнёрства. Корреспонденты, характеризуя выступление президента, используют эпитет *«compelling»*, подчеркивая силу и важность речи В. В. Путина, усиливая его авторитет.

В своем обращении президент назвал международное сотрудничество *«жизненно важным краеугольным камнем»* для стабильности на фоне глобальных экономических вызовов. Метафора *«vital cornerstone»* подчеркивает ключевую роль России в глобальной стабильности, изображая её как фундаментальную и незаменимую. Эпитет *«stormly»* иллюстрирует бурный характер глобальных вызовов, позиционируя Россию как стабилизирующую силу.

Президент В. В. Путин описал Россию как «могучий столп» мировой экономики, стремящуюся расширить горизонты в таких областях, как энергетика, инновационные технологии и инфраструктурные инициативы. Метафора «*mighty pillar*» представляет Россию как сильную и поддерживающую силу в мировой экономике, укрепляя её образ как мощной и надёжной державы. По его словам, названные направления могут служить «мостами» для новых экономических альянсов и партнёрств.

(27) «*The bridge of cooperation between our countries strengthens the pillars of mutual economic growth and strategic partnership, enabling us to move forward together towards a prosperous future.*» (March 25, 2024)

В примере (27) передаётся идея о том, что Россия способствует связям и сотрудничеству между различными странами, усиливается её образ как медиатора в международных отношениях.

В свете устойчивого развития В. В. Путин призвал к гармоничному сочетанию, промышленному росту и ответственности за экологию. Метафора «*harmonious blend*» изображает подход России к развитию как сбалансированный и продуманный, продвигая образ ответственной страны. Определения в сочетаниях «*industrial growth*», «*environmental responsibility*» выделяют динамичный и прогрессивный аспект экономики России, подчеркивают обязательства России по устойчивости развития, согласующиеся с глобальными экологическими заботами. В. В. Путин также подчеркнул важность инициативы в «зеленом вопросе» заявив, что прогресс не должен становиться разрушительным для природы. Метафора «*a tempest of devastating consequences*,» использует образ природной катастрофы для подчеркивания потенциальных опасностей игнорирования экологических забот, позиционируя Россию как страну, осознающую и активно предотвращающую такие последствия.

Президент также осветил вопросы необходимости развития цифровой экономики, описывая это как «*opening doors*», для улучшения качества жизни во всём мире. Метафора «*opening doors*» предполагает широкие возможности и

доступность информации, призванные улучшить восприятие России как прогрессивной и смотрящей в будущее. Он выразил уверенность, что цифровые инновации могут предоставить много новых возможностей для международного сотрудничества и инноваций. Метафора «*Our collaborative effort will weave a net of new opportunities, capturing innovative solutions and fostering unprecedented growth for all involved.*» подразумевает обширное и инклюзивное соединение, укрепляя роль России в глобальной цифровой интеграции.

Отклик на речь президента был положительным, что изображает восприятие речи как позитивное, усиливая воспринимаемый успех российской дипломатии. Участники форума отмечали его акцент на мирное сосуществование и сотрудничество как ключ многих глобальных проблем.

(28) «*This visit acts as the key to unlocking unprecedented opportunities for collaboration between our nations, paving the way for strengthened security, educational exchanges, and economic growth.*» (March 25, 2024)

Метафора «*key to unlocking*» в примере (28) представляет идею о решении сложных глобальных проблем через сотрудничество, которое Россия способствует, тем самым позиционируя её как важного игрока в глобальных усилиях по обеспечению мира.

RT International тщательно осветил это мероприятие, предоставив аудитории глубокий анализ и подчеркнув его значимость для международного экономического диалога.

В следующей передаче RT International рассматриваются утверждения А. Эпплбаум, изложенные в её новой книге «*Autocracy, Inc.: The Dictators Who Want to Run the World*». Она утверждает, что Россия, Китай и некоторые американские политические группы ведут скоординированную пропаганду против Запада. А. Эпплбаум указывает, что это подрывает усилия США по поддержке Украины и введению санкций против России, и утверждает, что эти страны координируют свои действия для распространения альтернативной информации и подрыва западных ценностей.

(29) *«Applebaum cites talk by Russian officials of alleged Western biolabs in Ukraine, subsequently picked up by American social media and the Chinese and Russian state press as evidence of a «joint propaganda effort» between all the above players – as though they deliberately coordinated – that »helped undermine the US-led effort to create solidarity with Ukraine and enforce sanctions against Russia.» According to a YouGov poll, a quarter of Americans believed the theory, she added.»* (January 25, 2024)

RT International пытается создать образ России как страны способной в непростой ситуации иметь активную, созидательную позицию в экономической жизни мира. Эта передача стала одной из самой богатых на языковые приемы.

(30) *«They also heard descriptions of Ukrainians as Nazis, along with claims that Ukraine is a puppet state run by the CIA, and that NATO started the war.»* (January 25, 2024)

Так, параллелизм подчеркивает серию утверждений, усиливая восприятие реципиента.

(31) *«Russia, China, and some folks on the right all happen to oppose the authoritarian clown show of raging ineptitude that the Western establishment has become.»* (January 25, 2024)

Контраст между Россией и Китаем, с одной стороны, и Западом, с другой, подчеркивает различия в их политических системах и подходах. Контраст подчеркивается анафорой.

Опять же для создания образа консолидированности между государствами используется метафора *«Joint propaganda effort»* или эпитет *«Common cause»*, подчеркивающий предполагаемую координацию действий между Россией, Китаем и американскими группами.

Передача RT International создает многослойное сообщение, которое не только информирует, но и эмоционально воздействует на аудиторию, формируя определенный образ России и Запада. Использование различных языковых приемов, таких как эпитеты, метафоры, исторические отсылки, цитаты, аналогии и логическая аргументация, помогает сделать сообщение

убедительным и выразительным. Это позволяет формировать образ России как жертвы дезинформации и вмешательства, критикуя при этом западные методы управления и их влияние на международную политику.

Таким образом, передачи на экономические темы достигают своей цели – показать зрителям альтернативную точку зрения на международные события и подчеркнуть роль России в современном мире как страны, стремящейся к правде и справедливости.

## Выводы по Главе 2

Анализ медийных материалов RT International позволил выявить широкий спектр языковых приемов, которые телеканал использует для формирования и трансляции определенного образа России и других государств. Среди наиболее часто встречающихся приемов можно выделить использование терминологии и профессионального жаргона, метафор, сравнений, устойчивых выражений, гиперболы, анафоры, параллельных конструкций, а также префиксальной модификации слов. Эти приемы играют ключевую роль в конструировании нарративов, которые либо подчеркивают силу и независимость России, либо критикуют политику Запада, поднимая вопросы его доминирующего влияния и часто несправедливого отношения к другим странам.

Метафоры и сравнения, используемые в трансляциях RT International, например, описание Запада как «заполняющего свои карманы за счет других», эффективно воздействуют на эмоции аудитории, усиливая восприятие России как защитника международного права и справедливости. Также важную роль играет выбор тем и акцентов в новостях, где предпочтение отдается сюжетам, подчеркивающим успехи России на международной арене или проблемы, вызванные политикой западных стран.

В ходе исследования было обнаружено, что RT International стратегически использует языковые приемы не только для формирования

образа России, но и для критики внешней политики и культурных практик Запада. Это делает RT International важным инструментом в глобальной информационной войне, где язык служит не просто средством коммуникации, но и мощным оружием влияния на международное общественное мнение.

Таким образом, в этой главе было продемонстрировано, как медийные ресурсы могут использовать языковые приемы для достижения стратегических политических целей, в частности, через формирование образа государств в глазах мировой общественности. Это подчеркивает важность понимания механизмов медийного воздействия и необходимость критического подхода к анализу медийного контента.

## Заключение

Сосуществуя в глобальном сообществе, каждая страна преследует свои интересы, старается добиваться своих целей. Для достижения таких целей важно создать правильный образ страны, ее имидж. Государствам важно, какое впечатление создается об их деятельности в других странах. Важно создавать лояльную к себе публику. Для достижения такой цели важно иметь нужные инструменты, которыми в настоящее время являются СМИ. Таким инструментом для внешней борьбы с чужой идеологией и стал телеканал RT International.

В данной выпускной квалификационной работе описана история создания канала, чтобы лучше понимать мотивацию, интересы журналистов и руководителей канала. Однако не это стало ключевой задачей. Главный интерес состоял в анализе новостных телепередач с лингвистической точки зрения, в желании проследить связь между использованием языковых средств и тем эффектом, что они создают. Восприятие информации через слуховые и зрительные рецепторы обеспечивает её функционирование и пропагандирование в нужном ключе. При этом образ может формироваться по-разному в разных странах, поскольку одни и те же характеристики воспринимаются зрителями не одинаково.

Передачи RT International играют роль института, формирующего отношение к стране и её политическому лидеру, к экономической ситуации в определённом контексте, к аспектам культуры. В современных условиях стереотипизация становится основой политической стратегии.

Языковые особенности играют важную роль в создании образа России в передачах RT International. Используемая лексика и стиль изложения способствуют формированию определенных представлений о стране. RT International активно использует богатый и выразительный английский язык, который помогает подчеркнуть культурное наследие и национальные особенности России. В текстах и репортажах часто используются слова и

выражения, которые вызывают ассоциации с историей и традициями, что способствует созданию образа страны с глубокой культурой и историческими корнями.

Также RT International делает акцент на современных достижениях России в различных областях, что подчеркивается через позитивную и уверенную лексику. Например, описывая технологические и научные успехи, RT International выбирает слова, которые акцентируют внимание на инновационности и прогрессе. Кроме того, в репортажах часто встречается патриотическая риторика, которая усиливает чувство гордости за страну и ее достижения. Это помогает формировать положительное восприятие России у международной аудитории и подчеркивать ее роль на мировой арене.

Таким образом, на примере анализа новостных передач показано, что на языковом уровне активно применяются различные лексико-стилистические средства для создания положительного образа России и её президента. К таким средствам относятся употребление оценочной лексики, специальной лексики, терминологии, соответствующей тематики, фразеологизмов, использование таких стилистических средств, как: эпитеты, метафоры, олицетворения, параллельные конструкции, анафоры, эпифоры, антитезы, аллюзии и другие приемы.

## Список используемой литературы

### Библиография

1. Анхольт, С. Создание бренда страны / Анхольт С. — 2-е изд. Оксфорд : Баттерворт Хайнеман, 2007. — 232 с.
2. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека. — СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 1998. — 913 с.
3. Беглова, Е. П. Неузуальная лексика как текстовая доминанта (на материале газетных текстов рубежа XX–XXI вв.) / Е.П. Беглова // Языковая игра. Детская речь. — Екатеринбург: УрГПУ, 2006. — 219 с.
4. Белоусова, Ю. Генезис образа и его функционирование в медиапространстве. СПб. : Алетейя, 2015. 130 с.
5. Булгаров М. А., Тонян М. Н., Кутюкова А. А. К вопросу о сущности понятия «Имидж страны» // Word Science : Problems and Innovations : сб. ст. победителей IX Междунар. науч.-практ. конф. в 2 ч. Ч. 2. — Пенза : Наука и Просвещение, 2017. С. 110–113.
6. Вартанова, Е. Л. Теория медиа и общественная динамика // МедиаАльманах. — 2017. — № 5 (82). С. 8–12.
7. Вартанова, Е. Л. Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // МедиаАльманах. — 2018. № 1 (84). С. 8–13.
8. Васильев, А. Д. Слово в российском телеэфире. Очерки новейшего словоупотребления / А. Д. Васильев. — М. : Флинта, 2003. — 224 с.
9. Ведерникова, М. И. Имидж страны как элемент «мягкой силы» // Политика и общество, 2018. № 1 (158). С. 35–43.
10. Вылегжанин, Д. А. Введение в политическую имиджелогия. — М. : Флинта : МПСИ, 2008. — 137 с.
11. Гавра, Д. П., Савицкая, А. С. Структурная модель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий // Коммуникативные практики в современном обществе. — СПб : Изд-во СПбГУ, 2008. С. 6–11.

12. Гаджиев, Д. В. Характеристика основных компонентов, формирующих имидж страны // Актуальные вопросы права, экономики и управления : сб. ст. VII Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза : Наука и просвещение, 2017. – С. 35–56
13. Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования. – М. : Известия, 2003. – 446 с.
14. Головина Е. В. Категория художественный женский образ в лингвистике и литературоведении // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2016.– 78 с.
15. Голуб, И. Б., Стародубец, С. Н. Стилистика русского языка и культура речи. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2006. – С.159–180
16. Горская, С. А. Лексика. Фразеология. Лексикография: практикум / С. А. Горская. – Гродно : ГрГУ, 2009. – 111 с.
17. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп. 2008. – 12 с.
18. Дзахова, Л. Х. Позитивный имидж государства как инструмент реализации властной миссии государства в практиках мягкосилового влияния // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. № 5 (84). – С.109–127.
19. Егорова-Гантман, Е. В. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. Москва: Знание, 1994. – 265 с.
20. Загайнов, А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению / А. В. Загайнов // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2007. Т. 149. № 3. – С. 235–237
21. Засурский, И. И. Масс-медиа Второй республики / И.И. Засурский. – М., 2009. – 96 с.
22. Зелинский, С. А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ / С. А. Зелинский. – М. : ИТД “СКИФИЯ”, 2008. –248 с.
23. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта [Текст]: [монография] / [И. А. Василенко и др.]; под ред. И. А. Василенко; Московский

- гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. политологии, Каф. российской политики.  
– Москва : Международные отношения, 2013. – 358 с.
24. Ирхин, Ю. В., Зотов В. Д. Политология / Ю. В. Ирхин, В. Д. Зотов. – М. : Юристъ, 2008. – 147 с.
25. Какорина, Е. В. Активные процессы в языке средств массовой информации / Е. В. Какорина // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. – М.: Языки славянской культур, 2008. – С. 495-547.
26. Котлярова, В. В., Сысоева О. Н., Шубина М. М. Виртуализация праздника в контексте исследования проблемы безопасности человека // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. № 3–1 (65). – С. 106–109.
27. Кузнецов, Г. В. Телевизионная журналистика. / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Высшая школа. – С. 36–85.
28. Лурия, А. Р. Лекции по общей психологии. / А. Р. Лурия. – СПб. – 287 с.
29. Леонова, О. Г. Барьеры имиджа страны // Социально-гуманитарные знания. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургск. гос. ун-та, 2008. – С. 73–132.
30. Лаврова, Е. В. Влияние телевизионного новостного дискурса на мироощущение человека // Вестник славянских культур, 2012. – 129 с.
31. Матюшевская, П. А. Имидж // Социология: Энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г.Н.Соколова, О. В. Терещенко.М. : Книжный Дом, 2003. – С. 44–68.
32. Михеев, В. А. Язык тоталитарного общества / В. А. Михеев // Вестник АН СССР. – 1991. – №8. – С. 130-135.
33. Панарин, И. Г. «СМИ, пропаганда и информационные войны». – 2012. – 67 с.
34. Паринов, С. И. «Экономика XX века на базе Интернет-технологий» / С. И. Паринов. – СПб, 2005. – С. 98–114.
35. Паулов, С. В. Медиатизация политики и место в СМИ в системе политической коммуникации / С. В. Паулов // Вестник ЧитГУ, 2008. – № 1. – С. 25–32.

36. Петрова, Н. Е. Язык Современных СМИ. Средства Речевой Агрессии / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибуцкая. – М.: Флинта, 2011. – 160 с.
37. Петухова, В. А. Стереотипизация образа России в современных английских и американских СМИ / В. А. Петухова // Вестник Вятского государственного университета. – Вятск, 2016. – С. 3354–3359.
38. Пищева, Т. Н. Политические образы : проблемы исследования и интерпретации // Полис, 2011. – № 2. С. 47–52.
39. Почепцов, Г. В. Коммуникативные технологии двадцатого века / Георгий Почепцов. – Москва : Рефл-бук : Ваклер, 1999. – 348 с.
40. Рахматуллин Р. Ю., Семенова Э. Р., Хамзина Д. З. Понятие образа // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2012. № 12 (26). С. 167-170.
41. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии. / С. Л. Рубинштейн. – СПб : Издательство «Питер». – 293 с.
42. Чудинов, А. П. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи. : Монография / О.И. Воробьева; М-во образования Рос. Федерации. Пом. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - Архангельск : Пом. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2000. – С. 73–100.

#### Список электронных источников

43. Баулз, У. Russia Today : СМИ нового образца // Pacific Free Press URL : <http://www.inosmi.ru/politic/20110705/171615730.html> (дата обращения : 20.12.23).
44. «Цель новой структуры — восстановить справедливое отношение к России» // ВЕСТИРУ URL : <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1165191> (дата обращения : 20.12.23).
45. RT // RT URL: <https://www.rt.com/russia/> (дата обращения: 11.08.2023).

46. News RT International March 13, 2024 8:00am-8:31am // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20240313\\_120000\\_News](https://archive.org/details/RTInternational_20240313_120000_News) (дата обращения: 18.03.24).
47. News RT International December 19, 2023 1:30pm-2:01pm EST // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20231219\\_183000\\_Documentary/staRTInternational/60/end/120](https://archive.org/details/RTInternational_20231219_183000_Documentary/staRTInternational/60/end/120) (дата обращения: 18.03.24).
48. News RT International December 7, 2023 11:00pm-11:31pm EST // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20231208\\_040000\\_News](https://archive.org/details/RTInternational_20231208_040000_News) (дата обращения: 20.03.24).
49. News RT International December 31, 2023 5:00pm-5:31pm EST // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20231231\\_220000\\_News](https://archive.org/details/RTInternational_20231231_220000_News) (дата обращения: 22.03.24).
50. News RT International December 31, 2010 6:00pm-6:30pm EST // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20101231\\_230000](https://archive.org/details/RTInternational_20101231_230000) (дата обращения: 24.03.24).
51. News RT International January 6, 2024 3:30pm-4:01pm EST // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20240106\\_203000\\_Direct\\_Impact](https://archive.org/details/RTInternational_20240106_203000_Direct_Impact) (дата обращения: 24.03.24).
52. News RT International January 7, 2024 3:30pm-4:01pm EST // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20240106\\_203000\\_Direct\\_Impact](https://archive.org/details/RTInternational_20240106_203000_Direct_Impact) [https://archive.org/details/RTInternational\\_20240107\\_020000\\_News](https://archive.org/details/RTInternational_20240107_020000_News) (дата обращения: 18.04.24).
53. News RT International March 19, 2024 4:00am-4:31am EDT // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20240319\\_080000\\_News](https://archive.org/details/RTInternational_20240319_080000_News) (дата обращения: 08.04.24).
54. News RT International March 25, 2024 4:00am-4:31am EDT // Internet Archive.org URL: <https://archive.org/details/TV-RTInternational?&soRTInternational=-publicdate&page=82> (дата обращения: 10.04.24).
55. News RT International January 25, 2024 4:00am-4:31am EDT // Internet Archive.org URL: [https://archive.org/details/RTInternational\\_20240212\\_183000](https://archive.org/details/RTInternational_20240212_183000)

(дата обращения: 27.04.24).

56.News RT March 26, 2024 8:00pm-8:31pm EDT // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240427\\_000000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240427_000000_News)

(дата обращения: 01.04.2024).

57.News RT April 20, 2024 1:00pm-1:31pm EDT // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240420\\_170000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240420_170000_News)

(дата обращения: 25.04.2024).

58.News RT April 17, 2024 8:00pm-8:31pm EDT // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240418\\_000000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240418_000000_News)

(дата обращения: 25.04.2024).

59.News RT April 13, 2024 8:00pm-8:30pm EDT // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240414\\_000000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240414_000000_News)

(дата обращения: 25.04.2024).

60.News RT February 29, 2024 11:00pm-11:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240301\\_040000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240301_040000_News)

(дата обращения: 27.04.2024).

61.News RT February 12, 2024 3:00pm-3:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240212\\_200000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240212_200000_News)

(дата обращения: 28.04.2024)

News RT December 28, 2023 5:00pm-5:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20231228\\_220000\\_News](https://archive.org/details/RT_20231228_220000_News)

(дата обращения: 28.04.2024).

62.News RT December 28, 2023 5:00pm-5:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20231228\\_220000\\_News](https://archive.org/details/RT_20231228_220000_News) (дата обращения:

28.04.2024).

63.News RT February 23, 2024 2:00pm-2:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20240223\\_190000\\_News](https://archive.org/details/RT_20240223_190000_News)

(дата обращения: 28.04.2024).

64.News RT December 28, 2023 5:00pm-5:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20231228\\_220000\\_News](https://archive.org/details/RT_20231228_220000_News) (дата обращения:  
28.04.2024).

65.News RT December 24, 2023 3:00pm-3:31pm EST // Internet Archive URL:  
[https://archive.org/details/RT\\_20231224\\_200000\\_News](https://archive.org/details/RT_20231224_200000_News)  
(дата обращения: 13.05.2024).