

На правах рукописи

Алексеева Алина Алексеевна

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ
СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА РОССИИ
(на материале отечественной и зарубежной
прессы 2008–2011 гг. и ассоциативного эксперимента)**

Специальность *10.02.20* – сравнительно-историческое,
типологическое и сопоставительное языкознание

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Новосибирск, 2012

Работа выполнена на кафедре общего и русского языкознания Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Лукьянова Нина Александровна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Шапошникова Ирина Владимировна

кандидат филологических наук, доцент
Басалаева Елена Геннадьевна

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Новосибирский государственный технический университет»

Защита состоится 28 марта 2012 г. в 9.30 часов на заседании диссертационного совета Д 003.040.01 по защитам диссертаций на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание при Федеральном государственном бюджетном учреждении науки Институт филологии Сибирского отделения РАН по адресу:

630090, г. Новосибирск, ул. Николаева, д. 8.

Тел. (383) 330 84 69

Факс: (383) 330 15 18

E-mail: romodan@philology.nsc.ru

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Института истории СО РАН по адресу: г. Новосибирск, ул. Николаева, д. 8.

Автореферат разослан «28» февраля 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
канд. филол. наук

А. А. Мальцева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационное исследование посвящено изучению репрезентации образа России в современных отечественных и зарубежных СМИ, а также соотношению этого образа с концептом *РОССИЯ* в обыденном сознании говорящих.

Объектом исследования являются тексты российской, французской, британской и американской прессы, а также полученные в результате психолингвистического эксперимента ассоциативные реакции. **Предмет исследования** – лексические и фразеологические средства репрезентации образа России в текстах современной отечественной и зарубежной прессы, а также признаки соответствующего концепта в обыденном сознании носителей русского, французского и английского языков.

Актуальность темы исследования определяется современной языковой ситуацией, с одной стороны, и социально-политическими факторами – с другой. Динамично меняющаяся российская действительность, а также роль России в международных геополитических процессах являются предметом постоянного обсуждения, осмысления и оценки в отечественных и зарубежных СМИ, в результате чего в медийном пространстве формируется определенный образ России, который содержит в себе положительные и отрицательные характеристики.

Проблема формирования образа любой страны тесно связана с феноменом информационных войн. Относительно недавние информационные войны против России были вызваны грузино-осетинским конфликтом в 2008 г., а также газовыми конфликтами с Украиной и Белоруссией. Проблема информационных войн против определенной страны относится к сферам политологии, социологии, журналистики и истории. Но реалии информационной войны репрезентируют прежде всего оценочные средства языка. Поэтому задача лингвистики состоит в том, чтобы собрать, проанализировать и обобщить языковые средства, которые используются зарубежными СМИ для характеристики России. Другая не менее важная задача, требующая лингвистического решения, состоит в выявлении специфики образа России и языковых средств его репрезентации в отечественных СМИ.

Кроме того, исследование связано с актуальными темами познания и концептуализации мира и отдельных его фрагментов, в данном случае – с вопросами восприятия России обычными носителями русского, французского и английского языков.

С 1990-х гг. проблемы формирования и репрезентации образа России активно исследуются в рамках разных научных дисциплин, прежде всего

политологических (К. А. Хачатуров [1999–2002], Э. А. Галумов [2001–2004], Ю. Б. Кашлев [2002, 2003], Г. Г. Почепцов [2001–2004], А. де Лазари [1993, 2004, 2007, 2010], С. С. Сулакшин [2010] и др.) и филологических. Многочисленные лингвистические работы, посвященные образу России в СМИ, выполнены на материале политического и медийного дискурса, как российского (А. Н. Баранов [1991, 1994], Ю. Н. Караулов [1994], А. П. Чудинов [2000–2004] и др.), так и зарубежного, в основном британского и американского (О. Г. Орлова [2002, 2004, 2006], Н. А. Красильникова [2007, 2008], К. И. Белоусов [2007, 2010], О. В. Антипина [2008] и др.); сопоставительный характер носят работы А. А. Касловой [2002, 2003], А. А. Пшенкина [2003, 2006], Т. В. Моисеевой [2007], Э. В. Будаева [2007, 2009] и др., выполненные на материале русского и английского языков. Работы посвящены исследованию метафор, с помощью которых описывается Россия в целом или определенные российские реалии, в основном связанные с политикой: государственное устройство, политическая система, выборы и др.

Новизна данной работы определяется, во-первых, комплексным интегративным подходом к изучению образа современной России, включающим фрагменты как нелингвистических (политологии, этнопсихологии, журналистики), так и лингвистических парадигм (психолингвистики, лингвоконцептологии, дискурсивной лингвистики, прагмалингвистики, лексической семантики); во-вторых, исследованием образа России на материале лексики и фразеологии трех языков – русского, французского и английского, выявленных в средствах массовой информации с 2008 по сентябрь 2011 гг.; в-третьих, в проведении свободного ассоциативного эксперимента среди носителей трех языков с целью выявления их обыденного представления о России с последующим сравнительным анализом результатов, полученных на материале СМИ и экспериментальным путем. В научный оборот вводится новый фактический материал.

Цель исследования – выявить и изучить лексические и фразеологические средства, участвующие в формировании образа России в прессе, а также представления о России в обыденном сознании говорящих. Конкретные **задачи** исследования:

1. Определить, какие сферы современной российской действительности постоянно освещаются в российской, французской и англоязычной прессе и тем самым являются существенными для характеристики образа России.

2. На материале текстов российской, французской и англоязычной прессы определить лексические и фразеологические средства репрезентации каждой выявленной сферы современной действительности.

3. Выделить специфические черты образа России, воплощенные в материалах российской, французской и англоязычной прессы.

4. Провести свободный ассоциативный психолингвистический эксперимент среди носителей русского, французского, английского языков с целью выявления концептуальных признаков России в их обыденном сознании.

5. Путем сравнения образа России, смоделированного по данным СМИ, с полученными в эксперименте данными выявить степень соответствия обыденных представлений о России образу, репрезентируемому в СМИ.

Источники материала исследования. В работе использовались два основных источника: материалы СМИ и данные свободного ассоциативного эксперимента.

1. Для моделирования образа России отбирался материал из текстов статей отечественных и зарубежных газет, журналов и веб-сайтов с 2008 г. по сентябрь 2011 г. Тексты отбирались путем сплошной целенаправленной выборки с учетом следующих критериев:

– статья должна содержать лексические и / или фразеологические средства оценки и характеристики одной или нескольких сфер российской действительности. Статьи, содержащие лишь фактуальную информацию (например, краткие информационные сообщения о событиях в России), не включались в выборку;

– характеристики и оценки должны относиться к *современному* состоянию России и событиям в ней – в период после распада СССР до наших дней.

Всего было отобрано 580 статей, общее количество выявленных лексических и фразеологических единиц – 3209. Перечень изданий СМИ приведен в соответствующих параграфах 2-й главы, а также дан в Приложении 1.

После отбора статей была проведена группировка контекстов, содержащих лексические и / или фразеологические средства характеристики определенной сферы российской действительности. Затем выявленные лексические и фразеологические средства анализировались и классифицировались. На основе полученных данных выявлялись существенные признаки различных сфер российской действительности.

2. Материал для анализа концепта *РОССИЯ* в обыденных представлениях говорящих был собран в ходе свободного ассоциативного эксперимента. Было получено 442 анкеты, в которых зафиксировано 5616 ассоциатов. Анкеты на трех языках распространялись среди носителей русского, французского и английского языков лично в руки или с помощью электронных средств связи. Обработка полученных результатов включала ана-

лиз, классификацию и обобщение ассоциатов, построение ассоциативно-семантических полей концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE* и *RUSSIA*.

Общий объем фактического материала, который включает в себя все выявленные лексические и фразеологические единицы, а также ассоциаты, составляет 8825 единиц.

Методы исследования. В работе использовались описательный, сравнительно-сопоставительный, экспериментальный методы исследования, а также методы дискурсивного, контекстного и компонентного анализа.

Теоретическая значимость работы. Она вносит вклад в дальнейшее развитие теории концептологии и лингвокультурологии. В ней разработана методика моделирования образа России на основе комплексного анализа и последующего обобщения лексических и фразеологических средств выражения оценки и характеристики отдельных сфер российской действительности. Эта методика может быть применима для моделирования образа любой другой страны в рамках подобных исследований.

Практическая ценность. Материалы и полученные результаты исследования могут использоваться в вузовской практике при разработке лекционных курсов по межкультурной коммуникации, международной журналистике, этнолингвистике, политической лингвистике, психолингвистике, лингвокультурологии. Кроме того, они могут использоваться при проведении лингвистической экспертизы текстов масс-медиа.

Положения, выносимые на защиту:

1. Политика, экономика, культура, образование и наука, спорт являются самыми актуальными предметами характеристики и оценки в текстах российской и зарубежной прессы. Наиболее часто получают освещение и характеристику политика и экономика, реже – спорт и культура, в наименьшей степени – образование и наука.

2. Образ России в отечественной и зарубежной прессе репрезентируют практически одинаковые лексические средства, а также фразеологизмы. Наиболее актуальными являются лексические средства, фразеологизмы составляют незначительную часть. Круг лексических средств довольно разнообразный: метафоры, слова с оценочной семантикой, лексические единицы с архисемой интенсивности признака, антонимы, слова и словосочетания, выражающие иронию, окказионализмы. Они различаются частотой употребления в текстах СМИ. Самым актуальным средством выступают метафоры, они составляют более половины общего количества средств.

3. В СМИ разных стран обнаруживаются различия в разновидностях авторских оценок одних и тех же сфер российской действительности и

преобладании метафор определенных тематических групп, это обусловлено спецификой отношения авторов статей к России.

4. В отечественной прессе метафоры тематической группы «организм, физиологические процессы, болезни» являются самыми частотным средством репрезентации различных сфер российской действительности. В зарубежной прессе предпочтение отдается военным и театральным метафорам. Слова аксиологической семантики используются в отечественной и зарубежной прессе для описания неэффективной политической системы, успехов и неудач в экономике и спорте, достижений в области культуры. Слова с этической и нормативной оценкой применяются во французской и англоязычной прессе для описания жестокого, враждебного отношения России к другим странам, несоответствия политики России западным стандартам. В отечественной прессе слова с нормативной оценкой, наоборот, подчеркивают адекватность действий России по отношению к другим странам.

5. Концепты *РОССИЯ*, *RUSSIE* и *RUSSIA* в обыденном сознании носителей русского, французского и английского языков можно представить в виде ассоциативно-семантических полей, которые включают довольно широкий круг признаков – по 21 в поле концептов *РОССИЯ* и *RUSSIA*, 20 в поле концепта *RUSSIE*: представления о России как о родине, доме, где живут родные и близкие люди, о стране с определенными особенностями географии, климата, природы, историческим и культурным наследием, экономическими, социальными, политическими особенностями, достижениями в науке, образовании, спорте, а также представления об особенностях характера и ментальности русских людей и языка, на котором они говорят. Эти концептуальные признаки образуют определенную иерархию внутри соответствующих ассоциативно-семантических полей.

6. Набор признаков концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE* и *RUSSIA* в обыденном сознании носителей русского, французского и английского языков является практически одинаковым. Основные различия связаны с местом, которое занимают определенные признаки в ассоциативно-семантическом поле каждого концепта. Представления о масштабе России и ее социальных проблемах обладают большей значимостью в поле концепта *РОССИЯ* по сравнению с концептами *RUSSIE* и *RUSSIA*, и, наоборот, такие признаки, как история России, русские люди и их качества, а также политика, являются более значимыми для носителей французского и английского языков, чем для носителей русского языка.

7. Образ России, который репрезентируется в прессе разных стран, существенно отличается от концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE*, *RUSSIA* в обыденном сознании носителей трех языков. Поскольку в прессе более или менее

постоянно освещаются лишь некоторые сферы российской действительности – политика, экономика, культура, образование и наука, спорт, то образ России, моделируемый на основе данных СМИ, содержит сравнительно небольшое количество признаков. Напротив, представления о России носителей разных языков и культур намного более разнообразны, поэтому концепты *РОССИЯ*, *RUSSIE*, *RUSSIA* в несколько раз превосходят образ России по данным прессы по количеству составляющих их признаков. Отличия связаны также с различным положением одинаковых признаков в иерархии образа России, смоделированного по данным прессы, и концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE*, *RUSSIA*.

Апробация работы. Материал и результаты исследования апробировались на заседаниях кафедры общего и русского языкознания НГУ (2008 – 2012 гг.), на совместном аспирантском семинаре в Институте филологии СО РАН (2009–2010 гг.), на Международной конференции «Образ России в современном зарубежном дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры» (Уральский государственный педагогический университет, г. Екатеринбург, 2010 г.), III Международной конференции по самодистике (Институт филологии СО РАН, г. Новосибирск, 2010 г.), конференции «Языки народов Сибири и сопредельных регионов» (Институт филологии СО РАН, г. Новосибирск, 2009 г.), конференциях молодых ученых «Филологические чтения» (Новосибирский государственный педагогический университет, 2009–2011 гг.), междисциплинарной конференции «Метаморфозы культуры на рубеже тысячелетий» (Новосибирский государственный университет, 2011 г.). По теме диссертации опубликовано 7 статей, из них две в рецензируемых журналах, включенных в реестр ВАК РФ.

Структура диссертации. Работа состоит из Введения, трех глав, Заключение, Библиографического списка, включающего 214 наименований, и семи Приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность и новизна работы, определяются объект и предмет, цель и задачи, методы исследования, приводятся данные о фактическом материале, характеризуется теоретическая и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе – **«Образ России в свете коммуникативного и когнитивного подходов»** – рассматривается образ России как теоретический конструкт, который моделируется и изучается в парадигмах различных научных дисциплин: истории, политологии, лингвистики. Образ России

рассматривается с точки зрения коммуникативного и когнитивного подходов, в связи с этим определяются понятия *речевое воздействие*, *речевое манипулирование*, *информационная война*, а также *образ*, *имидж*, *концепт*, *стереотип*.

Образ страны – России в частности – формируется в процессе коммуникации, обмена информацией между людьми. В постиндустриальном обществе информация приобретает очень важную роль – в частности, как фактор мирового доминирования. Это обуславливает возникновение феномена информационной войны, т. е. воздействия на сознание людей в информационном пространстве, навязывания им определенной модели мышления для достижения политических, экономических, социальных и других целей. Такое влияние оказывается с помощью приемов речевого воздействия – либо внушения, убеждения, либо речевого манипулирования, т. е. скрытого воздействия на адресата в нужном направлении. С помощью таких двух методов речевого манипулирования в информационной войне, как героизация собственной стороны и демонизация противника, СМИ способны сформировать определенный образ страны в сознании людей.

Образ представляет собой ментальную сущность, что сближает его с другими ментефактами (термин В. В. Красных) – имиджем, концептом и стереотипом. Понятия *образ* и *имидж* рассматриваются в ряде работ как синонимы, однако в некоторых исследованиях они дифференцируются на основании критерия естественности / искусственности: в отличие от образа, который складывается в сознании людей естественным путем в результате их знакомства с определенным объектом или явлением действительности; имидж – это искусственно сформированный ментефакт, ориентированный на достижение определенных целей.

Концепт представляет собой целостное, наиболее полное и общее знание об определенном объекте или явлении действительности, а стереотип – некий типовой инвариант определенного фрагмента картины мира. Иными словами, если концепт – это очень полное, многокомпонентное, «объемное» представление о данном фрагменте действительности, то стереотип, наоборот, максимально упрощенное, «плоское» представление. В этом отношении образ занимает промежуточную позицию между концептом и стереотипом.

Образ России изучается в рамках одного из направлений дискурсивных исследований – политической лингвистики. Чаще всего предметом исследования лингвистов становятся метафорические модели и тематические группы метафор, характеризующие Россию политическую. Самые частотные типы метафор, которые выявлены и описаны, – морбиальные, зоо-

морфные, военные, театральные, антропоморфные. Метафорический образ России в современном политическом дискурсе хорошо изучен, однако чрезвычайная динамичность этого вида дискурса определяет необходимость постоянного мониторинга соответствующего языкового материала для наблюдения за меняющимся соотношением уже известных метафорических моделей и тематических групп и для выявления новых. Кроме того, за рамками изучения метафор остаются такие средства репрезентации образа России, как оценочная лексика, фразеологизмы, окказионализмы, антонимы, однако исследование таких языковых единиц способствует углублению знаний об образе России, который репрезентируется в СМИ и других источниках.

Поэтому вторая глава данной работы – «**Образ России по данным современной отечественной и зарубежной прессы**» – посвящена не только дальнейшему изучению метафор, но и исследованию других лексических единиц, репрезентирующих образ России в отечественной, французской и англоязычной прессе в период с 2008 по 2011 гг.

Проанализировав тематику статей, в которых содержится характеристика и оценка России, мы выделили наиболее актуальные сферы современной российской действительности, которые являются предметом обсуждения: политика, экономика, культура, образование, наука, спорт.

Количественное соотношение различных средств репрезентации образа России представлено в табл. 1.

Таблица 1

**Количественное соотношение
лексических и фразеологических средств
характеристики России
в отечественной, французской и англоязычной прессе**

Средство характеристики	Российская пресса	Французская пресса	Англоязычная пресса
Метафоры (53,4%)			
Организма, болезни, травм, медицинского вмешательства	170	92	97
Физического воздействия (в т.ч. деструктивные)	107	59	76
Физических явлений и процессов (в т.ч. дви-	64	67	92

жения)			
Природные (в т.ч. космические и метафоры животных)	38	24	—
Искусства	36	89	80
Механистические	34	—	—
Пространственные	26	—	—
Общения, взаимодействия	24	—	—
Строительства, дома, здания	16	—	24
Игровые	15	—	—
Военные	12	95	92
Изгнания	7	—	—
Царской власти	—	17	—
Спортивные	—	13	—
Спиритуальные	—	14	—
Эмоций	—	—	12
Прочие	97	51	75
<i>Всего</i>	<i>646</i>	<i>521</i>	<i>548</i>
Слова аксиологической семантики (31%), выражающие			
Общую оценку	110	69	18
Телеологическую оценку	106	109	87
Нормативную оценку	97	55	75
Интеллектуальную оценку	44	—	—
Этическую оценку	16	63	91
Эмоциональную оценку	12	—	—
Утилитарную оценку	5	10	—
Гедонистическую оценку	—	27	—
<i>Всего</i>	<i>390</i>	<i>333</i>	<i>271</i>
Слова с семей интенсивности (6,5%)	29	92	87
Слова и словосочетания, выражающие	15	—	—

авторскую иронию (0,5%)			
Антонимы (4,4%)			
Узуальные	18	13	20
Окказиональные	35	21	35
<i>Всего</i>	53	34	55
Окказионализмы (0,3%)	10	—	—
Фразеологизмы (3,9%)	53	39	33

Метафоры физических явлений, первичное значение которых – сила, мощь, а также метафоры общения, взаимодействия и слова с положительной нормативной оценкой используются в отечественной прессе для выражения одобрительной оценки внешней политики России и ее положения на международной арене: *держава с мощным военным потенциалом* (Российская газета. 2010), *Курортный роман Абхазии и России* (Труд. 2009) – о взаимовыгодном сотрудничестве двух стран в сфере туризма, *На нас неожиданно напали <...> Мы дали справедливый и совершенно адекватный отпор* (Известия. 2008). В то же время в отечественной прессе используются метафоры изгнания и негативного физического воздействия, которые описывают Россию как жертву, страдающую от притеснений со стороны других государств: *Изгой, великая Россия* (Коммерсантъ-власть. 2008), *МИД России почувствовал давление западных защитников Ходорковского* (Lenta.ru. 2010).

Метафоры организма и болезни, искусства, природные, механистические, пространственные, военные, а также фразеологизмы и слова с негативной нормативной и интеллектуальной оценками используются в отечественной прессе для выражения отрицательной характеристики внутренней политики России: *Паралич <...> управленческой вертикали*. (Московский комсомолец. 2010); *превращение власти в сплошную самопародию* (Московский комсомолец. 2010); *А сейчас лес отдан на «пожирание» жукам-короедам, арендаторам и саранче – «местным органам власти»* (Советская Россия. 2010); *По его гражданской позиции чиновничья машина прошла грязным катком* (Аргументы и факты. 2009); *Самой “горячей точкой” <...> остается 14-й одномандатный округ* (Московский комсомолец. 2009) *нерадивые госслужащие* (Российская газета. 2010), *это глупые люди, глупые чиновники* (Комсомольская правда. 2011). С помощью названных средств институт власти описывается как неустойчивая, несостоятельная система с большим количеством недостатков, неспособная в нужный момент найти правильное решение возникшей проблемы.

Во французской и англоязычной прессе слова с этической оценкой, а также военные метафоры используются для выражения отрицательной характеристики как внешней, так и внутренней политики России: *l'hostilité de dirigeants russes* (Les Echos. 2009) 'враждебность русских правящих лиц', *Moscou dégainé l'arme pétrolière contre Minsk* (Le Figaro. 2010) 'Москва обнажает нефтяное оружие против Минска', *The five-day-old gas war between Moscow and Kiev appears worse than in past years* <...> (The Christian Science Monitor. 2009) 'Пятидневная газовая война Москвы с Киевом оказалась серьезнее, чем в последние годы'. Политические решения и действия характеризуются как не соответствующие мировым нормам или действительности – для этого используются слова с отрицательной нормативной оценкой: *The frequently repeated phrase, «We want peace», runs hollow* (The Guardian. 2010) 'Постоянно повторяемая фраза «Мы хотим мира» становится неискренней (лживой)', *il n'est pas normal que la Russie continue à protéger la Syrie, même si c'est son allié* (Le Nouvel Observateur. 2011) 'То, что Россия продолжает защищать Сирию, даже хотя это ее союзник, не является нормальным'. Россия, таким образом, обвиняется во враждебности по отношению к другим государствам, с которыми она находится в противостоянии и ведет «войны» в мирное время.

Метафоры искусства позволяют авторам статей представить политику России также и в образах закулисных игр, театральных постановок: *Poutine-Medvedev: la mise en scène d'une amitié calculée* (Le Monde. 2011) 'Путин-Медведев: инсценировка дружбы по расчету', а метафоры болезни – в образе большого организма: *les plaies de la Russie* (L'Express. 2009) 'травмы России', *Moscow has been plagued by corruption* (The New York Times. 2008) 'Москва, как и Россия в целом, была поражена чумой коррупции'. Метафоры царской власти подчеркивают отсутствие истинной демократии в России: *Poutine, tsar pour un quart de siècle?* (Metro. 2011) 'Путин – царь на четверть века?'

Узуальные и окказиональные антонимы используются в отечественной и зарубежной прессе для противопоставления двух политических лидеров современной России – Д. А. Медведева и В. В. Путина: *И на обложках The Economist и Der Spiegel* <...> *красуется тот самый зверский Путин – никак не мягкий Медведев*. (Агентство политических новостей. 2008). Кроме того, в статьях последнего времени для характеристики «правлящего тандема» используются метафоры с первичным значением разъединения, разрушения, крушения, поскольку два политика вступают в противоборство: *Тандем сделал свое дело, тандем может расходиться* (Независимая газета. 2011) «*Крестовый поход*» на Ливию раскол тандем Путина и Медве-

deux (Деловой Петербург. 2011). Перед предстоящими выборами в отечественной и зарубежной прессе актуальность приобрели метафоры с общим значением смены ролей: *Vladimir Poutine ont échangé des «pas de danse politique»* ‘Дмитрий Медведев и Владимир Путин поменялись «шагами в политическом танце»’ (Le Monde. 2011).

Такие лексические средства, как 1) слова, выражающие общую, телеологическую, нормативную и эмоциональную оценку; 2) метафоры организма, болезни, травмы, медицинского вмешательства, а также механизма, вышедшего из строя, и природного явления, в котором происходят различные физические процессы, используются в отечественной прессе для описания экономики: *с данным сегментом экономики в России не все хорошо* (Независимая газета. 2009), *у нас сохраняется все <...> убыточное и малоэффективное* (Аргументы и факты. 2009), *за чертой бедности в России живет каждый седьмой. <...> Поводов для оптимизма пока не предвидится* (Известия. 2010); *Продуктовый рынок лихорадит от засухи и пожаров* (Труд. 2010), *локомотив <...> экономики на запасном пути* (Вести.ру. 2010), *государственная интервенция на рынке – дождь, которого не видели месяцами* (Российская газета. 2010). Российская экономика в отечественной прессе в целом оценивается отрицательно, характеризуется как далеко не совершенная, малоэффективная; решения, принимаемые властями в экономической политике, осуждаются за несоответствие международным стандартам, а также за то, что часто идут вразрез с интересами общества.

В иностранной прессе наблюдаются разные, в частности диаметрально противоположные, средства характеристики российской экономики. С одной стороны, как и в российской прессе, используются слова с отрицательной общей и частной телеологической оценкой, с помощью которых отмечается неэффективность экономики: *impact sur le niveau de développement de l'économie a été beaucoup plus négatif* ‘вклад в развитие экономики был намного более негативным’ (Les Echos. 2010), *inefficient economic system* (Financial Times. 2009) ‘неэффективная экономическая система’. Различные морбиальные метафоры используются при описании системной слабости экономики: *L'économie russe souffre des cours du pétrole qui restent bas* (La Croix. 2009) ‘российская экономика страдает от цен на нефть, которые остаются низкими’, *Russia's <...> economy is ailing* (Google news. 2009) ‘российская экономика больна’. С другой стороны, в статьях используются метафоры, описывающие состояние экономики как выздоровление после болезни: *its economy is recovering well from the 2008 crisis* (The Daily Telegraph. 2011) ‘ее экономика хорошо поправляется после кризиса 2008 г.’.

Образ современной российской культуры складывается из характеристик деятелей искусства и их произведений, учреждений культуры. Слова с положительной общей, телеологической и гедонистической оценкой, а также спиритуальные метафоры, которые передают мысль о том, что российское искусство – это пленяющий волшебный мир, выступают в отечественной и французской прессе как средство характеристики талантливых деятелей искусства и их произведений, различных музеев, театров и др.: *атмосфера в зале была совершенно потрясающая* (Известия. 2008); *la musique agréable* ‘приятная музыка’ (Le Figaro. 2008), *avec L’Ile <...> il [Loungine] a remporté un succès public inattendu, aussi bien en Russie qu’en France* (Le Figaro. 2010) ‘«Остров» [Лунгина] принес неожиданный успех, как в России, так и во Франции’, *les arts russes et <...> leur magie* (L’Express. 2010) ‘русское искусство и его магия’.

Однако в российской прессе наблюдается также использование метафор больного организма и физического воздействия: *мы подкармливаем публику гарантированно сладким «десертом» популярной, хорошо знакомой музыки – у нее развивается «эстетический диабет», и она хочет еще больше сладкого. И это уже не просто музыкальная, а настоящая социокультурная проблема* (Известия. 2011), *Очередные взрывы русской этничности, русского расизма и изоляционизма взорвут, добьют окончательно нашу многонациональную Россию* (Независимая газета. 2011). С помощью таких средств описывается плачевное финансовое состояние многих учреждений; культурный уровень населения России оценивается как низкий.

Слова с отрицательной общей, интеллектуальной и телеологической оценками, а также слова и словосочетания, выражающие иронию, выступают средствами характеристики российской системы образования, которая в отечественной прессе подвергается критике и насмешке: [образование в России] *не просто плохое – оно феерически бездарное* (Аргументы и факты. 2009), *Мы становимся нацией дебилов* (Московский комсомолец. 2011), *Что, поколение зачатых на баррикадах 1991-го проявляет чудеса одаренности?* (Аргументы и факты. 2009). Реформы образования рассматриваются как способ взрастить поколение, не умеющее думать и критически оценивать все происходящее в стране, что оказывается выгодным для власти, поэтому они метафорически описываются в образе деструктивной силы, а также болезни: *преобразования <...> уничтожают массовое высшее образование* (Совершенно секретно. 2011), *лихорадка ЕГЭ охватила вузы* (С.С. 2010). За современной российской наукой признаются различные достижения, но в то же время авторы статей отмечают и недостатки в ее развитии: *российской науке нехорошо* (Коммерсантъ-наука. 2011), *рос-*

сийская наука продолжает буксовать в неэффективном состоянии (Капитал страны. 2009).

Средства характеристики российского спорта не отличаются разнообразием. При описании достижений в этой сфере используются слова с положительной оценкой: *Но уже первую часть задачи российская команда <...> выполнила блестяще.* (Известия. 2011), *big victory of Russian team* (The Sun. 2009) 'большая победа российской команды'. Метафоры, передающие более эмоциональную характеристику, используются при описании неудач и проблем: *dissolution du hockey russe* (Le Monde. 2009) 'разложение (распад) российского хоккея', *Russia's Olympic performance was a ticking time bomb doomed to explode sooner or later* (CNN. 2010) 'Выступление России на Олимпийских играх было тикающей бомбой замедленного действия, которой суждено было рано или поздно взорваться'.

В третьей главе – **«Представления о России в русской и зарубежной картинах мира по данным ассоциативных экспериментов»** – обобщаются представления о России, существующие в обычном сознании говорящих и зафиксированные в результате проведения свободного ассоциативного эксперимента среди носителей русского, французского и английского языков. На основе полученных данных были смоделированы ассоциативно-семантические поля концептов *РОССИЯ, RUSSIE, RUSSIA*. В их границах были выделены тематические группы ассоциатов в соответствии с признаками, которые они репрезентируют.

Опираясь на критерии частотности и семантической близости некоторых групп, входящих в структуру поля, в каждом из них мы выделили ядерную и околядерную зоны, а также зону ближайшей и дальней периферии.

Большая часть выявленных признаков свойственна каждому из трех концептов. В ряде случаев эти признаки занимают одинаковое положение в соответствующих иерархиях. Значимыми признаками во всех трех концептах выступают: география России, ее территориальное положение и достопримечательности – *Новосибирск* (4), *Владивосток*, *Sibérie* 'Сибирь' (18), *pays lointain* 'далекая страна', *Moscow* 'Москва' (7), *Red Square* 'Красная площадь' (2) и др., климат и природа – *березы* (2), *лес* (2), *froid* 'холод' (52), *neige* 'снег' (17), *winter* 'зима' (4), *beautiful landscapes* 'красивые пейзажи' и т.д., а также культурное и духовное наследие, традиции, обычаи, национальная кухня – *Пушкин* (2), *Dostoevsky* 'Достоевский' (4), *cathédrale Saint Basile* 'Собор Василия Блаженного', *Хохлома*, *chapka* 'шапка' (11), *vodka* 'водка' (24) и др. Они находятся в околядерных зонах соответствующих ассоциативно-семантических полей. Одинаково мало значимыми для трех концептов являются представления о спорте, науке,

образовании и вооружении России: *ice dancing* ‘танцы на льду’, *hockey* ‘хоккей’, *хорошее образование*, *top scientists* ‘ведущие ученые’, *ядерное оружие* и др.; они занимают зону дальней периферии.

Другие признаки концептов обладают неодинаковой значимостью. Так, представления о масштабе России и ее социальных проблемах – *большая* (5), *immense pays* ‘огромная страна’, *very large country* ‘очень большая страна’, *преступность*, *racisme* ‘расизм’, *drinking* ‘пьянство’ и др. – находятся в околоядерной зоне поля концепта *РОССИЯ*, но в полях концептов *RUSSIE* и *RUSSIA* они занимают зону ближайшей периферии. Напротив, такие признаки, как история России, русские люди и их качества, а также политика – *история России* (2), *histoire tragique* ‘трагическая история’, *душевные люди*, *belles femmes* ‘красивые женщины’, *Putin* ‘Путин’ (2), *pouvoir* ‘власть’ являются более значимыми для носителей французского и английского языков, чем для носителей русского языка.

Некоторые признаки выявлены в одних концептах и отсутствуют в других. Так, ядерную зону концепта *РОССИЯ* составляют представления о родине, доме и близких людях – *родина* (50), *дом* (6), *родня* и др., которые отсутствуют в концептах *RUSSIE* и *RUSSIA*. Представления о государственной символике – *флаг* (5), *гимн* и др. – также имеют место только в концепте *РОССИЯ*. Такой признак, как красота, – *beau pays* ‘красивая страна’, *beauty of Russia* ‘красота России’, выявлен в концептах *RUSSIE* и *RUSSIA* и отсутствует в концепте *РОССИЯ*. Условно обозначив ядерную зону номером 1, а все последующие зоны, соответственно, номерами 2, 3, 4, мы получили следующую таблицу.

Таблица 2

**Признаки концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE* и *RUSSIA*
по данным ассоциативных экспериментов**

Признаки	Представления носителей русского языка	Представления носителей французского языка	Представления носителей английского языка
Родина, дом, близкие люди	1	—	—
Мощь	2	4	4
Масштаб	2	3	3
Территориальное положение, география, достопримечательности	2	2	2
Климат, природа	2	2	2
Социальные проблемы	2	3	3
История	2	1	1
Культурное и духовное наследие, традиции, обычаи, национальная кухня	2	2	2
Государственная символика	3	—	—
Русские люди, их качества	3	2	2
Личное отношение к России	3	4	3
Спорт	4	4	4
Наука	4	4	4
Образование	4	4	4
Война, вооружение	4	4	4
Политика	4	3	3
Красота	—	4	4
Другие обобщенные характеристики России	3	—	2
Русский язык	—	4	4

Общность представлений носителей трех языков о двух политических лидерах проявляется в восприятии В. В. Путина как «настоящего» президента страны – *président officieux* ‘неофициальный президент’, *still the pow-*

er of Russia ‘все еще имеет власть в России’, а Д. А. Медведева как номинального президента, который лишь исполняет приказы своего негласного начальника – *путинская марионетка, sous influence de Poutine* ‘под влиянием Путина’, *pawn* ‘пешка’. Образы двух президентов противопоставлены в сознании носителей трех языков. Можно выделить такие оппозиции, как зрелость и опытность / молодость и неопытность, твердость / мягкость стиля управления страной, авторитарность, стремление к власти / либерализм, демократизм. В. В. Путин и его деятельность оцениваются носителями русского языка скорее положительно – *лично мне он по душе, достойный президент, многое сделал* и т.д., хотя отрицательные оценки также имеют место – *ничего хорошего, полицейское государство* (2) и др. Напротив, носители французского и английского языков выражают скорее негативное отношение к В. В. Путину и его жесткому, авторитарному стилю управления страной – *président despote* ‘деспотичный президент’, *evil* ‘зло’, *dictator* ‘диктатор’. Д. А. Медведев вызывает противоположные эмоции у носителей всех трех языков: пренебрежение из-за его несамостоятельности и при этом уважение к его энергичности, активности, проявляющейся в принятии различных реформ: *много делает для нашего будущего, dynamisme* ‘энергичность’, *wants to move Russia forward* ‘хочет продвигать Россию вперед’.

В **Заключении** подводятся общие итоги исследования. Образ России, репрезентируемый в отечественной и зарубежной прессе, является скорее отрицательным, чем положительным. Оценки ряда сфер российской действительности аналогичны в прессе разных стран; однако в отечественной и зарубежной прессе наблюдаются диаметрально противоположная характеристика внешней политики. Набор лексических и фразеологических средств репрезентации образа России в прессе разных стран является практически одинаковым по составу и включает в себя метафоры различных тематических групп, оценочные слова и слова семой интенсивности, фразеологизмы, слова, выражающие авторскую иронию, узуальные и окказиональные антонимы, окказионализмы. На основе перечисленных языковых средств нередко строится языковая игра. Пример: *Mais si la pression diminue dans le tuyau, elle continue d'être élevée sur le plan commercial et politique, entre Moscou et Kiev* (Radio France Internationale. 2009) ‘Но если в трубопроводе напор уменьшается, то в сфере торговли и политики между Москвой и Киевом он продолжает расти’. Различия связаны с тем, какие виды названных средств выразительности преобладают в каждом конкретном случае и, соответственно, какую характеристику они передают.

Образ России в современной прессе имеет больше различий, чем сходств по сравнению с концептами *РОССИЯ, RUSSIE, RUSSIA* в обыден-

ной картине мира носителей разных языков и культур. В прессе освещаются лишь некоторые сферы российской действительности, с которыми связаны наиболее актуальные события, – политика и экономика, культура, образование и наука, спорт. Представления обычных носителей русского, французского и английского языков, напротив, не ограничиваются сведениями о названных сферах российской действительности, а включают в себя знания о российской (в том числе и советской) истории, а также о географии, достопримечательностях, климате и природе, традициях и обычаях, особенностях характера, поведения, менталитета и внешности русских людей. Кроме того, степень значимости составляющих образа России, который репрезентируется в прессе разных стран, и представлений, формирующих многокомпонентную иерархическую структуру концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE*, *RUSSIA*, в большинстве своем различна.

Проведенное исследование соотносится с результатами предшествующих лингвистических работ, посвященных образу России, а также содержит новые наблюдения. Исследование подтвердило мнение многих лингвистов о том, что самым актуальным средством репрезентации образа России является метафора. При этом были выявлены и другие средства, в частности, слова аксиологической семантики, также являющиеся довольно востребованным лексическим средством характеристики и оценки России, которое, однако, до настоящего времени оставалось вне исследовательского внимания.

Тематические группы и модели метафор, выявленные на нашем материале, в целом аналогичны группам и моделям, описанным в работах наших предшественников. Тем не менее, наше исследование позволило установить соотношение этих тематических групп при описании России в отечественном и зарубежном медийном дискурсе, выявить специфику используемых метафор и других лексических и фразеологических средств репрезентации образа России. Исследование позволило сравнить смоделированный по данным прессы образ России с представлениями носителей русского, французского и английского языков об этой стране и сделать вывод о несоответствии образа России в СМИ и концептов *РОССИЯ*, *RUSSIE*, *RUSSIA* в обыденной картине мира.

Основное содержание диссертационного исследования отражено в следующих публикациях:

Статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК:

1. *Алексеева А. А.* Метафоры как средство репрезентации имиджа России в англо- и франкоязычной прессе // Вестник Новосибир. гос. ун-та, Серия: История, филология. Т. 9, вып. 2: филология / НГУ; Отв. ред. Н. А. Лукьянова, В. Г. Одинокоев. Новосибирск, 2010. С. 46–53.

2. *Алексеева А. А.* Представления о России ее жителей (по данным ассоциативного эксперимента) // Сибирский филологический журнал. 2011. № 2. Новосибирск, 2011. С. 227–234.

Статьи в сборниках научных трудов и материалов научных конференций:

3. *Алексеева А. А.* Языковые средства репрезентации имиджа России в эпоху информационных войн // Современные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук: Тезисы докладов Межвузовской научной студенческой конференции. Новосибирск: НГТУ, 2009. С. 114.

4. *Алексеева А. А.* Концепт *РОССИЯ* в картине мира молодежи (по данным ассоциативного эксперимента) // Материалы XLVII Международной научной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс»: Языкознание. Новосибирск: НГУ, 2009. С. 3–5.

5. *Алексеева А. А.* Образ России в СМИ (на материале русской и зарубежной прессы) // Молодежь Сибири – науке России: Материалы Международной научно-практической конференции. Красноярск, 2009. С. 6-14.

6. *Алексеева А. А.* Лексические и фразеологические репрезентанты образа России в современной англо- и франкоязычной прессе // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: Материалы Международной научной конференции. Екатеринбург, 13-17 сентября 2010 / Урал. гос. пед. ун-т; Гл. ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург, 2010. С. 15–17.

7. *Алексеева А. А.* Оценочная лексика и метафоры как основные репрезентанты образа России (на материале современной французской прессы) // Язык. Дискурс. Текст: V Международная научная конференция, посвященная юбилею профессора Г. Ф. Гавриловой: Труды и материалы. Ч. 1 / Педагогический институт Южного Федерального университета. Ростов н/Д.: Изд-во АкадемЛит, 2010. С. 16-20.

Подписано в печать 14 февраля 2012 г.
Формат 60x84 1/16.
Заказ №
Офсетная печать. Объем 1,25 п.л.
Тираж 100 экз.
Редакционно-издательский центр НГУ.
630090, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 2.