

Кузина Ольга Андреевна

АКТУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В МЕДИАДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

В статье на материале англоязычных СМИ рассматриваются средства создания образа государства в медиадискурсе. Анализируются такие средства, как отбор фактов, лексические средства (номинации и эксплицитные и имплицитные коннотации), стилистические приемы (метафоры, аллюзии, сравнения), которые позволяют сформировать образ страны с определенной оценочностью. Получен вывод о создании образа за счет комплекса материалов, написанных в едином идеологически-оценочном русле, с постоянной актуализацией в рамках заданной парадигмы ценностей.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/7-1/28.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 7(73): в 3-х ч. Ч. 1. С. 107-112. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/7-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

В статье 2000 года Ши Динсюй также возвращается к теме так называемого «топика китайского типа», виды которого были подробно описаны в его статье 1998 года [3]. Продолжая анализ данного вопроса, Ши Динсюй дает такому топиксу новое название – *dangling topic* (*dangling* в пер. с англ. – висящий, свисающий, обособленный).

Рассмотрев еще раз примеры различных видов топика китайского типа, ученый категорично заявляет: между таким топиком (*dangling topic*) и комментарием существует структурная связь, следовательно, топик китайского типа не образует класс, обладающий уникальными свойствами. Топик всегда связан с комментарием и не обладает независимыми синтаксическими функциями [4, p. 405].

В ходе подробного изучения трудов китайского лингвиста Ши Динсюя, посвященных описанию и анализу топиковых структур в китайском языке, мы пришли к следующим выводам.

При анализе топиковых структур, Ши Динсюй уделяет особое внимание так называемому «топику китайского типа» (汉语式主题句 *hànyǔ shì zhǔtí jù*), основой которого является понятие характеристики (*aboutness*). Описав шесть видов данной конструкции, ученый приходит к заключению, что топик всегда связан с комментарием и не обладает независимыми синтаксическими функциями.

Выводы, сделанные Ши Динсюем, несомненно, внесли большой вклад в дальнейшее изучение структуры синтаксиса китайского языка. Введение им нового понятия «топик китайского типа» позволило расширить понимание особенностей функционирования топиковых структур в рамках китайского дискурса. Полученные лингвистом выводы еще раз доказывают необходимость индивидуального подхода к каждому языку, подтверждают несостоятельность практики переноса грамматических понятий с одного языка на другой.

Список источников

1. **Chao Y. R.** A grammar of spoken Chinese. Berkeley – Los Angeles: University of California Press, 1968. 846 p.
2. **Li Ch. N., Thompson S. A.** Mandarin Chinese: a Functional Reference Grammar. Berkley: Univ. of California Press, 1981. XVIII+691 p.
3. **Shi Dingxu.** The nature of Chinese topics // Modern Foreign Languages. 1998. Vol. 2. P. 40-50.
4. **Shi Dingxu.** Topic and Topic-Comment Constructions in Mandarin Chinese // Language. 2000. № 76.2. P. 383-408.
5. **Shi Dingxu.** Topic Chain as a syntactic category in Chinese // Journal of Chinese Linguistics. 1989. Vol. 17. P. 223-262.

CHINESE TOPIC IN SHI DINGXU'S WORKS

Kotsik Kristina Eduardovna

*Moscow City University
kristina.kotsik@yandex.ru*

The notions “topic” and “commentary” over the years evoke robust discussions among the linguists. Though these terms were studied in great detail the opinions on their role at the sentence and discourse level still differ. Among the different topic structure conceptions including classical, syntactic, textual, psycholinguistic, typological-stylistic and universal interpretations the works of the professor of Hong Kong Polytechnic University Shi Dingxu are worth special mention. The article describes Shi Dingxu’s basic conceptions of the so called “Chinese topic” represented in his papers of 1998 and 2000.

Key words and phrases: topic; commentary; topic structures; Chinese topic; Chinese syntax.

УДК 811.111

В статье на материале англоязычных СМИ рассматриваются средства создания образа государства в медиадискурсе. Анализируются такие средства, как отбор фактов, лексические средства (номинации и эксплицитные и имплицитные коннотации), стилистические приемы (метафоры, аллюзии, сравнения), которые позволяют сформировать образ страны с определенной оценочностью. Получен вывод о создании образа за счет комплекса материалов, написанных в едином идеологически-оценочном русле, с постоянной актуализацией в рамках заданной парадигмы ценностей.

Ключевые слова и фразы: медиадискурс; образ государства; номинация; коннотация; оценочность; идеология.

Кузина Ольга Андреевна

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (филиал) в г. Севастополе
tojipisma@yandex.ru*

АКТУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В МЕДИАДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

Развитие новых технологий сделало возрастающий объем информации с постоянным доступом к ней неотъемлемой частью нашей жизни. Обладая возможностью в один клик найти тысячи веб-страниц, мы

фактически существуем в непрерывном информационном потоке. Дозированное получение информации, которое ранее предоставлялось периодической печатью и выпускам теле- и радионовостей, ушло в прошлое. Учет данного фактора позволил исследователям ввести новый термин – «инфосфера», под которым понимается постоянный информационный слой, создаваемый и поддерживаемый СМИ и состоящий из бесконечного множества производимых и распространяемых медиатекстов [3].

Большинство медиаматериалов отражают актуальные события окружающего мира, повествуя в том числе и о происходящем в других странах. Несмотря на глобализацию, возросшую мобильность населения и упрощение регуляций для пересечения государственных границ, большую часть информации о других государствах мы получаем не из личного знакомства с ними, а опосредованно, т.е. через книги, рассказы друзей, фильмы, интернет-сайты, новостные ресурсы и т.д. Именно СМИ становятся основными каналами трансляции информации о государстве, поскольку сообщают наиболее актуальные сведения практически в режиме нон-стоп. Тем не менее, получить полное и достоверное представление о государстве, не бывая в нем лично, в принципе едва ли возможно. Понятие «государство» включает в себя очень много разноплановых характеристик: географическое положение, территория, государственные символы, политическая система, народ, язык, культура, традиции и т.д. Медиаресурсы, как правило, оставляют в стороне все, что не отличается сенсационностью и новизной, поэтому практически не публикуют материалов о географических характеристиках страны, природе, языке, культуре и пр. Следовательно, образ страны, создаваемый у человека на основании медиатекстов, будет изначально фрагментарным. С другой стороны, в центре внимания СМИ оказываются события политической, экономической, культурной, спортивной жизни, информация о политических лидерах и известных представителях этой страны. По этим темам читатель может получить большой объем информации, однако вряд ли сможет ее проверить. Это дает большие возможности массмедиа для манипулирования общественным мнением и формирования определенного видения иностранного государства. Особенности актуализации образа государства в медиадискурсе становятся объектом данного исследования. Цель статьи – рассмотреть языковые средства создания образа страны в англоязычных медиатекстах.

Основоположник теории медиадискурса Т. Г. Добросклонская утверждает, что освещение любой темы в медиа выстраивается в рамках замкнутой информационной цепочки: отбор фактов → освещение событий → создание образа → формирование стереотипа → культурно-идеологический контекст [Там же, с. 116]. Каждое звено играет важную роль в интерпретации информации и оказании воздействия на читателя, формируя общественное мнение в нужном направлении, выстраивая образ государства в прессе.

Моделирование будущего образа происходит уже на этапе отбора фактов. Авторы монографии «Аксиология журналистики» говорят о том, что СМИ «дирижируют» вниманием населения с помощью набора тем новостных статей, которые расставляют акценты, умалчивая об одних событиях и возводя в ранг архиважных другие. При этом ученые описывают парадокс: то, о чем СМИ не сообщают, не существует и не происходит для людей [13, с. 61]. Схожую мысль мы находим у Б. Коэна: «медиа могут не иметь успеха в указании нам, что думать», но они «потрясающе успешны в указании нам, о чем думать» [14, р. 13]. Некоторые исследователи медиадискурса вводят отдельные понятия для феномена отбора событий. Так, Т. С. Дроняева именуется это «просеиванием фактов» [5, с. 499], Т. В. Кузнецова говорит об определении «порядка дня» [11, с. 235], Г. А. Копнина называет подобное явление «информационным рационом» [10, с. 53]. Т. Г. Добросклонская высказывает мнение, что наиболее ярко подобная «избирательность» в медиа наблюдается в сообщениях о военных конфликтах и ситуациях политического противостояния [4, с. 89]. Так, во время украинского кризиса, когда начались вооруженные столкновения милиции с протестующими, в англоязычных СМИ постоянно указывалась информация о пострадавших и погибших активистах, но замалчивались факты о ранениях и жертвах среди сил правопорядка. У читателя таким образом должно было сформироваться впечатление о неоправданной жестокости милиции по отношению к слабым и беззащитным людям на улицах. Поскольку милиция действует, как правило, по приказу власти, подобные описания представляли страну как недемократическую, авторитарную.

Следующее звено информационной цепочки – освещение событий. Как указывает Т. Г. Добросклонская, «на этом этапе происходит лингвистическое оформление выражения мнения, оценки и информация снабжается соответствующим комментарием» [Там же], т.е. информация преломляется под нужным углом с помощью языковых средств. «Преломление» информации может зависеть и от точки зрения журналиста, и от позиции редакции или владельца издания, и от необходимости СМИ отражать государственную идеологию. Официальная идеология ведущих мировых государств сегодня все больше транслируется в медиадискурсе, поскольку СМИ становятся средством ведения информационной войны. И. В. Ерофеева указывает, что медиатекст нужно оценивать только в политико-социальном контексте, чтобы увидеть его в реальном действии, вытекающем из реальности и создающем реальность [6, с. 132]. Категорию идеологической модальности, строящуюся на противопоставлении нейтральных и маркированных в политико-идеологическом смысле компонентов текста, Т. Г. Добросклонская называет одной из главных характеристик медиатекста [4, с. 86].

В основе любой модальности лежит аксиологическая составляющая, следовательно, освещение событий будет происходить в комплексе с формированием определенной оценки. Оценка и идеологическая модальность выстраиваются в медиатекстах с помощью комплекса лингвистических приемов и средств. Одним из них является выбор номинаций, или в терминологии Т. Г. Добросклонской «идеологически-модальной лексики» [Там же, с. 91]. Это означает, что одно и то же событие может именоваться словами с противоположной коннотацией в зависимости от идеологии, отношений конфликтующих сторон и точки зрения отправителя

сообщения. Н. И. Клушина выделяет такую универсалию текстов массовой коммуникации как шкала ценностей, которая основывается на семантической оппозиции «свое» / «чужое» и играет решающую роль в выборе оценочных средств в текстах массмедиа. Именно оценочные признаки «свой/чужой», «хороший/плохой», «правильный/неправильный» ложатся в основу выбора номинации для определенного явления или объекта [9, с. 481]. Так, руководствуясь политико-идеологическими мотивами, британская пресса подчеркивает оценочные признаки «чужой» / «неправильный» / «плохой» и выбирает для обозначения ополченцев во время войны на Донбассе номинации «separatists» (сепаратисты) [22], «militants» (активисты) [Ibidem] и «rebels» (протестующие) [18]. Еще одним ярким примером выбора номинаций стали статьи, описывающие воссоединение Крыма с Россией. Термин «воссоединение» употреблялся только в русскоязычной прессе, а англоязычные ресурсы отдавали предпочтение словам «annexation» (аннексия) [15] «takeover» (захват) [Ibidem] и «occupation» (оккупация) [16], часто сопровождая их прилагательными с отрицательными коннотациями «unacceptable» (недопустимый) [Ibidem], «illegal» (противозаконный) [Ibidem]. Повторяющееся использование номинации ведет к формированию стереотипов (термин в рамках информационной цепочки Т. Г. Добросклонской). И. М. Дзялошинский же считает такой прием уже манипулятивной тактикой и называет его «навешиванием ярлыков» [2, с. 5]. Подобные «ярлыки» вырабатывают стойкие оценочные ассоциации в сознании читателей, которые потом достаточно трудно преодолеть.

Важным оценочным средством являются коннотации. Среди эмоционально-оценочной лексики можно выделить лексемы, обладающие собственно оценочным значением, и лексемы, способные приобретать оценочность в контексте. Лексемы, обладающие внутренней оценочностью, содержат и положительные, и отрицательные коннотации и представлены разными частями речи (глаголы, существительные, наречия), а по структуре – как отдельными словами, так и словосочетаниями. Много примеров оценочных коннотаций можно найти в статьях, посвященных выборам на Украине осенью 2014, в результате которых к власти пришли проевропейские партии: «crushing victory» (сокрушительная победа) [17], «to hail» (приветствовать) [24], «overwhelming majority» (подавляющее большинство) [17], «resounding endorsement» (широкое одобрение) [24].

Однако благодаря распространению техник манипулирования в СМИ все большую популярность приобретает употребление нейтральных слов в стилистически окрашенных контекстах. С помощью стилистического приема создания нужной коннотации при помощи контекста СМИ влияют на языковое сознание читателей: употребление ранее неодобренных слов в типично положительных контекстах и, наоборот, использование ранее положительных слов в контекстах неодобрения ведут к нейтрализации отрицательных коннотаций, с одной стороны, а с другой, – появлению отрицательных сем. Частое же использование слова в «отмеченных» (окрашенных) контекстах ведет к его новым семантико-стилистическим качествам, поскольку словам присуща способность «вбирать» из контекстов имеющиеся в них сообщения об экстралингвистических обстоятельствах, даже если они прямо не связаны с семантикой соответствующего слова [12, с. 25]. Так, например, нейтральное слово «European» / «pro-European» (европейский/проевропейский) [23] приобрело в контексте украинских событий в англоязычных СМИ положительную коннотацию, т.к. при описании протестов неоднократно подчеркивалась борьба Украины за Европейские ценности. Все существительные, которые маркируются данным прилагательным (*European choice* (европейский выбор) [27], *European integration* (евроинтеграция) [25], *pro-European course* (проевропейский курс) [26]), приобретают положительный оттенок значения, поскольку с точки зрения английской и американской внешней политики Европейское общество является прогрессивным, процветающим и справедливым. Изменение коннотации в отрицательную сторону можно наблюдать на примере слова «communist» (коммунист, коммунистический) [25]. В рамках «декоммунизации» государства и общества, провозглашенной в Украине, и сноса памятников Ленину, слово «communist» в контексте Украины приобрело негативную коннотацию. Так, в прессе актуализируется положительный образ Украины как страны, сделавшей выбор в пользу ЕС, который в сознании читателей имеет положительную оценку, и окончательно избавляющейся от всего советского, что имеет отрицательную оценку.

Стилистические средства, такие как метафоры, аллюзии, сравнения и др., также часто используются журналистами для оказания воздействия на читателя. Стилистические средства направлены на повышение выразительности текста, поэтому они позволяют как бы углубить создаваемый в СМИ образ, действуя эмоционально и на уровне языка, и в рамках общей функции воздействия медиатекста. Так, например, увеличение количества протестующих на главной площади Киева описывается с помощью метафоры:

«Hundreds of thousands of anti-government protesters streamed into the central square of Ukraine's capital today...» [21] / Сотни тысяч протестующих непрерывным потоком шли на главную площадь украинской столицы.

«Thousands of Ukrainians have begun pouring into Kiev from across the country...» [19] / Тысячи украинцев со всей страны хлынули в Киев.

«The future of Europe's second-biggest country was hanging in the balance last night as hundreds of thousands of people flooded cities across Ukraine...» [20] / Будущее второй по размерам европейской страны вчера весело на волоске, т.к. сотни тысяч жителей Украины наводнили площади городов.

В данных примерах возникает образ нескончаемого людского потока. Все употребляемые глаголы (stream, pour, flood) описывают движение потоков воды. Люди, как вода, стекаются в какое-то место и переполняют его. Следовательно, можно говорить о реализации метафоры «толпа людей – это поток». Такой поток может обладать огромной силой и не только затопить прилегающую территорию, но и снести все на своем пути. Подобный образ создает впечатление огромного количества народа, выступающего против действий

президента, причем этот народ может сместить власть. Употребление журналистом этой метафоры усиливает смысловую нагрузку сообщения.

Аллюзия как стилистический прием также может способствовать выстраиванию образа сразу с заданной оценочностью. Д. Б. Измаилян указывает, что, сравнивая происходящее в стране с историческим событием, заведомо имеющим определенные ассоциации в сознании читателя, на новое событие проецируется уже сформированная оценка [8, с. 20]. Например, описывая масштабные народные протесты Евромайдана, журналисты часто проводят параллели с событиями Оранжевой революции 2004 года. Чаще всего демонстрации сопоставляются по духу, размаху и месту проведения протестов. Данная аллюзия обращает читателя к событиям новейшей истории Украины, когда люди также вышли на площадь, протестуя против сфальсифицированных выборов президента. Тогда был тоже установлен лагерь, и протесты носили мирный характер. Оранжевая революция ассоциируется с активным всенародным мирным протестом против злоупотребления полномочиями, с борьбой за свободу и справедливость, за европейские ценности. Протест 2004 года продемонстрировал способность массы народа противостоять политикам и выигрывать эту борьбу. Следовательно, событие «Оранжевая революция» имеет сформировавшиеся положительные ассоциации, и сравнение новых протестов с данным событием имплицитно мыслит, что эта борьба на площади Киева – положительный этап в жизни украинского общества.

Мы описали лишь некоторые языковые средства, используемые массмедиа для создания определенного оценочно-нагруженного образа страны. Список средств можно расширить, включив туда синтаксические приемы (пассивный/активный залог, разные виды повторов, вводных и вставных конструкций, риторические вопросы, параллельные конструкции), а также различные виды цитирования. Комбинируя разнообразные языковые средства, журналисты в итоге создают образ страны, который является лишь отдаленным, абстрагированным, во многом искаженным представлением действительности. На основании соответствия медиаобраза реальной действительности Т. Г. Добросклонская выделяет три вида медиарепрезентаций: отражение, реконструкция и миф. «Отражение» предполагает наиболее точное, максимально приближенное к реальности воспроизведение событий и фактическое отсутствие аналитического комментирующего и оценочного компонентов [4, с. 87]. Данный тип представляет собой наиболее объективное отображение окружающего мира, но в условиях современной информационной войны встречается очень редко. Второй тип, «реконструкция», «допускает большую свободу интерпретации со стороны СМИ: реальное событие заново “конструируется” в медийном пространстве на основе тех или иных политико-идеологических установок» [Там же]. И третий тип медиарепрезентации – «миф» – «представляет собой целенаправленно созданный, часто весьма отдаленный от реальной действительности, образ события» [Там же, с. 88]. «Миф» всегда изобилует оценочностью и направлен на оказание идеологического воздействия. Тип медиарепрезентации зависит от целей автора, однако ситуации кризиса и активного политического противостояния требуют большего выражения оценки и стимулируют появление «реконструкций» и «мифов», что мы сегодня и можем наблюдать в медиатекстах на большинство политических тем.

Чтобы созданный в СМИ образ государства действительно закрепился в сознании читателя с определенной оценкой, недостаточно одной-двух статей, написанных в одной идеологической тональности. А. Н. Всеволодова говорит о том, что медиаобраз в обычном порядке складывается в сознании человека по принципу накопления информации [1, с. 104]. Следовательно, образ в массмедиа создается комплексом материалов и характеризуется повторяемостью и систематичностью: «Создание устойчивых образов у реципиента происходит в результате многократного повторения медиа интерпретаций определенных точек зрения в информационной цепочке» [3, с. 196]. Еще одна особенность – это динамичность языкового образа страны в медиадискурсе. Новости приходят буквально каждую минуту, поэтому конструирование образа в СМИ – это, по сути, бесконечный процесс. При этом важно, чтобы интерпретация новой информации шла в одном русле с предыдущей, дополняя языковой образ, детализируя его и делая более запоминающимся. Образ в СМИ нуждается в постоянной актуализации, чтобы действительно стать частью картины мира. Е. В. Зеленина утверждает, что образ в СМИ – «это краткосрочное явление, закрепляющееся лишь на определенный период в современной медиаиндустрии, достаточно оперативно формирующееся и также быстро исчезающее, после того, как событие перестает быть актуальным» [7, с. 38].

В итоге можно сказать, что медиадискурс в условиях современной информационной войны выступает не просто каналом трансляции сведений об окружающем мире, но и мощным инструментом воздействия на массовое сознание, в частности целенаправленно выстраивая образы государств с определенной аксиологической нагрузкой. Анализ англоязычных печатных средств массовой информации показал, что создание образа страны происходит путем отбора фактического материала для освещения и интерпретации этой информации при помощи языковых средств. Среди основных лексических средств – коннотации и номинации. Если номинации содержат аксиологический компонент непосредственно в структуре слова, то коннотации могут быть выражены как эксплицитно, то есть закладываться в самом значении слова, так и имплицитно, то есть приобретаться нейтральными лексемами в оценочно-окрашенном контексте. Систематическое употребление на страницах прессы определенных номинаций и коннотаций ведет к формированию у читателя некоего мифологизированного образа описанного явления. Некоторые стилистические средства, например, такие как метафоры и аллюзии, также используются для актуализации образа государства с необходимой аксиологической составляющей, поскольку воздействуют на читателя благодаря эмоционально-образному значению (например, метафоры) или же сравнивают происходящее с уже известными событиями, перенося существующую оценку с одного явления

на другое (например, аллюзии и сравнения). В итоге на основании комплекса текстов, написанных в русле единой идеологии, в сознании читателя закрепляется определенный образ страны с заданной оценочностью.

Список источников

1. **Всеволодова А. Н.** Возможности новых медиа в распространении информации о крупных городах России // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции (26-27 апреля 2013 г.). М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. С. 104-109.
2. **Дзялошинский И. М.** Манипулятивные технологии в СМИ: учебно-методическое пособие. М.: Гуманитарный институт, 2006. 48 с.
3. **Добросклонская Т. Г.** Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). М.: Едиториал УРСС, 2005. 288 с.
4. **Добросклонская Т. Г.** Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. М., 2009. № 2. С. 85-94.
5. **Дроняева Т. С.** Информационный подстиль // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 496-521.
6. **Ерофеева И. В.** Аксиосфера современных СМИ: специфика и компоненты конструирования // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. 2009. № 8. С. 132-140.
7. **Зеленина Е. В.** «Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 2 (6). С. 33-52.
8. **Измайлян Д. Б.** Языковая реализация идеологического компонента в новостных текстах СМИ (на примере британской качественной прессы): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2012. 23 с.
9. **Клушина Н. И.** Особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 479-496.
10. **Копнина Г. А.** Речевое манипулирование: учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2007. 176 с.
11. **Кузнецова Т. В.** К вопросу об аксиологической миссии современных масс-медиа // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции (26-27 апреля 2013 г.). М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. С. 230-242.
12. **Приходько А. И.** Дискурсивные трансформации оценки в СМИ // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: международный научный семинар (Белгород, НИУ «БелГУ», 2-3 апреля 2014 г.): сб. науч. работ. Белгород: КОНСТАНТА, 2014. Ч. I. С. 23-26.
13. **Сидоров В. А.** Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб.: Петрополис, 2009. 174 с.
14. **Cohen B.** The Press and Foreign Policy. Princeton: Princeton University Press, 1963. 288 p.
15. **Englund W.** Russian Parliament moves to ratify Crimea takeover as Europe, US weigh more sanctions [Электронный ресурс] // The Washington Post. 2014. March 20. URL: https://www.washingtonpost.com/world/european-leaders-weigh-additional-sanctions-against-russia/2014/03/20/c427861e-b016-11e3-95e8-39bef8e9a48b_story.html?utm_term=.8817a1737d84 (дата обращения: 03.03.2017).
16. **Englund W., DeYoung K.** Russia announces withdrawal of a battalion from Ukrainian border [Электронный ресурс] // The Washington Post. 2014. March 31. URL: https://www.washingtonpost.com/world/europe/russia-withdraws-battalion-from-ukrainian-border/2014/03/31/22b87048-b8f6-11e3-899e-bb708e3539dd_story.html?utm_term=.25107267f317 (дата обращения: 15.05.2017).
17. **Herszenhorn D. M.** Ukraine President Claims Win for Pro-West Parties [Электронный ресурс] // The New York Times. 2014. Oct. 26. URL: https://www.nytimes.com/2014/10/27/world/europe/ukrainian-parliamentary-elections.html?_r=0 (дата обращения: 15.05.2017).
18. **Hoyle B.** Kiev backs down as pro-Russian rebels defy ultimatum [Электронный ресурс] // The Times. 2014. Apr. 15. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/kiev-backs-down-as-pro-russia-rebels-defy-ultimatum-nxxh8kx60dh> (дата обращения: 15.05.2017).
19. **Hoyle B.** Protesters and troops converge on Kiev to hold rival mass rallies [Электронный ресурс] // The Times. 2013. Dec. 13. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/protesters-and-troops-converge-on-kiev-to-hold-rival-mass-rallies-t2nfnqbr9rq> (дата обращения: 15.05.2017).
20. **Hoyle B.** Revolutionary zeal returns to streets of Ukraine [Электронный ресурс] // The Times. 2013. Dec. 2. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/revolutionary-zeal-returns-to-streets-of-ukraine-grzt9sxxk13x> (дата обращения: 15.05.2017).
21. **Karim F.** Huge crowds in central Kiev as EU talks falter [Электронный ресурс] // The Times. 2013. Dec. 12. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/huge-crowds-in-central-kiev-as-eu-talks-falter-2x8dln86lg3> (дата обращения: 15.05.2017).
22. **Krushelnicky A.** Defiance blazes in Ukraine's powder keg [Электронный ресурс] // The Times. 2014. Apr. 13. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/defiance-blazes-in-ukraines-powder-keg-pz66grgs5tbp> (дата обращения: 15.05.2017).
23. **Krushelnicky A.** Wound the oligarchs and Ukraine will find freedom [Электронный ресурс] // The Sunday Times. 2014. Jan. 26. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/wound-the-oligarchs-and-ukraine-will-find-freedom-vz6kq3bqshh> (дата обращения: 15.05.2017).
24. **Leonard P.** Pro-Europe parties dominate Ukraine vote [Электронный ресурс] // The Associated Press. 2014. Oct. 27. URL: <http://www.ctvnews.ca/world/pro-europe-parties-dominate-ukraine-vote-1.2072340> (дата обращения: 15.05.2017).
25. **Milne S.** In Ukraine, fascists, oligarchs and western expansion are at the heart of the crisis [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. Jan. 29. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jan/29/ukraine-fascists-oligarchs-eu-nato-expansion> (дата обращения: 15.05.2017).
26. **Oliphant R.** Pro-Europe parties set to sweep Ukraine parliamentary elections [Электронный ресурс] // The Daily Telegraph. 2014. Oct. 26. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/11188708/Ukraine-heads-to-the-polls-in-parliamentary-elections.html> (дата обращения: 15.05.2017).
27. **Traynor I.** Western nations scramble to contain fallout from Ukraine crisis [Электронный ресурс] // The Guardian. 2014. Feb. 24. URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/feb/23/ukraine-crisis-western-nations-eu-russia> (дата обращения: 15.05.2017).

**ACTUALIZATION OF STATE IMAGE IN MEDIA DISCOURSE
(BY THE EXAMPLE OF THE ENGLISH-LANGUAGE MEDIA)**

Kuzina Ol'ga Andreevna

*Lomonosov Moscow State University (Branch) in Sevastopol
mojipisma@yandex.ru*

By the material of the English-language media the article discusses the means of creating the image of state in media discourse. The paper analyses such means as the selection of facts, lexical means (the nominations and explicit and implicit connotations), stylistic devices (metaphors, allusions, comparisons) that allow you to create the image of a country with a certain evaluation. The conclusion is drawn about the creation of the image through a set of materials written in a single ideologically-evaluative way, with the constant actualization in the framework of the given paradigm of values.

Key words and phrases: media discourse; image of state; nomination; connotation; evaluativity; ideology.

УДК 811.554'373.6

В данной статье проводится этимологизирование сложных имен существительных надарава 'ясак', наданмоойэ 'полярная сова' и гидронима Ньаавайнадану тундренного диалекта юкагирского языка. В результате этимологического анализа, предполагающего структурно-морфологический и лексико-семантический анализ словарных единиц и выведение этимона, определилось значение рассматриваемых слов с выявлением их общего компонента.

Ключевые слова и фразы: юкагирский язык; тундренный диалект; колымский диалект; говоры – акающий и окающий; сложное слово; гидроним; общий компонент; общее название животных (зверей и птиц).

Курилов Гаврил Николаевич, д. филол. н.

*Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера
Сибирского отделения Российской академии наук, г. Якутск
inip@ysn.ru*

**ЭТИМОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ СЛОЖНЫХ СЛОВ НАДАРАВА 'ЯСАК',
НАДАНМООЙЭ 'ПОЛЯРНАЯ СОВА' И ГИДРОНИМА НЬААВАЙНАДАНУ**

До недавнего времени в юкагироведении не проводились этимологические исследования словарного состава юкагирского языка. Данный лингвистический анализ рассматриваемых в статье слов юкагирского языка выполняется впервые [2; 5; 6; 7; 8].

Отметим сразу, что в приведенных сложных именах существительных тундренного диалекта юкагирского языка – *надарава* 'ясак' и *наданмоойэ* 'полярная сова' – общим компонентом является *нада*, который у тундренных (нижнеколымских) юкагиров обозначает понятие 'волк' [9, с. 281]. Опасаясь этого свирепого и кровожадного зверя, юкагиры его еще называли *эврэйрукун* 'волк', *хавдъидиэ* – термин родства, так называют дядю (младшего брата матери). Данные слова автор этих строк слышал много раз, конечно, особенно два последних, и весьма поражался их значениями. Мне казалось, как же, должно быть, мучились наши деды, стараясь платить *надарава* 'ясак' волчьими шкурами (= *рава* < *сава* 'шкура'). Удивлялся тому, что *наданмоойэ* 'полярную сову' величали 'хозяином волков', 'духом-хранителем волков' (*моойэ* 'хозяин', 'дух-хранитель'). Все эти ошибочные представления навсегда покинули меня только в Ленинграде, во время учебы в Ленинградском государственном педагогическом институте им. А. И. Герцена, затем в Ленинградском отделении Института языкознания АН СССР.

Сложное имя существительное *надарава* 'ясак' в современном тундренном диалекте юкагирского языка буквально переводится как 'шкура волка' [Там же]. *Нада* 'волк' у нижнеколымских юкагиров – один из самых опасных врагов оленеводов. Мы здесь не будем говорить о том, по какой причине нижнеколымские юкагиры называют волка *эврэйрукун* – буквальное значение 'ходячее существо', а также *хавдъидиэ* – термин родства 'дядя (младший брат матери)'. Отметим, что в исследованиях по юкагирскому языку сложное слово *надарава* означает 'ясак'. Однако, насколько нам известно, в XVIII веке объясненные юкагиры должны были платить ясак шкурами лисицы, песца и т.д., но не шкурами волка. Наше недоумение, однако, тут же развеялось, когда из работы В. И. Иохельсона «Материалы по изучению юкагирского языка и фольклора, собранные в Колымском округе» узнали, что в колымском диалекте в те далекие времена слово *нодо* имело значение 'животное (зверь, птица)' [1]. Исходя из того, что колымский диалект является «окающим» говором в отличие от тундренного «акающего», установили, что в прошлом слово *нада* имело значение 'животное (зверь, птица)'. Поэтому мы без всякого спора считаем, что сложное имя существительное *надарава*, состоящее из компонентов *нада* = 'волк' и = *рава* < *сава* 'шкура' буквально переводится как: 'шкура зверя'. Приведем фразовые примеры:

(1) *Тан лэвэйлэа маархан нада поселокэа кэллэлэа Дауров овчаркадабанэ пунльэлум. / 'В то лето один волк пришел в поселок и убил овчарку Даурова' (здесь и далее материал и перевод автора статьи – Г. К.).*