

RU

Концепт АМЕРИКА в новостных медиазаголовках: динамический аспект

Ужегова Е. Н.

Аннотация. Цель исследования – выявление направлений развития медиаречи как способа реализации авторской интенции по созданию целевого образа в течение разных исторических периодов (на примере концепта АМЕРИКА, тесно связанного в сознании носителя русского языка с образом Соединенных Штатов Америки). В статье рассмотрены новостные материалы общественно-политического издания «Аргументы и факты» от 1983 г. и от 2023 г., связанные с тематикой США, проведен их сравнительно-исторический, функционально-стилистический анализ. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые на материале новостных заголовков определены способы формирования концептуального образа Америки как государства-противника и как государства-партнера в течение различных исторических периодов с помощью языковых средств разных уровней. В результате применения трансдисциплинарного подхода установлено, что медиатексты издания «Аргументы и факты» от 1983 г. и от 2023 г. (эти периоды выбраны для анализа ввиду схожести геополитических отношений между нашим государством и Соединенными Штатами Америки в указанные сроки) существенно трансформировались и в количественном, и в содержательном отношении: при тысячекратном увеличении новостных материалов изменилась их функция (от информирования о событии до сообщения о конкретном факте, касающемся события и/или уточнения деталей события); реализация характерных для медиатекстов любого исторического периода персуазивности и оценочности осуществляется при этом посредством различных языковых средств; выявлен сдвиг от метафоризации к метонимизации.

EN

The concept of AMERICA in news media headlines: a dynamic aspect

E. N. Uzhegova

Abstract. This study aims to identify the directions in which media speech develops as a way of realizing the author's intention to create a target image across different historical periods (using the concept of AMERICA as an example, which is closely linked in the mind of the Russian language speaker with the image of the United States of America). The article examines news materials from the socio-political weekly "Argumenty i Fakty" (Arguments and Facts) from 1983 and 2023 related to the topic of the USA, and conducts their comparative-historical and functional-stylistic analysis. The scientific novelty of the study lies in the fact that, for the first time, using the material of news headlines, it identifies the ways in which the conceptual image of America as an enemy state and as a partner state is formed during different historical periods with the help of linguistic means at various levels. As a result of applying a transdisciplinary approach, it was established that the media texts of the weekly "Argumenty i Fakty" from 1983 and 2023 (these periods were chosen for analysis due to the similarity of geopolitical relations between our state and the United States of America during the specified times) have significantly transformed, both quantitatively and in terms of content: with a thousandfold increase in news materials, their function has changed (from informing about an event to reporting on a specific fact concerning the event and/or clarifying details of the event); the realization of persuasiveness and evaluativeness, characteristic of media texts of any historical period, is carried out using different linguistic means; a shift from metaphorization to metonymization has been revealed.

Введение

Актуальность данной работы обусловлена антропологической парадигмой, определяющей развитие лингвистической науки в течение последних десятилетий. В медиалингвистике одним из наиболее востребованных направлений исследований является «изучение массмедийной картины мира, той особой медийной

проекции событий действительности, которая формируется средствами массовой информации с помощью механизмов лингвомедийного конструирования» (Добросклонская, Ломакин, 2023, с. 63), в том числе познание механизмов мышления, которые выражаются в языковой форме и включают в себя лингвокультурологический, оценочный и другие субъектные компоненты когнитивной деятельности. В связи с вышеизложенным важно прояснить, с помощью каких языковых механизмов в сознании читательской аудитории формируется желаемый для адресанта медиаобраз.

По мнению многих авторитетных лингвистов, основной формой функционирования национального языка сегодня является язык средств массовой коммуникации, реализующийся в медиадискурсе (Солганик, 2008; Добросклонская, 2020; Дускаева, 2019; Клушина, 2018; Клушина, Николаева, 2020). Медiateкст, активно воздействуя на адресата с целью реализации авторской интенции, формирования медиакартины мира в сознании аудитории, создания целевого для адресанта образа предмета речи, использует средства различных уровней языковой системы. «В современной медиалингвистике исследование картины мира сосредоточено главным образом на осмыслении и реинтерпретации уже существующих моделей и накоплении эмпирического материала через рассмотрение отдельных медиаобразов; этот путь представляется наиболее продуктивным» (Добросклонская, Ломакин, 2023, с. 70). Следовательно, сопоставление, сравнительный анализ языковых инструментов, ранее применявшихся для создания медиаобраза Америки и востребованных для этих целей сегодня, позволит определить направления динамики медиаречи, что, в свою очередь, расширит научное представление о тенденциях развития русского языка в целом.

Для достижения вышеуказанной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать количественные параметры публикаций, связанных с тематическим полем АМЕРИКА (США) в течение разных исторических периодов (1983 г. и 2023 г.);
- выявить и описать языковые инструменты, используемые в публикациях, касающихся Америки;
- определить стилистические особенности медиаречи, соответствующей выбранным для анализа историческим периодам;
- выявить и описать изменения способов формирования медиаконцепта АМЕРИКА в 1983 г. и в 2023 г.

Материалом для исследования явились медиазаголовки (52 единицы) еженедельного советского, а затем российского общественно-политического издания «Аргументы и факты» (далее – «АиФ») выпусков 1983 г. (<https://aif.ru/gazeta/archive/edition/1/year/1983/>) и выпусков 2023 г. (<https://aif.ru/gazeta/archive/edition/0/year/2023/>), извлеченные методом сплошной выборки. Критериями отбора медиаиздания явились его давняя история и популярность: во-первых, еженедельник регулярно выходит в печать, начиная с 1978 г.; во-вторых, согласно исследованиям компании Mediascope, проходившим в марте-июле 2023 г., его полугодовая аудитория являлась самой крупной среди всех печатных изданий РФ и составляла 22,4 млн. человек (это 19,4% от всего взрослого населения страны). Указанные лидерские позиции по охвату аудитории «АиФ» сохраняет и сегодня (<https://mediascope.net/data/>).

При исследовании медиатекстов выбранного издания основное внимание уделялось заголовкам, которые в «концентрированном виде» отражают и семантический, и языковой, и структурный планы медиатекста. С одной стороны, «заголовок как элемент произведения органически входит в речевую ткань и является звеном лингвоструктуры текста» (Лазарева, 1989, с. 34), т. е. является равноправным компонентом медиатекста и взаимосвязан с остальными элементами публицистического произведения. С другой стороны, «заголовок стоит над текстом, отделен от него отдельным пространством, это позволяет ему функционировать в качестве самостоятельной речевой единицы» (Лазарева, 1989, с. 34). Отметим, что в современном медиапространстве, характеризующемся неуклонно возрастающим информационным потоком, читатель, не имея желания и/или возможности подробно изучать новостные сообщения, зачастую ограничивается прочтением заголовков, которые в связи с этим обстоятельством есть основания признавать самодостаточными текстами: заголовок фактически становится отдельным сообщением, направленным на оперативное информирование читателя, но являющимся при этом частью единой системы соответствующего медиатекста.

Нами изучались заголовки только **новостного дискурса**, то есть такой части медиа, в рамках которой события, явления, факты освещаются наиболее объективно и беспристрастно. Эта стратегия реализуется с целью поддержания имиджа непредвзятого независимого источника информации, которому стоит доверять (ср.: аналитические статьи, подача материала в которых напрямую зависит от личной позиции конкретного автора). Следовательно, есть основания предполагать, что в новостных заголовках влияние идеологических искажений будет минимальным или нулевым; в этом случае медиаречь будет в большей степени приближена к речи соответствующего исторического периода.

Наконец, избранный для исследования материал был ограничен тематическими и временными рамками: мы сосредоточили основное внимание на заголовках, репрезентирующих «один новостной повод» (Дускаева, 2022, с. 82) – новостную информацию о Соединенных Штатах Америки в заголовках «АиФ» от 1983 г. и от 2023 г. Выбор тематики обусловлен значимостью Америки в политической, культурной, научной, социально-экономической и др. сторонах жизни России. Внимание к указанным временным периодам обусловлено соответствующими им обострениями геополитического противостояния между нашим государством и США и, как следствие, «состоянием тотальной неопределенности» (Баженова, Карпова, 2022, с. 635), которое становится объединяющей характеристикой исследуемых медиатекстов.

Теоретическую базу исследования составляют труды ученых Пермской школы функциональной стилистики: М. Н. Кожиной (Кожина, Дускаева, Салимовский, 2008; Кожина, Котюрова, Салимовский, 1996),

Е. А. Баженовой (Баженова, Карпова, 2022), М. П. Котюровой (2020; Котюрова, Баженова, 2020), Л. Р. Дускаевой (2019; 2022), в которых описывается сущность и методология стилистического подхода к анализу текста. Важным компонентом теоретической основы настоящей работы явились изыскания З. Д. Поповой и И. А. Стернина (2007), посвященные интерпретации понятия «концепт», описанию его структуры и сущностных характеристик. Кроме того, учитывались научные достижения в области теории заголовков, в частности труды З. Д. Блисковского (1981) об особенностях семантики заглавия, исследования А. А. Сафонова (1981), посвященные описанию синтаксических и лексико-фразеологических аспектов акцентуализации заголовков публицистических текстов, изыскания Э. А. Лазаревой (1989), А. А. Тертычного (2004), касающиеся функций заголовка. Важным аспектом исследования явилось определение интенциональной направленности рассматриваемых медиатекстов и их функционально-смысловой нагрузки, что стало возможно благодаря трудам Г. Я. Солганика (2008), Т. Г. Добросклонской (2020), Т. В. Шмелевой (2012), Н. И. Клушиной (2008; 2018), посвященным описанию медиатекста как функциональной системы.

С целью учета всего многообразия лингвистических и экстралингвистических (дискурсивных) факторов исследование медиазголовков осуществлялось с позиции трансдисциплинарного подхода как эффективного и востребованного современной гуманитарной наукой (Котюрова, 2020), позволяющего эффективно интегрировать исследовательский потенциал методологического инструментария различных научных направлений. В частности, при анализе концепта АМЕРИКА нами были объединены результаты сравнительно-исторического, функционально-стилистического, лингвокогнитивного, лингвокультурологического, интенционального методов анализа. Сравнительно-исторический и функционально-стилистический методы, являясь классическими в современной науке, создают теоретическую базу исследования. Лингвокогнитивный, интенциональный методы интегрируют психологические, прагматические и коммуникативные особенности медиакоммуникации.

Так, функционально-стилистический метод, разработанный профессором М. Н. Кожиной и исследователями пермской школы функциональной стилистики, находит выражение в анализе языковой ткани медиатекста, изучении языковых средств и их значений, которые «выступают в качестве функций, “проводников” мыслительных процессов субъекта» (Кожина, Котюрова, Салимовский, 1996, с. 87-88) с целью выявления закономерностей процессов мышления, описания речевой системности текста. «Функционально-стилистическое изучение языка предполагает не только констатацию использования языковых единиц в тексте, но и целесообразное объяснение наблюдаемых речетекстовых явлений в их обусловленности дискурсивными – в терминологии функциональной стилистики экстралингвистическими – факторами» (Котюрова, Баженова, 2020, с. 63). При этом количественный анализ, основанный на подсчете частотных элементов в речевой практике, оказывается значимым для определения стилистических доминант исследуемых медиатекстов, тенденций их динамики.

С позиций лингвокогнитивного и лингвокультурологического подходов медиадискурс, рассматриваемый как процесс, обеспечивает конвертацию информации в смыслы, характер которых определяется социальными, культурными, историко-политическими и иными экстралингвистическими факторами. Под воздействием медиатекста адресант конструирует собственное знание, переводит его с одного уровня на другой (например, с бытового на институциональный и наоборот), сращивает информацию разного типа (политическую и развлекательную, коммерческую и событийную), в результате чего у потребителя информации формируется определенное когнитивное представление о рассматриваемом предмете, явлении и проч., то есть концепт. Под концептом вслед за З. Д. Поповой и И. А. Стерниным мы понимаем «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и его отношением к данному предмету или явлению» (2007, с. 24).

При осуществлении исследований в рамках лингвофилософского подхода использование «в качестве материала исторических и современных текстов, содержащих сведения о культуре», обеспечивает возможность познания концепта как средства, отражающего языковую картину мира соответствующего социума, выражающего «практическую философию людей», которая связана с реальными жизненными процессами того или иного исторического периода (Русанова, Зиньковская, 2023, с. 5).

Интенциональный анализ позволяет выявить и описать психологические, коммуникативные и прагматические особенности современной медиакоммуникации (Клушина, 2018).

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его материалов при дальнейшей теоретической разработке лингвокогнитивных и лингвокультурологических научных проблем, касающихся познания механизмов мышления; при реализации медиаизданиями авторской стратегии по формированию определенного концепта в медиатексте; при осмыслении адресатом медиаречи способов воздействия на его ментальную сферу со стороны субъекта речи; при преподавании курсов, посвященных формированию и динамике развития концептов в медиадискурсе («Современный российский медиадискурс», «Лингвокультурная концептология», «Сопоставительная концептология»).

Обсуждение и результаты

В целях получения релевантных результатов исследования анализ языкового материала проводился с использованием одинакового количества новостных материалов от 1983 г. и от 2023 г., которые были получены при изучении электронных архивов «Аргументов и фактов» соответствующих периодов методом сплошной

выборки. В частности, в течение 1983 года в издании «АиФ» в количественном выражении было обнаружено 25 статей, посвященных «американской» тематике. В июле 2023 г. аналогичное количество новостей на эту тему издание опубликовало в течение всего трех дней. Эти показатели демонстрируют тысячекратное увеличение новостного информационного потока. Действительно, в современном медиадискурсе каждое из сообщений публикуется спустя несколько минут после предыдущего и представляет собой краткое освещение конкретного факта, иногда – лишь детализацию уже известного факта. Новостные статьи «АиФ» конца XX в. отличаются от современных подробной проработкой темы, разносторонним развернутым анализом рассматриваемой проблематики и, как следствие, существенно большим объемом. Итак, выявлено, что информационный поток за прошедшие сорок лет в количественном выражении существенно трансформировался.

Качественные изменения новостных заголовков от 1983 г. и от 2023 г., как уже отмечено выше, также довольно существенны. Проанализируем более подробно заголовки каждого из интересующих нас периодов.

1. В «АиФ» за 1983 год регулярно (2-4 раза в месяц) появлялись статьи, освещающие вопросы советско-американских отношений. Заголовки в 84% случаев представляют собой двухчастное единство, синтаксически выраженное двумя самостоятельными предложениями. Первое предложение в таком единстве является номинативным (в 54% случаев), простым двусоставным нераспространенным предложением (в 19%) или субстантивным обстоятельственным оборотом, фокусирующим внимание читателя на конкретном аспекте взаимоотношений двух стран. Второе предложение часто (в 27% случаев) выражено придаточным обстоятельственным, являющимся по сути вопросом, ответ на который читатель может получить, полностью прочитав предложенную статью: «*Альтернатива войне. Кому не нравится антивоенное движение*» («АиФ» от 28.02.1983 г.), «*Лицо свободного мира. Как пытаются купить расположение молодежи*» («АиФ» от 10.05.1983 г.), «*Психологическая диверсия. Кому это выгодно*» («АиФ» от 29.09.1983 г.), «*Открывая Америку. Как Вашингтон ищет мира*» («АиФ» от 05.04.1983 г.) и др.

При анализе функционально-стилистических средств морфологического уровня выявлено, что в подавляющем большинстве словоформ (в 76%) они представлены именами существительными, преимущественно (в 70%) абстрактными («*пресса*», «*ложь*», «*идея*», «*расположение*», «*молодежь*», «*экономика*», «*режим нераспространения*» и проч.) с преобладанием форм родительного падежа над другими формами косвенных падежей («*Анатомия лжи. Варианты против мира*» («АиФ» от 26.04.1983 г.)), что сближает анализируемые публицистические тексты с текстами научного или официально-делового стиля. С помощью такой стилизации речи создается образ компетентного адресанта, эффект точного и беспристрастного изложения новостей, что повышает доверие читателя к источнику информации.

При анализе лексико-фразеологического уровня заголовков обнаруживается частое смешение разговорной и официальной лексики: «*Активизировать сопротивление “рейганизму”*» («АиФ» от 21.01.1983 г.), «*В помощь пропагандистам системы партийной учебы и экономического образования. В чем суть советских мирных инициатив*» («АиФ» от 12.01.1983 г.) и т. д. Такой стилистический прием позволяет при сохранении авторитетности в образе автора материала придать доверительный тон коммуникации между адресатом и адресантом информационного сообщения.

В исследуемом материале встречается пример языковой игры, построенной на основе аллюзии («*Открывая “Америку”*» («АиФ» от 05.04.1983 г.)). В 32% заголовков используется пространственная метонимия, которая применяется для именованья США и не несет концептуальной нагрузки: «*Как Вашингтон “ищет мира”*» («АиФ» от 05.04.1983 г.), «*под управлением Пентагона*» («АиФ» от 28.06.1983 г.), «*экономика Запада*» («АиФ» от 14.06.1983 г.) и проч.

Наиболее частотным художественно-изобразительным средством следует признать метафору, которая обнаруживается в 68% заголовков: «*анатомия лжи*», «*советологические фабрики идей*», «*американцы в походе за мир*», «*бесплодность попыток выйти из кризиса*», «*оркестр под управлением Пентагона*», «*“крестоносцы психологической войны”*», «*по рецептам Гейббельса*», «*жандармский гнев Вашингтона*», «*авантюризм Вашингтона*» и т. д. Метафоры формулируются лаконично на лексическом уровне (1-3 словоформы), но емко в семантическом плане, что особенно актуально для медиатекста, объем которого, как правило, существенно ограничен техническими параметрами конкретной статьи. Использование кратких метафор способствует «однозначному “присвоению” адресатом главной идеи медиатекста, т. е. встраиванию авторской идеи в индивидуальную концептуальную картину мира адресата» (Клушина, 2008, с. 68). Выявленные метафоры следует отнести к концептуальным: они направлены на возникновение в сознании адресата определенной, крайне негативной оценочной номинации в отношении США, т. е. концепта АМЕРИКА как образа воинствующей страны-противника, государства-эксплуататора с нацистскими идеями. Указанные метафоры посредством эксплуатации созданного негативного образа позволяют медиаизданию реализовывать последовательную стратегию воздействия на аудиторию.

Авторская интенция, направленная на создание образа вражеской державы, также реализуется частотным семантическим противопоставлением лексем: «*сопротивление*», «*кому не нравится...*», «*режим нераспространения оружия*», «*“варианты” против мира*», «*СССР – США: варианты против мира*», «*американская угроза и протест миллионов*», «*гибкость подлинная и гибкость мнимая*», «*угроза миру*», «*война против противников войны*» и проч. Таким образом, у адресата формируется стойкое ощущение усиливающегося конфликта с Америкой, предстоящей активной фазы противодействия СССР и США. При этом подчеркиваются усилия Советского Союза, направленные на предотвращение реального военного столкновения: «*противники разрядки*», «*дипломатия агрессии*» (про американскую сторону); «*советские мирные инициативы*», «*меры ответные, меры вынужденные*» (про реакцию СССР).

Стремление убедить читателя в объективности издания при освещении новостей поддерживается посредством вовлечения читателя в диалог с автором в роли арбитра или пытливого аналитика, старающегося познать суть происходящих процессов. Эта стратегия реализуется на синтаксическом уровне с помощью вопросов к читателю («Кому это выгодно?» («АиФ» от 29.29.1983 г.), «Откуда исходит угроза миру?» («АиФ» от 29.11.1983 г. и 13.12.1983 г.)); предложения порассуждать («Давайте разберемся» («АиФ» от 06.11.1983 г.)); имитации беспристрастного ответа на вопрос аудитории («Читатель спрашивает» («АиФ» от 14.06.1983 г., 18.10.1983 г.); «Свидетельствует пресса» («АиФ» от 12.01.1983 г.)).

Таким образом, заголовки «АиФ» от 1983 г., посвященные тематике советско-американских отношений, характеризуются следующими особенностями:

- заголовки преимущественно состоят из двух частей, первая из которых обозначает конкретный аспект проблематики, вторая раскрывает авторскую позицию относительно этого аспекта (чаще всего – обвинительную в отношении США);
- в заголовках преобладает использование абстрактных имен существительных, что по аналогии с научным и официально-деловым стилем создает эффект авторской объективности, авторитетности и точности при изложении новостной информации;
- в качестве средств выразительности преимущественно использованы метафорические выражения, которые активно «работают» на создание образа Америки как враждебной державы, т. е. являются концептуальными по своему содержанию;
- в ряде заголовков присутствуют пространственные метонимии, которые не имеют концептуального значения, а также языковая игра;
- на всех уровнях языка последовательно реализуется авторская интенция по формированию концепта АМЕРИКА как образа страны, угнетающей другие свободные народы или стремящейся к такому угнетению; образа сверхдержавы, разрушительное воздействие которой всеми силами стремится нейтрализовать Советский Союз;
- изложение материала строится на основе убеждающего диалога с читателем, который исходя из предлагаемой для анализа информации, аналитическим путем самостоятельно делает прогнозируемые адресантом выводы.

Добавим, что указанные выше особенности были нами выявлены не только в перечисленных номерах «АиФ», но и в материалах, публиковавшихся в течение 1984 г. и в начале 1985 г., вплоть до прихода к власти в марте 1985 г. М. С. Горбачева и связанных с этим событием изменений политического курса СССР. С марта 1985 г. до 2000-х гг. в заголовках «Аргументов и фактов» прослеживается сначала смягчение риторики в отношении США, а позже реализуется стратегия по формированию концепта «Америка – равноправный партнер; развитое современное государство; необычная и потому интересная для советского человека страна».

2. При исследовании заголовков новостных материалов «Аргументов и фактов» от 2023 г. были выявлены следующие особенности.

С 27.07.2023 г. по 31.07.2023 г. издание «АиФ» разместило 27 материалов, информирующих читателя о новостях, связанных с США.

Синтаксическая конструкция заголовков этих материалов неоднородна. Так, 57% заголовков оформлены простым полным двусоставным предложением, которое сообщает краткую содержательную информацию о событии, факте, явлении и проч., например: «В США танцевавшие на концерте люди вызвали землетрясение», «Бывший адвокат Трампа опроверг информацию о даче показаний против политика», «США снимут передовую электронику с Abrams перед поставкой танков на Украину» и проч. («АиФ» от 31.07.2023 г.).

Двухчастная структура, состоящая из двух самостоятельных предложений, которая ранее преимущественно (в 76%) использовалась авторами новостей (см. выше), в 2023 г. выявлена лишь в 21% текстов. Очевидна тенденция к упрощению синтаксических форм и стремление представить новостной контент так, чтобы он воспринимался аудиторией «на одном дыхании»: без смыслового дробления, без отвлечения внимания коммуниканта на знаки препинания.

При этом в 22% заголовков встречается двухчастная структура иного построения. В первой части такого заголовка содержится номинативное предложение, указывающее не на тему (как это было в заголовках 1983 г.), а на источник публикуемого высказывания. Во второй части заголовка приводится непосредственно мысль, высказанная публично обозначенным автором. Части такого заголовка разделены двоеточием, которое, в отличие от точки, не препятствует эффективному восприятию информации адресатом, т. к. первая часть очень краткая и сразу попадает в поле зрения читателя вместе с основной мыслью, содержащейся во второй части. В качестве автора презентуется известная медийная персона, обозначенная чаще только фамилией или имеющимся статусом, актуализированным в контексте конкретной проблематики статьи. Источником может выступать не только индивид, но и какое-либо авторитетное для социума ведомство, организация и проч. («Песков: переговоры Украины с США ставят под угрозу безопасность в Европе», «Экс-советник Пентагона: ВСУ теряют солдат в «промышленных масштабах», «Риттер: США приказали Украине завершить контрнаступление», «Полковник Макгрегор: наступление ВС РФ в ЛНР приведет к окружению Харькова»).

Формулировка заголовка на основе вопросительного предложения или придаточного обстоятельственного предложения встречается лишь в 14% случаев, например: «Паспорт для канадцев и американцев. Зачем хоккеистам российская корочка?», «Что известно о характеристиках нового iPhone15?». На наш взгляд, тенденция к значительному сокращению доли подобных заголовков в современных медиатекстах связана с тем,

что заглавия такого типа как бы приглашают адресата задуматься над заявленной темой и, следовательно, замедляют процесс потребления информации. Такое замедление чаще всего не соответствует потребности читателя получить необходимые сведения оперативно, без промедления. Кроме того, приглашение задуматься в сегодняшних медиаизданиях, как правило, оформляется аналитическими статьями. Новостной медиадискурс реализует иную – информационную – функцию, поэтому новостной заголовок стремится быть кратким и содержательным одновременно.

Анализ морфологического состава заголовков показал, что частеречная принадлежность используемых лексем разнообразна, при этом смысловой акцент внутри заголовка делается на глагольные формы: «*призвал ладить*», «*приказали*», «*пожалел, что проголосовал*», «*начали атаковать*», «*раскритиковал*», «*ставят под угрозу*», «*погиб*», «*заступился*», «*разоблачил*», «*опасно сблизился*» и др. Акцентуализация глаголов придает заголовку динамичность, создает эффект быстро меняющейся действительности, словно замершей в определенный момент и получившей свое отражение в конкретном заголовке.

При анализе лексико-семантического содержания примеров 2023 г. и их сравнении с заголовками 1983 г. обнаруживаются следующие сдвиги.

Во-первых, 14% лексем представлены в виде аббревиатур, например: «МИД», «ТЯО», «ВСУ», «СВО», «ВКС». Отметим, что в номерах «АиФ» 1983 г. аббревиатура использовалась лишь в 0,3% лексем и только для обозначения государств (СССР, США). Активное распространение аббревиатур объясняется способностью таких словоформ «свернуть» и кратко представить читателю развернутую семантическую конструкцию сложного словосочетания, что в условиях реализации медиаизданиями стратегии быстрого, но полного информирования адресата является ценным свойством сложносокращенных слов.

Во-вторых, в отличие от заголовков 1983 г., в которых указанное ниже явление полностью отсутствовало, в «АиФ»-2023 встречаются английские словоформы, на текущий момент входящие в активный словарный запас русского языка, но не имеющие русских аналогов и записанные в связи с этим английскими литерами: «Abrams» (про американские танки соответствующей модели), «iPhone» (про смартфоны соответствующей торговой марки). Эти примеры являются отражением общеязыкового процесса, одной из примет эпохи – активной экспансии иноязычных (с 90-х гг. XX в. чаще всего английских) слов. Если ранее в СССР в связи с официальной установкой на борьбу «против низкопоклонства перед Западом» иноязычные слова воспринимались как идеологически чуждые, то в 90-е гг. отношение к заимствованиям стало более терпимым. «Технологический и информационный взрыв к XX в. сделал неизбежным международный обмен информацией, что было бы затруднительным без единого языкового кода, чем и является в данном случае интернациональная терминология» (Валгина, 2003, с. 109).

В-третьих, в 53% заголовков 2023 г. использованы имена/фамилии конкретных людей (в заголовках 1983 г. такой прием не использовался ни разу). При этом пояснения того, кем именно являются эти люди, чаще отсутствуют. Адресантом предполагается, что они являются общеизвестными личностями (хотя это не всегда так) и уточнения об этих персоналиях излишни, например: «*Оливер Стоун раскритиковал антироссийскую политику*», «*Бывший адвокат Трампа опроверг информацию о даче показаний против политика*», «*Константин Косачев оценил роль Африки и риск Америки*», «*Оливер Стоун разоблачил ложь американской пропаганды о Путине*», «*Макгрегор: США ошиблись в оценке РФ перед конфликтом на Украине*».

Наконец, существенные изменения произошли в сфере использования средств художественной выразительности. В частности, если в заголовках «АиФ» от 1983 г. в качестве основного художественного средства при реализации авторской интенции адресанты использовали приемы языковой игры и концептуальную метафору (см. об этом выше), то в исследуемом материале 2023 г. пример языковой игры единичен («*Черным по будущему*», ср.: *черным по белому*), а показатель частотности метафор значительно снизился – с 68% до 21%. Сама метафора тоже изменилась, утратив концептуальность; сегодня в заголовках встречаются преимущественно стертые метафоры. Ср.: «*Это самоубийство*» (об антироссийской политике США); «*переговоры ставят под угрозу безопасность в Европе*»; «*в промышленных масштабах*» (о потерях солдат ВСУ в ходе СВО).

Одновременно с деметафоризацией заголовков происходит актуализация метонимии. Так, именно метонимия использована практически во всех заголовках (случаи ее отсутствия единичны), например, «*паспорт для канадцев и американцев*» (про российское гражданство), «*российская корочка*» (про паспорт граждан РФ), «*советник Пентагона*» (про принадлежность к высшему военному ведомству США), «*в адрес Вашингтона*» (про США), «*переговоры Украины и США*» (про переговоры официальных представителей государств) и проч.

Причины «затухания» метафоры и, напротив, «активизации» метонимии позволяет объяснить лингвокогнитивный подход: указанный процесс обусловлен глубинными изменениями когнитивных механизмов восприятия действительности, которые хорошо заметны при анализе и медиазаголовков, и медиатекстов. Метафора, порождая сложный образ, требует от реципиента дополнительных когнитивных усилий, направленных на дешифровку информации и авторской интенции. Как уже отмечалось выше, в современных условиях информационного общества читатель медиатекста не имеет временных, когнитивных и иных ресурсов для совершения дополнительных мыслительных операций. Метонимия же, реализуя закон экономии речевых усилий, позволяет актуализировать в конкретной коммуникации более простые и понятные смыслы. Метонимическая концептуализация действительности носит упрощенный характер: она не адресует воспринимającego к иной реальности, не создает образы, а останавливает момент, «наводит объектив» на деталь, фиксирует эту деталь как ситуативную основу. Кроме того, метонимия отлично согласуется с визуализацией культуры (Хазагеров, 2021), что особенно востребовано современной читательской аудиторией.

Применение интенционального и лингвокогнитивного методов анализа концепта АМЕРИКА в «АиФ» от 2023 г. позволяет обнаружить, что формируемый образ США отличается от его аналога 80-х гг. XX в. Современные авторы избегают позиции активного обвинения американского государства в антироссийских действиях, предпочитая лишь предоставлять адресату информацию о деталях российско-американских отношений. Однако семантика словоформ заголовочных комплексов тематически соотносится с опасностью и формирует у читательской аудитории чувство тревожности, беспокойства: *«поставка танков»*, *«землетрясение»*, *«безопасность под угрозой»*, *«В США загадочно погиб генерал, получивший назначение после начала СВО»*, *«Черным по будущему»*, *«разоблачил ложь»*, *«Беспилотник коалиции США опасно сблизился с СУ-34 ВКС России над Сирией»* и т. д.

Итак, сдвиги в способах формирования исследуемого медиаобраза концепта АМЕРИКА в медиатекстах 2023 г. относительно источников 1983 г. обнаруживаются на различных языковых уровнях.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы об изменениях в медиаречи, произошедших за последние десятилетия. В заголовках новостей «Аргументов и фактов» от 2023 г. по сравнению с новостными материалами «АиФ» от 1983 г. выявлены следующие трансформации:

- использование различных частей речи стало более разнообразным, при этом смысловые акценты смещены на глагольные формы, которые усиливают динамичность медиаречи;
- синтаксические конструкции существенно упростились, формулировки отличаются кратким изложением;
- в заголовках проявляются общеязыковые тенденции речевых изменений: активное использование аббревиатур, экспансия англицизмов;
- заголовки, функционируя в рамках медиастилия, в меньшей степени содержат элементы официально-делового стиля, ранее создававшего эффект авторитетности мнения автора, но тяготеют к разговорному стилю, эксплуатируя иллюзию доверительного диалога с аудиторией;
- восприятие адресатом сведений о событиях как объективной информации достигается за счет имитации беспристрастного, фактологического подхода к представлению информации;
- несмотря на стремление создать образ независимого издания, беспристрастно освещающего любые медиафакты, для новостного дискурса «АиФ», как и для медиадискурса в целом, характерны персуазивность и оценочность, которые проявляются в выборе освещаемых тем, совокупном семантическом фоне конкретных лексем, а также через использование средств художественной выразительности, в первую очередь концептуальной метонимии;
- наряду с активизацией метонимии происходит «затухание» метафоры и как средства художественной выразительности, и как средства концептуализации, что связано с когнитивными трансформациями восприятия окружающей действительности;
- авторская интенция относительно концепта АМЕРИКА, формируемого на основе современных медиазаголовков, не направлена на создание образа вражеского государства, открыто противостоящего России (в отличие от его аналога 80-х гг. XX в.). В исследованных медиаматериалах «АиФ» 2023 г. США изображаются страной-партнером, которая только готовится разрушить равноправные отношения, предпринимает определенные шаги в этом направлении и, возможно, перейдет к взаимодействию с Российской Федерацией «с позиций силы». При этом в новостных статьях, с одной стороны, прослеживается пристальное внимание к малейшим деталям российско-американских отношений, с другой стороны, высказывается надежда адресанта информации на то, что заокеанская держава воздержится от перевода текущего режима контактов к фазе открытого противостояния.

Итак, использование трансдисциплинарного подхода к исследованию конкретного концепта в медиаречи позволило выявить языковые инструменты и описать стилистические особенности современной медиаречи, соответствующие общеязыковым тенденциям; выявить в новостных материалах издания «Аргументы и факты» разных исторических периодов особенности формирования медиаконцепта АМЕРИКА в динамическом аспекте.

К перспективам дальнейшего исследования по заявленной проблематике следует отнести изучение особенностей формирования медиаконцепта АМЕРИКА как идеологемы, его репрезентации в текстах иных источников; осмысление роли концепта АМЕРИКА в современной медийной картине мира.

Источники | References

1. Баженова Е. А., Карпова Т. Б. Непрямая медиакommunikация в условиях неопределенности // Медиалингвистика. Язык в координатах массмедиа: материалы VI Междунар. науч. конференции / науч. ред. Л. Р. Дускаева; отв. ред. А. А. Малышев. СПб.: Медиапапир, 2022. Вып. 9.
2. Блисковский З. Д. Муки заголовка. Изд.-е 2-е. М., 1981.
3. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. М.: Логос, 2003.
4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. Интеллектуальная издательская система Ridero, 2020.
5. Добросклонская Т. Г., Ломакин Б. Е. Медийная картина мира как объект научного описания // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2023. Т. 12. № 5.

6. Дускаева Л. Р. Гипермедиа́текст одной темы как единица анализа грамматики речевых действий // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения: статьи участников ежегодного апрельского форума: в 2 т. СПб.: Медиапапир, 2022. Т. 1.
7. Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.
8. Клушина Н. И. Коммуникативная стилистика публицистического текста // Мир русского слова. 2008. № 4.
9. Клушина Н. И. Медиастилистика: монография. М.: Флинта, 2018.
10. Клушина Н. И., Николаева А. В. Введение в интернет-стилистику: учебник. М.: Флинта, 2020.
11. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка: учебник для студентов высших учебных заведений. М.: Флинта, Наука, 2008.
12. Кожина М. Н., Котюрова М. П., Салимовский В. А. Очерки истории научного стиля русского литературного языка XVIII-XX вв.: монография: в 3 т. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 1996. Т. 2. Ч. 1.
13. Котюрова М. П. Дискурсивно-стилистический аспект научного текста // Русская речевая культура и текст: материалы XI Междунар. науч. конференции / под общ. ред. Н. С. Болотновой. Томск: Томский центр научно-технической информации, 2020.
14. Котюрова М. П., Баженова Е. А. Частицы-дискурсивы в аспекте критичности мышления журналиста // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 64.
15. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Свердловск, 1989.
16. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М., 2007.
17. Русанова М. А., Зиньковская А. В. Понятие концепта в междисциплинарном аспекте // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2023. Т. 14. № 3.
18. Сафонов А. А. Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров / под ред. Д. Э. Розенталя. М., 1981.
19. Солганик Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития // Мир русского слова. 2008. № 2.
20. Тертычный А. А. Заголовок – слово главное // Журналист. 2004. № 1.
21. Хазагеров Г. Г. Формирование повестки дня: к построению дискурсивной риторики и стилистики // Актуальные проблемы стилистики. 2021. № 7.
22. Шмелева Т. В. Медиалингвистика как медийное речеведение // Медиа́текст как полиинтенциональная система / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб., 2012.

Информация об авторах | Author information



Ужегова Елена Николаевна¹

¹ Пермский государственный национальный исследовательский университет



Elena Nikolaevna Uzhegova¹

¹ Perm State National Research University

¹ mastergrad59@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 15.01.2025; опубликовано online (published online): 17.03.2025.

Ключевые слова (keywords): медиа́концепт США; языковые средства формирования медиаобра́за; трансформация медиазаголовков; тенденции развития новостного медиадискурса; медиакартина мира; media concept of the USA; linguistic means of forming a media image; transformation of media headlines; trends in the development of news media discourse; media worldview.