

Формирование образа врага в англоязычной прессе (на материале статей о России)

Пушкарев Никита Андреевич

*Тихоокеанский государственный университет
магистрант*

Карпухина Тамара Петровна

*Тихоокеанский государственный университет
доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии и
межкультурной коммуникации*

Аннотация

В рамках данной статьи автором предпринимается попытка проанализировать используемые лингвистические средства при формировании образа врага.

Ключевые слова: образ, средства создания образа, образ врага, манипуляция, средства массовой информации

Formation of the enemy's image in the english press (on the material of articles about Russia)

Pushkarev Nikita Andreevich

*Pacific State University
graduate student*

Karpukhina Tamara Petrovna

*Pacific State University
Doctor of Philological Science, Professor, English Philology Department*

Abstract

In the framework of this article, the author attempts to analyze the linguistic means used to form the image of the enemy.

Keywords: image, means of creating the image, the image of the enemy, manipulation, the media

В центре внимания настоящей статьи находится проблема формирования образа врага в лице России в англоязычных средствах массовой информации (СМИ).

Материалом исследования послужили сайты зарубежных СМИ “The New York Times”, “The Moscow Times”, “The Guardian”, “INFOWARS”, “National Review”, “Foreign Policy Journal”. Выбор данных изданий

обусловлен тем, что они и их электронные версии имеют самый высокий тираж и популярность в США, направленность на политически и экономически активного читателя и освещение политических, экономических и социальных проблем.

Актуальность исследования обусловлена тем, что образ врага является одним из ключевых явлений современной политической действительности, обязательным элементом информационного пространства. Образ врага продолжает активно использоваться в практике межгосударственных отношений.

Никто не станет отрицать огромную роль, которую приобрели средства массовой информации в современном мире. СМИ в обществе осуществляют целый ряд функций. К ним относятся не только информационная, образовательная, просвещающая, развлекательная и другие функции. Огромное значение в настоящее время приобретает воздействующая функция, тесно связанная с идеологией, которую осуществляет правящая элита страны.

Средства массовой информации не только предоставляют сведения о происходящих в мире событиях, но и освещают их так, как это представляется необходимым для действующей власти, которая управляет страной и регулирует ее политическую деятельность. В современном мире средства массовой информации – это основной инструмент воздействия на массовое сознание.

О тотальном влиянии СМИ на общество пишет С.Г. Кара-Мурза, цитируя А. Моля, который особо подчеркивает избирательность подаваемой информации, проходящей через множество фильтров, благодаря которым насаждаются одни ценности и нивелируются другие: «Они фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуют таким образом все поле культуры. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества» [1].

Средства массовой информации служат основным орудием формирования общественного мнения, которое либо санкционирует то или иное решение власти, либо резко отвергает его и не позволяет провести его в жизнь. Напомним, что термин “общественное мнение” был введен в 1922 г. политологом и социологом Уолтером Липпманом (1889–1974), в монографии которого рассматриваются природа, формы существования, модели формирования и функционирования общественного мнения, механизмы воздействия на него средств массовой информации [2].

Для того, чтобы достичь своих целей сохранения и удержания власти, правящая элита нередко прибегает к манипуляции общественным сознанием, реализуемой провластными средствами массовой информации. Манипулируя массовым сознанием, власть формирует необходимое ей общественное мнение. Под манипуляцией понимается особый вид власти, который

принуждает людей менять жизненные приоритеты, принципы, нормы морали, предпочтения и т.д. на изначально чуждые им. В результате умелых манипуляций поведение большой массы людей становится предсказуемым в направлении, выгодном для манипуляторов. Волевым, направляющим воздействием происходит в скрытой форме, без объяснения аудитории как механизмов воздействия на неё, так и ожидаемого от неё характера поведения [1].

В целях создания необходимого общественного мнения, элита использует различные методы манипуляции сознанием членов общества. С. Зелинский особо выделяет следующие манипуляционные методы:

- ставка на сенсационность и новизну материала, при этом объективность информации сознательно игнорируется;
- ссылки на мнение людей, которые либо были якобы очевидцами или участниками событий, либо являются публичными личностями с высоким статусом, которым принято доверять;
- смещение акцентов при оценке какой-либо ситуации, приводящее к искажению оценки ситуации в целом;
- подача информации в эмоционально-заряженной форме, не всегда соответствующей передаваемым сведениям;
- отвлечение аудитории от насущных проблем путем заострения внимания на других, менее значимых вопросах;
- информационная блокада, при которой в течение длительного времени замалчиваются какие-либо события;
- удар на опережение, суть которого состоит во вбросе информации, дискредитирующей оппонента;
- полуправда, создающая эффект правдоподобия, когда значительный объем искаженной информации подается с небольшой долей правдивой информации;
- односторонность освящения событий;
- намеренное повторение, которое является главным методом закрепления нужных стереотипов в сознании; из психологии известно, что повторение обладает внушающим, суггестивным свойством;
- формирование образа врага, когда создается надуманная угроза, опасность которой сознательно и значительно преувеличивается [3;4].

Список С. Зелинского не является полным, его можно разрабатывать и дополнять, включая, например, в него распространение слухов, повышение уровня нервозности и кризисности ситуации, потопление нужной информации в потоке неважной, не относящийся к делу информации и проч.

Важнейшим методом манипуляции общественным сознанием является конструирование определенного образа, “сверх-положительного” или крайне негативного, пугающего, угрожающего. В нашей статье речь пойдет о последнем типе, а именно, образе врага, часто используемого политиками в их деятельности.

Прежде чем рассматривать образ России как врага в англоязычной прессе, определимся с понятием образа. А.Р.Лурия определял образ как

результат запечатления, подобное чему-то вроде отпечатка. Образ является результатом отражения объекта в сознании человека. Образ одновременно и субъективен и объективен [5, с. 276].

“Враг” как понятие и как восприятие субъектом “другого” имеет глубинные корни, которые уходят в родоплеменные общественные отношения. Это связано, во-первых, с необходимостью самоидентификации социальной группы и ее различения по принципу “свой – чужой”, во-вторых, с необходимостью определения того, что представляет опасность для самого существования группы.

В приложении к политике информационные и структурно значимые признаки понятий “свой / чужой” достаточно разработаны. Так, “свой” включает следующие ядерные признаки: приверженность определенной, “своей” идеологии, ориентацию на определенную социальную группу, или социум. Ядерными признаками понятия “чужой” являются деструктивность деятельности; неспособность решать насущные проблемы; узкая социальная база; обслуживание правящих кругов и элиты и проч. [6].

Рассмотрим подробнее образ врага, представляющего собой второй член оппозиции «свой-чужой».

“Образ врага” - это оценочная характеристика врага, сформированная в общественном сознании. Это восприятие врага и представление о враге. При этом враг и его образ могут значительно отличаться друг от друга, т.к. восприятие отражает не только объективную реальность, но и оценочные интерпретации, и эмоциональные компоненты восприятия. Кроме того, на формирование образа врага оказывают влияние стереотипы и установки, присущие массовому сознанию. Необходимо учитывать также то, что восприятие врага опосредовано определенными источниками информации, например СМИ, которые могут целенаправленно формировать определенный имидж “врага” [7].

Образ - это наглядное представление о каком-либо факте действительности, такое отражение явлений и предметов, в которых сознательно отображены те их признаки, через которые возможно передать данное понятие в конкретно - изобразительной форме [8, с. 210].

Главенствующей эмоцией, определяющей отношение к человеку как врагу, является “враждебность”, проявляющаяся как негативная реакция к реальной или мнимой опасности, или как реакция на появление реальной или мнимой “жертвы”. Традиционно образ врага формируется на основе недоброжелательных, неприязненных отношений или действий [7].

Преднамеренно создаваемый образ врага должен возбуждать ненависть. Поэтому он может сочетать в себе такие негативные качества, как коварство, агрессивность, безнравственность, жестокость, беспринципность и прочие.

Образ врага, согласно С. Кину, опирается на такие «архетипы» врага, как «чужой», «агрессор», «варвар», «преступник», «враг бога», «смерть», «достойный противник», «насильник», «мучитель или палач» и проч. Главная функция архетипа врага — нести представления о том, что является

угрозой самому существованию группы (обществу, организации, с которой идентифицирует себя субъект). Враг несет угрозу базовым ценностям группы. Считается, что от врага исходит смертельная опасность [9].

Основания для создания образа врага выбираются с учетом общественной значимости «объекта» и формируется в зависимости от преследуемых целей и интересов субъектов, конструирующих образ.

Формирующийся образ врага отвечает определенным целям и задачам противоборствующей стороны, самыми главными из которых является обеспечение внутренней консолидации членов общества для борьбы с общим врагом, а так же привлечение на свою сторону новых союзников.

Для большего понимания того, какими средствами создается образ врага в текстах, необходимо обратиться к словам, номинирующим понятие «враг». Для этого необходимо провести лексикографический анализ понятия «враг». Так, толковый словарь русского языка дает следующие определение понятию враг: «Враг - человек, который находится в состоянии вражды с кем-нибудь, противник» [8].

Чтобы получить определения синонимов понятию враг, обратимся к тому же толковому словарю. «Недруг – то же, что враг. Неприятель - человек, враждебно настроенный к кому-нибудь. Противник - тот, кто противодействует кому-чему-нибудь, враждебно относится к кому-чему-нибудь. Антагонист - непримиримый противник. Недоброжелатель - человек, настроенный по отношению к кому-нибудь неприязненно, недружелюбно. Ненавистник - человек, постоянно желающий зла другим, исполненный ненависти к кому-нибудь. Обидчик - тот, кто обидел, обижает кого-нибудь» [8].

Таким образом, в русском языке враг – это тот, кто находится в состоянии непримиримой вражды и всегда враждебно настроенный по отношению к кому-либо, или чему-либо.

Что касается английского языка, то, согласно таким словарям, как Cambridge Dictionary, Abby Lingvo, главной языковой единицей, номинирующей понятие враг, является слово “enemy” [10;11]. Cambridge Dictionary дает следующую дефиницию слову “enemy”: “a person who hates or opposes another person and tries to harm them or stop them from doing something” [10]. Из этого определения следует, что враг – это человек, который ненавидит, или противостоит другим людям и пытается навредить им или помешать им что-то делать. Если посмотреть в словарях список синонимов к слову “enemy”, то в каждом словаре этот список практически идентичен. Такие синонимы можно увидеть в словарях Merriam – Webster Dictionary и The Cambridge Thesaurus of American English: adversary, antagonist, foe, opponent, rival [12: 13]. За трактовкой синонимов обратимся к CambridgeDictionary [10].

Так, например, слово “adversary” имеет следующую дефиницию: “someone who you are fighting or competing against.” Из данного определения видно, что “adversary” – это кто-то, с кем борются или соревнуются.

Следующий синоним, слово “antagonist” определяется как “a person who is strongly opposed to something or someone”, иными словами, это человек, который противостоит чему-то или кому-то.

Самым близким по значению к слову “enemy” является слово “foe”, так как его значение трактуется через слово “enemy”. Следующее слово, существительное “opponent – someone who you compete against in a game or competition” обозначает человека, который принадлежит к противоположной стороне в игре или соревновании.

И, наконец, слово “rival” толкуется следующим образом: “someone or something that is competing with another person or thing”. Данное английское существительное обозначает нечто, что соревнуется с другим.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что трактовка слова “враг” в русском и английском языке практически одинакова. Враг всегда находится на противоположной стороне, противостоит кому-то и пытается помешать чьему-либо прогрессу ради своих целей. Данное понятие всегда имеет негативную окраску. Говоря об образе врага, можно предположить, что основным средством его создания в текстах является использование номинаций этого понятия.

Обратимся к фактическому материалу. В связи с напряженными отношениями между Россией, США и странами Европы и тем фактом, что Россия в публицистических текстах представляется в образе врага, в данной работе, в качестве материала для исследования используются статьи, посвященные России.

Для начала рассмотрим статьи, где слово “enemy”, номинирующее понятие “враг” по отношению к России, употребляется в заголовке. Уже из заголовка статьи “Russia Is Americans' Biggest Enemy”, которая была опубликована в газете “The Moscow Times” 16.02.2015, становится ясно, кем представляется Россия для Соединенных Штатов Америки. И использование прилагательного “big” в суперлативе, то есть, в превосходной степени не оставляет никаких сомнений в этом.

В данной статье представлены результаты опроса граждан о том, кто является самым серьезным врагом для Америки. Согласно ответам, Россия является самой большой угрозой для Америки из всех существующих: “In the eyes of Americans, Russia has surpassed North Korea as the main enemy of the United States, a new Gallup poll reveals”; “Russia led the pack of named U.S. foes, having been singled out by 18 percent of Americans. North Korea came second with 15 percent, followed by China (12 percent) and Iran (9 percent)”; “Still, the perceived threat of Russia's military power pales in comparison to Americans' other concerns; “Despite the increase in perceptions of Russia's military power as a critical threat, the issue still is rated well behind other international challenges such as terrorism generally, the ISIS group specifically, and Iran's development of nuclear weapons,” the statement said. ...”

Обратим внимание на употребление таких слов и словосочетаний, как “enemy”, “foe”, “military power”, “critical threat”, которые формирует у

читателя мнение, что Россия является врагом, от которой исходит прямая угроза, чреватая войной.

В статье: “Is a new cold war with Russia inevitable or is terrorism the real enemy?”, опубликованной в газете “The Guardian” 22.03.2016, в заголовке, в котором звучит вопрос, является ли Россия врагом, также содержится слово “enemy”. Заголовок статьи предполагает, что ответ на этот вопрос еще не дан, и читателю предстоит самому ответить на него после прочтения статьи, основываясь на выводах, которые он для себя сделает. Однако, при прочтении самой статьи становится очевидным, что автор уже дал ответ и пытается навязать свое мнение читателю.

Приведем следующие отрывки из анализируемой статьи:

“Meanwhile, Russia and Assad’s Syrian regime were “weaponising” immigration to destabilise Europe, according to Nato’s commander, US General Philip Breedlove.”; “Vladimir Putin’s motive, according to this narrative, is to destabilise European leaders, notably Angela Merkel, and encourage right-wing parties throughout the continent”.

Приведенные примеры являются ярким примером манипуляционного политического дискурса. Привлекает внимание повтор глагола “destabilise”, вбивающий в сознание читателей мысль, что главной целью России является дестабилизация европейских стран, осуществляемая якобы посредством поставки оружия иммигрантам и поддержки партий правого крыла. Автор статьи постоянно сравнивает Россию с террористами, не предъявляя абсолютно никаких доказательств. В статье также присутствует сравнение с “правыми”, что вызывает у читателя ассоциацию с фашизмом, имплицитно распространяемую на Россию, которая якобы поддерживает правых.

Называя Россию самой великой угрозой Американской национальной безопасности, против которой необходимо принять меры защиты: “Russia is the greatest threat to American national security”, “The Pentagon is proposing to quadruple its budget for European defence next year “to deter Russian aggression”, as Carter put it.”, автор подчеркивает ее агрессивность и враждебность.

Это подтверждают следующие негативно заряженные фразы, использованные в контексте статьи: “weaponising, destabilize, encourage right-wing parties, aggression, greatest threat. Эта военная лексика уместна на поле боя, а не в межгосударственных отношениях. Использование лексики войны и военных действий носит явно манипуляционный характер, направленный на запугивание западного обывателя, уже подготовленного к одобрению увеличения военного бюджета, что и является одной из целей правящей элиты.

В статье под заголовком: “Russia is more dangerous than Isis, says Polish foreign minister”, опубликованной в газете “The Guardian” 15.04.2016, Россию сравнивают с крупной террористической группировкой “Isis” (ИГИЛ). Западные правящие элиты считают Россию большей угрозой для мира, чем ИГИЛ (запрещенная в России организация): “By all evidence, Russia’s activity is a sort of existential threat because this activity can destroy countries.” Хотя в тексте самой статьи нет номинации понятия “враг”, через повторение

словосочетания “existential threat” читателю внушается мысль о том, что деятельность России якобы направлена на разрушение, поэтому она является опасным врагом для Европы и всего человечества, врагом, которого стоит бояться и с которым нужно бороться.

Манипуляция сознанием читателя базируется не только на ложных утверждениях. Ложь пытаются подкрепить, аргументировать. И, поразительно, что единственным «аргументом», парентетически введенным в предложение, является выражение “By all evidence”, которое никаких доказательств-то и не дает. Общая, не наполненная содержанием фраза, тем не менее, способна убедить неискушенного читателя, поскольку в ней содержится слово “evidence”, которому принято доверять.

При прочтении статей англоязычных СМИ, посвященных России, можно заметить, что в них часто эксплуатируется образ России-медведя. Опасный и дикий “русский медведь”, несомненно, выглядит более выигранно, чем обычное наименование страны, особенно, если необходимо выставить ее в негативном свете, так как медведь является непредсказуемым хищником, от которого не знаешь, чего ожидать и от которого постоянно исходит угроза.

В качестве примера приведем анализ статьи – “Beware the Russian Bear!”, опубликованной в газете “NationalReview” 03.03.2014.

В статье Россия метафорически уподобляется страшному русскому медведю (the Russian Bear). Западного обывателя призывают бояться русского медведя. Интересно, что при этом используются как графические средства, а именно, заглавные буквы в словосочетании «русский медведь», так и фонетические средства усиления выразительности, а именно, ассонанс – повтор сочетания гласных в конце слов “beware” и “bear”: The lesson is now clear: Beware the Russian Bear.. Поводом послужило присоединение Крыма к России и война на юго-востоке Украины, которую ведет украинское правительство против своих сограждан.

Проведенный анализ англоязычных СМИ выявил явную тенденциозность прессы Великобритании и США, направленную против России. С помощью манипулятивных методов в прессе формируется недвусмысленный, четкий образ России как врага, который на сегодняшний день представляет собой самую страшную угрозу существованию западного мира. Образ России как врага создается англоязычными СМИ с целью настроить своих читателей против Российской Федерации. России бездоказательно приписываются такие качества, как враждебность, воинственность, агрессивность, деструктивность, непредсказуемость и проч.

В англоязычной прессе активно используются такие лингвистические средства создания образа, как: оценочная лексика, обладающая негативной коннотацией, лексика, семантически связанная с ведением военных действий, а также метафора, эпитет, сравнение и др.

СМИ закрепляют в общественном сознании стереотипные образы о России, наполняя их новым содержанием, формируя у читателя

представление об образе врага, с которым необходимо бороться. Ведущаяся непрерывно «информационная война» практически не прекращается.

Используя манипулятивные методы в представлении и комментировании информации, относящейся к России, публикуя статьи, наполненные негативными образами, англоязычные СМИ создают особую, виртуальную модель действительности в сознании читателей, в которой Россия воспринимается ими не иначе, как враг.

Библиографический список

1. Кара – Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. http://www.karamurza.ru/books/manipul/manipul_content.htm (дата обращения: 25.12.17)
2. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
3. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. СКИФИЯ Санкт-Петербург 2008. 416 с.
4. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Спб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. 248 с.
5. Лурия А.Р. Язык и сознание / Под ред. Е.Д. Хомской. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. 320 с.
6. Балашов Л.В. Реализация концептов “свой чужой” в российском политическом дискурсе начала XXI в. // Политическая лингвистика. №1(47). 2014. С. 40 – 50.
7. Козырев Г. Враг, образ врага. <http://kozyrev-gi.ru/pages/vrag-obraz-vraga/> (дата обращения: 26.12.17)
8. Толковый словарь русского языка <http://www.vedu.ru/expdic/> (дата обращения: 01.12.17)
9. Гудков Л. Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции // Нация и культура: новые исследования. Образ врага. М.: О-Г-И, 2005. С. 7 - 79
10. CambridgeDictionary <http://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 01.12.17)
11. AbbyLingvo <http://www.lingvo-online.ru/en> (дата обращения: 01.12.17)
12. Merriam – Websterdictionary [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 01.12.17)
13. William D. Lutz The Cambridge Thesaurus of American English / Cambridge University Press, 1994. 526 с.
14. Russia Is Americans' Biggest Enemy The Moscow Times <http://www.themoscowtimes.com/article/516012.html> (дата обращения: 05.12.17)
15. Is a new cold war with Russia inevitable or is terrorism the real enemy? // TheGuardian <http://www.theguardian.com/news/defence-and-security-blog/2016/mar/22/is-a-new-cold-war-with-russia-inevitable-or-is-terrorism-the-real-enemy> (дата обращения: 05.12.17)
16. Russia is more dangerous than Isis, says Polish foreign minister //The Guardian

- <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/15/russia-more-dangerous-isis-polish-foreign-minister-witold-waszczykowski> (дата обращения: 05.12.17)
17. Beware the Russian bear! // National Review. <http://www.nationalreview.com/article/372352/beware-russian-bear-john-fund> (дата обращения: 08.12.17)
18. The rise of the bear: 18 signs that Russia is rapidly catching up to the United States // INFOWARS. <http://www.infowars.com/the-rise-of-the-bear-18-signs-that-russia-is-rapidly-catching-up-to-the-united-states/> (дата обращения: 08.12.17)
19. Creating a smart city in Russia // Newsweek. <http://www.infowars.com/the-rise-of-the-bear-18-signs-that-russia-is-rapidly-catching-up-to-the-united-states/> (дата обращения: 08.12.17)