

Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Ленинградской области
Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина

На правах рукописи

Кузина Ольга Андреевна

**АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА
УКРАИНЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

Специальность 10.02.04 – Германские языки

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Л.В. Коцюбинская

Санкт-Петербург

2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ОБРАЗА СТРАНЫ В СМИ.....	13
1.1. Аксиологическая парадигма в современной лингвистике.....	13
1.2. Понятия «ценность», «оценка» и «оценочность» в аксиологии.....	19
1.3. Идеологема как предмет лингвистического анализа.....	27
1.3.1. Определение понятия «идеологема».....	27
1.3.2. Сущностные характеристики идеологемы.....	31
1.3.3. Конструкт как структурно-содержательный компонент идеологемы.....	37
1.4. Тексты средств массовой коммуникации как комплексы идеологем.....	39
1.4.1. Идеологическое воздействие – ведущая функция текстов современных СМИ.....	40
1.4.2. Идеологемцентрическое построение текстов СМИ.....	42
Выводы по главе 1.....	46
Глава 2. АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБРАЗА УКРАИНЫ ПЕРИОДА ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА 2013-2014 ГОДОВ.....	49
2.1. Макроидеологема «Украина» в текстах СМИ.....	49
2.2. Идеологема «Евромайдан».....	52
2.2.1. Конструкт «Евромайдан – массовый всенародный протест».....	53
2.2.2. Конструкт «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы».....	59
2.2.3. Конструкт «Евромайдан – это победа народа».....	61
2.3. Идеологема «Виктор Янукович».....	65
2.3.1. Конструкт «Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев».....	65
2.3.2. Конструкт «Виктор Янукович – слабый несамостоятельный политик».....	68
2.3.3. Конструкт «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде».....	71

2.3.4. Конструкт «Виктор Янукович – жестокий тиран».....	75
2.4. Идеологема «Петр Порошенко».....	80
2.4.1. Конструкт «Петр Порошенко – успешный бизнесмен».....	81
2.4.2. Конструкт «Петр Порошенко – политик из прошлого».....	84
2.4.3. Конструкт «Петр Порошенко – участник Евромайдана».....	87
2.4.4. Конструкт «Петр Порошенко – проевропейский политик».....	89
2.4.5. Конструкт «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну».....	92
2.5. Идеологема «События в Крыму и на Донбассе».....	95
2.5.1. Номинации событий в Крыму и на Донбассе и их участников.....	96
2.5.2. Конструкт «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России».....	99
2.5.3. Конструкт «Украина – жертва агрессии России».....	104
2.6. Идеологема «Парламентские выборы на Украине».....	109
2.6.1. Конструкт «Проевропейские партии – самые популярные на Украине»	110
2.6.2. Конструкт «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны».....	115
Выводы по главе 2.....	118
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	125
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	131
Словари.....	150
Список источников.....	151
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	160

ВВЕДЕНИЕ

В диссертационном исследовании рассматривается аксиологическая составляющая макроидеологемы «Украина», представленной англоязычному лингвокультурному сообществу в текстах британских и американских периодических изданий во время украинского политического кризиса 2013-2014 годов.

Мир вошел в новую фазу информационного противостояния, где одним из главных орудий борьбы за геополитическое доминирование является язык, а основным каналом трансляции политических взглядов и идеологии государства – средства массовой информации (СМИ). В связи с этим, **актуальным** вопросом современного языкознания является изучение языка как средства осуществления власти в обществе. Лингвистов интересует, как с помощью систематизированного и целенаправленного использования языковых средств и структур можно оказывать политическое и идеологическое воздействие на массовое сознание и создавать определенное видение реальности. Немаловажными являются и вопросы о том, как воплощаются в языке и речи идеологические послылы, как внедряются идеологемы в сознание людей и управляют их восприятием, и как языковое оформление текстов СМИ способствует успешной передаче необходимой информации, эффективному формированию определенного оценочного отношения к событиям или явлениям и, как следствие, решению политических задач. Таким образом, именно анализ языкового оформления текста позволяет вскрыть политико-идеологические позиции, заложенные в нем.

Степень разработанности темы исследования. Проблемы оценки и ценностей в последние десятилетия неоднократно оказывались в центре внимания лингвистов. Достаточно подробно изучены вербальные средства выражения оценки (Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, З.К. Темиргазина), ее когнитивно-дискурсивные (Н.Н. Казыдуб, В.А. Марьянчик, Л.А. Сергеева, Е.Ф. Серебрянникова, В.Н. Телия) и лингвокультурологические особенности

(Л.Р. Дускаева, С.В. Иванова, В.И. Карасик). Идет процесс формирования аксиологической лингвистики как отдельного направления исследований, однако на сегодняшний день еще не выработан полностью ее теоретико-методологический аппарат, следовательно, существует необходимость в дальнейшем изучении ценностей, оценок и оценочности с лингвистической точки зрения.

Средства и способы выражения политико-идеологических взглядов в языке в общем и идеологемы как лингвоментальные единицы, репрезентирующие политико-идеологические установки, в частности, также не раз попадали в фокус лингвистических исследований (Г.Ч. Гусейнов, С.А. Журавлев, Д.Б. Измаилян, В.А. Каменева, Н.И. Клушина, Н.А. Купина, Е.Г. Малышева, Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов,). Однако на сегодняшний день не выстроено общепринятых концепций идеологемы: нет единого определения понятия, не систематизированы признаки, не изучена структура. Следовательно, есть потребность в системном описании и теоретическом осмыслении языкового выражения идеологемы, ее сущностных характеристик, внутренней структуры и содержания. Кроме того, в данной диссертации репрезентация государства в СМИ в период информационного противоборства рассматривается как макроидеологема, что ранее не использовалось в научных исследованиях.

Вербальные особенности репрезентации событий на Украине 2013-2014 годов, а также их участников в СМИ разных стран также стали популярным объектом лингвистических исследований (А.А. Алексеева, Т.Г. Антонова, Э.В. Будаев, А.Б. Бушев, Ю.В. Газинская, Е.С. Голоусова, Э.В. Егорова, А.А. Казаков, О.Н. Кондратьева, Е.Н. Молодыхенко, И.А. Серегина, А.О. Уржумцева, Е.С. Энс). Однако, большая часть работ представляет собой описание отдельных явлений в сфере концептуализации образа Украины, а целостного систематического описания вербальной репрезентации Украины в

СМИ во время всего периода политического кризиса с учетом его динамики на данный момент не существует.

Теоретико-методологической базой исследования послужили работы по аксиологии и теории оценки (Н.Д. Арутюнова, Н.Н. Болдырев, Е.М. Вольф, Н.Н. Казыдуб, В.И. Карасик, Л.А. Сергеева, Е.Ф. Серебренникова, В.Н. Телия, З.К. Темиргазина, M. Rokeach), теории идеологем (И.Т. Вепрева, Г.Ч. Гусейнов, С.В. Иванова, В.А. Каменева, Н.И. Клушина, Н.А. Купина, Е.Г. Малышева, А.А. Мирошниченко, Е.А. Нахимова), медиалингвистике и исследованию языка СМИ (П. Бурдые, М.Н. Володина, И.М. Дзялошинский, Т.Г. Добросклонская, М.А. Кормилицына, В.Г. Костомаров, В.А. Марьянчик, Ю.В. Рождественский, Г.И. Солганик, В. Cohen, G. Kress, H. Lasswell, R. Fowler и др.), политической лингвистике (А.В. Бушев, В.З. Демьянков, С.Г. Кара-Мурза, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, E. Herman, N. Chomsky, T. van Dijk, R. Wodak), когнитивной лингвистике (Н.Н. Болдырев, Е.С. Кубрякова, Д.А. Леонтьев, З.Д. Попова, И.А. Стернин).

Целью данного диссертационного исследования становится реконструирование созданной англоязычными СМИ макроидеологемы «Украина» и выявление ее аксиологической составляющей.

Достижение поставленной цели осуществляется через решение следующих **задач** исследования:

- описать этапы развития, теоретико-методологическую базу и основные понятия аксиологической лингвистики;
- рассмотреть основные подходы к трактовке идеологемы в лингвистике;
- выделить существенные характеристики идеологемы и описать ее внутреннюю структуру и содержание;
- выявить идеологемы и составляющие их конструкты в составе макроидеологемы «Украина»;

– проанализировать вербальные средства создания конструкторов, идеологем и макроидеологемы;

– определить аксиологическую составляющую макроидеологемы «Украина».

Объектом исследования выступает макроидеологема как лингвоментальное образование сложной внутренней структуры, содержание которой соотнесено с системой идеологических ценностей лингвокультурного сообщества.

Предметом настоящего **исследования** является аксиологическая составляющая макроидеологемы «Украина», описанная лингвистическими средствами.

Для реализации поставленных целей и задач используется **комплекс методов**, в состав которого входят: описательный метод (наблюдение, обобщение и интерпретация языковых фактов), метод контекстологического анализа, семантический анализ в дефинитивном варианте, лингвокультурный комментарий и аксиологический анализ способом этносемиометрии, разработанный Е.Ф. Серебренниковой. Применение данных методов позволяет проанализировать связь между лингвистической и экстралингвистической стороной текста, определить ценностное отношение автора к объекту высказывания, выделить образный и экспрессивный потенциал используемых языковых средств и их идеологически-оценочную нагрузку в контексте конкретного новостного текста СМИ.

В основу данного исследования положена **гипотеза** о том, что идеологема является сложной по своей внутренней структуре единицей, содержащей смысловую и аксиологическую составляющие, которые могут быть выделены посредством лингвистического анализа текста.

Материалом исследования послужили статьи об Украине интернет-версий британских и американских газет с ноября 2013 по ноябрь 2014 года. Среди периодических изданий для анализа авторитетные ежедневные газеты («The Times», «The Daily Telegraph», «The Guardian», «The Washington Post», «The New

York Times»), положительно зарекомендовавшие себя как достоверные источники информации о ключевых событиях в разных странах мира (так называемая «качественная пресса»).

Статьи отбирались путем сплошной выборки по ключевому слову «Ukraine» в заголовке или тексте.

Хронологические рамки отбора газет ограничены ноябрем 2013 – ноябрем 2014 года, поскольку именно в этот период происходят важные события в новейшей истории Украины, характеризуемые в общем как политический кризис (Евромайдан, референдум в Крыму, военный конфликт на Донбассе, президентские и парламентские выборы), которые повсеместно освещались средствами массовой информации Великобритании и США.

Объем проанализированного материала составил 665 статей (2776 страниц печатного текста).

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем уточняется и дополняется понятие идеологемы как лингвоментальной категории, описываются характеристики идеологемы и ее структура, выделяются ключевые идеологемы, выстраивающие макроидеологему «Украина» в англоязычных СМИ в 2013-2014 годах, и их смысловые конструкторы, проводится анализ языковых средств реализации конструкторов, идеологем и макроидеологемы, определяется их оценочный компонент путем соотнесения с западной системой ценностей. Впервые репрезентация государства в СМИ в определенный период его истории рассматривается как макроидеологема. Кроме того, проводится лингвистический анализ отражения всего периода украинского кризиса в материалах англоязычных периодических изданий и выявляется оценка макроидеологемы «Украины», что ранее не осуществлялось.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит вклад в разработку теории идеологем как лингвокогнитивных единиц, которые активно конструируются в политико-идеологическом пространстве и распространяются с помощью медиа. Описание репрезентации государства в СМИ как макроидеологемы через анализ вербализующих ее языковых единиц

расширяет арсенал исследовательских методик изучения концептуализации государства в англоязычном медиaprостранстве. Работа дополняет ряд когнитивно-дискурсивных исследований, посвященных изучению вопросов воздействия на общественное сознание с помощью языка, вносит вклад в развитие медиалингвистики и пополняет методологическую базу исследований в рамках политической лингвистики и лингвистической экспертизы. Кроме того, полученные результаты диссертации дополняют теоретико-методологическую базу лингвистической аксиологии как относительно нового, но стремительно развивающегося направления исследований в современной науке о языке.

Практическая ценность диссертации заключается в том, что полученные в ней выводы могут быть использованы в курсах английской стилистики и лексикологии, теоретических и практических курсах, связанных с изучением английского языка как средства межкультурной коммуникации, в преподавании английского языка в сфере профессиональной коммуникации (журналистика, международные отношения), в факультативных курсах медиалингвистики, политической лингвистики, аксиологической лингвистики, а также в спецкурсах по информационной безопасности и лингвистической экспертизе.

Соответствие паспорту научной специальности. Диссертационное исследование выполнено в соответствии со следующими пунктами паспорта специальности 10.02.04 – «Германские языки»: лексика и внеязыковая действительность, особенности стилистического воздействия и экспрессивных средств германских языков, функционирование лексических единиц, развитие и пополнение словарного состава, типы лексических единиц, структура словарного состава, лексикологические категории, фразеология, синтаксический строй.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Идеологема является лингвоментальной единицей со сложной внутренней структурой, состоящей из совокупности взаимосвязанных элементов (конструктов).

2. Каждый конструкт идеологемы содержит в себе смысловую и оценочную составляющие, которые могут быть определены посредством лингвистического

анализа текстов. Аксиологическая составляющая идеологемы равняется совокупности аксиологических составляющих ее конструктов.

3. Макроидеологема «Украина» в англоязычном информационном пространстве состоит из идеологем, которые выстраиваются вокруг основных событий и их участников: «Евромайдан», «Виктор Янукович», «Петр Порошенко», «События в Крыму и на Донбассе», «Парламентские выборы». Каждая идеологема, в свою очередь, содержит в себе совокупность конструктов.

4. Макроидеологема «Украина», репрезентирующая государство Украина на страницах англоязычной прессы в период украинского политического кризиса 2013-2014 годов, содержит положительную оценку.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования опубликованы в 24 работах, в числе которых пять статей в рецензируемых изданиях из списка ВАК РФ, и были представлены на научных конференциях «Ломоносовские чтения» (г. Севастополь, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019), Шестой международной научно-практической конференции «Перевод. Язык. Культура» (г. Пушкин, 2015), I Черноморской научно-практической конференции МГУ «Проблемы безопасности в современном мире» (г. Севастополь, 2016), Второй международной научной конференции «Перевод и культура: взаимодействие и взаимовлияние» (г. Вологда, 2016), II Черноморской международной научно-практической конференции МГУ «Математические, естественные и гуманитарные науки: совместные ответы на вызовы перспективных технологий» (г. Севастополь, 2017), Шестой международной научной конференции «Проблемы теории, практики и дидактики перевода» (г. Нижний Новгород, 2017), I Всероссийской научной междисциплинарной конференции с международным участием «Миф: история, политика, культура» (г. Севастополь, 2018), III Черноморской международной научно-практической конференции МГУ им. М.В. Ломоносова «Проблемы развития технологий, государства и общества в цифровую эпоху» (г. Севастополь, 2019), III Международной научной междисциплинарной конференции Миф в истории, политике, культуре» (г. Севастополь, 2019).

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав и выводов по ним, заключения, списка использованной литературы, списка словарей, списка источников общим объемом 161 страница. Библиографический список включает 178 наименований работ.

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень разработанности проблемы, описываются цель и задачи, объект и предмет, материал и методы исследования, выдвигается гипотеза, излагается научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту, представляются данные об апробации работы, структуре и объеме диссертационного исследования.

В первой главе «Теоретические основы изучения аксиологической составляющей образа страны в СМИ» излагаются теоретические положения, которые легли в основу диссертационного исследования: дается характеристика аксиологического направления лингвистики, описываются основные понятия аксиологии «ценность», «оценка», «оценочность» и соотношение между ними, определяется идеологема как лингвоментальная единица, выделяются ее характеристики, описывается структура, обосновывается целесообразность анализа образа государства, созданного в текстах СМИ, как комплекса идеологем.

Во второй главе диссертации «Аксиологические характеристики образа Украины периода политического кризиса 2013-2014 годов» проводится анализ текстов СМИ Великобритании и США на тему украинского кризиса. Образ Украины, созданный в СМИ в данный период, рассматривается как макроидеологема, состоящая из идеологем, сформировавшихся вокруг основных событий и ключевых фигур политического кризиса. В составе каждой идеологемы на основе анализа языкового оформления новостных статей выделяются смысловые конструкты, затем определяется оценочный компонент каждого конструкта путем соотнесения содержания конструкта с ценностной системой западного общества, на основании совокупности оценок конструктов выводится аксиологическая составляющая каждой идеологемы, и на основании

совокупности оценок идеологом делается вывод об оценочном компоненте макроидеологемы «Украина».

В заключении обобщаются теоретические и практические результаты проведенного исследования, излагаются основные выводы и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

В приложении приведена обобщенная таблица оценок конструкторов и идеологом.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ОБРАЗА СТРАНЫ В СМИ

1.1. Аксиологическая парадигма в современной лингвистике

В настоящее время аксиологическое направление в лингвистике проходит этап своего становления и развития. Этим объясняется отсутствие единого подхода к таким важным вопросам, как статус аксиологической лингвистики, ее объект, предмет и методы исследования, а также понятийно-терминологический аппарат. Нет единства и в наименовании данного направления лингвистических исследований. В научных работах последних десяти лет, посвященных аксиологической проблематике, одновременно встречаются варианты «лингвистическая аксиология» («лингвоаксиология») и «аксиологическая лингвистика». Среди многочисленных исследований, в которых употребляется термин «аксиологическая лингвистика» или «лингвистическая аксиология», крайне мало работ, посвященных непосредственно теоретико-методологической базе научного направления. В связи с этим можно сказать, что на данном этапе лингвистическая аксиология представляет собой скорее «активно используемый зонтичный термин» [Теория и методика ... 2016: 13], применяемый для обозначения междисциплинарной сферы исследований, изучающей ценности и оценки в языке.

Своими корнями аксиология уходит в философию. Начиная с античности, философы искали ответ на вопрос о сути ценностей и оценок, их критериях и классификации. Именно на базе споров о ценностях и возникла аксиология. Аксиология (от греч. *axio* – ценность и *logos* – учение) определяется как «философская дисциплина, исследующая категорию ценности, характеристики, структуры и иерархии ценностного мира, способы его познания и его онтологический статус, а также природу и специфику ценностных суждений» [ФЭС 2004]. Аксиология является одним из самых молодых разделов философии,

окончательно сформировавшимся только в XX веке. Термин «аксиология» был введен в 1902 году французским философом П. Лапи, и в 1904 году Э. фон Гартман использовал его для именованя раздела философии, занимающегося ценностями [Гартман 2014]. Прочно утвердившись в философском учении, во второй половине XX века аксиология стала постепенно проникать в другие области научного знания, в том числе в лингвистику.

Рост интереса к аксиологическим проблемам в лингвистике наблюдается в отечественной науке с конца 1980-х годов. Общетеоретическим проблемам определения ценности и оценки и их выражения в языке посвятили свои работы такие филологи, как Н.Д. Арутюнова [Арутюнова 1989], Е.М. Вольф [Вольф 2002], О.И. Генисаретский [Генисаретский 1988], Ю.Н. Куликов [Куликов 1994], А.Н. Покровская [Покровская 1990], Л.Ю. Фуксон [Фуксон 1999]. Эти работы заложили основу для развития аксиологической лингвистики как отдельного направления исследований.

Одним из первых попытку описать аксиологическую лингвистику как самостоятельное лингвистическое направление предпринял профессор В.И. Карасик, открыв в 2004 году в Волгоградском университете научно-исследовательскую лабораторию «Аксиологическая лингвистика». Ученый определил аксиологическую лингвистику как сферу междисциплинарного знания, которая изучает воплощение ценностей в языковом сознании и коммуникативном поведении [Карасик 2013]. В.И. Карасик утверждает, что в сознании человека наряду с языковой картиной мира в качестве ее составляющей существует ценностная картина мира в языке, которая «реконструируется в виде взаимосвязанных оценочных суждений, соотносимых с юридическими, религиозными, моральными кодексами, общепринятыми суждениями здравого смысла, типичными фольклорными и известными литературными сюжетами» [Карасик 2002: 117]. В ценностной картине мира выделяются ценностные доминанты, представляющие собой наиболее важные для культуры смыслы, совокупность которых и образует определенный тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке [Там же: 118]. В связи с этим, аксиологическую

лингвистику профессор считает направлением лингвокультурологии, которое позволяет проанализировать систему ценностей определенного лингвокультурного сообщества через ее воплощение в языке и сопоставить ценностные доминанты разных лингвокультурных сообществ между собой.

Признавая неразрывную связь системы ценностей с культурой социума, следует отметить, что аксиологически ориентированные исследования целесообразно проводить не только в сфере лингвокультурологии. Так, С.Г. Павлов говорит о том, что лингвоаксиология совместима также с этнолингвистикой, анализом социального дискурса, медиалингвистикой, политической лингвистикой, и др [Павлов 2013: 58]. В.А. Сидоров считает особенно продуктивным лингвоаксиологическое направление исследований в сфере медиалингвистики, поскольку такой подход позволяет провести анализ материалов прессы на предмет того, какова роль СМИ в конструировании ценностей общества и как ценности создаются и распространяются с помощью медиаматериалов [Сидоров 2009].

Значительно расширяя сферу исследований аксиологического направления, С.А. Журавлев утверждает, что в рамках лингвоаксиологии осуществляется анализ «оценочного сознания на уровне интонационного оформления, морфемы, лексемы, граммема и целого текста, изучение оценочности как семантической категории в составе коннотации, выявление всех ценностных связей и отношений, которые служат своеобразной точкой отсчета для определения специфики взаимодействия языковых единиц друг с другом, а также рассмотрение собственно прагматического аспекта, связанного с субъективно обусловленным функционированием конкретного высказывания» [Журавлев 2004: 9].

Ввиду различия подходов к трактовке самого понятия, объект и предмет аксиологической лингвистики также определяются достаточно широко. По мнению В.И. Карасика, объектом выступает «ценностная картина мира, отраженная и конструируемая в содержании языковых единиц, ментальных образований (концептов) и ценностно-маркированных динамических стереотипов поведения» [Карасик 2009: 13]. Предметом лингвоаксиологического исследования могут становиться лексические и фразеологические единицы, текстовые

фрагменты и целые тексты, на основании которых можно судить о ценностях определенного культурного сообщества [Карасик 2009: 13].

С.Г. Павлов видит объектом лингвистической аксиологии комплекс «язык – сознание – общество – культура – человек». Г.Ф. Гибатова помещает в центр лингвоаксиологических исследований языковую личность как носителя ценностных предпочтений. Однако ученые сходятся во мнении, что предметом аксиологической лингвистики является язык как средство формирования и выражения ценностей [Гибатова 2011: 129, Павлов 2013: 59].

Профессор Н.Н. Казыдуб настаивает на том, что объектом лингвоаксиологических исследований должны становиться целостные аксиологические системы. Аксиологическая система в языке, по мнению профессора, включает в себя: 1) языковую личность как продуцента, транслятора и реципиента аксиологических смыслов; 2) ценностные смыслы, объективируемые в языковой системе и актуализируемые в речевой деятельности; 3) языковые репрезентанты ценностных смыслов; 4) речевые иллокуции, транслирующие ценностные смыслы в условиях речевой интеракции и 5) аксиологические стратегии, согласовывающие оценку положения дел или развития событий с аксиологическими приоритетами лингвокультурного социума. Детерминантой этой системы Н.Н. Казыдуб считает языковую личность, которая адаптирует системные и функциональные параметры аксиологической системы к конкретным условиям ситуации речевого воздействия, осуществляя выбор и взаимоотношение разноуровневых механизмов активации ценностных смыслов [Казыдуб 2009: 133]. Так, профессор Н.Н. Казыдуб подчеркивает, что лингвоаксиологические исследования тесно связаны с исследованиями в сфере речевого воздействия, поскольку человек может целенаправленно выбирать языковые средства и речевые приемы так, чтобы апеллировать к ценностям и на основе этого сформировать определенное восприятие действительности.

Обобщив мнения ученых, будем в самом общем виде считать объектом аксиологической лингвистики ценностные смыслы, господствующие в обществе, а предметом – языковые средства, которыми вербализуются или конструируются

ценностные смыслы, а также способы, которыми адресант целенаправленно создает и закладывает ценностные смыслы в текст. В связи с этим представляется актуальным в рамках лингвоаксиологического направления изучить оценочную составляющую репрезентации Украины в англоязычных новостных текстах, определив ценностные смыслы, транслируемые через СМИ, и средства и способы создания оценки.

Методы исследования, применяемые в лингвоаксиологии, варьируются в зависимости от целей и задач ученого. Так, по мнению С.Г. Павлова, аксиологическая методология включает как традиционные лингвистические методики, такие как структурно-семантический анализ, так и новейшие, например, когнитивный анализ. Исследователи также акцентируют внимание на том, что при анализе текста обязательно должна приниматься во внимание экстралингвистическая составляющая, поскольку только с ее учетом можно установить подлинную мотивацию, цель и оценку говорящего [Павлов 2013: 59].

Метод этносемиометрии, детально описанный профессором Е.Ф. Серебренниковой, позволяет выявить ценностные смыслы в тексте. Этносемиометрия может рассматриваться как «один из способов лингвистического мониторинга функционирования языка в его аксиологическом измерении» [Лингвистика и аксиология ... 2011: 47] и применяться для «градуального выведения значимых смыслов определенного текста/дискурса, который позволяет вывести в своей целостности некоторое представление о наполнении его содержания ценностным отношением автора» [Там же: 42]. В основу данного метода исследования положен постулат о том, что «любое высказывание, взятое в его соотношении с другими высказываниями определенного дискурсивного поля, как и само дискурсивное поле, может быть охарактеризовано с точки зрения явного или неявного выражения некоторого ценностного отношения» [Там же: 44].

Анализ методом этносемиометрии начинается с рассмотрения «конкретно отграниченного контекста, в виде цельнооформленного текста и условий-обстоятельств его порождения» [Там же], затем рассматривается «совокупность

репрезентативных контекстов» [Лингвистика и аксиология ... 2011: 44], что позволяет определить тенденции в трансляции «ценностных смыслов в данном временном срезе, либо некоторую эволюцию ценностных смыслов в течение некоторого периода или при смене периодов» [Там же: 43].

Аксиологическая интерпретация представляется одним из значимых этапов анализа. Интерпретация понимается Е.Ф. Серебренниковой как «такой способ выявления смысла, заложенного в данном тексте/дискурсе через определенный способ его оформления, который стремится к наиболее полному пониманию содержательного наполнения структур означивания с учетом сказанного, подразумеваемого, а также обстоятельств высказывания» [Там же: 43]. Аксиологическая интерпретация направлена на «выявление «фокусировки» высказывания на его «целевом» смысле, как отражении априорно принятой или актуально корректируемой позиции субъекта высказывания по двум возможным векторам в соотношении Я (мир я) ↔ Не-Я (внешний мир): *от мира к себе и от себя к миру*». Аксиологическая интерпретация позволяет сосредоточиться как на глубинном плане содержания, так и на плане выражения, представленном многоуровневыми языковыми средствами [Там же: 26]. Однако аксиологическая интерпретация невозможна без учета контекстуального пространства, поскольку именно на его основе выявляется оценочное отношение субъекта речи [Там же: 43].

Итак, можно сказать, что аксиологическая лингвистика выделяется в отдельное направление исследований в начале XXI века. В настоящее время лингвоаксиология проходит путь своего становления и развития, вырабатывая теоретико-методологическую базу и терминологический аппарат. Аксиологическая лингвистика нацелена на выявление ценностных смыслов, господствующих в обществе, на основании анализа оценочных суждений. Сочетая традиционные лингвистические методы со специализированными, например, с этносемиотикой, можно на основании языковых способов оформления высказывания и обстоятельств порождения текста определить ценностное отношение автора к описываемому объекту, ситуации, событию и т.д.

1.2. Понятия «ценность», «оценка» и «оценочность» в аксиологии

Одним из ключевых аксиологических понятий является *ценность*: любое общество опирается на ценности, понятие ценности является одним из основных, определяющих сущность человека, а система ценностей – это атрибут человеческого сознания, который регулирует деятельность как отдельного человека, так и социума в целом [Гибатова 2011]. Ценности формируются в обществе и влияют на взаимоотношения между людьми и государствами [Коцюбинская 2015: 59]. Однако, несмотря на свою фундаментальность, понятие «ценность» остается одним из наиболее противоречивых.

В рамках философии ценность, как правило, определяется как некая значимость, важность какого-то объекта для субъекта: «Ценность – это термин, используемый для указания на человеческое, социальное и культурное значение определенных объектов и явлений» [НФС 1999]. Согласно данной трактовке понятие «ценность» всегда предполагает наличие «двух контрагентов – некоего предмета, который становится носителем ценности, и человека (или группы людей), который оценивает данный предмет <...> и придает ему определенный смысл» [Каган 1997]. Следовательно, при таком рассмотрении ценностью обладает только тот объект, который имеет некие «свойства, отвечающие каким-то целям, намерениям и нормам» [Вотинцева 2015: 1353].

Целям данного исследования больше соответствует другое понимание сущности ценностей, которое распространено в социологических исследованиях. Согласно этой точке зрения, ценности могут интерпретироваться как «содержательные предпочтения (образцы, идеалы, нормы), которых придерживаются те или иные люди, общности или общества» [Гибатова 2011: 128] или как «социальные, социально-психологические идеи и взгляды, разделяемые народом и наследуемые каждым новым поколением, <...> то, что как бы априори оценивается этническим коллективом как нечто такое, что «хорошо» и «правильно» [Стернин 1996: 108]. При таком подходе ценности выступают «морально-нравственными ориентирами жизнедеятельности»

[Юнусова 2009: 3], «стандартами, направляющими действия людей» [Rokeach 1968: 160], регулируя отношение человека к окружающим объектам. Получая информацию об окружающем мире, человек категоризирует ее в соответствии с закрепленными у него в сознании ценностями: то, что им соответствует, признается «хорошим» / «правильным» / «своим», а то, что им не соответствует, классифицируется как «плохое» / «неправильное» / «чужое». В результате «хорошее» поддерживается, а «плохое» отвергается или критикуется.

Система ценностей, существующая в обществе, не постоянна. Изменение отношения к миру и формирование или реформирование системы ценностей С.В. Коростова именуется «аксиологической динамикой» [Коростова 2015: 79]. Аксиологическая динамика проявляется в «перезагрузке семантических областей «свое»-«чужое» [Клушина 2008: 482], т.е. те объекты, которые раньше входили в сферу «своих» (хороших), могут переместиться в категорию «чужих» (плохих) или же ранее нейтральные объекты могут быть отнесены к какой-либо из категорий.

Поскольку «ценности выступают основой идеологии¹» [Леонтьев 2000: 167], система ценностей становится мишенью идеологического воздействия в ситуациях политико-идеологического противостояния, когда каждая из сторон стремится закрепить в сознании общества свои ценностные ориентиры. Следовательно, система ценностей особо подвержена изменениям в периоды политических кризисов, предвыборной борьбы, геополитических столкновений, информационных войн и т.д.

Еще одним фундаментальным понятием аксиологии является *оценка*: оценка явлений действительности сопровождает все существование человека, при этом объектом оценки может становиться как отдельный предмет или действие, так и целое событие [Дормидонтова 2009].

В философии оценка традиционно трактуется как способ установления значимости чего-либо для действующего и познающего субъекта [НФС 1999]. Отечественный философ А.А. Ивин определяет оценку как «мнение о важности,

¹ Под идеологией в данной работе в самом общем виде понимается совокупность политических убеждений и установок [Генералова 2012: 137].

весомости, ценности, нужности, полезности, целесообразности, эстетичности, этичности и т.д. (одним словом, о значимости) чего-либо для человека» [Ивин 2010: 249]. Главное в оценочном суждении, считает автор, не отношение субъекта к ценности как таковой, а выражение мнения о соответствии или несоответствии объекта оценки нормативному идеалу, эталону, образцу, в числе которых могут быть и ценности [Там же]. Следовательно, когда человек оценивает объект, он соотносит его с определенной системой ценностей.

На неразрывной связи ценности и оценки акцентируют внимание и лингвисты. В.Н. Телия указывает: «оценка – это связь, устанавливаемая между ценностной ориентацией говорящего/слушающего и обозначаемой реалией, оцениваемой положительно или отрицательно по какому-либо основанию в соответствии со «стандартом» бытия вещей или положения дел в некоторой картине мира, лежащим в основе норм оценки» [Телия 1986: 22-23]. Именно соотнося получаемую информацию с ценностями, принятыми в обществе, человек классифицирует феномен действительности как положительный или отрицательный. Схожего мнения придерживается Л.А. Сергеева, утверждая, что оценкой можно назвать мнение о предмете, которое выражает характеристику последнего через соотнесение его с категорией ценности [Сергеева 2003: 40]. Поскольку разные общества опираются на разные ценности, а ценностная система одного и того же общества имеет свойство меняться со временем, Г.Ф. Гибатова справедливо замечает, что оценки невозможно изучать вне системы ценностей конкретной культуры, нации, а также исторической эпохи [Гибатова 2011: 130].

Так как система ценностей закреплена в сознании индивида, ряд ученых сходится во мнении, что оценку можно рассматривать как когнитивный процесс [Арутюнова 1988; Болдырев 2008; Дормидонтова 2009; Минемуллина 2015; Морозова 2014; Сергеева 2003; Телия 1986]. Так, Н.Д. Арутюнова определяет оценку как особый когнитивный акт, в результате которого устанавливается значение объекта для жизни и деятельности субъекта [Арутюнова 1988: 72]. Когнитивным процессом считает оценивание А.Р. Минемуллина, полагая, что в ходе данного процесса предмету, явлению или лицу дается положительная или

отрицательная характеристика, обусловленная принятием или отрицанием ценности [Минемуллина 2015: 24].

Профессор Н.Н. Болдырев вводит понятие оценочной категоризации, под которым он понимает «мыслительное соотнесение объекта или явления с определенной оценочной категорией» [Болдырев 2010: 26]. По мнению автора, оценочная категоризация представляет собой особого рода познавательный процесс, который заключается в поиске и выделении определенных (дополнительных, утилитарных, с точки зрения человека) характеристик в уже познанном объекте. Для этого происходит соотнесение объекта с существующей в сознании человека системой координат из мнений, ценностей, стереотипов, как личных, так и общепринятых в обществе [Болдырев 2008: 26]. Таким образом, оценочная категоризация является неотъемлемой частью процесса познания человеком окружающего мира.

Когнитивные процессы всегда находят свое отражение в языке. Универсальной языковой категорией считает оценку Е.М. Вольф и видит ее сущность в отражении в языке ценностного отношения субъекта к объекту [Вольф 2002: 6]. Оценочные средства, как замечает В.В. Квашина, обнаруживаются на всех уровнях – фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом, стилистическом [Квашина 2013: 184]. В первую очередь, оценка формируется лексико-семантическими [Иванова 2007] и стилистическими средствами [Шапиева 2014].

Лексико-семантический уровень оценки широко представлен коннотациями, номинациями, клише, фразеологизмами, квантификаторами и т.д. На морфологическом уровне положительная и отрицательная оценка создается словообразовательными средствами, как, например, суффиксы прилагательных (например, *-less* и *-ish*) и приставки (*anti-*, *de-*, *pro-* и др.), а также словосложением, например, при образовании неологизмов и окказионализмов.

Стилистические средства (аллюзии, сравнения, метафоры, перифразы, контекстные антитезы, ирония и т.д.) обладают наибольшей образностью и служат средствами косвенной оценки окружающего мира. Они направлены на

увеличение выразительности текста, поэтому позволяют углубить создаваемый образ реальности, действуя эмоционально и на уровне языка. Стилистические средства с помощью ассоциаций, вызываемых переносным употреблением слова, помогают сделать сообщение более убедительным и усилить эмоциональное воздействие.

Хотя фонетические и синтаксические языковые средства самостоятельно не оценивают объект, они обнаруживаются на фоне ведущих смыслообразующих элементов, помогают усилить оценку и расставить акценты. Синтаксические средства выражения оценки представлены повторами, параллельными и вставными конструкциями, перечислением, приемами тема-рематического деления предложения (инверсия, активный и пассивный залог, безличные конструкции), риторическими вопросами.

При таком разнообразии оценочных средств большая часть исследователей, однако, сходится во мнении, что оценка определяется высказыванием в целом, а не отдельными компонентами [Арутюнова 1988; Вольф 2002; Клушина 2008; Минемуллина 2015; Павлов 2013; Темиргазина 1999].

По мнению Н.Д. Арутюновой, любое слово в речи подвластно влиянию непосредственного окружения [Арутюнова 1988: 5]. Под воздействием контекста оценка, заложенная в слове, может смягчаться, усиливаться или меняться на диаметрально противоположную. Н.И. Клушина ввела отдельный термин «иррадиация оценки» для описания тех ситуаций, когда под влиянием контекста слово меняет свою оценку на полностью противоположную [Клушина 2008 (2): 109]. Кроме того, изначально нейтральные слова могут вырабатывать в контексте как положительную, так и отрицательную оценку. «Зачастую неоценочное слово, помещенное в определенное словесное окружение, приобретает положительную или отрицательную окраску в зависимости от цели, поставленной субъектом оценки», – указывает А.Р. Минемуллина [Минемуллина 2015: 86]. Систематическое использование первоначально нейтрального 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 [Приходько 2014: 25].

С.Г. Павлов выдвигает предположение о том, что язык имеет бесчисленные экспрессивно-оценочные возможности, и считает, что большинство высказываний являются в той или иной степени оценочными, то есть теми, в которых явно или скрыто выражено отношение говорящего к предмету речи или собеседнику. Связано это с тем, что предложение в целом или отдельные его элементы всегда занимают определенное место на аксиологической шкале: «- / 0 / +». При этом аксиологический знак всего высказывания предопределяется даже не столько общим смыслом, сколько контекстуальными и прагматическими условиями [Павлов 2013: 61]. Следовательно, ученый указывает на зависимость оценки не только от лингвистического контекста, но и от экстралингвистических факторов.

О влиянии экстралингвистических факторов на оценку высказывания говорят и другие исследователи. Так, М.В. Ляпон пишет о том, что оценка формируется ситуацией общения с учетом целей и мотивов коммуниканта [Ляпон 1989]. Е.М. Вольф указывает, что оценочные высказывания могут приобретать оценочное значение на основе стереотипов, существующих в обществе [Вольф 2002: 164]. К.В. Костина высказывает мнение, что оценка зависит от целей коммуникации и социальных факторов и под их влиянием может меняться на диаметрально противоположную [Костина 2011: 24].

З.С. Хабекирова акцентирует внимание на том, что оценка во многом зависит от политических и идеологических взглядов как того, кто производит высказывание, так и того, кто его интерпретирует [Хабекирова 2009]. Оценка и идеология очень тесно связаны и зависят друг от друга. Оценка «выполняет функцию связующего звена между ментальной сферой говорящего и социально-культурным контекстом. Именно оценке принадлежит ведущая роль в изменении значений, в переоценке слова и его перемещении из одного ценностного контекста в другой» [Дускаева 2014: 53]. Так, оценка становится важнейшим средством завоевания и удержания власти, формирования позитивного образа

«своих» и отрицательного образа «чужих» [Баданина 2014]. Идеологические факторы в свою очередь «способствуют процессу переосмысления слова в дискурсе» [Там же] и соответственно изменению его оценки.

Таким образом, изучая оценку, важно учитывать экстралингвистические факторы, в которых произведено высказывание, кто является участником коммуникации, какие ценности и идеологические установки господствуют в мире коммуникаторов и какие цели они преследуют. Только учет этих факторов позволит правильно интерпретировать оценку всего высказывания.

С понятием оценки тесно связано понятие *оценочности*, третье базовое понятие аксиологии. Термином «оценочность» чаще всего обозначают свойство языковых средств выражать оценку [Воронцова 2006; Комиссарова 2018; Хабекирова 2009; Чернявская 2001; Яхина 2008].

Профессор В.А. Марьянчик несколько расширяет определение и называет оценочностью способность языковой или речевой единицы эксплицировать положительные и отрицательные свойства объекта, его место на оценочной шкале и в аксиологическом пространстве [Марьянчик 2013: 7]. То есть если языковая единица обладает оценочностью, она помогает классифицировать описываемое явление как «хорошее» или «плохое» и соответственно оказывает воздействие на восприятие адресата. Путем отбора языковых средств осуществляется лингвополитическое моделирование событий и миропорядка в целом [Иванова 2018 (3)].

Однако принимая во внимание тот факт, что под влиянием контекста практически любая языковая единица может становиться носителем оценки или менять свою оценку на противоположную, оценочность стоит рассматривать скорее как характеристику определенных типов дискурса [Хабекирова 2009]. В дискурсе оценочность будет представлена набором языковых средств разных уровней, которые служат цели донести до адресата важность определенного объекта или события. З.С. Хабекирова уточняет, что кроме языковых средств оценочность (в терминологии ученого «аксиологическое поле текста») создается структурными и композиционными элементами текста [Хабекирова 2009: 20].

По утверждению ученых, универсальной категорией оценочность является для таких типов дискурса как медийный и политический [Володина 2008; Воронцова 2006; Добросклонская 2008; Иванова 2018 (1); Костина 2011; Хабекирова 2009]. Невозможно отрицать то, что тексты СМИ, посвященные политической тематике, всегда функционируют в определенной системе ценностей, обусловленной господствующей идеологией, организуются ею и ее же отражают. В связи с этим они, как правило, характеризуются определенной политико-идеологической оценочностью. Для обозначения такой политико-идеологической оценочности В.А. Марьянчик вводит понятие идеологической модальности, рассматривая ее как разновидность аксиологической модальности и определяя ее как совокупность оценочных значений и отношений, которые базируются на политических взглядах [Марьянчик 2013: 14]. Идеологическая модальность обнаруживается во всех текстах СМИ на общественно-политические темы.

Подводя итог рассуждениям об основных понятиях аксиологии, можно сказать, что они все тесно связаны между собой. Ценности являются некими идеалами, ориентирами, господствующими в обществе, которыми руководствуется человек в процессе своей деятельности и которые определяют его отношение к объектам окружающего мира. Ценности формируются в ходе развития общества, зависят от многих факторов, в частности от политико-идеологических взглядов, и поэтому имеют свойство изменяться со временем. Оценка в свою очередь представляет собой результат соотнесения феномена окружающего мира с системой ценностей. В итоге человек все объекты классифицирует как «хорошие» и «плохие». Выражается оценка вербальными средствами разных уровней. Знак оценки определяется в большинстве случаев в контексте и обусловлен в том числе экстралингвистическими факторами, среди которых ситуация общения, ценности, политико-идеологические установки и цели адресанта. Некоторые виды дискурса, такие как политический и медиадискурс, особенно насыщены оценками, их неотъемлемым свойством является политико-идеологическая модальность.

1.3. Идеологема как предмет лингвистического анализа

Понятие «идеологема» является междисциплинарным, и в силу этого все еще не выработано единое определение данного феномена. Для настоящего исследования необходимым представляется выявление области лингвистического применения понятия «идеологема», определение содержания данной единицы и особенностей ее выражения, характеристика ее признаков и описание ее структуры.

1.3.1. Определение понятия «идеологема»

Термин «идеологема» был впервые использован еще в 1935 году выдающимся отечественным ученым М.М. Бахтиным, который рассматривал его в рамках литературоведения. М.М. Бахтин применил этот термин для характеристики слов героев романа, которые должны побуждать читателя к определенным действиям: «Говорящий человек в романе – в той или иной степени идеолог и слово его всегда – идеологема. Особый язык в романе – всегда особая точка зрения на мир, претензия на социальную значимость» [Бахтин 1935: 146]. М.М. Бахтин определяет идеологему как «идеологически полновесное слово (в большинстве случаев активное и действенное)» [Бахтин 1935: 146]. Следовательно, в концепции М.М. Бахтина идеологема является единицей языка, обладающей воздействующим потенциалом. Позднее в книге «Вопросы литературы и эстетики» М.М. Бахтин расширяет трактовку идеологемы, определяя ее как способ репрезентации той или иной идеологии [Бахтин 1975].

В современном языкознании выделяется два основных подхода к определению идеологемы: лингвистический и когнитивный [Нахимова 2011: 152]. В рамках первого подхода ученые рассматривают идеологему как языковую единицу [Гусейнов 2004; Купина 2000; Мелконян 2015; Чудинов 2006].

Н.А. Купина понимает идеологему как «некоторое закрепленное в языковой форме идеологическое содержание», как «языковую единицу, семантика которой

покрывает идеологический денотат или наслаивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический [Купина 2000: 183]. Похожее мнение высказывает основоположник отечественной политической лингвистики А.П. Чудинов. В его представлении идеологема – это слово или устойчивое словосочетание, непосредственно связанное с идеологическим денотатом или имеющее в своем значении идеологический компонент [Чудинов 2006: 92].

Идеологемой у Г.Ч. Гусейнова именуется любой минимальный отрезок письменного текста или потока речи, предмет или символ, который воспринимается автором, слушателем, читателем как отсылка к воображаемому своду мировоззренческих норм и фундаментальных идейных установок [Гусейнов 2004: 30]. В монографии, посвященной изучению советских идеологем, по своей языковой реализации лингвист выделяет идеологемы-морфемы (в частности, падежные окончания), идеологемы-буквы, идеологемы-имена и идеологемы-цитаты [Гусейнов 2004].

Н.А. Мелконян и А.С. Жамакочян определяют идеологему как «несущую идеологический месседж единицу, которая узнаваема как закрепленный знак – слово, выражение, – имеет эмоционально-ценностный аспект, выступает в характерном контексте или ассоциативным образом выдвигает необходимый контекст. Таким образом, она концентрирует определенную информацию и является ее кратким названием» [Мелконян 2015: 169].

Следовательно, в рамках первого подхода идеологема понимается как языковая единица с закрепленным идеологическим компонентом в значении. Однако при таком подходе остается без внимания тот факт, что прежде чем идеологема обретает свою вербальную форму, она должна быть создана, «замыслена» представителями определенных политико-идеологических взглядов [Клушина 2014: 56]. Именно на этом акцентируют внимание сторонники второго, когнитивного, подхода, согласно которому идеологема рассматривается как ментальная единица.

Когнитивную сущность идеологемы впервые выявил А.А. Мирошниченко, разработавший методику лингвоидеологического анализа. Он определил

идеологему как праксему сознания, как когнитивный коррелят некоторого объекта реального или нереального мира и ввел понятие лингвемы как средства выражения идеологемы в языке [Мирошниченко 1995]. На сходных позициях находится Л.В. Вдовиченко, считающая идеологему особой когнитивной единицей, придающей установленную идеологическую нагрузку, окраску, конкретному факту, действию [Вдовиченко 2011: 71]. Развивая когнитивный подход, Б.М. Пионтек описывает идеологемы как сложные мыслительные образования с неоднородной формальной и семантической структурой, воспроизводимые в устойчивой форме и имеющие целостное идеологическое значение [Пионтек 2012: 9]. А.Р. Гизатуллина и М.И. Гумерова рассматривают идеологему как ментальную единицу, в состав которой входит идеологический (имеющий целью сформировать заданное представление о политической действительности) компонент, и которая реализуется и актуализируется в тексте и дискурсе обычно словом или устойчивым сочетанием [Гизатуллина 2015: 95].

В.А. Каменева, развивая когнитивный подход, считает идеологему лингвокогнитивной единицей, которая сочетает одновременно *когнитивную* природу и *языковую* репрезентацию. С когнитивной точки зрения идеологема, по мнению автора, представляет собой категорию, формирующую концептуальные схемы, обуславливающие процесс восприятия и трактовки получаемой информации. Эти схемы репрезентируются и активируются словом или словосочетанием, эмоциональная окраска которых может неодинаково восприниматься представителями различных социальных групп, поскольку идеологемы передают специфический взгляд на соответствующую реалию [Каменева 2007: 9-10]. Данный подход представляется наиболее продуктивным, поскольку учитывает и языковую, и когнитивную составляющую идеологемы.

Считаем крайне полезными и идеи Н.И. Клушиной, которая рассматривает идеологему как сложный когнитивно-стилистический феномен [Клушина 2014: 57], представляющий собой воплощение вербальными средствами идеологических, политических, социальных установок, которые должен усвоить адресат [Клушина 2008: 35]. При этом встраивание в массовое сознание

идеологического кванта смысла решается на когнитивном уровне, но стилистическими средствами [Клушина 2014: 56]. Таким образом, в пределах языковой составляющей идеологемы выделяется также и стилистический компонент. Мнение Н.И. Клушиной разделяет С.Е. Тимофеев, определяя идеологему как «воздействующий на массовое сознание ментальный конструкт, заключающий в себе представления и суждения носителей языка о различных сферах социально-политической жизни общества», который реализуется с помощью «стилистических ресурсов языка» [Тимофеев 2018: 188].

Однако средства языка выступают лишь одним из способов реализации идеологемы. Так, у Е.Г. Малышевой идеологема трактуется как мыслительная, когнитивная универсалия, единица идеологической картины мира, которая объективируется в тексте собственно языковыми единицами различных уровней, а также знаками других семиотических систем [Малышева 2009: 34]. На этом же акцентирует внимание Е.А. Лыкина, указывая, что идеологема существует в сознании представителя идеологии и находит свое воплощение в идеологическом знаке, который может быть выражен как вербально (словом словосочетанием, тропом, интонационным рисунком, синтаксической структурой), так и невербально (средствами изобразительного искусства, музыкой, языком жестов) [Лыкина 2014: 203].

В настоящей работе, вслед за В.А. Каменевою, идеологема рассматривается как лингвокогнитивная единица, т.е. единица двойственной природы: ментальной и языковой. С когнитивной точки зрения это некая ментальная сущность, которая включает в себе представление об определенном фрагменте действительности. Содержание идеологемы динамично и зависит от того, в рамках какой идеологической системы она выстраивается. В сознании реципиента идеологема создает схемы, влияющие на дальнейший процесс восприятия и оценки информации. Языковая сторона идеологемы представлена ее оболочкой, т.е. словом или словосочетанием, которым она вербализуется. Кроме того, языковые средства принимают участие в конструировании

смыслового и оценочного наполнения идеологема, хотя оно во многом обусловлено и экстралингвистическими факторами.

1.3.2. Сущностные характеристики идеологема

Идеологема обладает рядом характерных черт [Гизатуллина 2016; Журавлев 2004; Малышева 2009]. Однако до настоящего времени не выработано единой типологии сущностных характеристик идеологема. Несмотря на достаточное количество работ, посвященных идеологемам, ее характеристики не становились предметом отдельного научного исследования. Ученые либо выделяли только отдельные черты в зависимости от целей исследования, либо просто перечисляли ее характеристики, не подвергая их детальному рассмотрению.

Анализ и обобщение лингвистических теорий, представленных в работах [Ведрева 2006; Гизатуллина 2016; Гусейнов 2004; Зэмшал 2014; Каменева 2007; Клушина 2014; Михайловская 2018; Савенкова 2010 и др.], позволяет выделить следующие неотъемлемые признаки идеологема: оценочность, темпоральность, целенаправленность, и мифологичность.

Основным признаком идеологема является *оценочность* [Ведрева 2006; Гизатуллина 2016; Гусейнов 2004; Журавлев 2004; Зэмшал 2014; Клушина 2008; Лыкина 2014; Малышева 2009; Марьянчик 2013; Мелконян 2015; Пионтек 2012]: идеологема всегда «содержит эмоционально-оценочный компонент» [Мелконян 2015: 169] и придает аксиологическую значимость объектам и явлениям.

Оценочный компонент идеологема создается как вербальными, так и невербальными средствами. Однако, как правило, этот компонент не заложен в семантической структуре вербальной единицы, которой репрезентируется идеологема, а создается экстралингвистическими факторами. Аксиологические характеристики идеологема «зависят от идеологических позиций, предписаний, партийных установок» [Вдовиченко 2011: 71], «интересов доминирующей социальной группы» [Ведрева 2006: 122], «мировоззрения отправителя идеологического сообщения» [Зэмшал 2014: 140]. Кроме того, оценка идеологема

тесно связана с системой сложившихся в обществе ценностей и идеалов [Сурикова 2017: 110]. Именно сопоставляя информацию, заложенную в идеологеме, со сформировавшейся у него системой ценностей, человек классифицирует феномен как положительный или отрицательный.

Если идеологема существует в рамках конкурирующих идеологических систем, ее оценочный компонент в двух системах может быть полностью противоположным. «Одно и то же явление вызывает различные ассоциации и оценки коммуникантов, обусловленные их различной идеологической позицией», – замечает О.И. Воробьева [Воробьева 2008: 25]. В условиях современного идеологического противостояния правомерно говорить о том, что идет борьба «за наполнение идеологем определенным содержанием, за право их интерпретации» [Иванова 2018 (2): 56], т.е. сторонники определенных политико-идеологических взглядов стремятся как можно убедительней сконструировать идеологему, выстроить ее оценку и внедрить ее в сознание аудитории.

Оценка идеологемы базируется на фундаментальной оппозиции «правильного» и «неправильного», «своего» и «чужого» с точки зрения отправителя сообщения [Гусейнов 2004; Карамова 2015]. Следовательно, идеологема всегда положительно оценивает «своих» и дискредитирует «чужих». В условиях современного информационного противоборства и борьбы за сферы влияния категория «свой – чужой» становится крайне подвижной, маркируя в рамках данной дихотомии изначально нейтральные объекты или даже превращая «чужих» в «своих». Оценивание производится скорее с точки зрения геополитических интересов определенной доминирующей группы, и основным критерием оценки выступает позиция «выгодно – невыгодно» [Вепрева 2006: 122], то есть идеологема целенаправленно наполняется определенным оценочным смыслом для решения конкретных задач. Закрепляясь в сознании адресата, идеологема проецирует свою оценочность на восприятие дальнейшей информации реципиентом, ориентируя его в сторону нужной оценки фактов, связанных с идеологически значимым объектом. В итоге аудитория стереотипно

реагирует на события, явления, ассоциируемые с той или иной идеологемой [Пивоварчик 2006: 242].

Таким образом, идеологема всегда конструируется с заданной оценкой с целью воздействия на адресата. Однако, ввиду тесной связи с экстралингвистическим контекстом, оценка, заложенная в идеологеме, не постоянна и может изменяться даже на диаметрально противоположную при смене идеологии.

Еще одним признаком идеологемы выступает *темпоральность*. Идеологема имеет определенные временные рамки своего существования: она актуальна столько, сколько доминирует идеологическая позиция правящей элиты. На данной характеристике идеологемы акцентирует внимание М.В. Михайловская: «Идеологема «ограничена» во времени, т.к. понимание и восприятие той или иной идеологемы <...> могут измениться кардинальным образом. Адекватное понимание идеологемы возможно только в контексте соответствующей идеологии и контексте определенного периода времени» [Михайловская 2018: 377]. Следовательно, конкретное смысловое наполнение идеологемы можно рассматривать только в рамках определенной политической ситуации.

Н.И. Клушина отмечает, что идеологема – это динамический феномен, а не статический мыслительный конструкт [Клушина 2014: 57]. В случае изменения системы идеологических взглядов может либо меняться содержание идеологемы и, как следствие, ее оценка, либо идеологема может полностью выходить из употребления, сохраняя свою узнаваемость лишь в рамках специфического исторического и идеологического контекста. При смене политического курса государства неизбежно происходит и смена базовых идеологем [Клушина 2008]. Однако разрушение одной системы идеологем и конструирование другой – это достаточно длительный процесс, поэтому, по утверждению С.А. Журавлева, идеологемы – это все же не единицы-«однодневки», а единицы, несущие в себе определенный квант аксиологической информации на протяжении длительного времени (от нескольких месяцев до нескольких столетий) [Журавлев 2004: 46].

Таким образом, нельзя говорить об универсальных, вечных идеологемах. Даже если идеологема продолжает свое существование в виде неизменного вербального знака, ее значение постоянно модифицируется, и с конкретным смысловым содержанием она существует лишь в определенный временной промежуток.

Идеологема также обладает *целенаправленностью*. Идеологема всегда конструируется целенаправленно, т.е. с целью воздействия на конкретного адресата для формирования необходимой оценки определенного явления. «Идеологема предполагает целенаправленное воздействие со стороны адресанта на сознание адресата с помощью заранее заданной идеи», – пишет Н.И. Клушина [Клушина 2008: 35]. Целенаправленное воздействие на массовое сознание считается главной функцией идеологемы [Гронская 2013; Каменева 2007; Малышева 2009; Новак 2012; Осипов 2012; Рыжова 2015]. Представители правящей элиты используют идеологемы именно для того, чтобы побудить людей к поддержке определенной точки зрения. По мнению В.А. Рыжовой, в своей структуре идеологема содержит «директивную установку» [Рыжова 2015: 29], имеющую целью повлиять на восприятие действительности. Идеологемы создают своего рода формулы как руководство к действию [Гусейнов 2004: 27]. Так, утверждает Н.Э. Гронская, с помощью идеологем осуществляется процесс индоктринации сознания, т.е. его «программирование» в определенном направлении в рамках господствующей идеологии [Гронская 2013].

Однако чтобы воздействие с помощью идеологемы осуществилось в полной мере, идеологема нуждается в систематической и последовательной актуализации. Как отмечает А.В. Бушев, «частые повторы <...> создают стойкую картину приемлемости информации, отождествляются с определенным автоматизмом восприятия» [Бушев 2009: 304]. В связи с этим в процессе конструирования идеологемы большую роль играют языковые средства, которые позволяют сформировать определенное видение события, акцентировать одни детали и ретушировать другие. Только при условии постоянного повторения

идеологема может закрепиться в сознании, вызывать необходимые оценочные ассоциации и стать регулятором поведения.

Таким образом, идеологема всегда конструируется целенаправленно и ориентирована на создание конкретного представления о фрагменте действительности.

Идеологеме также свойственна такая сущностная характеристика, как *мифологичность*. Согласно И.Т. Вепревой и Т.А. Шадринной, любую идеологию можно отнести к типу мифологизированных идейных образований, поскольку в любой идеологии делается акцент не на истинное отображение реальности, а на популяризацию искусственно созданной картины мира, в которую требуется безоговорочно верить. С помощью идеологии происходит мифологизация общественного сознания [Вепрева 2006: 125]. Являясь продуктом идеологии, идеологемы также «мифологичны по своей природе» [Савенкова 2010: 81], поскольку они всегда конструируются в рамках преломленного идеологией одностороннего видения действительности. Как справедливо отмечает С.Н. Хохлова, идеологемы по своей сути есть мифологизированные представления о власти, государстве, гражданском обществе, политических и идеологических институтах [Хохлова 2015: 53]. Фактическая информация об объекте или событии искажается, дополняется или наоборот сокращается в той степени, в какой это необходимо для целей идеологического воздействия. В итоге адресату преподносится не образ «объективной действительности, а интерсубъективная виртуальная реальность» [Ситько 2007: 39]. В связи с этим Н.И. Клушина говорит о том, что «идеологема – это миф, использованный в идеологических целях» [Клушина 2014: 56].

Особенно ярко мифический компонент содержания идеологем проявляется во время активной фазы информационного противостояния, когда каждая сторона отстаивает свои интересы и старается привлечь на свою сторону как можно больше сторонников. В таких ситуациях информационного противоборства С.В. Иванова предлагает выделять в отдельный тип мифологемы-идеологемы, представляющие собой политические мифы, возникающие в период острой

идеологической борьбы между государствами, которые находятся в обращении и активно поддерживаются средствами массовой информации до тех пор, пока не закончится определенная политическая эпоха [Иванова (2) 2018: 58].

Можно предположить, что в условиях информационного противоборства в медиаресурсах идеологема в принципе не существует в отрыве от мифологема. Поскольку идет непрерывный процесс порождения и внедрения идеологем в социум для его консолидации в поддержку правящей элиты, также непрерывно создаются и распространяются мифы, которые ложатся в основу смыслового наполнения идеологем. В результате для создания следующей идеологемы конструируются новые мифы, но в рамках той же идеологии и т.д.

Некоторые исследователи [Журавлев 2004; Гизатуллина 2016; Осипов 2012] выделяют также такую характеристику идеологемы, как идеологичность, поясняя ее как способность определять мотивацию поступков адресата [Журавлев 2004: 7], влиять на существующую картину мира [Гизатуллина 2016: 63]. Однако при таком понимании идеологичности данную характеристику вполне можно объединить с целенаправленностью, поскольку авторы указывают, по сути, на намеренное воздействие с помощью идеологемы на массовое сознание с целью модификации поведения или изменения оценки явления.

Г.А. Осипов понимает под идеологичностью связь идеологемы с политической прагматикой [Осипов 2012: 95]. Поэтому идеологема может «применяться разными политическими деятелями и партиями с разным смысловым наполнением» [Там же]. Когда идеологема попадает в конкурирующую идеологическую систему, она меняет свое смысловое наполнение и, как следствие, оценочную окраску. Поэтому целесообразно рассматривать идеологичность в качестве частного проявления оценочности. Кроме того, идеологичность как черта идеологемы уже зафиксирована в семантике языковой единицы морфологически.

Таким образом, сущностными характеристиками идеологемы будем считать оценочность, темпоральность, целенаправленность и мифологичность.

1.3.3. Конструкт как структурно-содержательный компонент идеологемы

Идеологема является ментальной единицей. По утверждению профессора Е.В. Ивановой, ментальные (когнитивные) единицы нелинейны и диффузны. Диффузность когнитивной структуры проявляется в размытости границ между ее элементами. Ментальная структура содержит в себе множество мелких структур, асимметричных по объему, а также может входить в более крупные образования или же только пересекаться с ними [Иванова 2003: 20]. Следовательно, идеологема внутри неоднородна и представляет собой сложную структуру, состоящую из совокупности элементов.

Как было указано ранее, смысловое наполнение идеологемы очень динамично: в рамках конкурирующих идеологий одна и та же идеологема может иметь абсолютно разное смысловое наполнение и оценку, кроме того, содержание идеологемы может изменяться и дополняться при изменении идеологических позиций. По справедливому замечанию В.Н. Савенковой, идеологема является, по сути, формой, которую легко наполнить любым нужным смыслом [Савенкова 2010: 83]. В связи с этим будем считать, что содержание идеологемы представлено совокупностью смысловых блоков, которые формируются вокруг одной идеи, одного «кванта смысла» [Клушина 2014: 56]. Ключевые идеи выделяются человеком в процессе обработки вербальной информации, получаемой им, например, при чтении новостных статей. Данные основополагающие идеи, как правило, не ограничиваются рамками одной новостной статьи, а проходят идеологическим лейтмотивом сквозь ряд текстов, посвященных одной теме. В результате многократного повторения такая идея закрепляется в сознании реципиента информации, формируя идеологизированное представление об отдельном аспекте окружающей действительности. Совокупность таких ключевых идей, взаимосвязанных между собой, в итоге конструирует смысловое наполнение идеологемы. В рамках данной работы для наименования таких структурно-смысловых блоков идеологемы принимается рабочее название «конструкт».

Идеологемы могут содержать разное количество конструктов в своей структуре, помимо этого, конструкты могут быть разными по объему. Конструкты не изолированы, а взаимосвязаны и дополняют друг друга, создавая идеологически «правильное» с позиции определенной социально-политической группы представление о фрагменте окружающего мира. Совокупность конструктов внутри идеологемы не статична. С изменением политико-идеологических установок в обществе и, соответственно, с изменением взгляда на какой-то объект или событие идеологема, сохраняя свою вербальную оболочку, может полностью менять свое смысловое наполнение: отдельные конструкты идеологемы могут заменяться другими, некоторые конструкты могут исчезать или идеологема может дополняться новыми конструктами в своей структуре. Конструкты идеологемы выстраиваются целенаправленно с определенной оценкой. Оценка создается как языковыми средствами, так и выводится путем соотнесения конструкта с ценностной системой, сложившейся в обществе. Отдельные конструкты могут иметь разную оценку. Общая оценка идеологемы будет складываться из совокупности оценок конструктов. Следовательно, совокупность конструктов динамична, и идеологема имеет конкретное содержание только в рамках конкретной идеологии в определенный временной промежуток.

Идеологема, в свою очередь, также может становиться структурно-содержательным элементом ментальной единицы более крупного порядка – макроидеологемы. Макроидеологемой именуется совокупность идеологем, относящихся к одному феномену [Гусейнов 2004: 58]. Содержание макроидеологемы также подвижно: в зависимости от политико-идеологической обстановки отдельные идеологемы могут менять свое смысловое и оценочное наполнение посредством замены конструктов в их структуре или же могут замещаться идеологемы целиком.

Макроидеологемой в определенных условиях может быть в частности и представление о государстве. Однако это возможно только в конкретный временной период, когда государство становится участником или целью мирового

информационного противоборства, т.е. когда освещение событий в «чужом» государстве ведется исходя из целей геополитической борьбы. В этом случае информация о чужом государстве тщательно отбирается и преподносится аудитории в определенном идеологически обработанном виде.

Конструкты, идеологемы и макроидеологемы, являясь единицами ментального уровня, создаются с помощью языковых средств. Вербальные средства представлены единицами всех уровней, от морфем до сверхфразовых единств, при этом важная роль отводится синтаксической организации предложения и стилистическим приемам как средствам речевого воздействия. Только комплексное использование различных средств и способов вербализации позволяет воздействовать на сознание и сформировать идеологически «правильное» представление о действительности.

Итак, идеологема является сложной ментальной единицей, смысловое и оценочное наполнение которой динамично и меняется в зависимости от политико-идеологических убеждений. В связи с этим идеологема заключает в себе совокупность конструктов (смысловых блоков), которые различаются по объему, содержательно дополняют друг друга, являются носителями оценки и могут изменяться под воздействием политического контекста. Идеологемы в свою очередь могут становиться содержательными компонентами макроидеологем, ментальных единиц более крупного порядка, соотнесенных с определенным целостным фрагментом действительности. Совокупность идеологем внутри макроидеологемы также динамична и подвержена влиянию экстралингвистических факторов. Конструкты, идеологемы и макроидеологемы формируются при помощи вербальных средств, следовательно, их содержание и оценка могут быть вскрыты на основе анализа языкового оформления текста.

1.4. Тексты средств массовой коммуникации как комплексы идеологем

Борьба за геополитическое доминирование в мире все больше перемещается в плоскость информационного противоборства [Коцюбинская 2015]. Это

означает, что победителем становится та политическая сила, которой удалось завоевать наибольшее количество сторонников, навязав им свою картину мира, свою идеологию как «совокупность политических убеждений и установок» [Генералова 2012: 137]. Информационное противоборство традиционно ведется через средства массовой информации, которые становятся платформой для создания и трансляции идеологием. В итоге тексты СМИ превращаются в комплексы идеологием, воздействуют на массовое сознание и создают определенное идеологически «правильное» представление действительности. Ниже рассматриваются функции СМИ при трансляции идеологием и роль последних в построении текстов.

1.4.1. Идеологическое воздействие – ведущая функция текстов современных СМИ

Трансляция государственной идеологии во многом осуществляется через средства массовой информации [Васильева 2010; Добросклонская 2009; Земская 1996; Кара-Мурза 2005; Шишкин 2004; Dijk 2006, 2011; Eagleton 1991; Herman 1988; Kress 1979; Shoemaker 1996], поскольку они позволяют охватить огромную аудиторию. «СМИ сегодня есть инструмент идеологии, а не информации», – справедливо отмечает С.Г. Кара-Мурза [Кара-Мурза 2005: 811]. В связи с этим они перестают быть просто «окном», позволяющим увидеть мир, а превращаются скорее в «кривое зеркало», которое искажает реальность под определенным идеологическим углом. Один из ведущих европейских исследователей массмедиа П. Бурдые подчеркивал, что медиаресурсы не отображают реальность, а конструируют ее, формируя определенную картину мира и мобилизуя социальные группы в поддержку тех или иных людей, идей, событий [Бурдые 2002: 32].

СМИ не просто создают идеологически модифицированное видение действительности, но и преподносят его массовой аудитории как единственно верное. Ю.Н. Шаталова высказывает мнение, что средства массовой информации

становятся средствами массового воздействия, призванного сформировать мнение аудитории в заданном направлении [Шаталова 2014: 174]. Следовательно, тексты СМИ из источника информации о событиях, происходящих в мире, превращаются в инструмент политико-идеологического воздействия [Генералова 2010; Кормилицына 2008; Никитина 2006; Петрова 2016; Серова 2007; Шарафутдинова 2010; Dijk 1989, 1998; Graham 2011], главная функция которого заключается в убеждении аудитории в истинности определенной точки зрения, ее соответствии каким-либо стандартам.

Вероятно, именно поэтому Е.С. Кубрякова, определяя средства массовой информации, вообще не упоминает функцию информирования, а акцентирует внимание лишь на эффекте воздействия: «СМИ – это средства разъяснения и популяризации, передачи особым образом обработанной, препарированной и представленной информации особому – массовому – адресату с целью воздействия на него» [Кубрякова 2008: 184]. К подобным же взглядам тяготеет и основоположник отечественной медиалингвистики Т.Г. Добросклонская, которая особо подчеркивает, что интерпретация события в СМИ осуществляется в свете той или иной идеологии, т.е. происходящее представляется аудитории сквозь призму определенной системы культурных ценностей и политических ориентиров [Добросклонская 2005: 20]. Следовательно, на массовое сознание оказывается именно идеологическое воздействие путем интерпретации событий с идеологической точки зрения.

Ввиду выдвижения на первый план функции воздействия и подчинения ей всей структуры медиадискурса, некоторые исследователи [Гончарова 2001; Иссерс 1999; Клушина 2008] приходят к мысли о возможности уточнения классической модели коммуникативного акта Р.О. Якобсона [Якобсон 1975], главными элементами которого являются адресант, адресат, сообщение, код, канал, контекст (коммуникативная ситуация). Н.И. Клушина в диссертационном исследовании, посвященном интенциональным категориям публицистического дискурса, утверждает, что публицистический текст всегда включается в идеологическую коммуникативную ситуацию, в связи с чем коммуникативную

цепочку в рамках медиалингвистики можно представить следующим образом: адресант → интенция → текст + коммуникативная ситуация → адресат → декодирование → воздействие (перлокутивный эффект) [Клушина 2008: 32]. Таким образом, самым важным элементом коммуникативного акта становится адресант, поскольку именно он определяет, кому и для чего предназначен текст, создает определенную версию действительности в соответствии с идеей, которую он хочет донести, и выбирает языковые формы, оптимальные для достижения коммуникативной цели. Н.И. Клушина именует эту идею авторской интенцией, которая определяет всю организацию текста, от отбора фактов до стилистического оформления высказывания [Там же]. Адресату, соответственно, отводится только роль объекта воздействия. Конечная цель медиакоммуникации заключается в том, что адресат должен усвоить препарированную и поданную определенным образом информацию [Там же], т.е. усвоить комплекс идеологем и сделать их частью своей картины мира.

Таким образом, в условиях информационного противоборства, когда СМИ выступают инструментом политики и каналом трансляции государственной идеологии, ведущей функцией массмедиа становится *функция идеологического воздействия*. Доминирующие политические силы с помощью медиаресурсов целенаправленно конструируют и внедряют в сознание аудитории определенное идеологически обработанное представление об объекте или событии, которое по сути представляет собой комплекс идеологем.

1.4.2. Идеологемоцентрическое построение текстов СМИ

Тексты СМИ в большей или меньшей степени выражают определенную идеологию и организуются ею [Жуков 2002]. Идеология находит свое отражение как на уровне содержания новостных текстов (т.е. отбора информации), так и на уровне их лингвистического оформления. Профессор 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 [Добросклонская 2005: 116]. Поскольку цепочка замкнутая, каждое ее звено связано с культурно-идеологическим контекстом: оно и выстраивает контекст, и создается им.

Идеологическое моделирование будущего образа события или объекта начинается 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 [Сидоров 2009: 61]. При этом ученые описывают парадокс: то, о чем СМИ не сообщают, не существует для людей [Сидоров 2009; Cohen 1963; Rohlinger 2007; Saleem 2007; Weaver 2007]. В итоге только идеологически важные события и идеи остаются в информационном поле массмедиа, что позволяет формировать определенное восприятие действительности.

Для феномена отбора фактов некоторые исследователи медиадискурса вводят отдельные понятия. Так, Т.С. Дроняева именует это «просеиванием фактов» [Дроняева 2008: 499], Т.В. Кузнецова говорит об определении «порядка дня» [Кузнецова 2013: 235], Г.А. Копнина называет подобное явление «информационным рационом» [Копнина 2007: 53]. «Избирательность» в медиа, т.е. исключение определенных событий или мнений, неравномерное распределение аргументов, положительных и отрицательных характеристик, по мнению Т.Г. Добросклонской, наблюдается в первую очередь в сообщениях о военных конфликтах и ситуациях политического противостояния [Добросклонская 2009: 89]. Обусловлено это тем, что в ситуациях, где есть две противоборствующие стороны, каждой из них важно сформировать определенное видение происходящего и четко позиционировать «своих» и «чужих», чтобы склонить как можно больше людей на свою сторону [Молодыхенко 2019]. Описываемое событие в итоге превращается в идеологему, поскольку каждая из сторон конструирует одну и ту же ситуацию из разных идеологически обработанных смысловых блоков.

За отбором фактов следует отбор языковых средств, которые вербализуют содержательную сторону идеологемы. Вербальная форма сообщения определяется идеологической установкой и коммуникативной целью автора [Демьянков 2008; Wodak 2011]. Профессор Л.Г. Кайда указывает: «Позиция автора – это социально-оценочное отношение к фактам, явлениям, событиям. В лингвистическом плане она выражается в подчинении всех языковых средств основной коммуникативной установке, в их, совместно с композиционными приемами, целенаправленном использовании для усиления воздействия текста на читателя» [Кайда 2005: 58]. Облекая событие в вербальную форму, отдавая предпочтение тем или иным языковым средствам, авторы преследуют определенную цель – представить объект или явление в нужном свете. «Лингвистические средства никогда не появляются в тексте сами по себе; их присутствие служит индикатором идеологической системы, реализованной в дискурсе», – пишет Дж. Кресс [Kress 1979: 43]. Следовательно, при создании текстов СМИ используются способы вербализации, которые наилучшим образом подходят для передачи взгляда на событие, который журналист хочет сформировать у аудитории.

Дж. Кресс уточняет: «Связь между языком и идеологией существует на лексическом и грамматико-синтаксическом уровнях» [Там же: 44]. То есть автор выбирает лексемы, обладающие определенными коннотациями, а затем помещает их в синтаксические конструкции, позволяющие сфокусировать внимание читателя на нужной части информационного сообщения. При этом в условиях информационного противоборства все больше наблюдается сдвиг в сторону скрытых способов воздействия на адресата. Таким образом, языковые средства в текстах СМИ формируют своего рода ценностно-идеологическую систему координат, которая ориентирует получателя информации в том, как нужно оценить событие.

В итоге текст СМИ, созданный путем тщательного отбора фактов и их последующего вербального воплощения, представляет собой своего рода развернутый, завуалированный политико-идеологический нарратив, состоящий из

комплекса идеологем, которые необходимо донести до аудитории. Текст становится неким кодом, который реципиент расшифровывает, выделяет основные идеи и формирует правильный с точки зрения господствующей идеологии образ описываемого события. Следовательно, в условиях информационного противостояния правомерно говорить об идеологемцентрическом построении текстов СМИ, при котором в основу медиаматериала ложится идеологически обработанное видение действительности, воссоздаваемое в тексте как комплекс идеологем.

Главной целью становится оказание воздействия на адресата для того, чтобы сформировать идеологически правильное представление о фрагменте окружающего мира. В связи с этим, новостной текст в период информационного противоборства возможно анализировать только сквозь призму общественно-идеологических факторов, с учётом социальных интересов и политических взглядов участников массовой коммуникации, людей его создавших и воспринимающих. Только при таком подходе можно выявить и описать связи между языком, властью и идеологией.

Выводы по главе 1

В конце XX – начале XXI века в отечественной лингвистике выделяется новое междисциплинарное направление лингвистических исследований – аксиологическая лингвистика, ориентированное на изучение отражения ценностей и оценок в языке. В настоящее время аксиологическая лингвистика проходит этап своего становления, формируя теоретико-методологическую базу и понятийно-терминологический аппарат. Методы, используемые в рамках данного научного направления, позволяют на основании оценочных суждений и экстралингвистического контекста выявить ценностные смыслы, господствующие в обществе.

Основополагающими понятиями лингвоаксиологического анализа являются понятия «ценность», «оценка» и «оценочность», которые тесно связаны между собой. Одной из самых важных категорий, определяющих функционирование общества, является «ценность». Ценности представляют собой некие идеалы, ориентиры, господствующие в обществе, которыми руководствуется человек в процессе своей деятельности и которые определяют его отношение к объектам окружающего мира. Система ценностей имеет свойство меняться в процессе развития общества. Это может происходить в частности в связи с изменением политико-идеологических взглядов.

В результате соотнесения фрагмента окружающего мира с системой ценностей формируется оценка, с помощью которой все объекты действительности классифицируются как «хорошие» и «плохие». В вербальном плане оценка представлена средствами разных уровней. Однако знак оценки определяется в большинстве случаев в контексте и обусловлен во многом экстралингвистическими факторами, среди которых коммуникативная ситуация, ценности и политико-идеологические взгляды, а также цели и мотивы адресанта. Некоторые виды текстов, такие как политические тексты и тексты СМИ, особенно

насыщены оценками. Их неотъемлемой характеристикой является политико-идеологическая оценочность.

Идеология находит свое выражение в виде системы идеологем. В данном диссертационном исследовании идеологема рассматривается как лингвокогнитивная единица, т.е. единица двойственной природы: ментальной и языковой. С когнитивной точки зрения идеологема – это сложная ментальная сущность, которая содержит представление об определенном фрагменте действительности. Содержание идеологемы не постоянно и зависит от идеологической системы, в рамках которой она конструируется. Попадая в сознание реципиента, идеологема выстраивает схемы, обуславливающие последующий процесс восприятия и оценки информации. Языковая сторона идеологемы представлена ее оболочкой, т.е. словом или словосочетанием, и языковыми средствами, с помощью которых она вербализуется. Оценочное наполнение идеологемы определяется ценностной системой общества и экстралингвистической ситуацией.

Идеологема обладает рядом сущностных характеристик. Главным признаком является оценочность. Идеологема всегда содержит эмоционально-оценочный компонент и придает аксиологическую значимость объектам и явлениям. Она фактически регулирует восприятие информации реципиентом, ориентируя его в сторону нужной оценки происходящего. Еще один немаловажный признак идеологемы – темпоральность. Идеологема актуальна на протяжении всего времени доминирования конкретной идеологической позиции. Следующая характерная черта идеологемы – целенаправленность. Идеологема всегда закладывается в текст с целью воздействия на конкретного адресата для формирования необходимой оценки определенного явления. Идеологемы также характеризуются мифологичностью, т.к. основаны на искаженном отражении действительности и сами создают мифическую реальность.

По своей структуре идеологема представляет собой сложную ментальную сущность, состоящую из совокупности взаимосвязанных элементов (конструктов). Конструкты являются также и содержательными компонентами

идеологемы, выступая носителями смысла и оценки. Смысл и оценка конструкта определяется посредством лингвистического анализа языкового оформления текста. Оценка зависит также от системы ценностей и экстралингвистических факторов. Конструкты динамичны и могут изменяться в связи с политико-идеологическим контекстом. Идеологема, в свою очередь, является структурно-содержательным компонентом макроидеологемы, единицы более крупного порядка, соотносимой с репрезентацией целого фрагмента действительности.

В современном мире в условиях информационного противоборства каналами трансляции государственной идеологии становятся средства массовой информации. В связи с этим из средств информирования они превращаются в средства идеологического воздействия, формируя определенное идеологически правильное видение окружающего мира и разделяя весь мир на «своих» и «чужих». Структура, содержание и языковое оформление текстов СМИ подчиняются функции идеологического воздействия. В основу новостной статьи ложится идеологически преломленное видение действительности, затем отбираются только идеологически значимые факты и мнения и оформляются при помощи таких средств языка, которые могут сформировать необходимое видение происходящего у аудитории. В итоге статья в СМИ становится комплексом идеологем, которые читатель извлекает из текста и усваивает. В связи с этим материалы современной прессы могут быть рассмотрены только с учетом политико-идеологического контекста.

Глава 2. АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБРАЗА УКРАИНЫ ПЕРИОДА ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА 2013-2014 ГОДОВ

2.1. Макроидеологема «Украина» в текстах СМИ

Информация, полученная человеком об окружающем мире, хранится в его сознании в виде образов. Образ любого фрагмента действительности представляет собой абстрактную, обобщенную ментальную репрезентацию, которая динамична и изменчива по своей сути [Стернин 2008: 199]. Одной из таких сложных когнитивных сущностей является и образ государства. По классификации И.А. Стернина государство можно отнести к вторичным перцептивным образам (или когнитивным образам), которые обладают наивысшей степенью абстракции. Обусловлено это тем, что понятие «государство» включает в себя очень много разноплановых характеристик, таких как географическое положение, территория, государственные символы, политическая система, народ, язык, культура, традиции и т.д. Кроме того, несмотря на глобализацию, возросшую мобильность населения и упрощение правил 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 пр. В связи с этим образ государства – это, по сути, «хаотичная сущность из отдельных фактов и образов» [Савенкова 2010: 84]. Чем дальше чужая страна находится от человека, чем меньше она известна и чем реже говорят о ней в информационном пространстве, тем более хаотичным и фрагментарным является ее образ и тем проще сформировать нужное представление о таком государстве, целенаправленно выстроив информационный поток. В данной работе рассматривается образ Украины, сформированный в сознании западной аудитории с помощью средств массовой информации.

Репрезентация Украины в текстах англоязычных СМИ в период политического кризиса становится макроидеологемой. Как уже было отмечено,

репрезентация государства в медиапространстве может превращаться в макроидеологему, когда страна является объектом геополитической борьбы. В таком случае медиа убирают из информационного пространства всю информацию, которая не способствует решению геополитических задач, а концентрируют внимание аудитории на идеологически значимых фактах, целенаправленно выстраивая представление о государстве с заданной оценкой в рамках определенных политико-идеологических взглядов. Именно это и наблюдалось при освещении украинского политического кризиса. Начавшись как внутригосударственный конфликт на основе того, какой дальнейший путь развития страна должна выбрать – сотрудничество с ЕС или партнерство с Россией, – политический кризис на Украине в итоге превратился в геополитическое противостояние России и Запада. Это, в свою очередь, послужило началом информационного противоборства, в ходе которого каждая из сторон пыталась убедить аудиторию в правильности своей точки зрения. Развернулась борьба двух политико-идеологических систем, объектом которой стала Украина.

Как показал анализ, все ведущие англоязычные новостные ресурсы, несмотря на разные политические ориентиры (левоцентристская «The Guardian», центристская «The Times» и консервативная «The Daily Telegraph», либеральная «The New York Times» и консервативная «The Washington Post»), выступили каналом трансляции государственной идеологии, передавая официальный взгляд западной политической элиты на происходящие события. В связи с этим, СМИ целенаправленно конструировали определенное видение Украины, наполняя его необходимым, идеологически правильным смысловым и ценностным содержанием.

Макроидеологема создавалась и поддерживалась огромным количеством информации, подаваемой в едином идеологическом русле. Как показал мониторинг сайтов американских и британских газет, на страницах некоторых периодических изданий появилась отдельная вкладка «Ukraine» (например, на сайте «The Guardian» была создана вкладка «Ukraine» в разделе «Europe», а на

сайте «The Washington Post» – в разделе «Foreign news»), где практически ежечасно обновлялась информация о ситуации на Украине, а в дни ключевых событий велись текстовые трансляции в режиме реального времени. Другие издания также ежедневно освещали события на Украине, публикуя в дни самых ожесточенных столкновений 5-10 статей в день («The Daily Telegraph», «The New York Times») или закрепляя в эти дни вверху новостной ленты статью с ежечасным обновлением информации («The Times»). Так иностранную аудиторию подробно информировали как о происходящих событиях, так и о ведущих политических и общественных фигурах, которые принимали в них участие.

Макроидеологема неоднородна и имеет сложную структуру. Она состоит из идеологем, а каждая идеологема в свою очередь из конструктов, создающих ее смысловое и оценочное наполнение. Изученный материал прессы позволил выделить в составе макроидеологемы «Украина» пять идеологем, которые выстроены вокруг ключевых событий и фигур политического кризиса: «Евромайдан», «Виктор Янукович», «Петр Порошенко», «События в Крыму и на Донбассе» и «Парламентские выборы». Что касается конструктов, то идеологема «Евромайдан» выстраивается из трех конструктов «Евромайдан – это массовый всенародный протест», «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы», «Евромайдан – это победа народа», идеологема «Виктор Янукович» содержит четыре конструкта «Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев», «Виктор Янукович – слабый несамостоятельный политик», «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде», «Виктор Янукович – жестокий тиран», идеологема «Петр Порошенко» состоит из пяти конструктов «Петр Порошенко – успешный бизнесмен», «Петр Порошенко – политик из прошлого», «Петр Порошенко – участник Евромайдана», «Петр Порошенко – проевропейский политик», «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну», идеологема «События в Крыму и на Донбассе» складывается из двух конструктов «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России» и «Украина – жертва агрессии России» и идеологема

«Парламентские выборы» создана также двумя конструктами «Проевропейские партии – самые популярные на Украине» и «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны».

Таким образом, в период политического кризиса репрезентация Украины в англоязычных текстах СМИ становится макроидеологемой. Чтобы выделить оценку макроидеологемы «Украина», необходимо в связи с этим, во-первых, выделить оценку каждого из конструктов, во-вторых, из совокупности оценочных составляющих конструктов вывести оценку идеологемы, в-третьих, получить из суммы оценок идеологем оценку макроидеологемы. Сводная таблица оценок конструктов и идеологем приведена в Приложении.

2.2. Идеологема «Евромайдан»

Поскольку идеологема конструируется на основе реального события, необходимо сказать несколько слов о протестах Евромайдана.

Протесты в Киеве начинаются 21 ноября 2013 года, после того, как правительство Украины заявляет о приостановлении подготовки к заключению соглашения об ассоциации с ЕС. На площадь Независимости в столице выходят сторонники евроинтеграции, которые на следующий день несмотря на запрет Киевского городского совета начинают устанавливать палаточный лагерь. 24 ноября 2013 года проходит митинг, на котором объявляется о начале бессрочной акции протеста. Приобретая все более радикальный и агрессивный характер, протесты переходят в уличные бои и завершаются захватом правительственных зданий в ночь с 21 на 22 февраля 2014 года после отъезда Виктора Януковича.

На основе анализа текстов ведущих британских и американских газет было выделено три конструкта, с помощью которых создавалось смысловое и оценочное наполнение идеологемы «Евромайдан»: «Евромайдан – это массовый всенародный протест», «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы», «Евромайдан – это победа народа».

2.2.1. Конструкт «Евромайдан – массовый всенародный протест»

Самый главный конструкт, выстраивающий идеологему «Евромайдан», это конструкт «Евромайдан – это массовый всенародный протест». Он доминировал в англоязычных СМИ с момента начала протестов до их перехода в фазу вооруженного противостояния, т.е. с 21 ноября 2013 по 19 февраля 2014 года.

Представление о массовости и всенародности протестов создается в британских и американских текстах СМИ, например, подробным описанием состава протестующих на улицах Киева:

The crowd included the young and old, parents carrying small children on their shoulders and students who occasionally chanted the names of their schools as they marched [New York Times 01.12.2013].

Three months ago, Ukrainians from all walks of life took to the streets to protest that President Yanukovich was turning his back on membership of the European Union [Times 19.02.2014].

Kiev's central square, the Maidan, was soon filled with thousands of protesters – originally students but quite soon a large cross-section of politically aware Ukrainians [Times 24.02.2014].

В первой цитате лексема «*crowd*» (*a large number of people gathered together in a public place* [OALD]) содержит сему множественности и создает образ многочисленного протеста. Состав протестующих передан устойчивым словосочетанием «*young and old*», которое в «Merriam-Webster dictionary» относится к идиоматическим выражениям и имеет значение «*people of all ages; everyone*» [MWD], что позволяет внушить читателю мысль, что на площади были люди всех возрастов, объединенные одной идеей. Хотя эта фраза уже охватывает все возрастные группы, автор далее использует перечисление, сообщая о родителях с детьми и студентах, чтобы усилить воздействие на читателя и сформировать представление об активном всенародном протесте.

Во втором примере описывается разнообразие людей в центре Киева с помощью идиомы «*walk of life*». Согласно этимологическим ресурсам

фразеологическая единица фиксируется в языке с XVIII века со значениями «*a range or sphere of activity*», «*a person's job or position in society*» [OED]. В данном предложении она показывает, что на улицах присутствовали люди из самых разных слоев населения и сфер деятельности.

Третий пример содержит числительное во множественном числе «*thousands*», которое призвано обратить внимание на многочисленность протестного движения, скрывая при этом истинное количество людей. Чтобы подчеркнуть разнородность состава протестующих, автор использует вставную конструкцию, в которой разные слои общества передаются фразой «*a large cross-section of politically aware Ukrainians*». Составное существительное «*cross-section*», согласно «Oxford Advanced Learner's Dictionary» обладает двумя значениями: 1) *what you see when you cut through the middle of smth so that you can see the different layers it is made of*; 2) *a group of people or things that are typical of a larger group* [OALD]. То есть данная лексема метафорически представляет протестующих как срез всего украинского общества. Дополнение «*politically aware Ukrainians*» сужает рамки до тех жителей Украины, которые интересуются политикой. Однако прилагательное «*large*», определяющее всю фразу, показывает, что таких людей довольно много. Следовательно, этот пример акцентирует внимание и на масштабности протестов, и на разнородности протестующих по составу.

В итоге читателю представляется обобщенная картина происходящего в центре Киева, где абсолютно разные люди объединены одной идеей, одной мечтой – заставить президента подписать соглашение об ассоциации и стать частью Европы. Подробное описание состава протестующих призвано создать образ всенародного масштабного протеста против действий президента. Не только чрезмерная детализация информации помогает выстроить нужный образ, но и языковое оформление с помощью фразеологизмов, квантификаторов, атрибутивных фраз, помещенных в определенные синтаксические конструкции. Авторы статей целенаправленно создают образ народного протеста, участниками которого выступили простые украинцы, не представители политических партий

или общественных организаций, а обычные равнодушные жители страны. Это выстраивает положительный образ Евромайдана.

Одним из самых сильных по своему воздействию потенциалу и активно используемых журналистами лингвистических средств является метафора. В основе метафоры лежит отождествление двух предметов или явлений на основании общего признака [ЯБЭС 1998: 296]. Этот признак в итоге становится базой для выстраивания образности метафорической фразы. В текстах СМИ метафоры используются как средство косвенной оценки окружающего мира путем аналогий и ассоциаций. «Метафоры в газетной публицистике увеличивают информативную ценность сообщения с помощью ассоциаций, вызываемых переносным употреблением слова, и реализуют важнейшие функции медиадискурса – убеждения и эмоционального воздействия», – указывает Н.Д. Бессарабова [Бессарабова 1990: 23]. В контексте украинского кризиса метафора, например, помогает выстроить образ масштабного народного протеста:

Hundreds of thousands of anti-government protesters streamed into the central square of Ukraine's capital today ... [Times 15.12.2013]

Thousands of Ukrainians have begun pouring into Kiev from across the country ... [Times 13.12.2013]

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 ... [Times 02.12.2013]

Over the past few days, demonstrators have surged through the streets of the Ukrainian capital ... [Washington Post 03.12.2013]

Во всех предложениях использованы глаголы, описывающие движение воды: *stream* (to run or flow in a continuous current in a specified direction [OALD]), *pour* (to move with a continuous flow [OALD]), *flood* (to fill or be filled to overflowing [OALD]), *surge* (to move like a heavy sea [OALD]). Однако, они использованы для описания толпы людей: народ нескончаемым потоком стекается в какое-то определенное место и переполняет его. Метафорический перенос осуществляется на основе семантических признаков, доминирующих в лексемах, – сем движения

и большого количества. Следовательно, выстраивается метафора «толпа людей – это поток». Подобный образ потока должен создать у читателя впечатление огромного количества народа, выступающего против действий президента. Числительные во множественном числе «*thousands*» и «*hundreds of thousands*» способствуют закреплению представления о Евромайдане как о масштабном протесте. Кроме того, обобщенные данные без каких-либо ссылок на источник могут быть примером манипуляции информацией с целью воздействия на читателя. Во втором примере также увеличивает масштаб протестов употребление предлога «*across*» (*Ukraine*) (*across – in every part of a place, group of people, etc.* [OADL]). Так создается иллюзия того, что во всех регионах Украины проходили протесты против правительства и президента, однако никаких доказательств этому не приведено. В итоге метафора потока в сочетании с числительными и предлогом «*across*» создают очень запоминающийся образ.

В третьем примере вместо названия страны используется перифраз «*Europe's second-biggest country*». Перифраз позволяет выдвинуть на первый план какое-либо качество, сторону описываемого понятия, существенную для конкретного контекста или ситуации [ЯБЭС 1998: 371]. Здесь, употребляя перифраз, автор наводит читателя на мысль о том, что Украина – это часть Европы, а следовательно она должна заключить договор об ассоциации. Акцент на том, что Украина – вторая по величине страна Европы, показывает, что местный политический кризис опасен для всей Европы в целом. Состояние дел на Украине описано при помощи фразеологизма «*to hang in the balance*», который имеет значение «*to be in a precarious condition*» [OED]. Идиома возникла в XV веке и связана с рычажными весами, где одна чаша должна уравновешивать другую [OED]. Ее употребление говорит о том, что трудно предсказать, какое развитие событий ожидает Украину.

Наряду с метафорическим изображением толпы людей как потока можно обнаружить и примеры, в которых протестующие в центре Киева представлены как море:

The demonstration, which created a vast sea of yellow and blue Ukrainian and European Union flags across the square, follows Mr Yanukovych's unexpected decision not to sign a key trade accord with the EU at a summit last week [Daily Telegraph 01.12.2013].

Waving European Union flags, as well as the flags of Ukraine's main opposition parties, a sea of demonstrators chanting "Ukraine is Europe!" marched from Shevchenko Park through Independence Square ... [New York Times 24.11.2013]

Injured protesters and police were both hauled out of the rolling mass of bodies, a sea of people with orange, white and red helmets on one side and glinting black ones on the other [Times 11.12.2013].

Метафора моря актуализирует категорию множественности. С ее помощью авторы статей апеллируют к эмоциям читателей, создавая в сознании реципиента образ огромной, могущественной массы людей. В первом примере семантический признак «large» переносного значения лексемы «sea» (*a large amount of smth that stretches over a wide area* [CALD]) усиливается с помощью эмоционально-оценочного компонента прилагательного «vast» (*extremely large in area, size, amount* [OALD]), что еще больше придает образность и масштабность протестам. Во втором предложении словосочетание «rolling mass» (*roll – to go forward in an easy, gentle, or undulating manner* [OALD]) уже создает образ массы людей, вздымающейся и движущейся как поверхность моря, а употребленная в уточнении метафорическая фраза «sea of people» способствует закреплению образа.

Таким образом, чтобы показать многочисленность протестов, зарубежная пресса прибегает к использованию обобщенных числительных, квантификаторов множественности и стилистическому приему метафоры. Яркие метафорические образы потока и моря на эмоциональном уровне воздействуют на мыслительную деятельность читателей, закрепляя в их сознании образ Евромайдана как массового народного протеста.

Евромайдан – не первая революция в новейшей истории Украины. В 2004 году была Оранжевая революция, и протесты Евромайдана активно сравниваются

с теми событиями. Подобная аллюзия позволяет на основании уже сформированных ранее достаточно ярких образов, выстроить образ новых событий и с помощью эмоционально-оценочных ассоциаций задать аксиологическую нагрузку происходящему в Киеве. В.В. Красных, исследуя прецедентные имена и аллюзии, указывала, что они часто функционируют как свернутые метафоры, выступая в качестве символа какой-то ситуации [Красных 2003: 171]. М.А. Кормилицына считает, что аллюзии создают общую оценочную тональность медийного текста, позволяя автору, в частности, заменить прямую оценку косвенной [Кормилицына 2008: 26]. Так и аллюзии к Оранжевой революции «высвечивают» только определенные характеристики события. В статьях можно обнаружить следующие фразы со словосочетанием «*Orange Revolution*»: «***the largest display of public anger since the 2004 Orange Revolution***» [Washington Post 03.12.2013], «***the biggest demonstration in Ukraine since the 2004 Orange Revolution***» [Guardian 02.12.2013], «***to revive the spirit of mass uprising of Orange Revolution that brought pro-Western government to power***» [Times 25.11.2013], «***an echo of the Orange Revolution***» [Daily Telegraph 01.12.2013], «***the country's gravest political crisis since the Orange Revolution***» [Times 11.12.2013], «***Independence Square, the main site of Ukraine's 2004 Orange Revolution***» [New York Times 24.11.2013]. Можно отметить, что демонстрации сопоставляются по духу, масштабам и месту протестов. Данные примеры акцентируют внимание на массовости и народном духе протестов. Оранжевая революция во многом ассоциируется с активным мирным протестом против злоупотребления властью, с борьбой за свободу и справедливость, за европейские ценности. Она завершилась успешно для протестующих, и они добились своих целей. Сравнение с Оранжевой революцией протестов Евромайдана имплицитно мыслит, что и эта борьба на площади Киева также имеет шансы закончиться удачно для протестующих и их цели будут достигнуты.

Таким образом, конструкт «Евромайдан – это массовый всенародный протест» выстраивается следующими вербальными средствами: округленные числительные, квантификаторы множественности и фразеологизмы из

лексических средств, перечисления и уточнения из синтаксических средств и метафоры и аллюзии из стилистических. Поскольку западное общество базируется на демократических принципах свободы мнения и волеизъявления, а также возможности бороться за свои права, можно сказать, что данный конструкт в сознании западного читателя имеет положительную оценку.

2.2.2. Конструкт «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы»

Когда протесты в Киеве перерастают в масштабные столкновения, в ходе которых появляются убитые и раненные (19-22 февраля 2014 года), в материалах британской и американской прессы последовательно выстраивается конструкт «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы». Кровавое вооруженное противостояние на Украине часто возводится в ранг общеевропейской катастрофы, таким образом гиперболизируя масштабы трагедии:

Europe lurched towards its first civil war this century last night after police snipers killed scores of protesters in central Kiev in a sharp escalation of the violence threatening to split Ukraine. ... It is a dark day for Europe when a government guns down its citizens [Times 20.02.2014].

В первом предложении глагол «lurch» (*to make a sudden, unsteady movement forward or sideways* [CALD]) создает метафорический образ Европы как корабля, который накреняется в сторону, готовый перевернуться под давлением протестов на Украине. Использование военной лексики и клише (*civil war, escalation of violence, snipers, gun*) создает напряжение, подчеркивает опасность происходящего. Евромайдан грозит расколоть Украину и привести к гражданской войне в стране, но предложение гиперболизирует это до масштабов вооруженного конфликта в Европе. Второе предложение примера содержит устойчивое словосочетание «dark day» (*(of a period or situation) characterised by great unhappiness or unpleasantness* [MWD]), которое воздействует на эмоциональное

восприятие читателя, представляя происходящее как трагедию для всей Европы. Автор изображает Украину и Европу как единое целое, чтобы Украина классифицировалась как «свой» в сознании читателя. Так происходящее как бы приближается к западной аудитории, заставляет ее внимательно следить за событиями и воспринимать их более близко, более эмоционально.

Представляется важным отметить и то, что оба предложения, используя активный залог, однозначно возлагают ответственность за убийства на милицию (*police snipers killed scores of protesters*) и правительство (*government guns down its citizens*), хотя никаких весомых аргументов в пользу этой точки зрения не приводится. Такая трактовка призвана усилить отрицательный образ жестокой власти и показать, что люди не зря вышли на улицы, т.е. косвенно выражена поддержка протестующих и сочувствие им.

Расстрел большого количества людей не только осмысливается в масштабах Европы, но и сравнивается с вехами ее истории:

It was the largest violent loss of life in a single day on European soil since the Madrid train bombings in 2004 [Times 20.02.2014].

В данном примере автор, используя конструкцию с прилагательным в превосходной степени (*the largest violent loss*), сопоставляет масштабы происходящего в Киеве с терактом в Мадриде в 2004 году, т.е. события новейшей истории Украины вписываются в европейскую историю. Превосходная степень прилагательного воздействует на эмоции читателя. Согласно предложению, потери среди мирного населения происходят на европейской земле (*on European soil*). Данный метонимический перифраз представляет Украину как часть европейского пространства.

Таким образом, создается представление о Евромайдане как о кровавой битве за будущее Украины, от исхода которой зависит не только будущее самого государства, но и стабильность всей Европы. Гиперболизация трагедии Евромайдана до масштабов всей Европы увеличивает важность этого события в сознании читателей, воздействуя на эмоциональную сферу и заставляя сопереживать.

Итак, конструкт базируется на стилистическом приеме гиперболы, которая подкреплена метонимическим перифразом и метафорой. Военная лексика и клише с отрицательной коннотацией на лексическом уровне, и сравнительная конструкция на синтаксическом помогают воздействовать на эмоции читателя, заставляя сопереживать протестующим. Конструкт содержит смешанную оценку: с одной стороны, Евромайдан представляется как отрицательное событие, влекущее за собой человеческие жертвы, при этом происходящее совсем рядом и угрожает всей Европе, а с другой стороны, подобное представление целенаправленно воздействует на западного адресата, формируя восприятие Украины как «своего», вызывая сочувствие к ее народу.

2.2.3. Конструкт «Евромайдан – это победа народа»

В ходе военного конфликта неизменно есть победители и проигравшие. Евромайдан заканчивается победой протестующих и поражением власти. После подписания соглашения между президентом и оппозиционными лидерами в присутствии делегатов от стран ЕС и России в ночь с 21 на 22 февраля 2014 года В. Янукович отводит из центра Киева милицию, а активисты Евромайдана захватывают правительственный квартал. В. Янукович в ту же ночь покидает столицу. Утром собирается Верховная Рада и провозглашает самоустранение президента от власти, назначая временное правительство и руководителя страны А. Турчинова. 22 февраля 2014 года, а также в последующие несколько дней в СМИ выделяется конструкт «Евромайдан – это победа народа».

Англоязычная пресса описывает произошедшее как победу народа над властью:

The flames of revolution in Ukraine have all but consumed the presidency of Viktor Yanukovich, offering a dramatic spectacle of people power. In the volatile borderlands lying between East and West, the Ukrainian uprising is both inspiring and dangerous [Times 22.02.2014].

Лексема «*flames*» позволяет метафорически изобразить Евромайдан как пожар, который беспощадно поглощает власть В. Януковича. Это событие представляется как демонстрация силы народа – *a dramatic spectacle of people power*. Семантические признаки яркости, необычности лексемы «*spectacle*» (*a performance or an event that is very impressive and exciting [OALD]; an unusual or surprising sight or situation that attracts a lot of attention [CADL]*) уже имеют экспрессивную окрашенность, однако они еще усиливаются, сочетаясь с эмотивным компонентом значения прилагательного «*dramatic*» (*sudden, very great and often surprising, exciting and impressive [OALD]*). В итоге такое словосочетание должно усилить воздействие новости на читателя, создав яркий образ огромной силы народа. Интересен перифраз, используемый автором для обозначения Украины, – «*volatile borderlands*». Прилагательное «*volatile*» (*likely to change suddenly, easily becoming dangerous [OALD]*), имеет доминирующую сему изменчивости, опасности, а лексема «*borderland*» (*an area of land close to a border between two countries [OALD]*) описывает Украину в первую очередь как территорию, причем как приграничную. Таким образом, Украина предстает как нестабильная территория на стыке интересов востока и запада. Такое преподнесение информации должно выделить геополитическую важность Украины для западных стран. Подчеркивается, что если бы ситуация на Украине вышла из-под контроля, это могло бы угрожать благополучию всей Европы, следовательно, завершение столкновений – это, безусловно, положительный исход протестов.

Авторы новостных материалов акцентируют внимание на победе народа:

The real winner of that geopolitical duel between East and West will be the Ukrainian people themselves [Times 22.02.2014].

People power has prevailed in Ukraine. It has emptied Kiev's streets of the riot police who had battled protesters since November, galvanized the Ukrainian parliament into a burst of decisive activity, and swept President Viktor Yanukovich not only from office but from the capital itself [Guardian 23.02.2014].

В первом примере мы видим, что на территории государства велась геополитическая дуэль, борьба двух сильных игроков (*duel – a competition or struggle between two people or groups* [MWD]), т.е. конфликт метафорически представлен как дуэль, а Украина в свою очередь была лишь местом проведения этой дуэли, а не ее участником. Однако в итоге победителем вышел именно народ Украины, который сделал свой выбор. Синтаксическое построение предложения акцентирует внимание на двух ключевых идеях: победа и народ. В начале предложения стоит подлежащее «winner» усиленное прилагательным «real» (*genuine, actual, true* [CALD]), а в конце, в реме, – лексема «people», сопровождаемая эмфатическим местоимением «themselves», чтобы подчеркнуть, что народ добился такого результата сам.

Во второй цитате народ гиперболизировано представлен как всемогущественный, который единолично, самостоятельно справился со всеми проблемами. Такой образ создан с помощью первого краткого простого предложения, где слово «power» (*political control of a country or an area* [OALD]) подразумевает контроль над всеми сферами жизни страны, и глагол «prevail» (*to defeat an opponent, especially after a struggle or an argument* [OALD]) обозначает победу в борьбе. В начало предложения помещено слово «people», чтобы выделить, что именно народ вышел победителем, настоящим героем. Образ героя актуализируется также вторым предложением с параллельными конструкциями и перечислением того, что удалось сделать протестующим: убрать с улиц милицию, подтолкнуть парламент к принятию нужных решений и сместить В. Януковича. Все использованные глаголы «to empty» (*to remove the content; to make empty* [OADL]), «to galvanize» (*to make sb take action by shocking them or by making them excited* [OADL]), «to sweep» (*to move or push sb/sth suddenly and with a lot of force* [OADL]) содержат общую сему воздействия, т.е. народ оказал влияние на все органы власти и добился желаемого результата. Подобное представление событий переставляет акценты, опуская информацию об участии оппозиционных политиков и посредничестве переговорщиков от ЕС и России и помещая в фокус внимания народ.

Сам факт победы возводится в ранг исторического, чрезвычайно важного:

Ukraine's reformers have won a historic political victory and a chance to modernize their country [Times 24.02.2014].

Начало предложения подчеркивает, что одержали победу те, кто хотел перемен и за них боролся (*a reformer – a person who works to achieve political and social change [MWD]*). Сема изменений присутствует также в глаголе «modernize»: *to make a system, methods, etc. more modern and more suitable for use at the present time [OADL]*. Так предложение акцентирует внимание на необходимости перемен для государства. Важность победы выделена эпитетом «historic» (*having great and lasting importance [OALD]*), экспрессивный компонент значения которого должен сформировать представление читателя о победе как о великом шаге в жизни государства.

Таким образом, в новостных репортажах о Евромайдане победителем изображен народ, а проигравшим – власть в лице В. Януковича. Лексемы с положительной коннотацией, синтаксические средства, такие как перечисление, и параллельные конструкции, стилистический прием метафоры, а также опущение фактической информации выстраивают данный конструктор идеологемы и создают образ народа-победителя. В западном обществе, где источником власти согласно демократическим принципам является народ, данный конструктор будет содержать положительную оценку.

Обобщив проведенный анализ, можно сделать вывод, что новостные статьи британских и американских изданий выступали проводником государственной идеологии, последовательно конструируя идеологему «Евромайдан» так, чтобы аудитория в конфликте на Украине приняла сторону протестующих. Два конструктора идеологемы, «Евромайдан – это массовый всенародный протест» и «Евромайдан – это победа народа» несут положительную оценку, а третий, «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы», – смешанную, т.к. с одной стороны, представляет Евромайдан как отрицательное событие, влекущее за собой человеческие жертвы, а с другой стороны, целенаправленно воздействует на западного адресата, заставляя сопереживать народу Украины.

2.3. Идеологема «Виктор Янукович»

Параллельно с событийной идеологемой «Евромайдан», описывающей сами протесты, в текстах СМИ выстраивается личностная идеологема «Виктор Янукович». В ходе исследования было выявлено, что в составе идеологемы «Виктор Янукович» выделяется четыре смысловых конструкта: «Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев», «Виктор Янукович – слабый несамостоятельный политик», «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде», «Виктор Янукович – жестокий тиран».

2.3.1. Конструкт «Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев»

Начало протестов Евромайдана в англоязычных новостных статьях чаще всего связывается с действиями Виктора Януковича. В первые несколько недель после начала протестов в прессе доминирует конструкт «Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев». Авторы статей делают акцент на том, что именно президент принял решение о приостановлении сотрудничества с Евросоюзом, причем сделал он это в единоличном порядке, не считаясь с мнением людей:

Yanukovych dashed the aspirations of Ukrainians to join mainstream Europe [Times 30.11.2013].

В данном примере дана информация о настроении украинского народа и его желании стать частью Европы. При этом Европа метафорически представлена в виде потока, основополагающего тренда, которому все хотят следовать (*to join mainstream Europe*), а Украина стремится влиться в этот поток. Как правило, именно президент, являясь избранником народа, должен повести за собой людей к их мечте. В данном же случае, В. Янукович пошел против стремления народа, что передано с помощью фразы «*dashed the aspirations*». Она представляет собой трансформированную идиому «*to dash sb's hopes*» (*to destroy by making what they*

were hoping for impossible [CDT]). Трансформация структуры фразеологической единицы позволяет создавать более яркий, запоминающийся образ [Кузина 2016]. В данном примере актуализируется образ президента-антигероя, который не только не помог реализовать, но и полностью разбил надежды народа на европейское будущее. Контекстуальная замена нейтральной лексемы «*hopes*» (*a belief that sth you want will happen* [CDT]) на существительное с усиленным коннотативным компонентом «*aspirations*» (*a strong desire to have or do sth* [CDT]) подчеркивает важность этой мечты для народа. Поскольку для западных читателей образ Европы ассоциируется с определенным набором ценностей (демократия, свобода слова, соблюдение прав человека, свободная торговля и т.д.), данная цитата призвана склонить их к поддержке проевропейского курса Украины, т.е. встать на сторону народа и против действий президента.

Невыполнение президентом пожеланий народа (отказ подписать соглашение с ЕС), послужило началом многочисленных демонстраций:

The Yanukovych volte-face brought tens of thousands people on to the streets of Kiev [Guardian 26.11.2013].

The protest was prompted by Yanukovych's confirmation on Friday that he had decided to turn his back on a landmark pact with the EU, instead keeping Ukraine closely aligned with Russia [Guardian 01.12.2013].

Для обозначения действия президента автор использует французское заимствование «*volte-face*» (*a reversal of opinion, a complete change of opinion or plan* [OALD]), семантическое значение которого показывает, что В. Янукович резко изменил решение. Идиому со схожим смыслом мы встречаем и во втором примере: *to turn one's back on sth/sb*. Значение фразеологической единицы – «*to reject sb/sth that you have previously been connected with* [OALD]» – основано на метафорическом переносе: прямое значение «повернуться спиной к кому-то», т.е. закончить разговор, трансформировалось в переносное – «прекратить сотрудничество». В итоге у читателя формируется отрицательный образ президента, который отказывается подписывать соглашение с ЕС, что и

заставляет самых разных представителей народа выйти на улицы, чтобы лидер страны все же их услышал.

Синтаксические конструкции предложений также играют немаловажную роль в оказании воздействия на адресата и расстановке политических акцентов. Так, первая цитата представляет собой простое предложение с прямым порядком слов в активном залоге. Имя президента помещено в начало предложения, чтобы сфокусировать на нем внимание читателя. Второе предложение наоборот содержит пассивную конструкцию, где имя президента как агента действия вводится предлогом «by», опять же помещая его в эмфатическую позицию. Подобные синтаксические приемы способствуют закреплению у читателя идеи о том, что именно В. Янукович виновен в начале беспорядков в Киеве.

Выбор фактических, однозначных прилагательных для описания действий президента также помогает авторам возложить на него всю ответственность за происходящее в стране:

It was Mr Yanukovych's last-minute and unilateral rejection of the original EU deal, in favour of closer links with Moscow, that sparked the country's gravest political crisis since the Orange Revolution in 2004 [Times 11.12.2013].

Однородные определения усиливают отрицательный эмоционально-оценочный компонент существительного «*rejection*» (*refusal to accept or consider sth* [OALD]), уточняя, что решение об отказе от подписания договора было принято В. Януковичем лично, в одностороннем порядке (*unilateral – done by one member of a group or an organization without the agreement of the other members* [OALD]), и до этого не было никаких предпосылок, что президент может так поступить (*last-minute – done, decided or organized just before sth happens or before it is too late* [OALD]). В итоге вся фраза получает яркий экспрессивный потенциал и наделяет образ президента отрицательной аксиологической нагрузкой: президент – непредсказуемый политик, не считающийся с мнением избравшего его населения страны. При помощи эмфазы с безличной конструкцией «*it was ... that*» подчеркивается, что именно отказ президента и послужил причиной кризиса. Глагол «*spark*» (*to produce small flashes of fire or electricity* [OALD])

вызывает ассоциации с разжиганием костра или возникновением пожара, метафорически изображая кризис как пожар, т.е. как нечто мощное, непредсказуемое, катастрофическое. Сила нынешнего политического кризиса акцентируется также превосходной степенью прилагательного «*country's gravest political crisis since the Orange Revolution*». В данном случае обращение к прецеденту «*Orange Revolution*» напоминает читателю о том, что в 2004 году люди вышли на протесты против сфальсифицированных выборов президента, и главным обвиняемым тогда был также В. Янукович, но он проиграл, сдался под натиском народа. Таким образом, очередное неправильное действие В. Януковича дает начало новому масштабному политическому кризису. Следовательно, новостные порталы подталкивают читателя к выводу о том, что В. Янукович снова обманул людей, он ненадежный политик, ему нельзя доверять.

Таким образом, смысловое наполнение конструкта создается с помощью фразеологизмов и заимствований на лексическом уровне, эпитетов с отрицательным эмоционально-оценочным компонентом, метафор и аллюзий на стилистическом. Метафора позволяет сделать образ более ярким, а аллюзия способствует закреплению отрицательного отношения к президенту. На синтаксическом уровне эмфатические конструкции помогают расставить акценты, подчеркнув именно вину В. Януковича в начале беспорядков. Основываясь на том, что в западном обществе источником власти считается народ, который выбирает президента, чтобы тот предпринимал те шаги, которые будут способствовать благосостоянию населения, такой лидер, который не считается с мнением народа, однозначно получает отрицательную оценку.

2.3.2. Конструкт «Виктор Янукович – слабый несамостоятельный политик»

Отрицательный образ президента Украины как политика, который не оправдал ожиданий народа, дополняется сообщениями о том, что В. Янукович отказался от подписания соглашения с ЕС под давлением России:

*President Viktor Yanukovich has **enraged progressives** by rejecting a deal on offer from the EU for an Association Agreement that could lead eventually to EU membership. He **appears to have buckled** for the time being **under threats from Mr Putin of a trade war** with Russia had Ukraine signed the deal as scheduled later this week [Times 26.11.2013].*

*He was **under irresistible pressure from Vladimir Putin**, with whom he held secret talks a fortnight ago, to forego the EU pact [Guardian 29.11.2013].*

Первый пример относится сразу к двум конструктам. Первая часть цитаты сообщает о крайнем недовольстве прогрессивно настроенных представителей населения деятельностью президента. Данная мысль актуализирована в глагольном словосочетании «*enraged progressives*». Фраза состоит из лексемы «*enrage*» с усиленным экспрессивным компонентом (to make sb very angry [OALD]) и собирательного существительного «*progressives*» (*a person who is in favor of new ideas, modern methods and change* [OALD]) во множественном числе. Поскольку прогрессивно настроенные представители общества очень недовольны поступком президента, читатель понимает, что президент действует неправильно, так как его шаг не двигает государство вперед, не способствует развитию страны. Во втором предложении этого примера сообщается, что В. Янукович сдался под напором В. Путина, что передано глаголом «*to buckle*»: *to become crushed or bent under a weight or force* [MWD]. В. Путин угрожал торговой войной, и в итоге В. Янукович уступил, то есть президент Украины в международных вопросах проявил слабость. Следовательно, реализован образ президента как слабого политика.

Во втором примере указано, что президент Украины испытывал сильное давление со стороны России. Воздействие выражено словосочетанием «*irresistible pressure*», в котором семантический признак принуждения существительного «*pressure*» (*the act of trying to persuade or to force smb to do sth* [OALD]) усиливается коннотативным компонентом значения прилагательного «*irresistible*» (*so strong that it can't be stopped* [OALD]). Это подчеркивает агрессивное поведение России по отношению к соседней стране и слабость украинского

лидера, который не смог оказать должного сопротивления и отстоять интересы своего народа. Следовательно, можно говорить об образе президента как несамостоятельного политика, легко поддающегося влиянию.

Авторы статей стремятся подчеркнуть кроме слабости и другие отрицательные черты украинского президента. Реализуется это, например, с помощью эпитетов с отрицательной коннотацией:

*Vladimir Putin's promise of soft loans and cheap gas has **snared Ukraine's dim-witted and ill-advised President, Viktor Yanukovich, and his crippled economy** [Times 27.01.2014].*

Составное прилагательное «*dim-witted*» (*stupid* [CALD]), которое относится к разговорному регистру, употребляясь в новостной статье по отношению к лидеру другой страны, демонстрирует полное неуважение к нему. Второе составное прилагательное «*ill-advised*» (*acting without reasonable care or thought* [CALD]) указывает на необдуманность действий. Оба составных эпитета дают отрицательную оценку. В. Янукович в данном примере также косвенно обвиняется в плохом состоянии экономики при помощи причастия с отрицательной семой «*crippled*» (*seriously damaged or harmed* [CALD]) и притяжательного местоимения «*his*». Так в тексте заложена мысль о том, что президент не смог создать в стране эффективную экономику. Автор указывает, что из-за таких качеств В. Янукович попадает в ловушку к российскому президенту (*to snare – to catch in a situation which seems attractive but is unpleasant and difficult to escape from* [OALD]), т.е. В. Путин пользуется слабостью и недальновидностью своего партнера и обманным путем, обещаниями дешевого газа и выгодных кредитов, заставляет его отказаться от сотрудничества с ЕС. Как видим, президент Украины снова показан как слабый, управляемый из вне.

Таким образом, конструктор создается лексическими и стилистическими средствами, такими как лексемы с семой воздействия, стилистически сниженная лексика, эпитеты с отрицательным оценочным компонентом. В представлении западной аудитории президент должен быть сильным лидером, готовым

отстаивать интересы страны, следовательно, слабый и несамостоятельный в принятии решений президент оценивается отрицательно.

2.3.3. Конструкт «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде»

Англоязычная пресса, помимо неспособности В. Януковича принимать самостоятельные решения, делают акцент на его стремлении к самообогащению:

*Yanukovych has **never** cared about integrating his country into Euro-Atlantic institutions unless it would **help him personally**. After defeating his arch rival, former prime minister Yulia Tymoshenko, Yanukovych and his family used their rise to power **to enrich themselves** [Washington Post 02.12.2013].*

*His **apparent reasons** for abandoning the E.U. deal, which would have set the country on a course toward integration with the West, **range from the politically expedient to the venal** [Washington Post 02.12.2013].*

*Ukraine **appears to lack the leadership to choose the bold and farsighted course**. Its political elites **seem interested only in accumulating wealth** [New York Times 27.11.2013].*

В первом примере автор выделяет мысль о том, что В. Янукович принимает политические решения только ради собственной выгоды. Ключевые мысли, на которые автор хочет обратить внимание читателя, помещены в рему предложения (*help him personally; enrich themselves*). Кроме того наречие «*personally*» также делает акцент на том, что В. Янукович все делал ради себя. Условное предложение содержит наречие «*never*», которое несет эмфатическую нагрузку и подчеркивает, что забота о себе, а не о народе, всегда была для политика на первом месте. Следующее предложение примера дополняет информацию, уточняя, что В. Янукович и его окружение пользовались властью для своего обогащения – *to enrich themselves*. Возвратное местоимение имеет также эмфатическую функцию. Доказательств данному утверждению в статье не приводится, следовательно, можно предположить, что главной целью было

воздействие на эмоции адресата для формирования необходимого оценочного образа: Виктор Янукович пришел к власти только чтобы обогатиться.

Второй пример характеризует причины отказа В. Януковича от подписания договора с ЕС. Эти причины описаны прилагательными «*expedient*» (*convenient and practical although possibly improper or immoral* [OALD]), которое имеет доминирующее лексическое значение рациональности, но при этом содержит и сему неправильности действия, и «*venal*» (*prepared to do dishonest or immoral things in return for money* [OALD]), которое содержит сему коррумпированности, продажности. Данные лексемы показывают, что президент отказался подписывать документ как по политическим соображениям, так и из корыстных целей. Помещение лексемы «*venal*» в рему делает эту причину более важной, дополнительно акцентируя внимание на личной финансовой выгоде для президента. Словосочетание «*apparent reasons*» (*apparent – easy to see or understand* [CALD]; *that seems to be real or true but may not be* [OALD]) придает достоверность высказыванию.

Третий пример представляет собой обобщенный комментарий об украинской власти. Обобщение создается путем употребления собирательного существительного «*leadership*» (*the leaders of an organization, country, etc.* [CALD]) и словосочетания «*political elites*» (*a group of people in a society, etc. who are powerful and have a lot of influence, because they are rich, intelligent, etc* [CALD]), которые содержат сему множественности. В первом предложении примера с помощью фразы «*to choose bold and farsighted course*» передана мысль о том, что в принципе существуют политики, которые готовы принять ответственные, хотя и рискованные решения («*bold*» – *showing a willingness to take risks* [CALD]; *confident and courageous* [MWD]), и выбрать перспективный путь для страны (*farsighted – having or showing an understanding of the effects in the future of actions that you take now, and being able to plan for them* [MWD]). Во втором предложении действия политической элиты переданы глагольной фразой «*accumulate wealth*». Семантические признаки увеличения количества глагола «*accumulate*» (*to gradually get more and more of sth over a period of time* [OALD]) объединяются с

лексическим значением собирательного существительного «*wealth*» (*a large amount of money, property, etc. that a person or country owns* [OALD]), создавая впечатление непрерывного наращивания богатства, то есть, существуют и политики, которые заботятся о собственном обогащении. В итоге выстраивается антитеза на основе противопоставления политической власти, которая думает о стране и ее будущем, и власти, которая заботится только о самообогащении. Однако, глагол «*lack*» (*to have none or not enough* [OALD]) показывает, что на Украине есть только второй тип политиков, а эмфатическое употребление лексемы «*only*» помогает выделить мысль об обогащении, как о единственном, о чем думает украинская элита. Без конкретных упоминаний имени украинского президента, в предложении присутствует импликация, что В. Янукович относится именно к корыстной элите. Стоит отметить и то, что глаголы «*appear*» и «*seem*» смягчают высказывание, превращая его больше в некое предположение, чем факт.

Таким образом, американская пресса с помощью кратких, эмфатических, насыщенных эмоциональными коннотациями предложений воздействует на мыслительную деятельность адресата, создавая образ коррумпированной власти во главе с президентом, который думает только о личной выгоде, а не о стране и потребностях народа.

Тема продажности президента и извлечения личной выгоды актуализируется также при помощи метафоры:

Yanukovych wants to trade Ukraine's aspirations for Putin's billions [Washington Post 19.02.2014].

Opposition leaders have accused Mr Yanukovych of selling Ukrainian independence to the Kremlin to keep himself in power [Times 13.01.2014].

Protesters against President Yanukovych say that he has in effect sold Ukraine to Russia by agreeing to the terms of a \$15 billion (£9 billion) loan rather than signing up for a European Union Association Agreement and a free trade pact. As a result, there is strong animosity against the Ukrainian leader and Moscow, which is seen as pulling the strings [Times 07.02.2014].

В данных примерах при помощи глаголов «*to trade*» и «*to sell*» создается образ Януковича-продавца, который продает Украину-товар России-покупателю. Делает это В. Янукович в частности ради того, чтобы удержаться у власти (*to keep himself in power*). Россия вознаграждает президента за правильно принятое решение путем предоставления кредита. Так выстраивается метафора «политика – это торговля», имеющая отрицательную оценку. Данные примеры также способствуют закреплению образа В. Януковича как управляемого президента, президента-марионетки. Метафора «президент-марионетка» реализуется в последнем примере при помощи фразеологизма «*to pull the strings*» (*to control events or the actions of other people* [OALD]). Фразеологизм оформляется в конце XIX века со значением «*control the course of affairs*» [OED]. Этимологические данные связывают значение ФЕ с кукольным театром [OED]. Метафора подчеркивает, что В. Янукович является лишь инструментом в чужих руках: безвольным политиком, которым с легкостью управляют. Эта метафора выстраивает также конструктор «В. Янукович – слабый несамостоятельный политик». Такое поведение президента вызывает отрицательное отношение народа, что выражено в словосочетании с эмоционально-оценочным компонентом: *strong animosity*. Семантические признаки сильного отрицательного чувства враждебности, неприязни, которые уже содержатся в значении лексемы «*animosity*» (*a strong feeling of opposition, anger or hatred* [OALD]), становятся еще ярче, сочетаясь с прилагательным «*strong*».

Таким образом, конструктор «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде» выстраивается при помощи лексем с семой обогащения, корысти, продажи, помещенных в ударные позиции в предложении, а также стилистических приемов антитезы и метафоры. В итоге в сознании читателя создается образ слабого, но жаждущего личной выгоды политика, который предаст интересы населения и отказывается от соглашения с ЕС, обменивая его на финансовое предложение России. Оценка, заключенная в конструкторе, создается как на лингвистическом уровне, так и на экстралингвистическом, и снова отрицательна.

2.3.4. Конструкт «Виктор Янукович – жестокий тиран»

По мере того, как протесты приобретают все более радикальный характер и переходят в вооруженные столкновения с полицией, в англоязычной прессе в январе-феврале 2014 года появляется конструкт «Виктор Янукович – жестокий тиран». Так, делается акцент на том, что президент не только действует в разрез с интересами своего народа, но и применяет силу против протестующих, отправляя милицию на штурм лагеря:

President Yanukovych is ready to deploy a new level of force to quash the protesters [Times 22.01.2014].

Mr Yanukovych has defiantly refused a chorus of calls from global leaders and opposition parties to halt a ferocious assault on anti-government protesters on the bloodiest day since demonstrations broke out in November [Daily Telegraph 19.02.2014].

Данные примеры относятся к активной фазе Евромайдана, т.е. к вооруженным столкновениям милиции с протестующими, поэтому в них используются военные клише (*to deploy force; to halt the assault*). Военная лексика призвана показать напряженность ситуации в городе. Готовность В. Януковича несмотря на уговоры лидеров других стран применить силу против своего же населения характеризует президента как человека жестокого, негуманного. Эпитет «*ferocious*» (*very aggressive or violent* [OALD]; *very strong* [CALD]) имеет сильный экспрессивный компонент, который помогает подчеркнуть жестокость действий В. Януковича. Во втором примере лексемы «*chorus*» (*the sound of a lot of people expressing approval or disapproval at the same time* [OALD]) и «*global*» (*covering or affecting the whole world* [OALD]), содержащие семы множественности, масштабности, представляют происходящее таким образом, что все мировые лидеры единогласно призывали В. Януковича не отправлять внутренние войска на штурм протестующих. Однако В. Янукович отверг эти призывы, что передано экспрессивной фразой «*defiantly refused*» (*defiantly – in a manner that shows open resistance or bold disobedience* [OALD]). В. Янукович таким

образом действует открыто и жестоко против народа. Это формирует образ президента-тирана.

В последние дни Евромайдана попытки В. Януковича разогнать протестующих силами милиции отождествляются в прессе с действиями В. Путина во время митингов на Болотной площади:

The Ukrainian president tried hard to deal with the anti-government protests in typically Putinesque manner – beating up protesters in the street and, when that didn't work, picking them off with marksmen [Times 23.02.2014].

Для описания действий В. Януковича используется прилагательное-неологизм «*Putinesque*», образованное путем аффиксации от фамилии российского президента: *Punit* + *esque*. Данная лексема еще не зафиксирована в ведущих словарях английского языка. Она была обнаружена только в электронных справочных изданиях, таких как «Urban Dictionary» и «Wordite», где словарный фонд и дефиниции создаются коллективно, т.е. любой человек может внести слово в базу данных и предложить его определение. Там слово поясняется следующим образом:

- 1) *in the style of; resembling the actions of Vladimir Putin [UD];*
- 2) *reminiscent of the beliefs or policies of Vladimir Putin [Wordite].*

Поскольку лексема «*Putinesque*» не является частью языковой картины мира англоязычного читателя, то в тексте статьи она дается с пояснением значения (*beating up protesters in the street and, when that didn't work, picking them off with marksmen*) и внушает читателю мысль, что В. Янукович отдал приказ милиции избивать протестующих и стрелять в них. Использование этого прилагательного призвано подчеркнуть жестокость украинского президента, дополняя образ президента-тирана.

Усиливает диктаторский образ президента описание принятия в Верховной Раде законов 16 января 2014 года об ужесточении наказания за участие в массовых акциях протеста:

The Ukrainian president Viktor Yanukovich has signed into force a set of tough new laws that ban virtually all forms of anti-government protests despite an outcry

*from western governments that have criticised them as **anti-democratic** [Guardian 17.01.2014].*

*Sunday's rally was the first since President Viktor Yanukovich signed a package of **draconian laws** that restrict speech, the news media, and the right of assembly and Internet use. His action re-stoked anger among the opposition [Washington Post 19.01.2014].*

*Growing frustration was exacerbated by the President's loyal Party of Regions **ramming some of Europe's most repressive anti-protest laws through parliament** last week [Times 22.01.2014].*

*...11 laws passed by an overwhelming show of hands on January 16, which protesters had taken to calling the "**Dictatorship Laws**"... [Times 28.01.2014]*

В приведенных примерах законы, которые были приняты в парламенте по инициативе президента и затем им подписаны, описываются эпитетами с отрицательной коннотацией «*repressive*» (*controlling people by force and restricting their freedom* [OALD]), «*tough*» (*characterized by severity or uncompromising determination* [OALD]), «*dictatorship*» (*characterized by absolute supreme power or authority* [OADL]), «*draconian*» (*extremely cruel and severe* [OADL]), которые содержат семы принуждения, ограничения, жесткости. В третьем предложении эмоционально-оценочный компонент прилагательного «*repressive*» усиливается возведением его в превосходную степень с предшествующей притяжательной формой имени собственного (*Europe's*), что показывает западному читателю, что такие законы абсолютно не соответствуют европейской правовой системе. Совокупность экспрессивных компонентов выделенных лексем воздействует на читателя, закрепляя образ власти как жестокой и негуманной. Последние два примера подчеркивают, что законы были проведены через парламент с нарушением процедуры голосования. Это вербально выражено глаголом «*ram*» (*to push sth somewhere with force* [OADL]), который имеет семантический признак давления, принуждения, и фразой «*passed by an overwhelming show of hands*», где устойчивое словосочетание «*show of hands*» (*a vote carried out among a group by raising of hands, with numbers typically being estimated rather than counted* [MWD]),

имплицитную мысль о сфальсифицированном голосовании, усиленно экспрессивным компонентом прилагательного «*overwhelming*» (*very great or very strong* [OALD]). В итоге актуализируется представление о полном контроле президента и его партии над процессом принятия решений в парламенте, даже если эти решения не демократичны и не способствуют разрешению конфликтной ситуации. Такая политика В. Януковича вызывает крайне негативную реакцию лидеров западноевропейских стран, что вербализовано лексемой «*outcry*» (*a reaction of anger or strong protest shown by people in public* [OALD]). Упоминание об отрицательной реакции западных политиков, их попытках повлиять на действия В. Януковича, а также апелляция к демократическим принципам и ценностям, которые не применяются на Украине, должно утвердить англоязычного читателя во мнении, что украинская власть ведет себя неправильно, и закрепить отрицательную оценку ее действий.

В итоге В. Янукович проигрывает и тайно покидает Киев в ночь с 21 на 22 февраля. Несколько последующих дней англоязычная пресса очень активно освещает это событие. Интересны номинации, которые выбирают авторы для того, чтобы сообщить о смене власти:

*Meanwhile, Viktor Yanukovich, the **deposed president**, appeared in public for the first time since **fleeing** Kiev last Friday [Daily Telegraph 28.02.2014].*

*The Ukrainian parliament held a special session the day after Yanukovich's **dismissal** to vote its speaker, Oleksandr Turchynov, as interim president [Guardian 23.02.2014].*

*The largely Russian-speaking eastern and southern regions of Ukraine have been shaken by events in the Ukrainian capital over the last week that have led to the **toppling** of President Viktor Yanukovich [Guardian 23.02.2014].*

*Ukrainians awoke Saturday morning to rumors and reports that **ousted president** Viktor Yanukovich had **fled** to his home town in the east or left the country [Washington Post 26.02.2014].*

*Ukraine remains deeply unsettled by the **overthrow** of Viktor Yanukovich as president [Washington Post 25.02.2014].*

Все лексемы, которые описывают уход В. Януковича (*to depose – to remove sb, especially a ruler, from power* [OALD]; *dismissal – the act of removing someone from employment or office* [OALD]; *toppling – removal (of a government or person in authority) from power* [OADL]; *to oust – to force sb out of a job or position of power* [OADL]; *overthrow – the act of taking power by force from a leader or government* [OADL]), имеют единый семантический признак принудительного устранения от власти. Таким образом, данные лексемы, способствуют актуализации представления о том, что народ заставил президента уйти. Происходящее изображено не как демократическое переизбрание или формальный импичмент, которые практикуются в западных странах, а насильственное отстранение тирана и диктатора от власти. Зарубежной аудитории в итоге представляется ситуация, что, так как президент был очень авторитарным, коррумпированным, слабым и зависимым от России в своей политике, население страны поднялось на бунт и сместило неугодного лидера.

Таким образом, конструкт выстраивается при помощи лексических средств, таких как военные клише, неологизмов с отрицательной коннотацией, лексем с семантическим компонентом принуждения, жестокости, а также эпитетов. Большая часть использованных языковых средств представляет собой эксплицитные средства выражения оценки. Кроме того, западный читатель однозначно отрицательно воспринимает политического лидера, который ущемляет права собственного народа, и тем более применяет против него силу. Следовательно, конструкт однозначно является носителем отрицательной оценки.

Обобщив проанализированный материал, отметим, что в прессе в период Евромайдана идеологема «Виктор Янукович» последовательно выстраивается с отрицательной оценкой, поскольку все конструкты являются носителями негативной оценки. Англоязычные новостные ресурсы выделяют такие характеристики украинского политика как отсутствие лидерских качеств, несамостоятельность в принятии решений, нежелание прислушаться к мнению народа, недальновидность, ненадежность, продажность, коррумпированность,

жестокость. Такой лидер вызывает негативную реакцию у западной аудитории и классифицируется как «чужой» (плохой), от которого страна должна избавиться.

Таким образом, образ Украины периода Евромайдана состоит из двух подобразов: положительного образа протестующего народа и отрицательного образа лидера страны. На основании анализа статей можно сказать, что государство отождествляется с народом и не ассоциируется с президентом, а наоборот отделяется от него. Подобное освещение событий в англоязычной прессе соответствует официальной риторике западных стран на тему украинского кризиса, поскольку официальные лица Великобритании и США неоднократно делали заявления, где поддерживали протестующих и возлагали всю ответственность за происходящее в Киеве на президента и его политику. Именно благодаря такой риторике повествования в период Евромайдана Украина впервые для западной аудитории позиционируется как «свой», которому нужно помогать и которого необходимо поддерживать.

2.4. Идеологема «Петр Порошенко»

Идеологема «Петр Порошенко» сформировалась в англоязычной прессе во время президентских выборов на Украине вокруг событийного ряда, связанного с претендентом на президентское кресло Петром Порошенко.

Образ президента в прессе не статичен. В разные периоды пребывания у власти в зависимости от состояния экономики государства, успехов на внешнеполитической арене и т.д. восприятие и оценка деятельности лидера как внутри страны, так и за рубежом может сильно меняться вплоть до диаметрально противоположной. Это в частности можно заметить на примере образа Виктора Януковича, когда во время кризиса в зарубежной прессе сформировался отрицательный оценочный образ.

Крайне важным моментом для выстраивания образа президента является предвыборная кампания, ведь именно тогда складывается общее впечатление о кандидате и его возможности занять первый пост. Поэтому при анализе образа

Петра Порошенко использованы медиаматериалы, написанные в период, начиная с предвыборной кампании и заканчивая инаугурацией. В это время в западной прессе был создан именно такой образ политика, каким его хотели представить аудитории, чтобы сформировать определенное оценочное отношение к нему. Таким образом, на страницах СМИ целенаправленно выстраивалась идеологема «Петр Порошенко», в структуре которой можно выделить пять конструктов: «Петр Порошенко – успешный бизнесмен», «Петр Порошенко – политик из прошлого», «Петр Порошенко – участник Евромайдана», «Петр Порошенко – проевропейский политик», «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну».

2.4.1. Конструкт «Петр Порошенко – успешный бизнесмен»

Петр Порошенко не новое лицо в украинской политике, однако он не был широко известен иностранной аудитории. В связи с этим было просто воздействовать на читателей посредством отбора фактов и интерпретации информации, чтобы сформировать у них необходимую оценку кандидата в президенты. На первый план в новостных комментариях выходили самые известные факты биографии политика. Это в первую очередь информация о компании П. Порошенко «Roshen». Номинации, связанные с шоколадным бизнесом политика, очень распространены в СМИ:

Confectionary magnate Petro Poroshenko claimed Ukraine's presidency on Sunday [Washington Post 25.05.2014].

*As Ukraine heads to the polls Sunday, one man is a strong favorite to win: **candy tycoon** Petro Poroshenko... [Washington Post 23.05.2014]*

*Poroshenko made his own money – Forbes puts his net wealth at \$1.3bn – from his chocolates, earning him the nickname of "**the chocolate king**" [Guardian 23.05.2014].*

Самая популярная номинация Петра Порошенко, «Шоколадный король», появилась еще задолго до его президентства и надежно закрепилась на страницах

зарубежной прессы. Она метафорически представляет политика как короля в его огромной и очень успешной бизнес-империи, которой нет равных по масштабам на Украине. Этот яркий метафорический образ легко закрепляется в сознании читателя.

Во всех трех примерах используются разные существительные, но со схожими семантическими признаками: *king – the male ruler of an independent state that has a royal family* [OALD]; *a person, an animal or a thing that is thought to be the best or most important of a particular type* [MWD]; *tycoon – a person who is successful in business or industry and has become rich and powerful* [MWD]; *magnate – a person who is rich, powerful and successful, especially in business* [MWD]. Данные слова объединены общим семантическим компонентом богатства, успешности, влиятельного положения. Сведения, заключенные в значениях этих лексем, способствуют актуализации представления о П. Порошенко как об успешном бизнесмене.

Встречается также интересный перифраз:

The hopes of many Ukrainians and their Western supporters are now riding on a man known as the Willy Wonka of Ukraine, the billionaire owner of a chocolate candy company [New York Times 29.03.2014].

Здесь П. Порошенко именуется «*Willy Wonka of Ukraine*», т.е. автор использует прецедентное имя, сравнивая украинского политика с героем романа-сказки Роальда Даля «Чарли и шоколадная фабрика». Ю.А. Блинова указывала на то, что прецедентные имена в массмедийном дискурсе прежде всего реализуют оценочную функцию, поскольку объединяют личные качества человека со стереотипными представлениями о месте объекта в ценностной картине мира [Блинова 2007]. Вили Вонка в произведении «Чарли и шоколадная фабрика» представлен как человек, безумно влюбленный в свою фабрику, который считает ее делом всей своей жизни и не готов ни на что променять. При помощи этого перифраза читатели имеют возможность понять важность бизнеса для П. Порошенко, а также то, что он человек, увлекающийся любимым делом. В предложении также говорится о широкой поддержке П. Порошенко со стороны

украинского населения и западного сообщества. Лексема множественности «*many*» позволяет представить информацию так, что большое количество украинцев готовы проголосовать за П. Порошенко. Фраза «*their Western supporters*» говорит читателю о том, что на западе в свою очередь поддерживают тех украинцев, которые хотят связать будущее своей страны с П. Порошенко. Таким образом выражается поддержка и населения Украины, и П. Порошенко как кандидата в президенты.

Новостные порталы часто подчеркивают, что Петр Порошенко создал свою прибыльную бизнес-империю с нуля сам:

Poroshenko took over state confectionary plants and transformed them into a lucrative empire [Guardian 23.05.2014].

Poroshenko, 48, is a soft-spoken businessman who built a candy empire out of the ashes of Ukraine's post-Soviet economy [Washington Post 25.05.2014].

Метафорическое изображение бизнеса как империи создает представление о богатой, известной, очень большой компании, а о П. Порошенко – как о человеке, который умеет добиваться успеха. В первом примере эпитет «*lucrative*» (*producing a large amount of money [CDT]; making a large profit [OALD]*) содержит сему прибыльности и дает дополнительную положительную оценку бизнесу. Метафорическая фраза «*built out of the ashes*» (*ash – what is left after sth has been destroyed by burning [OALD]*) показывает, что П. Порошенко смог создать свой бизнес буквально с нуля, что подчеркивает его способность решать трудные задачи.

Во втором примере автор также использует словосочетание «*a soft-spoken businessman*» для характеристики политика. Эпитет «*soft-spoken*» (*having a gentle and quiet voice [OALD]*) описывает П. Порошенко как человека сдержанного, с тихим, вкрадчивым голосом. Номинация «*businessman*» еще раз делает акцент на коммерческой, а не политической деятельности.

Бизнес П. Порошенко построен не на нефти, газе или угле, что типично для постсоветского пространства, а на шоколаде, что вызывает у людей более позитивные ассоциации:

*His fortune came not from the **murky world of energy** but from something altogether more **palatable**: chocolate [Guardian 23.05.2014].*

В предложении выстраивается антитеза на основе противопоставления темного, т.е. часто нечестного бизнеса в энергетическом секторе, и гораздо более благозвучного – шоколадного. Обнаруживается также игра слов: прилагательное «*palatable*» реализует в данном контексте сразу два своих значения: *palatable* – 1) *having a pleasant or acceptable taste*; 2) *agreeable or acceptable to the mind* [OALD]. Это придает несколько иронический оттенок всему комментарию.

Таким образом, смысловое содержание конструкта выстраивается с помощью лексем с семантическими компонентами успешности, а также стилистических приемов метафоры, прецедентного имени, антитезы и игры слов. Можно сказать, что П. Порошенко в англоязычной прессе изображен как трудолюбивый человек, способный добиваться успеха и решать трудные задачи, однако он прежде всего успешный бизнесмен, а не политик. Это дает основания говорить о смешанной оценке конструкта.

2.4.2. Конструкт «Петр Порошенко – политик из прошлого»

Образ П. Порошенко именно как политика не однозначный. Одной из целей протестующих во время Евромайдана был приход к власти абсолютно новых лиц, не связанных с прошлой властью, но П. Порошенко – это политик из украинского прошлого:

*Although Mr. Poroshenko won in a landslide he **faces skepticism** even among many who voted for him because they are **wary of his status as a billionaire businessman** and because he is a **veteran in Ukraine's notoriously corrupt politics** [New York Times 25.05.2014].*

*Many of the **anti-corruption civil society groups** that occupied Kiev's Independence Square in opposition to Yanukovych fear that the country's new president could be an **old-style representative of rule by Ukraine's wealthiest** [Washington Post, 25.05.2014].*

Исходя из первой цитаты, две характеристики президента смущают избирателей: его многомиллионный бизнес и его связи с прошлыми правительствами. Отношение к новому президенту вербализовано словами «*skepticism*» (*an attitude of doubt or a disposition to incredulity either in general or toward a particular object* [OALD]) и «*wary*» (*careful when dealing with sb/sth because you think that there may be a danger or problem* [OALD]), которые имеют схожие семантические признаки, выражающие скорее недоверчивость, осторожность, чем прямое негативное отношение. При таком мнении избирателей, лексема «*businessman*» приобретает отрицательную контекстную аксиологическую нагрузку. Интересен в данной цитате и выбор лексемы «*veteran*», которую, безусловно, саму по себе никак нельзя отнести к словам с отрицательной коннотацией: *veteran – a person who has a lot of experience in a particular area or activity* [OALD]. Но помещение этого слова в контекст с фразой «*notoriously corrupt politics*», придает ему отрицательный оттенок, поскольку негативная семантика прилагательного «*corrupt*» (*willing to use their power to do dishonest or illegal things in return for money or to get an advantage* [OALD]) усиливается еще больше значением наречия «*notoriously*» (*well known for being bad* [OALD]). Так П. Порошенко уличается в длительных и тесных связях с коррумпированным правительством, что характеризует его отрицательно.

Во втором примере новый лидер рассматривается как представитель старой власти. Для описания этой власти автор выбирает вместо достаточно прямолинейной номинации «*oligarchy*» перифраз «*rule by Ukraine's wealthiest*», что закладывает ту же отрицательную оценку, но в более мягкой форме. П. Порошенко именуется «*old-style representative*», что связывает его с прошлой системой и характеризует отрицательно. Такую оценку П. Порошенко дают протестующие Евромайдана, которые обозначаются автором как «*anti-corruption civil society groups*», что акцентирует внимание на том, что одной из главных целей протестующих была борьба с коррупцией. Квантификатор «*many*» и множественное число лексемы «*groups*» представляет это мнение как единую точку зрения большого количества людей.

Кроме причисления П. Порошенко к представителям прошлой власти, что уже видится как отрицательная характеристика, он еще и не соответствует идеалам протестующих. Они хотели видеть у власти человека из народа, а не очередного успешного бизнесмена-миллиардера:

*The big winner in Sunday's vote was **not the idealistic young protesters** who spent the winter in Kiev Maidan square but P. Poroshenko, **one of Ukraine's billionaire business magnates**. ... he is **very much a figure of Ukraine's failed past – dysfunctional governments, outsized oligarchs and epic corruption** [Washington Post 25.05.2014].*

В данной цитате мы видим антитезу с противительным союзом «*but*»: «*not an idealistic young protesters*» – «*one of Ukraine's billionaire business magnates*», которая отрицательно характеризует П. Порошенко, потому что он принадлежит к классу бизнес-магнатов, а не молодых протестующих. Он именуется «*a figure of Ukraine's failed past*». Фраза «*failed past*» (*failed – not successful* [CALD]) уже имеет негативную коннотацию, однако затем идет вставная конструкция с перечислением того, что автор включает в это понятие: *dysfunctional governments, outsized oligarchs and epic corruption*. Все атрибутивные словосочетания во вставной конструкции содержат слова с отрицательным значением и эпитеты, усиливающие негативный компонент. Дополнительно усиливает воздействие интенсификатор «*very much*», в итоге однозначно отрицательно оценивая П. Порошенко как нового президента.

Издание «The Guardian» также привлекает внимание к тому факту, что П. Порошенко далеко не новичок в украинской политике:

*A former foreign minister and minister of trade, Poroshenko is **no political newbie**. But he has **managed to dodge the unpopularity** that has engulfed the rest of Ukraine's governing class [Guardian 23.05.2014].*

Автор выбирает литоту с разговорным словом «*newbie*» (*a person who is new and has little experience in doing sth, especially in using computers* [OALD]), которое чаще употребляется в отношении компьютерных пользователей, чем политиков, благодаря чему образ получает более сильный экспрессивный компонент. То, что

П. Порошенко – не новичок, можно считать отрицательной характеристикой, поскольку он ассоциируется с прошлой коррумпированной властью. Однако автор смягчает высказывание при помощи фразы «*managed to dodge the unpopularity*» выделяя то, что хотя П. Порошенко и был частью прошлой системы, ему удалось сохранить свою популярность. Интересен выбор глагола «*dodge*» (*to avoid doing sth especially in a dishonest way* [OALD]), значение которого подразумевает, что сделал он это не совсем честным путем. В итоге в предложении имеет место смешанная оценка: то, что ему удалось остаться популярным – это хорошо, но он не новичок в политике – это плохо.

Итак, конструкт выстраивается с помощью лексических средств, таких как лексемы и атрибутивные конструкции с отрицательной коннотацией, которые подчеркивают связь П. Порошенко с коррумпированной прошлой властью. Стилистические средства, антитеза и литота, помогают сделать акцент на том, что П. Порошенко – не молодой новый реформатор, которого хотели видеть у власти протестующие. Провал власти получает резко отрицательную оценку, создаваемую путем отбора слов с негативным компонентом значения или помещением нейтральных слов в отрицательно нагруженный контекст. Коррумпированность власти в восприятии западных читателей однозначно отрицательная характеристика, следовательно, конструкт содержит отрицательную оценку.

2.4.3. Конструкт «Петр Порошенко – участник Евромайдана»

Многие издания упоминают об участии П. Порошенко в протестах Евромайдана, чтобы представить нового президента частью народа:

A veteran survivor of Ukraine's feuding political class who threw his weight and money behind the revolt that brought down his Moscow-backed predecessor three months ago, the 48-year-old won 55 percent in exit polls on a first-round ballot... [Daily Telegraph 26.05.2014]

П. Порошенко позиционируется как часть бывшей правящей элиты, которая описана эпитетом «*feuding*» (*engaged in a prolonged and bitter quarrel or dispute* [OALD]), что характеризует ее отрицательно, поскольку политики постоянно борются за власть и спорят между собой. Новый президент именуется перифразом «*veteran survivor*», который актуализирует представление о том, что политик также входит в эту элиту, однако, лексема «*survivor*» (*the remainder of a group of people or things* [OALD]) демонстрирует, что ему удалось выйти победителем в этой борьбе. Факт того, что П. Порошенко поддержал протестующих, выражен фразой «*threw his weight and money behind the revolt*». Она представляет собой трансформацию (расширение) идиомы «*to throw one's weight behind sb*» (*to use one's influence to help support* [OALD]) лексемой «*money*», чтобы подчеркнуть, что он поддерживал протестующих не только своим авторитетом, но и деньгами. Так подчеркивается, что он не пожалел средств, чтобы поддержать народ. Трансформированная идиома создает более яркий образ, положительно оценивая действия П. Порошенко.

П. Порошенко можно считать участником протестов Евромайдана не только потому, что он разделяет его ценности и ориентиры и помогает финансово. Он находился на передовой во время одного из вооруженных столкновений с милицией. Англоязычная пресса в рамках предвыборной кампании П. Порошенко очень подробно описывает этот день:

*On a Sunday in December when the Ukrainian uprising seemed about to tip into wide-scale violence, Petro Poroshenko, a pro-Western billionaire thrust **himself between anti-government protesters and riot police officers clashing outside the presidential headquarters, climbed on a bulldozer that was threatening to plow through the crowd and grabbed an orange plastic megaphone...** As chaos swirled, Mr. Poroshenko, 48, stood his ground, **helping keep injuries to a minimum**, but also **cementing his status as a leader of the pro-European opposition and defying the stereotype of the superrich above it all** [New York Times 18.05.2014].*

Столь детальное описание одного небольшого эпизода спустя шесть месяцев неизменно имеет целью воздействие на адресата для формирования

определенной оценки. Во-первых, автор статьи таким образом может создать впечатление у читателя, что П. Порошенко всегда был непосредственно в центре событий, сражаясь буквально бок о бок с простыми украинцами, а не наблюдал за происходящим со стороны. Во-вторых, такая репрезентация события с подробным перечислением действий П. Порошенко способствует выстраиванию образа политика как бесстрашного героя, который старался не допустить жертв среди населения (*helping keep injuries to a minimum*) и не думал о собственной безопасности. Второе предложение подчеркивает, что именно после этого П. Порошенко стал считаться негласным лидером оппозиции. Автор использует словосочетание «*to cement his status*», где глагол «*cement*» употреблен в переносном значении: *to cement – to settle or establish firmly* [CALD]. Глагол позволяет метафорически представить происходящее как строительство, где П. Порошенко цементирует фундамент своей политической карьеры. Этим поступком П. Порошенко также разбил стереотип о представлении его как олигарха (*defying the stereotype*), т.е. он как бы отделил себя от одного класса и сблизил с другим, с народом. Яркое художественное описание происходящего помогает создать очень запоминающийся образ в сознании читателей.

Итак, трансформированные фразеологизмы, а также стилистические приемы перифраза и метафоры, в дополнение к детальному описанию событий с перечислением действий политика выстраивают конструкт «Петр Порошенко – участник Евромайдана». Данный конструкт позволяет выгодно выделить П. Порошенко на фоне других политиков из прошлых правительств как единственного, кто бесстрашно вышел на баррикады в опасный момент, противопоставить его прошлой власти и объединить с протестующим народом. Так конструкт получает положительную оценку.

2.4.4. Конструкт «Петр Порошенко – проевропейский политик»

Одной из самых главных идей, пронизывающих материалы прессы на тему П. Порошенко, является то, что он поддерживает проевропейский путь развития

Украины, т.е. тесное сотрудничество с ЕС. На этом акцентируют внимание все издания:

*Petro Poroshenko, the new president, was **an early backer of the revolution and an avowed pro-EU** [Daily Telegraph 21.11.2014].*

*Initial exit polls showed an outright victory in the first round for Mr. Poroshenko, **a billionaire businessman and vocal advocate of European integration** [Daily Telegraph 25.05.2014].*

***A champion of European integration**, Poroshenko is seen by many voters as the best person to reform the country's failing economy [Guardian 23.05.2014].*

В первом примере снова сделан акцент на том, что П. Порошенко поддерживал революцию. Лексема «*backer*» (*a person or company that gives support to sb/sth, especially financial support* [OALD]) содержит сему поддержки, в том числе финансовой. С помощью прилагательного «*early*» автор пытается выделить П. Порошенко из общего числа политиков, которые встали на сторону протестующих, показывая, что он был одним из первых. Вторая характеристика президента в этом предложении – *an avowed pro-EU*. Существительное «*pro-EU*» можно отнести к неологизмам периода Евромайдана. Оно представляет собой субстантивированную форму сокращенного варианта прилагательного «*pro-European*». Существительное не зафиксировано в словарях, но его значение вполне понятно носителям английского языка на основе исходного прилагательного и значения компонентов. Прилагательное «*avowed*» (*openly acknowledged or declared* [OALD]) усиливает положительную оценку, поскольку представляет позицию П. Порошенко как твердое убеждение, которое он открыто декларирует.

Во втором примере П. Порошенко позиционируется как «*vocal advocate of European integration*». Семантический признак поддержки существительного «*advocate*» (*a person who supports or speaks in favor of sb or of a public plan or action* [OALD]) усиливается экспрессивным компонентом эпитета «*vocal*» (*expressing opinions or feelings freely or loudly* [OALD]), показывая, что это четкая и непоколебимая позиция П. Порошенко, его кредо. В третьем примере оборот «*a*

champion of European integration» имеет очень схожее лексическое значение благодаря лексеме «*champion*» с эмоционально-оценочным компонентом: *a champion – a militant advocate or defender* [MWD]; *a person who vigorously supports a person or cause* [OALD]. В этой же цитате П. Порошенко преподносится и как хороший экономист. Превосходная степень прилагательного (*the best*) усиливает его положительную характеристику.

Следует отметить, что очень распространенными эпитетами, характеризующими как сами протесты, так и тех, кто их поддерживает, являются прилагательные «*pro-European*» / «*pro-Western*» и т.д. (например, в приведенном выше примере «*pro-Western billionaire*» и «*pro-European opposition*»). Эти лексемы стали широко применяться в контексте украинского кризиса, поскольку протестующие прежде всего выражали стремление стать частью Европейского пространства и выступили против В. Януковича, который не смог выполнить их желание. Западная общественно-политическая система традиционно считается определенным эталоном, ценностью, поэтому ассоциации с ней должны вызывать положительные отклики у читателя. Лексемы «*pro-Western*» / «*pro-European*» помогают позиционировать Петра Порошенко как «своего» в сознании аудитории.

Таким образом, конструкт выстраивается при помощи атрибутивных фраз с выраженным эмоционально-оценочным компонентом. Англоязычная пресса делает акцент на том, что П. Порошенко разделяет взгляды протестующих, поддерживает их, готов был вместе с ними бороться за ассоциацию с ЕС и против правительства В. Януковича. Такая самоотверженная поддержка народа и проевропейского курса, безусловно, создает положительный образ политика в восприятии западных читателей. Оценка конструкта положительная.

2.4.5. Конструкт «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну»

Несмотря на то, что П. Порошенко ярый сторонник европейского будущего Украины, он представлен как человек, который может устроить на этой должности и Европу и Россию, объединить всю страну и ее население:

Poroshenko, who has worked as a cabinet minister in both pro-Kremlin and pro-Western governments, is considered well-placed to navigate between the two camps [Washington Post 26.05.2014].

Poroshenko, 48, a former foreign and economics minister, is a savvy veteran of Ukraine's political scene, adept at working with both pro-Russian and pro-Western leaders [Washington Post 23.05.2014].

Оба примера обращают внимание на то, что П. Порошенко занимал разные должности в разных правительствах. Эта информация может наталкивать читателя на мысль, что политик, во-первых, имеет разносторонний опыт работы, а во-вторых, умеет налаживать отношения с представителями разных политических партий. Необходимо отметить, что все правительственные режимы Украины делятся на «*pro-Kremlin*» / «*pro-Russian*» и «*pro-Western*», т.е. имплицитно предполагается, что сохранить нейтралитет или сотрудничать и с тем, и с другим партнером государство не может, оно должно всегда делать выбор, хотя и находится на стыке геополитических интересов.

Первый пример использует метафору с лексемой «*navigate*», с помощью которой автор представляет страну в виде корабля, а П. Порошенко – в роли капитана, который сможет успешно проплыть между двумя препятствиями. Двумя лагерями (*camp – the supporters of a particular party or doctrine regarded collectively* [OALD]), очевидно, считаются Россия и западноевропейское общество. Составное прилагательное «*well-placed*» (*appropriately or advantageously directed or positioned* [OALD]) положительно оценивает роль П. Порошенко в построении взаимоотношений Украины с Россией и Западом, подразумевая, что именно он сможет с этим справиться. Использование пассивной

конструкции «*is considered*» без агенса оставляет без уточнения то, чье мнение выражено в предложении.

Вторая цитата содержит прилагательное «*adept*» (*adept – good at doing sth that is quite difficult* [OALD]), положительно подчеркивающее способность П. Порошенко решать сложные вопросы, т.е. работать в составе разных правительств.

Предположение о том, что П. Порошенко сможет объединить и сторонников про-европейского курса, и приверженцев сотрудничества с Россией, выражена в следующих примерах:

His breadth of experience has given him a reputation as a pragmatist capable of bridging Ukraine’s divide between supporters and foes of Moscow [Daily Telegraph 26.05.2014].

Mr. Poroshenko’s reputation as a moderate who has tried to straddle the political divide between the Ukrainian-speaking west and Russian-speaking east and as an economic modernizer has clearly intrigued Western governments... [New York Times 29.03.2014]

The famed chocolate oligarch is immensely popular amongst both protesters and others who see him as a cool head who understands economics and is a natural diplomat [Daily Telegraph 25.02.2014].

В первом и втором примерах мы имеем дело с метафорическим употреблением глаголов «*bridge*» (*to make the difference or division between two things smaller or less severe* [OALD]) и «*straddle*» (*to favor or appear to favor both sides of an issue, political division, or the like, at once; maintain an equivocal position* [OALD]), с помощью которых подразумевается, что П. Порошенко сможет построить некий политический мостик, объединяющий людей с разными убеждениями. Население разделяется на противостоящие группы по разным параметрам: по отношению к политике Москвы (*supporters and foes of Moscow*), географически по преобладающему языку (*Ukrainian-speaking west and Russian speaking east*), а также по участию в протестах (*protesters and others*). Если первые два примера описывают группы населения, которые в силу исторических

факторов уже несколько десятилетий выделяются на Украине, то последний пример противопоставляет тех, кто участвовал в протестах, всем остальным, которые обобщенно указаны местоимением множественного числа «*others*», что дает понять, что политический кризис еще больше расколол общество.

Во всех примерах выделяются качества, которые позволяют П. Порошенко склонить на свою сторону разные группы населения. Среди них опыт работы на разных должностях (*breadth of experience*), знание экономики (*understands economics, economic modernizer*), умение сохранять спокойствие в трудной ситуации (*cool head – sb who stays calm in emergency* [OALD]), дипломатические способности (*natural diplomat*), умеренные политические взгляды (*moderate – a person who does not express radical or excessively right- or left-wing views* [OALD]) и прагматизм (*pragmatist – a person who is guided more by practical considerations than by ideals* [OALD]). Эти личностные характеристики привлекают к нему внимание западных правительств, что передано глаголом «*intrigue*»: *to make sb very interested and want to know more about sth* [OALD]. Также он приобретает огромную популярность среди избирателей, что выражено экспрессивной фразой «*immensely popular*». Следовательно, в данных цитатах акцентированы только положительные характеристики политика.

Таким образом, конструкт выстраивается с помощью лексем с семантическим значением «хороший для каких-то целей, подходящий», стилистического приема метафоры и синтаксического перечисления положительных черт и навыков политика. Поскольку преодоление кризиса и объединение страны – это однозначно положительный момент в истории государства, человек, который может это сделать, оценивается западными читателями положительно. Конструкт имеет положительную оценку.

Рассмотрев конструкты идеологемы «Петр Порошенко», можно сделать вывод, что авторы новостных статей выделяют как положительные качества политика, так и отрицательные. Из пяти описанных конструктов два имеют смешанную оценку, поскольку с одной стороны, подчеркивают опыт нового президента в решении сложных политических, экономических и бизнес задач, его

опыт работы в управленческой сфере, а с другой стороны демонстрируют, что в жизни П. Порошенко есть вещи (бизнес, связь с коррупционными политиками), которые могут помешать ему на должном уровне выполнять его президентские обязанности. Три конструкта заключают в себе положительную оценку, т.к. выделяют проевропейский курс политика, его поддержку народа в протестах и способность объединить страну. Создается образ Петра Порошенко как нового, поистине европейского лидера, «своего». Следовательно, на страницах англоязычной прессы в скрытой форме была выражена поддержка кандидатуры П. Порошенко во время предвыборной кампании. В связи с этим правомерно сказать, что образ Украины, реализуемый через образ нового президента П. Порошенко – положительный.

2.5. Идеологема «События в Крыму и на Донбассе»

Для описания идеологемы «События в Крыму и на Донбассе» необходимо сказать несколько слов о реальных событиях, имевших место на юго-востоке Украины. После смены власти в Киеве начинаются волнения в южных и восточных регионах, которые выступали против Евромайдана и поддерживали правительство В. Януковича. В итоге в Крыму проводится референдум и он входит в состав России, а часть Донецкой и Луганской областей объявляют себя независимыми от Киева, что приводит к началу военных действий.

Как было выделено в предыдущих разделах, информирование о событиях на Украине в СМИ осуществляется во многом в контексте взаимоотношений России и Запада. Западные СМИ активно транслируют точку зрения о том, что Украина должна стать «своим», т.е. сблизиться с Евросоюзом, и выйти из-под контроля России. Соответственно Россия и все украинские политические силы, которые ее поддерживают, представляются как «чужой».

Особенно активно поляризация «свой-чужой» проявляется во время событий в Крыму и на Донбассе. При описании этих событий медиаресурсы уделяют мало внимания действиям и мнениям жителей этих регионов,

представляя происходящее не как конфликт разных групп населения внутри одного государства, а через призму столкновения интересов России и Запада. Украина в этом контексте рассматривается прежде всего как территория, на которой идет борьба, а не как сторона конфликта. В связи с явной зависимостью интерпретации этих событий от политико-идеологических взглядов правомерно рассмотреть события в Крыму и на Донбассе как одну идеологему, наполняемую определенным оценочным смыслом для оказания воздействия на аудиторию и формирования определенного видения ситуации. Смысловое наполнение идеологемы создается в рамках двух взаимосвязанных конструкторов: «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России» и «Украина – жертва агрессии России».

2.5.1. Номинации событий в Крыму и на Донбассе и их участников

При анализе медиаматериалов на тему Крыма и Донбасса важно рассмотреть номинации, которые использует зарубежная пресса для наименования сторон-участников конфликта, поскольку выбор номинации закладывает основу идеологической оценки происходящего [Чернявская 2006: 13]. Т.Г. Добросклонская называет слова и словосочетания, ингерентно обладающие определенными политико-оценочными коннотациями, идеологически-модальной лексикой и утверждает, что такие группы слов становятся одним из важнейших средств воздействия в медиадискурсе при описании военно-политических конфликтов [Добросклонская 2009: 90].

В большинстве материалов на тему войны на Донбассе и протестов в Крыму люди, выступающие против киевских властей и за отсоединение Крыма и создание Донецкой и Луганской народных республик, именуется лексемой *«separatists»* (a member of a group of people within a country who want to separate from the rest of the country and form their own government [OADL]). В лексическом значении самого слова не содержится оценочного компонента. Но поскольку Запад отстаивает идею территориальной целостности Украины, можно сказать,

что лексема идеологически наделяется отрицательной коннотацией, ведь сепаратисты своими действиями пытаются нарушить единство государства. Кроме того, лексема «*separatists*» часто определяется прилагательным «*Russian-backed*», «*Russian*», «*pro-Russian*», «*pro-Kremlin*», «*pro-Moscow*», что актуализирует представление о связях протестующих с Россией и ее руководством. Так внутригосударственный конфликт постепенно возводится в ранг межгосударственного, и акцент ставится на том, что Россия вмешивается в дела Украины, поддерживает сепаратистские настроения и ведет скрытую деятельность, чтобы расколоть государство. Такое видение происходящего должно воздействовать на иностранную аудиторию и закрепить мнение о противозаконной деятельности России и отрицательное отношение к участникам протестов в Крыму и на Донбассе.

В русском газетном дискурсе силы Донбасса называются чаще всего «ополченцами». Примечательно, что Н.Г. Юзефович говорит о том, что еще во время Второй мировой войны слово «ополченцы» было заимствовано и транслитерировано на английский язык. В книге С. Merridale «*Ivan's war. The Red Army 1939-1945*» указывается: «*opolchentsy*» – *unarmed and unprepared male volunteers* [Юзефович 2014: 286]. Это значит, что при желании англоязычная пресса сейчас могла обратиться к данному заимствованию. Таким образом, номинации позволяют по-разному расставить политические акценты, т.е. выполняют интерпретирующую функцию.

При описании событий на Донбассе используются разные номинации. Наблюдается их градация от незначительного местного политического кризиса до крупнейшего конфликта между Россией и Западом, который угрожает всей системе мировой безопасности: *crisis in the east* [Guardian], *conflict* [The Daily Telegraph], *unrest* [Guardian], *violent conflict in the east* [Guardian], *war* [Washington Post], *military activity* [Guardian], *undeclared war against Russia* [Guardian], *the biggest crisis of security* [Washington Post], *the worst violence on the continent* [New York Times], *the most dangerous dispute between the West and Russia* [New York Times]. Следовательно, конфликт большей частью очерчивается

территориально (как восток Украины) и геополитически (как столкновение интересов России и Запада), а не непосредственно упоминает участников в виде жителей Донбасса и украинских силовиков. Возведение конфликта на Донбассе в ранг геополитического призвано привлечь внимание читателей к медиаматериалам на данную тему, внушить им опасения по поводу развивающихся событий и поддержать руководства западных стран в инициативе оказать финансовую и военную помощь Украине, т.е. защитить «своего» от «чужого».

Для обозначения территории Донецкой и Луганской народных республик выбираются номинации, принижающие их статус. Их официальные названия почти нигде не даются, вместо этого зарубежному читателю приводятся такие номинации, как: *breakaway entities*, *breakaway statelets*, *areas controlled by separatists*, *separatists' stronghold [Guardian]*, *separatist-held parts of Ukraine's easternmost regions [Washington Post]*, *territory taken over by Russia [Times]*. Лексемы «*part*», «*entity*», «*area*» не содержат семы государственности, т.е. акцентируют неправомерность выделения этих территорий в отдельные государственные субъекты. Лексема «*statelet*» изображает народные республики как что-то очень незначительное благодаря суффиксу «*-let*», который придает пренебрежительный оттенок значения. Следовательно, подобные номинации имеют своей целью подчеркнуть незаконность выделения данных территориальных единиц из общего состава Украины и отразить в массмедиа официальную политику непризнания Донбасса.

События в Крыму описываются в зарубежной прессе лексемами «*occupation*» (*the act or process of taking possession of a place or area [OALD]*), «*annexation*» (*the act of adding (territory) to one's own territory by appropriation [OALD]*), «*land grab*» (*an act of obtaining something opportunistically or unscrupulously [MWD]*), «*invasion*» (*an instance of intruding into a country or region with an armed force [OALD]*), «*incursion*» (*an invasion or attack, especially a sudden or brief one [OALD]*), «*intervention*» (*interference by a state in another's affairs [OALD]*), «*seizure*» (*the action of capturing someone or something using force*

[OALD]), которые содержат семы силового принуждения к действию или незаконного получения контроля над чем-то. Так у зарубежного читателя закрепляют представление о принудительном отделении Крыма от Украины силовым путем без учета мнения местных жителей.

Таким образом, уже на этапе отбора номинаций закладывается отрицательная оценка событий в Крыму и на Донбассе. Идеологически-модальная лексика, лексемы с семантическим компонентом принуждения и силового воздействия, градация конфликта до масштабов противостояния времен холодной войны представляют англоязычной аудитории присоединение Крыма к России и выделение республик Донецка и Луганска как результат незаконных действий России. Украина позиционируется лишь как территория, на которой происходят события.

2.5.2. Конструкт «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России»

Если Евромайдан в зарубежной прессе был изображен как всенародный протест, где люди всех возрастов были объединены одной идеей, то во время событий в Крыму и на Донбассе англоязычные новостные ресурсы стараются помещать как можно меньше информации о народных выступлениях. Так, например, практически не освещается зарубежными СМИ массовый митинг в Севастополе 23 февраля 2014 года, когда на главной площади города собирается порядка 30 тысяч человек. СМИ наоборот делают акцент на том, что и в Крыму, и на Донбассе только отдельные группы населения поддерживают протесты:

In town centres, crowds of babushkas, their fur hats askew, can be heard chanting: "To Russia, to Russia." [Guardian 01.03.2014].

The pro-Russian separatists outside the occupied building in Donetsk swell to perhaps a thousand in the evenings. Many are pensioners ... Most of the defenders were dishevelled and disorganized ... They are not a homogeneous group [Times 13.04.2014].

A few hundred pro-Russian supporters, many of them elderly, hung around the Donetsk administrative centre yesterday as Soviet-era pop songs blared out. Pro-Russian protests have failed to generate the sort of mass rallies that characterised the pro-European protests in Kiev and led to the overthrow of President Yanukovich in February [Times 19.04.2014].

Most of those actively fronting the so-called People's Republic of Donbass are a motley crew of war veterans, elderly communists, conspiracy theorists, gangsters and Greater Russia fantasists [Times 26.04.2014].

Первое предложение описывает выступления в Крыму. Согласно новостной статье на полуострове в демонстрациях участвовали только пожилые люди. Автор использует слово-реалию «*babushka*», заимствованную из русского в 1938 году, в семантическое значение которой заложена сема старости: *babushka – a Russian old woman or grandmother* [CALD]. Культурно-специфическая лексема делает образ более ярким. В итоге читателю внушается мысль о том, что только пенсионеры выступали на митингах за присоединение к России, молодое поколение в этом не участвовало, соответственно молодежь не разделяет эту точку зрения.

Остальные примеры относятся к протестам на Донбассе. Среди протестующих снова выделены пенсионеры, т.е. протест всенародным назвать нельзя. Далее автор использует два прилагательных с отрицательными приставками и, соответственно, негативным значением: *dishevelled – very untidy* [OALD]; *disorganised – badly planned* [OALD]; *not able to plan or organize well* [CALD]. Эти прилагательные акцентируют внимание и на внешнем виде людей, и на их организационных способностях и поведении. Затем еще кратким простым предложением уточняется, что принимающие участие в демонстрациях были неоднородной группой. Так у читателя хотят сформировать мнение о том, что протестующие были плохо организованы и не были объединены одной идеей, т.е. не представляли собой силу, способную реализовать свои цели.

Третий пример также говорит о преобладании пожилых людей среди протестующих, что вербализовано субстантивированным собирательным прилагательным «*the elderly*». Разговорный фразовый глагол «*to hang around*» (*to*

wait or stay near a place, not doing very much [MWD]) показывает, что люди ничего не предпринимают, бесцельно ходят вокруг, не имея четкого плана действий. Разговорный регистр глагола также показывает пренебрежительную оценку. Имплицитно оценка происходящего заложена и в сопоставлении с протестами Евромайдана. Косвенная оценка, переданная фразой «*failed to generate a sort of mass rallies*» дает понять читателю, что эти протесты не столь масштабны и не способны достичь каких-то значимых целей, как тогда в Киеве.

И последняя цитата с помощью перечисления создает в сознании адресата достаточно колоритную картину. Автор использует отрицательное оценочное устойчивое словосочетание «*motley crew*» ((*disapproving*) *a group consisting of many different types of people or things that do not seem to belong together* [OALD]) для собирательного наименования протестующих, что проецирует отрицательную оценку на все последующие перечисленные существительные. Многие группы, которые приводит автор посредством перечисления, сами по себе вызывают отрицательные ассоциации в сознании реципиента. Так, лексема «*communist*» обладает отрицательной идеологической оценкой в западном дискурсе, слово «*gangsters*» (*a member of a group of violent criminals* [OALD]) содержит сему преступности, противозаконности, а составное существительное «*conspiracy theory*» (*a theory that explain an event or set of circumstances as the result of a secret plot by usually powerful conspirators* [MWD]) и словосочетание «*Greater Russia fantasists*» передают смысл чего-то нереального, не имеющего подтверждения или доказательств. Кроме того, эти перечисленные категории людей имеют очень мало общих интересов, что подчеркивает разобщенность протестующих.

Таким образом, при описании протестов в Крыму и на Донбассе новостные порталы фокусируют внимание читателя на том, что протестующие очень разнородны, не предпринимают каких-либо активных действий и не представляют собой единую организованную силу, которая могла бы объединиться ради достижения общей цели. Так, читателя подводят к мысли, что такие демонстрации не представляли мнения большинства жителей регионов и не могли самостоятельно добиться таких результатов, как проведение референдума о

присоединении Крыма к России и провозглашение отдельных республик Донецка и Луганска. Соответственно, в тексте заложена идея о внешнем воздействии со стороны России, которая использовала ситуацию в своих целях. Образ Украины не ассоциируется с образом протестующих в этих регионах и далее раскрывается исключительно как представление о территории, на которой разворачивается противостояние интересов России и Запада.

С началом конфликтов в южных и восточных регионах Украины англоязычные новостные ресурсы стали обращать внимание на тот факт, что государство исторически было разделено по родному языку, политическим взглядам и т.д., и нынешний политический кризис просто усугубил ситуацию и усилил противоречия, а Россия в свою очередь воспользовалась обстановкой для реализации своих целей:

*Next to the country's growing economic emergency, the fear that **Ukraine could fragment along linguistic lines with support from the Kremlin** is the most pressing problem facing the politicians struggling to restore order in Kiev [Times 25.02.2014].*

*These **stark divisions, rooted in history, language and culture, have put Ukraine on a fault line that has shaped not only the country's domestic politics but also a geopolitical struggle between Russia and the West at the heart of Ukraine's current tumult** [New York Times 22.02.2014].*

В первом примере автор с помощью глагола «*fragment*» (*to break or make sth break into small pieces or parts* [OALD]) говорит о том, что Украина может расколоться, разделиться на части. Линия раскола в государстве проходит по родному языку. Риск раскола становится выше благодаря пособничеству Кремля (*support from Kremlin*). То есть проблема заложена внутри государства, но ухудшить состояние дел помогает внешняя сила в лице России. Мы видим метафорическое представление Украины как хрупкого объекта, который имеет трещины на поверхности и может расколоться. Однако раскол может произойти только при вмешательстве России.

Во втором примере сообщается об изначально существующем на Украине делении населения на основании истории, языка и культуры. Существительное

«*division*», употребленное в значении «*difference or disagreement between two or more groups, typically producing tension*» [OALD], усилено определением «*stark*» (*very different to sth in away that is easy to see* [OALD]), которое также содержит сему различия. Так автор подчеркивает глубину разногласий между разными группами населения. В кризисный момент эти разногласия грозят расколом государства. Понятие «*fault line*» относится к сфере геологии и определяется как «*a place where there is a break that is longer than usual in the layers of rock in the earth's crust*» [OALD]. Такие разломы в тектонических плитах могут стать причиной землетрясений и других природных катастроф. Следовательно, территория Украины метафорически представлена как тектоническая плита на грани разлома, дальнейшие подвижки которой могут привести в катастрофе не только внутри страны, но и за ее пределами. Украина изображена как нечто опасное, нестабильное, и происходящие в ней процессы могут иметь неблагоприятные последствия и для Европы и для России. Читателю преподносят идею о том, что внутренние проблемы Украины переросли в разряд общемировых, и, следовательно, Запад должен сделать все возможное, чтобы Украине помочь.

Таким образом, англоязычные новостные ресурсы для создания конструкта активно используют стилистически сниженную лексику, слова с отрицательным оценочным компонентом, стилистический прием метафоры. Эксплицитная оценка присутствует только в описании состава протестующих, чтобы сформировать отрицательное отношение к ним у западной аудитории, представить их «чужими» и отделить от образа Украины. Информация о происходящем на Украине подается избирательно, то есть имеет место и идеологическое воздействие на уровне отбора фактов.

Согласно западному мировоззрению государство должно быть единым, сплоченным, сильным, чтобы противостоять внешним угрозам. Украина в данной ситуации показана как слабая, страдающая от собственных внутренних противоречий. Такое государство скорее оценивается отрицательно. Однако западной аудитории говорят о том, что внутригосударственные проблемы не

были бы столь масштабны без вмешательства России, которая своими действиями способствует расколу общества и страны. Следовательно, ввиду того, что ранее Украина позиционировалась как «свой» для западного сообщества, читатель приходит к выводу, что ей надо помочь и остановить Россию. Оценка, заложенная в конструкте, смешанная.

2.5.3. Конструкт «Украина – жертва агрессии России»

Англоязычная пресса разными способами подчеркивает, что отделение от Украины Крыма и Донбасса происходит силой и что Россия готова пойти и дальше, пользуясь слабостью Украины:

Slice by slice, Russia is invading Ukraine and weakening the alliance that has kept the peace in Europe for almost 70 years [Daily Telegraph 01.03.2014].

Stripping Ukraine of Crimea would be Mr. Putin's way of putting his foot on the neck of the country's fragile interim government, which is already facing a severe economic crisis [Washington Post 28.02.2014].

*Infuriated, Vladimir Putin retaliated by **dismembering** Ukraine. First, he **annexed** Crimea, **seizing** 10,000 square miles of his neighbour's territory. Then he **triggered** a pro-Russian rebellion in Ukraine's eastern regions of Donetsk and Luhansk [Daily Telegraph 21.11.2014].*

В первом примере Украина изображена как объект воздействия России. Автор преподносит как факт, не подлежащий сомнению, то, что Россия вторглась на территорию Украины. Активный залог, где Россия помещена в позицию агенса, и отсутствие какой-либо модальности придают фактуальность высказыванию. Лексема «*slice*» (*a thin flat piece of food that has been cut off a larger piece* [OALD]; *a part or share of sth* [OALD]) актуализирует метафорическое представление об Украине как об объекте, от которого Россия отрезает кусок. Конструкция с повторением «*slice by slice*» подразумевает развитие процесса, т. е. Россия готова отрезать от Украины кусок за куском. Соответственно, Россия изображена как сильная и жестокая, а Украина, как слабая, безвольная жертва, не

оказывающая сопротивления. Происходящее возводится в ранг общеевропейской проблемы: подобными действиями Россия угрожает не только Украине, но и может нарушить мир во всей Европе. Представление Украины частью Европы в данном контексте воздействует на читателя с целью поддержать стремление европейского и американского руководства помочь Украине защититься от агрессии России.

Во втором предложении герундиальная форма глагола «*strip*» в начале предложения фокусирует внимание читателя на том, что Россия силой отбирает у Украины Крым: *to strip – to deprive someone of (rank, power, property)* [OALD]; *to rob or plunder* [MWD]. Однако это событие является лишь частью политики России по отношению к Украине. Действия президента России описаны при помощи фразеологизма «*to put one's foot on someone's neck*», который показывает демонстрацию превосходства одного человека над другим (*to be in position of control or power over someone else* [OALD]; *to have another person in a vulnerable position* [CALD]). Происхождение этой фразеологической единицы относится к библейским текстам: тираны ставили ногу на шею поверженного врага, чтобы показать свое превосходство [OED]. Здесь насильственное действие противопоставлено хрупкости, беззащитности временного правительства, что передано прилагательным «*fragile*» (*weak; easily destroyed; delicate* [OALD]). Таким образом, Россия и Украина при помощи этого фразеологизма олицетворяются: Россия представлена в виде тирана, а Украина – в виде поверженного, проигравшего.

В третьем примере приведена цепочка действий В. Путина по отношению к Украине: *annexed Crimea, triggered a rebellion*. Обе фразы содержат отрицательную оценку. Глагол «*annex*» (*to add (territory) to one's own territory by appropriation* [OALD]; *to take control of a country or region, especially by force* [MWD]) подразумевает насильственное действие, присоединение силой, кроме того, это словосочетание уточняется герундиальной конструкцией с глаголом «*seize*», который также содержит сему воздействия: *to take control of a place or situation, often suddenly and violently* [OALD]. Такой отбор лексем призван оказать

влияние на восприятие адресата, формируя представление об однозначно силовом сценарии присоединения Крыма. Словосочетание «*triggered a rebellion*» приобретает отрицательную оценку путем сочетания глагола «*trigger*» (*to cause an event or situation to happen or exist, especially a bad one* [OALD]), который чаще всего обозначает начало какого-то негативного явления, с существительным «*rebellion*» (*an attempt by some of the people in a country to change their government, using violence* [OALD]), содержащим сему насильственной смены власти. Так читателю внушают, что Россия своими действиями стимулировала начало восстания на востоке, которое может привести к расколу страны. Действия России обобщенно именуется лексемой «*dismember*» (*to cut off or disjoin the limbs, members, or parts of; to break up or tear into pieces* [OALD]), метафорически представляя Украину как тело, от которого Россия отрезает часть.

Таким образом, при описании событий в Донецке, Луганске и в Крыму авторы активно используют метафору, которая позволяет изобразить Украину как пассивный объект воздействия, который Россия делит на куски. Этому способствует в частности употребление лексики «*Ukraine*» в позиции прямого дополнения после глаголов, обозначающих действие: *strip Ukraine of Crimea, dismember Ukraine, invade Ukraine*. Агенсиом, выполняющим действия, во всех этих предложениях является Россия, что актуализирует представление о вмешательстве России во внутренние дела Украины, насильственном захвате и отделении территорий и создании образа межгосударственного конфликта вместо противоречий внутри государства. Подобная презентация событий также исключает из происходящего образ народа, выстраивая представление об Украине как о территории, судьбу которой решают внешние игроки.

Убедив читателя в агрессивности действий России и внушив опасения по поводу того, что российско-украинский конфликт может затронуть и территорию Европы, зарубежные СМИ стараются сплотить британскую и американскую аудиторию в поддержку Украины:

The international community does not like it, but Ukraine has lost Crimea to Russia. The question now is how to persuade President Vladimir Putin against taking

another pound of Ukrainian flesh or, more likely, attempting to render the country ungovernable [Guardian 21.03.2014].

Mr. Obama and European leaders must act quickly to prevent Ukraine's dismemberment [Washington Post 28.02.2014].

В первом комментарии автор употребляет сразу две метафоры. Во-первых, Крым изображен как ставка на кону в игре, приз, который Украина проигрывает России. Выстраиванию метафоры игры содействует употребление глагола «lose sth to sb». Украина проиграла, и Россия забирает Крым себе. Международное сообщество выступает в роли зрителя, которому не нравится исход игры: оно было на стороне Украины, которая проиграла. Теперь международные партнеры ищут способы изменить дальнейший ход игры, т.е. убедить президента России не отбирать территории у Украины дальше. И здесь употреблена вторая метафора – *taking another pound of Ukrainian flesh*. Это антропоморфная метафора, представляющая Украину как живое существо, у которого российский президент вырывает кусок мяса, т.е. забирает что-то очень важное. Такие действия России очень опасны, т.к. могут угрожать нормальному функционированию всего государства (*render the country ungovernable*).

Второе предложение также показывает, что лидеры западных стран должны вступить за Украину и остановить ее деление на части. Украина здесь снова метафорически представлена как тело, от которого отделяют части против его воли.

Чтобы подчеркнуть важность событий на Украине и их опасность для западного мира, они осмысливаются в масштабах Европы:

Any prospect of peace in Ukraine, Europe's most troubled battlefield, should be welcomed [Times 06.02.2015].

War rages along Nato's eastern flank. New borders are drawn and puppet governments installed in the territory formerly known as Ukraine [Times 15.02.2015].

В первом предложении использована вставная конструкция, которая несет большую смысловую нагрузку в сообщении. Лексема «*battlefield*» представляет Украину горячей точкой, в которой идут боевые действия, превосходная степень

прилагательного «*troubled*» (*beset by problems or difficulties* [OALD]) подчеркивает активность военного конфликта и соответственно его опасность, а притяжательная форма имени собственного «*Europe*» изображает Украину как часть Европы. Следовательно, автор хочет донести до читателя, что на Украине идет война, которая может быть опасна для Европы в целом, и нужно сделать все возможное, чтобы нормализовать ситуацию.

Во втором предложении происходящее также рассматривается с точки зрения важности для западноевропейских стран. Автор использует перифраз, утверждая, что война идет на восточном фланге НАТО. Такая формулировка информации о войне на востоке Украины должна подчеркнуть близость и важность государства для западной аудитории, а также возможную угрозу со стороны России. Второе предложение фактически утверждает, что Украина как государство больше не существует, а есть только территория, на которой возникают новые границы и новые правительства. Глагол «*draw*» в сочетании с существительным «*borders*» метафорически представляет происходящее так, как будто границы просто произвольно рисуют, там, где хотят, без каких-либо рациональных оснований. Словосочетание «*puppet government*» (*puppet – a model of a person or an animal that can be made to move, for example by pulling strings attached to parts of its body or by putting your hand inside it* [OALD]), метафорически изображая политику как кукольный театр, подчеркивает то, что Крым и Донбасс отделились под воздействием внешней силы. Пассивная конструкция предложения, а также оборот «*in the territory formerly known as Ukraine*» фактически сообщают иностранному читателю о том, что под давлением извне от государства осталась только территория, которую делят на куски. В обоих примерах мы видим, что западные страны говорят о необходимости помочь Украине и остановить Россию, т.е. признают Украину «своим», а Россию «чужим».

Таким образом, смысловое наполнение конструкта создается фразеологизмами, переходными глаголами с семой воздействия, где Украина или ее части употребляются в роли дополнения, стилистическими приемами

метафоры, олицетворения и перифразом, синтаксической вставной уточняющей конструкцией. В итоге Украина изображается в роли жертвы внешней агрессии со стороны России. При этом Украина представлена не как участник борьбы, а исключительно как объект воздействия, не оказывающий сопротивления, как территория, которую делят. Однако подчеркивается близость данной территории к западному читателю, и, следовательно, опасность происходящего. Оценка конструкта смешанная, т.к. данное представление событий на Украине вызывает у читателей прежде всего желание ей помочь и остановить Россию.

Итак, идеологема «События в Крыму и на Донбассе» репрезентирует происходящее как результат действий России. Идеологическое воздействие осуществляется главным образом за счет выбора номинаций с определенной оценкой и избирательного преподнесения информации. Оба конструкта идеологемы имеют смешанную оценку, акцентируя, с одной стороны, внимание читателей на слабости самого государства и противоречиях внутри него, что оценивает государство отрицательно, а с другой стороны, демонстрируя вмешательство России и ее способствование разжиганию конфликта на Украине, а затем силовое отделение территорий, что, безусловно, вызывает отрицательную оценку действий России и стремление помочь Украине. Так, Украина позиционируется как «свой», нуждающийся в помощи, а Россия – как агрессивный «чужой», которого надо остановить. Можно снова говорить об отражении государственной точки зрения западных стран на эти события в текстах СМИ, поскольку западные лидеры неоднократно говорили о необходимости помочь Украине и наказать Россию за присоединение Крыма и отделение Донбасса.

2.6. Идеологема «Парламентские выборы на Украине»

Идеологема «Парламентские выборы на Украине» выстраивается во время внеочередных выборов в парламент, прошедших на Украине 26 октября 2014 года. Выборы были необходимым шагом на пути легитимации нового правящего

режима, поэтому считались важным событием в европейском пространстве и получили широкое освещение в англоязычных медиаресурсах.

Как показал анализ практического материала, все статьи, освещающие результаты выборов, имеют примерно одинаковую структуру: сообщаются результаты выборов по партиям, приводятся цитаты президента П. Порошенко, комментарии внешних наблюдателей и нескольких жителей Украины, говорится о невозможности проведения выборов в Крыму и на Донбассе, упоминается В. Янукович. Повествование также выстраивается в контексте оппозиции «свой-чужой»: «своими» представлены политические партии, пропагандирующие европейский вектор развития Украины, а «чужими», соответственно, пророссийские политические силы.

Идеологема «Парламентские выборы на Украине» содержит в себе два конструкта: «Проевропейские партии – самые популярные на Украине» и «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны».

2.6.1. Конструкт «Проевропейские партии – самые популярные на Украине»

Новостные ресурсы Великобритании и Америки в первую очередь акцентируют внимание на победе проевропейских партий:

Ukraine President claims win for pro-west parties [New York Times 27.10.2014].

Pro-Europe parties set to sweep Ukraine parliamentary elections [Daily Telegraph 26.10.2014].

Ukraine election a win for president and allies, early count suggests [Guardian 27.10.2014].

Pro-Europe parties dominate Ukraine vote [Washington Post 27.10.2014].

Ukrainians turn backs on Moscow in decisive vote [Times 28.10.2014].

Во всех фразах, кроме последней, используются лексемы со смысловым компонентом «преобладание над кем-либо (чем-либо)» и «доминирование»: *win – a successful result in a contest, conflict, bet, or other endeavour; a victory [OALD]; to*

dominate – *to be the most important or noticeable feature of sth* [OALD]; *to be predominant in sth* [CALD]; *to sweep* – *to win an overwhelming victory* [OALD]. Все лексемы содержат семантический признак успешности, важности, возведенный в превосходную степень, что в свою очередь формирует в сознании адресата представление о безоговорочной победе на выборах проевропейских партий.

Одержавшие победу партии собирательно именуется «*pro-west*» и «*pro-Europe*». Приставка «*pro-*» вербализует признак «свой» в политических партиях, набравших наибольшее количество голосов. Так, по утверждению Т.В. Алиевой, «*pro-*» может использоваться для выражения «отношения поддержки, согласия, одобрения между «своими» и «чужими» [Алиева 2013: 19]. Одно из американских изданий, «*The New York Times*», употребляет лексему «*pro-west*». Использование данной лексики формирует у читателя мнение о том, что политический курс, который выбирает Украина, основан не только на европейском партнерстве, но и на западных ценностях в общем.

В третьем примере для обозначения политических сил, одержавших победу, используется словосочетание «*president and allies*» (*ally* – *a person or organization that cooperates with or helps another in a particular activity* [OALD]), что создает у адресата впечатление о единстве президента и сил, победивших на выборах. Мысль о том, что победу одержали проевропейские силы, выражается имплицитно.

Пример из газеты «*The Times*» отличается расстановкой акцентов. Вместо упора на факт победы проевропейских сил, автор выделяет противоположную информацию – украинцы отвернулись от Москвы, т.е. перестали поддерживать пророссийские партии. В фокусе оппозиции «свой – чужой» Европа (хорошее) противопоставляется Москве (плохое). В предложении также содержится фразеологизм «*to turn one's back on*» (*to reject sb/sth that you have previously been connected with* [OALD]), значение которой основано на метафорическом переносе: прямое значение «повернуться спиной к кому-то», т.е. закончить разговор, трансформировалось в переносное – «прекратить сотрудничество». Употребление фразеологической единицы усиливает воздействующий эффект предложения, придавая ему большую выразительность. Прилагательное «*decisive*» (*very*

important for the final result of a particular situation [OALD]) подчеркивает важность выбора украинского народа.

Профессор Т.Г. Добросклонская замечает, что новостные газетные тексты строятся по принципу перевернутой пирамиды, т.е. самая важная информация стоит в начале статьи, а к концу информативность падает [Добросклонская 2008: 76]. Такая организация новостного сообщения связана с тем, что начало статьи читатели, как правило, просматривают, чтобы быть в курсе событий и понять, интересен ли им материал настолько, чтобы читать его до конца.

Материал исследования показывает, что экспрессивней всего победа проевропейских сил выражается в первых предложениях статей. С точки зрения формальной организации текста на первый план для их эмоционального или логического усиления выдвигаются самые важные части сообщения [Арнольд 2002]. Помещение экспрессивных фраз в начало статьи имеет целью воздействие на читателя:

With anti-Russian sentiment spiking in Ukraine, parliamentary election results Monday showed a crushing victory for pro-European parties [Washington Post 27.10.2014].

Pro-Western parties won an overwhelming majority in Ukraine's Parliament, President Petro O. Poroshenko declared on Sunday, citing exit polls [New York Times 26.10.2014].

Факт победы проевропейских партий выделен атрибутивными словосочетаниями с синонимичными прилагательными «*crushing victory*» и «*overwhelming majority*». В первом словосочетании лексема «*victory*» уже подразумевает превосходство над кем-то (*victory – an act of defeating an enemy or opponent in a battle, game, or, other competition* [OALD]), однако семантический признак доминирования усиливается еще больше благодаря экспрессивному компоненту значения прилагательного «*crushing*» – *complete and achieved very easily; overwhelming or decisive* [OALD]. Такая формулировка наталкивает читателя на мысль, что у соперников просто не было шансов. Во второй фразе сема преобладания по количеству существительного «*majority*» (*the greater*

number; the largest part of a group [OALD]) дополняется эмоционально-оценочным компонентом прилагательного «*overwhelming*» (*very great or very strong* [OALD]), акцентируя внимания на новом абсолютном большинстве проевропейских партий в парламенте.

Во фразе «*anti-Russian sentiment spiking in Ukraine*» лексема «*sentiment*» (*a feeling or an opinion, especially one based on emotions* [OALD]) выражает эмоциональное отношение, то есть все, что связано с Россией, вызывает у населения Украины отрицательные эмоции. Глагол «*spike*» (*to rise quickly and reach a high value* [OALD]) показывает, что количество людей, негативно относящихся к России, увеличивается, и сила их недовольства также возрастает. При помощи абсолютного герундиального оборота выражена причинно-следственная связь: люди очень плохо относятся к России, поэтому голосуют за проевропейские партии. Следовательно, в предложении присутствует антитеза, противопоставляющая Россию, как недружественное, плохое, и европейское сообщество как дружественное, хорошее.

Британские цитаты также не менее экспрессивны:

The vote cements Ukraine's pro-EU stance and weakens Petro Poroshenko, the chocolate magnate elected President in May, and his strategy of negotiating with Russian-backed separatists in the east of the country [Daily Telegraph 27.10.2014].

Ukrainians have voted in droves to escape the shadow of Russian influence, with preliminary election results indicating that the new parliament will be by far the most pro-western in the country's history [Times 28.10.2014].

Британские новостные комментарии содержат глагольные фразы «*vote cements Ukraine's pro-EU stance*» и «*Ukrainians have voted in droves*». Глагол «*cement*» (*to unite or make firm by or as if by cement; to settle or establish firmly* [OALD]; *to make a relationship, an agreement, etc. stronger* [CALD]) передает мысль о том, что выбор проевропейского курса был сделан страной уже давно, а результаты голосования лишь еще раз это подтвердили. Аналогия с процессом цементирования уже некой построенной конструкции способствует созданию метафорического образа строительства Украиной своего политического

будущего: с Евромайдана начинается строительство нового украинского государства, важным этапом становятся выборы президента, и парламентские выборы завершают данный процесс. Вторая глагольная фраза содержит фразеологизм «*in droves*» (*in large quantities* [OALD]), что помогает создать впечатление большой явки. «The Times» снова акцентирует внимание не на проевропейском выборе, а на антироссийских тенденциях – «*voted ... to escape the shadow of Russian influence*». Таким образом, автор хочет подчеркнуть, что люди шли толпой на избирательные участки, чтобы наконец избавиться от влияния России на политику своего государства, выбрав европейски-ориентированные партии. В итоге новый парламент характеризуется превосходной степенью «*the most pro-western in the country's history*», выделяя доминирование прозападных сил.

Репрезентируя информацию о результатах выборов в парламент Украины, англоязычные СМИ также говорят о проевропейском большинстве в нем:

The majority of voters were in favour of the political forces that support the president's peace plan [Washington Post 27.10.2014].

Однако при дальнейшем прочтении статьи выясняется, что большинство составляет около 54 % голосов:

...the three main pro-Western parties alone stood to win 54 percent of the vote combined [Washington Post 27.10.2014].

Подобное количество трудно назвать абсолютным большинством. Точная информация не случайно помещается не в самом начале текста, таким способом автор не акцентирует внимание на точных статистических данных.

Итак, конструктор создается при помощи таких лексических средств, как экспрессивные эмоционально-оценочные атрибутивные и глагольные фразы со значением доминирования, преобладания, слова с семой множественности вместо конкретных цифр, фразеологизмы, а также стилистических приемов метафоры и антитезы. Распределение информации в статье и помещение экспрессивных фраз в ее начало имеют целью воздействие на читателя и формирование у него мнения о том, что народ Украины однозначно поддерживает проевропейский курс

государства. Так формируется представление о проевропейских партиях как о самых популярных на Украине. Поскольку данные партии позиционируются как «свои» в западном обществе, оценка, заложенная в конструкте, положительная.

2.6.2. Конструкт «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны»

Кроме положительной оценки результатов выборов новостные ресурсы подчеркивают их важность для государства:

International observers hailed Sunday's election as a step forward in building democratic institutions [Washington Post 27.10.2014].

US President Obama hailed "another important milestone in Ukraine's democratic development" ... [Times 28.10.2014]

Оба предложения представляют собой комментарии и однозначно положительно оценивают прошедшие выборы и их результат. Читателю представлено мнение Б. Обамы и международных наблюдателей в косвенной речи. А. Эбру утверждает, что выбирая для ввода косвенной речи не нейтральные слова, типа «*said*», «*told*», «*answered*», «*replied*», а глаголы с эмоционально-оценочным компонентом, журналисты влияют на восприятие информации читателем [Эбру 2017: 134]. В приведенных примерах употребляется глагол «*hail*» (*to praise enthusiastically* [OALD]), который выражает одобрение и, следовательно, задает положительный тон всему комментарию.

Оба предложения акцентируют внимание на важности этих выборов для страны и на их успешной организации. Фразы «*step forward*» и «*important milestone*» представляют выборы как важный шаг, этап в жизни государства. С их помощью страна метафорически представляется как живой организм, идущий по дороге к определенной цели, с каждым шагом становясь все ближе к ней. Лексема «*milestone*» (*a very important stage or event in the development of sth* [OALD]), уже содержит сему важности, однако она еще усиливается прилагательным «*important*». Так подчеркивается, что эти выборы много значат для государства. Путь Украины ассоциируется со строительством демократического государства:

building democratic institutions, democratic development. Слова «*democracy*» / «*democratic*» представляют собой лексемы, нагруженные положительным значением для западного читателя. Соответственно, если Украина развивает демократическую политическую систему и хочет стать частью демократического общества, то западный читатель на основе общих ценностей классифицирует эту страну как «свою» и дает ее действиям положительную оценку.

Авторы статей также выделяют тот факт, что выборы обозначают конец одной эпохи в истории Украины и начало новой:

*The results, if confirmed by official tallies expected on Monday, would **complete a transformation of the government** that began in February ... [New York Times 27.10.2014]*

*To supporters of the uprising in Ukraine, the vote represented the chance to **secure a pro-European path**, fulfilling ambitions that were thwarted when Mr. Yanukovich, under Russian pressure, broke a promise to sign political and trade accords with the European Union last November [New York Times 27.10.2014].*

*In Kiev, voters seemed fatigued by the events of the last year, but many expressed hope that the **parliamentary elections would open a new chapter in the country's history**... [New York Times 27.10.2014]*

В первом примере лексема «*transformation*» (*a complete change in sb/sth* [OALD]) содержит семантический признак изменений и в сочетании с глаголом «*complete*» подразумевает завершение процесса перехода к новой политической системе. Следовательно, выборы представлены как последний этап, который завершает процесс трансформации власти.

Во втором примере выборы изображены как возможность еще раз официально заявить о желании жителей Украины стать частью европейского пространства. Глагол «*secure*» (*to make or become certain, to guarantee* [OALD]) подчеркивает, что проевропейские приоритеты внешней политики страны уже давно были определены, а выборы помогают наглядно закрепить данное убеждение путем голосования за соответствующие партии. Украина здесь

метафорически представлена как человек, идущий по дороге (*pro-European path*) к определенной цели (*ambitions*).

Третий пример также содержит метафору, выстроенную на основе устойчивого словосочетания «*to open a new chapter*». История Украины предстает как книга, а выборы – как первая страница новой главы, которую открывают избиратели своим голосованием.

Таким образом, конструкт выстраивается главным образом при помощи лексем и устойчивых словосочетаний со значением изменения и стилистического приема метафоры. Выборы и их результат преподносятся читателю как очень важный шаг на пути трансформации политической системы Украины. Этот шаг ведет Украину к сотрудничеству с ЕС, что придает конструкту положительную оценку.

Итак, идеологема «Парламентские выборы» представляет западной аудитории прошедшие выборы как безоговорочную победу проевропейских партий, пропагандирующих курс на ассоциацию с ЕС, подтверждая таким образом, что украинский народ видит свое будущее именно в партнерстве с Западом, а не с Россией. Выборы изображены как точка отсчета новой истории государства. Они разделяют историю Украины на отрицательное прошлое, которое народ хочет забыть, и положительное будущее, которое население помогает создавать. Естественно, западные читатели положительно оценивают такие результаты голосования и стремления украинского народа. Оценка идеологемы положительна.

Выводы по главе 2

В условиях информационного противоборства между Россией и Западом, начавшегося на фоне украинского политического кризиса, освещение событий на Украине в СМИ превратилось в набор идеологических установок, которые внушались аудитории. В связи с этим, образ Украины стал макроидеологемой, наполняемой смыслом в зависимости от идеологических взглядов и целей адресанта. Макроидеологема «Украина» в англоязычном информационном пространстве состоит из идеологем «Евромайдан», «Виктор Янукович», «Петр Порошенко», «События в Крыму и на Донбассе», «Парламентские выборы», которые, в свою очередь, состоят из конструкторов.

Идеологема «Евромайдан» содержит три конструкта: «Евромайдан – это массовый всенародный протест», «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы», «Евромайдан – это победа народа». План выражения идеологемы представляет собой слово-реалию, закрепившееся на страницах англоязычной прессы. Два конструкта идеологемы, «Евромайдан – это массовый всенародный протест» и «Евромайдан – это победа народа», имеют положительную оценку, поскольку, во-первых, западное общество базируется на демократических принципах свободы мнения, волеизъявления и праве людей на протест, а во-вторых, протестующие выступают за демократический путь развития в сотрудничестве с Европой. Представление о массовости и всенародности протеста создается с помощью фразеологизмов и лексических единиц со значением различия и множественности, квантификаторов и округленных числительных, метафор потока и моря, аллюзии к событиям Оранжевой революции, синтаксических приемов перечисления и уточнения, а также путем детализации и опущения фактической информации. Третий конструкт, «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы», характеризуется смешанной оценкой, т.к. с одной стороны, представляет Евромайдан как отрицательное событие, влекущее за собой человеческие жертвы,

а с другой стороны, целенаправленно воздействует на западного адресата, заставляя сопереживать народу Украины. Данный конструкт создается при помощи гиперболы и метонимического перифраза, обозначающих Украину как часть европейского пространства, метафоры, представляющей Европу как корабль, который терпит бедствие из-за Украины. Эти стилистические средства расширяют масштабы конфликта в Киеве до угрозы стабильности всей Европы. Лексические средства, такие как военная лексика и слова с отрицательной коннотацией подчеркивают напряженность обстановки. В итоге идеологема создает положительный образ украинского народа, который борется за свое будущее. Следовательно, при освещении событий Евромайдана СМИ успешно реализуют функцию идеологического воздействия, позиционируя Украину как «своего» и формируя общественное мнение в поддержку демонстраций.

Параллельно с событийной идеологемой, описывающей сами протесты, в медиаматериалах выстраивается личностная идеологема «Виктор Янукович». Идеологема слагается из четырех конструктов. Первый конструкт «Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев» создается с помощью фразеологизмов и лексем со значением отказа, что показывает читателю, что президент отказался подписывать договор и не помог народу реализовать его стремление к сотрудничеству с ЕС, эпитетов, характеризующих его решение как необдуманное и неожиданное, аллюзии к событиям Оранжевой революции, напоминающей о том, что политик уже один раз был в центре скандала, синтаксических эмфатических конструкций. В итоге внимание читателя фокусируется на том, что именно президент виновен в начале протестов. Второй конструкт «Виктор Янукович – слабый несамостоятельный политик» выстраивается за счет стилистически сниженной лексики, показывающей неуважение к президенту, лексем со значением давления и уступки, эпитетов с отрицательной коннотацией, Третий конструкт «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде» базируется на лексике с семой обогащения, продажности, помещенной в ударные позиции в предложении, метафорах торговли и антитезе, противопоставляющей «правильных»,

решительных, дальновидных политиков, корыстным и коррумпированным. Последний конструкт «Виктор Янукович – жестокий тиран» создается при помощи военных клише, атрибутивных конструкций и неологизмов с отрицательной коннотацией, лексем с семантическим компонентом принуждения, жестокости. Все конструкты имеют отрицательную оценочную нагрузку, поскольку англоязычные новостные ресурсы выделяют такие характеристики украинского политика, как отсутствие лидерских качеств, несамостоятельность в принятии решений, нежелание прислушаться к мнению народа, недальновидность, ненадежность, продажность, коррумпированность, жестокость. Такой лидер, безусловно, вызывает негативную реакцию западной аудитории и классифицируется как «чужой» (плохой), от которого страна должна избавиться.

Таким образом, образ Украины периода Евромайдана создается как два подобраза: положительный образ протестующего народа и отрицательный образ лидера страны. Украина отождествляется с народом, который стремится в Европу и позиционируется как «свой», и противопоставляется президенту, «чужому», который мешает развитию государства. Следовательно, страна оценивается положительно.

На контрасте с отрицательным образом В. Януковича во время президентских выборов выстраивается большей частью положительный образ нового президента Украины П. Порошенко. Идеологема «Петр Порошенко» состоит из пяти конструктов: «Петр Порошенко – успешный бизнесмен», «Петр Порошенко – политик из прошлого», «Петр Порошенко – участник Евромайдана», «Петр Порошенко – проевропейский политик», «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну». Конструкт «Петр Порошенко – успешный бизнесмен» выстраивается с помощью метафор, представляющих П. Порошенко как хозяина огромной бизнес-империи, прецедентных имен, подчеркивающих увлеченность нового президента своим бизнесом, антитезы и игры слов, а также лексем с семантическими компонентами успешности, прибыльности. Второй конструкт «Петр Порошенко – политик из

прошлого» создается с помощью лексем и атрибутивных конструкций с отрицательной коннотацией, которые подчеркивают связь П. Порошенко с коррумпированной прошлой властью, и стилистического приема антитезы, которая противопоставляет его новым народным лидерам майдана. Третий конструкт «Петр Порошенко – участник Евромайдана» базируется на перифразах и трансформированных фразеологизмах, которые изображают П. Порошенко как представителя старой власти, но поддержавшего протесты, детальном описании с перечислением бесстрашных действий политика, старавшегося предотвратить жертвы во время одного из первых столкновений с полицией, и метафор, подчеркивающей сближение политика с протестующим народом. Следующий конструкт «Петр Порошенко – проевропейский политик» выстраивается при помощи атрибутивных фраз с ярким эмоционально-оценочным компонентом, которые выражают поддержку, приверженность каким-то идеям, и прилагательных «*pro-Western/pro-European*», акцентирующих политические ориентиры нового лидера. И пятый конструкт «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну» создается путем употребления лексем с семантическим значением «хороший для каких-то целей, подходящий», метафоры, изображающей П. Порошенко как капитана корабля, способного провести страну-корабль по заданному курсу, успешно маневрируя между препятствиями в виде сторонников разных политических взглядов, и метафоры, представляющей политика как строителя моста между двумя берегами, перечислением положительных черт и навыков нового президента.

Из пяти конструктов первые два имеют смешанную оценку. С одной стороны, в них подчеркивается опыт П. Порошенко в решении сложных политических, экономических и бизнес задач, его опыт работы в управленческой сфере, что, безусловно, характеризует его положительно. А с другой стороны показано, что в жизни политика есть вещи (бизнес, связь с коррупционными политиками), которые могут помешать ему на должном уровне выполнять президентские обязанности. Три конструкта заключают в себе положительную оценку, т.к. выделяют про-европейский курс политика, его поддержку народа в

ходе протестов и способность объединить страну. В итоге создается образ Петра Порошенко как нового, активного, успешного, поистине европейского лидера, «своего» по отношению к западному миру. Таким образом, в англоязычной прессе в скрытой форме была выражена поддержка кандидатуры П. Порошенко во время предвыборной кампании. Образ Украины, реализуемый через образ нового президента П. Порошенко, положительный.

На противопоставлении протестам Евромайдана построено повествование о событиях в Крыму и на Донбассе. Смысловое наполнение идеологемы «События в Крыму и на Донбассе» создается двумя взаимосвязанными конструктами: «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России» и «Украина – жертва агрессии России». Отрицательное отношение к происходящим событиям и политика непризнания отделения территорий закладывается уже на этапе отбора номинаций. Идеологически-модальная лексика, лексемы с семантическим компонентом принуждения и силового воздействия, градация конфликта до масштабов противостояния времен холодной войны представляют англоязычной аудитории присоединение Крыма к России и выделение республик Донецка и Луганска как результат незаконных действий России. Украина рассматривается лишь как территория, на которой разворачиваются события.

Первый конструкт «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России» активно выстраивается на этапе отбора информации для освещения путем исключения из информационного пространства не соответствующих идеологическому представлению фактов и смещения акцентов на малочисленность и разрозненность протестов. На уровне языкового оформления материалов используются стилистически сниженная и разговорная лексика, слова с отрицательным оценочным компонентом, собирательные существительные. Эти лексические средства фокусируют внимания читателя на том, что протестующие не представляют собой единую организованную силу, которая могла бы объединиться и единодушно выступить за отделение территорий. Стилистический прием метафоры, представляющий Украину как треснутый объект, разваливающийся на куски под воздействием внешней силы, подчеркивает

слабость государства, но, в то же время, и акцентирует внимание на том, что страна смогла сохранить свою целостность, если бы не было внешнего вмешательства со стороны России. Следовательно, протестующие в Крыму и на Донбассе, отделяются от Украины, становятся «чужими» наравне с Россией, а Украина остается «своим», который нуждается в помощи и поддержке.

Второй конструкт «Украина – жертва агрессии России» тесно связан с первым и реализуется, большей частью, за счет метафор. Так, Украина представляется как объект, от которого Россия отрезает кусок за куском, как поверженный воин, чья дальнейшая судьба находится в руках победителя, как тело, которое расчлениют на части, как приз, который разыгрывают, и трофей, который получает сильнейший. Украина репрезентируется как пассивный объект воздействия. Этому способствует и употребление лексемы «*Ukraine*» в позиции прямого дополнения после глаголов, обозначающих действие. Яркие аналогии воздействуют на западную аудиторию, вызывая осуждение жестокости России и стремление помочь Украине. Кроме того, перифразы и уточнения изображают Украину как часть Европы, а военные клише показывают напряженность ситуации, приближая происходящее к западному читателю, подчеркивая необходимость вмешаться в данный конфликт.

Таким образом, оба конструкта идеологемы имеют смешанную оценку, акцентируя, с одной стороны, внимание читателей на слабости самого государства и противоречиях внутри него, что оценивает государство отрицательно, а с другой стороны, демонстрируя вмешательство России и ее содействие разжиганию конфликта на Украине, а затем силовое отделение территорий, что, безусловно, вызывает отрицательную оценку действий России и стремление помочь Украине. Так, Украина позиционируется как «свой», нуждающийся в помощи, а Россия – как агрессивный «чужой», которого надо остановить.

Повествование о выборах в парламент также выстраивается в контексте оппозиции «свой-чужой»: «своими» представлены политические партии, пропагандирующие европейский вектор развития Украины, а «чужими»,

соответственно, пророссийские политические силы. Идеологема «Парламентские выборы на Украине» состоит из двух конструктов «Проевропейские партии – самые популярные на Украине» и «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны». Первый конструкт «Проевропейские партии – самые популярные на Украине» создается при помощи экспрессивных эмоционально-оценочных атрибутивных и глагольных фраз со значением доминирования, преобладания, фразеологизмов и слов с семой множественности, метафор, подчеркивающих, что данные выборы закрепляют проевропейский выбор государства, и антитезы, противопоставляющей пророссийские политические силы как непопулярные, недружественные, правильным, хорошим проевропейским.

Второй конструкт «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны» базируется на метафоре, которая представляет Украину как человека, уверенно идущего к цели, и лексемах и устойчивых словосочетаниях со значением изменения, прогресса, развития.

Итак, идеологема «Парламентские выборы» представляет западной аудитории прошедшие выборы как безоговорочную победу проевропейских партий, пропагандирующую курс на ассоциацию с ЕС, подтверждая таким образом, что украинский народ видит свое будущее именно в партнерстве с Западом, а не с Россией. Выборы репрезентированы как точка отсчета новой истории государства. Они разделяют историю Украины на отрицательное прошлое, которое народ хочет забыть, и положительное будущее, которое население помогает создавать. Естественно, западные читатели положительно оценивают такие результаты голосования и стремления украинского народа. Оценка идеологемы положительная.

Таким образом, три идеологемы («Евромайдан», «Петр Порошенко», «Парламентские выборы») имеют положительную оценку, две смешанную («Виктор Янукович» и «События в Крыму и на Донбассе»), что позволяет говорить о положительной репрезентации Украины периода политического кризиса в англоязычной прессе и соответствует официальной риторике западных стран.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование выполнено в рамках активно развивающегося лингвоаксиологического направления лингвистических исследований, которое сформировалось в конце XX – начале XXI века. Аксиологическая лингвистика изучает ценности общества через их отражение в языке. Методы лингвоаксиологии позволяют на основании анализа языковых способов оформления высказывания и обстоятельств порождения текста определить ценностное отношение автора к описываемому фрагменту действительности.

Аксиологическая лингвистика оперирует такими тесно связанными между собой понятиями, как «ценность», «оценка» и «оценочность». Ценности представляют собой идеалы, ориентиры, которые регулируют деятельность человека и общества и определяют отношение к объектам окружающего мира. Ценности неразрывно связаны с развитием общества и, следовательно, могут изменяться в связи, например, со сменой политико-идеологических взглядов. В результате соотнесения объекта действительности с системой ценностей у человека вырабатывается оценка, на основании которой все феномены окружающего мира классифицируются на «хорошие» и «плохие». Вербально оценка выражается языковыми средствами разных уровней, однако знак оценки не определяется исключительно вербальными средствами, а зависит во многом от экстралингвистического контекста. Наиболее важными экстралингвистическими факторами, влияющими на оценку, можно считать ситуацию общения, господствующие в обществе ценности и политико-идеологические взгляды, а также цели и мотивы адресанта. Некоторые виды текстов, такие как политические тексты и тексты СМИ, особенно насыщены оценками. Их неотъемлемой чертой является политико-идеологическая оценочность.

Политико-идеологические взгляды находят свое выражение в текстах в виде идеологем. В настоящей работе идеологема рассматривается как лингвокогнитивная единица, т.е. единица двойственной природы: ментальной и языковой. С когнитивной точки зрения идеологема – это сложная ментальная

сущность, которая содержит представление об определенном фрагменте действительности. Смысловое наполнение идеологемы не постоянно и зависит от идеологической системы, в рамках которой она существует. Проникая в сознание реципиента, идеологема конструирует схемы, определяющие последующий процесс восприятия и оценки информации. Языковая сторона идеологемы представлена ее оболочкой, т.е. словом или словосочетанием, которым она вербализуется. Кроме того, с помощью языковых средств создается смысловое наполнение идеологемы.

Идеологема обладает несколькими сущностными характеристиками. Ей всегда присуща оценочность, благодаря которой она придает аксиологическую значимость объектам и явлениям. Идеологема фактически регулирует восприятие информации реципиентом, ориентируя его в сторону нужной оценки происходящего. Немаловажная черта идеологемы – темпоральность. Идеологема тесно связана с политико-идеологическими взглядами правящей элиты и актуальна столько времени, сколько преобладают эти взгляды. Помимо перечисленных признаков, идеологема характеризуется целенаправленностью: она всегда закладывается в текст с целью воздействия на конкретного адресата для формирования необходимой оценки определенного явления. Идеологеме также свойственна мифологичность, т.к. она основана на искаженном отражении действительности и сама создает мифическую реальность.

По своей структуре идеологема представляет собой сложную, неоднородную ментальную единицу, состоящую из совокупности смысловых блоков (конструктов). Конструкты различаются по объему, содержательно дополняют друг друга, являются носителями оценки и могут изменяться под воздействием политического контекста. Идеологемы, в свою очередь, могут становиться структурно-содержательными компонентами макроидеологем, ментальных единиц более крупного порядка, соотнесенных с определенным целостным фрагментом действительности. Совокупность идеологем внутри макроидеологемы также динамична и подвержена влиянию

экстралингвистических факторов. Конструкты, идеологемы и макроидеологемы формируются при помощи вербальных средств.

В современном мире в условиях информационного противоборства тексты СМИ становятся каналом трансляции государственной идеологии. В связи с этим из средств информирования они превращаются в средства идеологического воздействия, формируя определенное идеологически правильное видение окружающего мира и разделяя весь мир на «своих» и «чужих». Необходимость создания идеологически обработанного видения реальности оказывает влияние на структуру, содержание и языковое оформление текстов СМИ. Для новостной статьи отбираются только идеологически значимые факты и мнения и оформляются при помощи таких средств языка, которые могут сформировать необходимое представление и оценочное восприятие у аудитории. Следовательно, можно говорить об идеологемцентрическом построении текстов СМИ, благодаря которому человек просто усваивает систему идеологем, заложенную в медиаматериале.

В данной работе проанализирована макроидеологема «Украина», созданная в текстах англоязычных СМИ во время украинского политического кризиса 2013-2014 годов. Поскольку Украина стала причиной нового витка информационного противостояния между Россией и Западом, освещение событий украинского кризиса в СМИ превратилось в набор идеологических установок, которые внушались аудитории.

Макроидеологема «Украина» в англоязычном информационном пространстве конструируется из идеологем, которые выстраивались вокруг основных событий и их участников: «Евромайдан», «Виктор Янукович», «Петр Порошенко», «События в Крыму и на Донбассе», «Парламентские выборы». Смысловое наполнение каждой идеологемы создавалось с помощью конструктов. Так идеологема «Евромайдан» содержит три конструкта: «Евромайдан – это массовый всенародный протест», «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы», «Евромайдан – это победа народа»; идеологема «Виктор Янукович» состоит из четырех конструктов: «Виктор Янукович – политик,

который не оправдал ожиданий украинцев», «Виктор Янукович – слабый несамостоятельный политик», «Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде», «Виктор Янукович – жестокий тиран»; идеологема «Петр Порошенко» слагается из пяти конструкторов: «Петр Порошенко – успешный бизнесмен», «Петр Порошенко – политик из прошлого», «Петр Порошенко – участник Евромайдана», «Петр Порошенко – проевропейский политик», «Петр Порошенко – политик, который может объединить страну»; идеологема «События в Крыму и на Донбассе» включает в себя два конструктора: «События в Крыму и на Донбассе – результат действий России» и «Украина – жертва агрессии России», и идеологема «Парламентские выборы» создана также двумя конструкторами: «Проевропейские партии – самые популярные на Украине» и «Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны».

Аксиологическая составляющая макроидеологемы «Украина» выводится на основании совокупности оценочных компонентов идеологем, а аксиологическая характеристика идеологемы, в свою очередь, состоит из совокупности оценок конструкторов. Так, из конструкторов, составляющих идеологему «Евромайдан», два имеют положительную оценку и один смешанную, т.е. идеологема несет положительную аксиологическую нагрузку. В случае же с идеологемой «Виктор Янукович» было выявлено, что все конструкторы наоборот характеризуются отрицательной оценкой, придавая всей идеологеме отрицательную аксиологическую нагрузку. Однако образ Украины положительный во время протестов Евромайдана, поскольку конструкторы с отрицательной оценкой использовались только для создания образа президента Виктора Януковича, а, как показал анализ, государство в текстах СМИ отождествлялось с народом и не ассоциировалось с президентом. Положительная оценка протестующих и отрицательная оценка президента соответствовали официальной риторике западных стран на тему протестов Евромайдана. Лидеры Запада выражали поддержку протестующему народу в его стремлении сблизиться с Европой и осуждали действия президента. В итоге в этот период Украина в западном идеологическом пространстве стала впервые позиционироваться как «свой».

Во время выборов нового президента образ Украины в текстах СМИ выстраивался на базе повествования об основном претенденте на президентский пост Петре Порошенко. Идеологема «Петр Порошенко» состоит из пяти конструктов, из которых три с положительной оценкой и два со смешанной, следовательно, идеологема является носителем положительной оценки. Такая оценка Петра Порошенко совпадает с официальными заявлениями лидеров Великобритании и США, которые поддерживали политика во время избирательной кампании как «своего», поскольку он высказывался за сотрудничество с Евросоюзом, и его приход к власти оценили положительно.

Идеологема «События в Крыму и на Донбассе» имеет смешанную оценку, т.к. оба ее конструкта характеризуются смешанной аксиологической нагрузкой. Данное представление событий также соответствует позиции политических лидеров западных стран, которые, с одной стороны, выражали обеспокоенность происходящим на Украине и отрицательно оценивали политическую нестабильность и потерю Украиной контроля над своими регионами, а с другой, выражали готовность оказать помощь и встать на ее сторону в конфликте с Россией. Следовательно, Украину снова позиционировали как «своего».

И последняя идеологема «Парламентские выборы» содержит два конструкта с положительной оценкой и, соответственно, тоже получает положительное оценочное наполнение. Политики Великобритании и США неоднократно выражали поддержку проевропейского курса Украины и, следовательно, положительно оценили формирование проевропейского большинства в парламенте. Результаты выборов способствовали закреплению представления об Украине как о «своем» на мировой политической арене.

Таким образом, из пяти идеологем три имеют положительную оценку, одна смешанную и одна отрицательную. Следовательно, макроидеологема «Украина», созданная в текстах СМИ Великобритании и США в период политического кризиса, обладает положительной оценкой, что соответствует официальной риторике западных стран и отражает позиционирование Украины как «своего» для западного мира в условиях геополитического противостояния.

Перспективным направлением будущих исследований может стать:

- дальнейшая разработка теории идеологем в лингвистике (изучение невербального плана выражения идеологемы в сочетании с вербальным, выявление соотношения идеологемы с другими лингвокогнитивными единицами в общей картине мира, сопоставление идеологем разных лингвокультурных сообществ, связанных с одним феноменом действительности);

- исследование роли идеологем как средств идеологически «правильного» представления действительности и инструментов воздействия на массовое сознание в медиарепрезентациях других общественно-политических конфликтов, противоречий в международной сфере и внутривнутриполитической борьбе;

– изучение особенностей вербализации Украины в англоязычных СМИ в разные периоды истории государства (например, сразу после обретения независимости, во время Оранжевой революции 2004-2005 годов и политического кризиса 2013-2014 годов).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева, А.А. Образы референдумов в Крыму и Шотландии (на материале британских и российских СМИ) / А.А. Алексеева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – Новосибирск, 2015. – Том 14, вып. 6. – С. 163-170.
2. Алексеева, А.А. Лексические и фразеологические средства репрезентации образа России (на материале отечественной и зарубежной прессы 2008-2011 гг. и ассоциативного эксперимента): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Алексеева Алина Алексеевна. – Новосибирск, 2012. – 22 с.
3. Алиева, Т.В. Языковые средства реализации концептуальной оппозиции «свой – чужой» в британском политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Алиева Татьяна Владимировна. – М., 2013. – 28 с.
4. Антонова, Т.Г. Конфликт на Украине «глазами Европы»: метафорическое моделирование образа в британском издании «Гардиан» / Т.Г. Антонова // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 419. – С. 12-22.
5. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. / И.В. Арнольд. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
6. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
7. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
8. Бабаева, Е.В. Лингвоаксиологические характеристики русской и немецкой аксиологических картин мира: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20 [Электронный ресурс] / Бабаева Елена Викторовна. – Волгоград, 2004. – 40 с. – Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01002726811#?page=1> (дата обращения: 11.11.2018).
9. Баданина, К.Г. Типы и средства выражения оценки в текстах предвыборной кампании партии «Единая Россия» / К.Г. Баданина // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы

- Международной научной конференции (Екатеринбург, 26 -28.08.2014). – Екатеринбург, 2014. – С. 16 -20.
10. Бахтин, М.М. Вопросы литературы и эстетики / М.М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1975. – 504 с.
 11. Бахтин, М.М. Слово в романе [Электронный ресурс] / М.М. Бахтин. – 2013. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/bahtin/slov_rom.php (дата обращения: 18.10.2018)
 12. Бессарабова, Н.Д. Метафора и образность газетно-публицистической речи / Н.Д. Бессарабова // Поэтика публицистики. – М.: МГУ, 1990. – С. 21 -34 .
 13. Блинова, Ю.А. Прецедентные имена собственные в немецком газетном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Блинова Юлия Анатольевна. – Самара, 2007. – 24 с.
 14. Болдырев, Н.Н. Исследование оценочных смыслов в контексте познавательных процессов / Н.Н. Болдырев // Язык. Текст. Дискурс. – Ставрополь: СГПИ, 2010. – № 8. – С. 24 -37.
 15. Болдырев, Н.Н. Оценочные категории как формат знания / Н.Н. Болдырев // Исследование типов знаний и проблема их классификации: сборник научных трудов. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Р.Г. Державина, 2008. – С. 25-37.
 16. Будаев, Э.В. Постсоветская действительность в метафорах российской и британской прессы / Э.В. Будаев. – Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2007. – 149 с.
 17. Будаев, Э.В. Ukraine vs. the Ukraine: определенный артикль как идеологический маркер / Э.В. Будаев // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления: материалы Международной научной конференции (Екатеринбург, 27.11.2015) / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2015. – С. 31-37.
 18. Будаев, Э.В., Курейко, В.В. Метафорическая репрезентация кризиса на Украине в русскоязычных комментариях новостных порталов / Э.В. Будаев,

- В.В. Курейко // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2016. – № 4 (58). – С. 93-98.
19. Бурдые, П. Телевидение и журналистика / П. Бурдые; пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В. Марковой. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры» : Институт экспериментальной социологии, 2002. – 159 с.
20. Бушев, А.Б. Украинский кризис 2014 года в освещении мировых медиа / А.Б. Бушев // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы Международной научной конференции (Екатеринбург, 26-28.08.2014) / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2014. – С. 37 -43.
21. Бушев, А.В. Элементы дискурс-анализа для оценки манипуляции в глобальных средствах массовой коммуникации / А.В. Бушев // Вестник БГУ. – Улан-Удэ, 2009. – №6. – С. 301-306.
22. Васильева, Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе / Л.В. Васильева // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – Благовещенск, 2010. – №50. – С. 109 -112.
23. Вдовиченко, Л.В. Идеологемы «порядок» и «order»: специфика употребления в российском и американском политическом дискурсе / Л.В. Вдовиченко // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2011. – №4 (38). – С. 71 -75.
24. Вепрева, И.Т., Шадрина, Т.А. Идеологема и мифологема: интерпретация терминов / И.Т. Вепрева, Т.А. Шадрина // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 3. – С. 120-131.
25. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – М.: Едиториал УССР, 2002. – 280 с.
26. Воробьева, О.И. Политическая лингвистика. Современный язык политики. / О.И. Воробьева. – М.: Издательство ИКАР, 2008. – 296 с.
27. Воронцова, Т.А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство / Т.А. Воронцова. – Ижевск, 2006. – 128 с.

28. Вотинцева, Е.В., Фактуллина, Ф.Г. Аксиологические проблемы современной лингвистики / Е.В. Вотинцева, Ф.Г. Фактуллина // Вестник Башкирского университета. Т. 20. – 2015. – №4. – С. 1352-1355.
29. Газинская, Ю.В. Конструирование политической реальности в русскоязычном медиадискурсе Украины: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Газинская Юлия Валерьевна. – Чита, 2014. – 199 с.
30. Гартман, Э. Сущность мирового процесса, или Философия бессознательного: Бессознательное в явлениях телесной и духовной жизни / Э. Гартман; пер. с нем. А.А. Козлова. – М.: URSS : ЛЕНАНД, 2014. – 321 с.
31. Генералова, С.Н. Идеологические коннотативы как отражение идеологического кода в президентском дискурсе / С.Н. Генералова // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2012. – № 2. – С. 137-145.
32. Генералова, С.Н. Понятие «политический дискурс» в лингвокультурологической парадигме / С.Н. Генералова // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2010. – № 5 (1). – С. 95-101.
33. Генисаретский, О.И. Художественно-ценностные истоки стиля [Электронный ресурс] / О.И. Генисаретский // Проблема единства современного искусства и классического наследия. – М.: Институт философии АН СССР, 1988. – Режим доступа: <http://prometa.ru/olegen/publications/109> (дата обращения: 05.05.2018).
34. Гибатова, Г.Ф. Аксиология в языке / Г.Ф. Гибатова // Вестник ОГУ. – Оренбург, 2011. – №2 (121). – С. 127-132.
35. Гизатуллина, А.Р., Гумерова, М.И. Идеологемы постперестроечного периода как фактор формирования нового сознания: общая характеристика (на материале газеты «Известия») / А.Р. Гизатуллина, М.И. Гумерова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2015. – №3(53). – С. 95-101.
36. Гизатуллина, А.Р., Гумерова, М.И. Способы выражения оценочности в идеологемах постперестроечного периода (на материале газеты «Известия») / А.Р. Гизатуллина, М.И. Гумерова // Филология и культура. Philology and Culture. – Казань, 2016. – №2 (44). – С. 63-68.

37. Голоусова, Е.С., Амиров, В.М. Крымский референдум и интерпретация его итогов в СМИ (на примере анализа российской и американской печати) / Е.С. Голоусова, В.М. Амиров // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2016. – № 2 (56). – С. 55-59.
38. Гончарова, Е.А. Научная коммуникация – дискурс – интердискурсивность / Е.А. Гончарова // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сборник научных статей – СПб.: СПбГУЭФ, 2001. – С. 59-68.
39. Гришина, О.А. Актуализация концепта АМЕРИКА в современном русском языке (на материале публицистических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Гришина Ольга Александровна. – Архангельск, 2004. – 23 с.
40. Гронская, Н.Э. Идеологема как объект и инструмент политического проектирования / Н.Э. Гронская // Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций. Материалы X Международной научной конференции. – М.: ЛЕНАРД, 2013. – Ч. 2. – С. 41-49.
41. Гусейнов, Г.Ч. Д. С. П. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х / Г.Ч. Гусейнов. – М.: Три квадрата, 2004. – 289 с.
42. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989, – 310 с.
43. Демьянков, В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В.З. Демьянков // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект, 2008. – С. 374 - 394.
44. Дзялошинский, И.М. Манипулятивные технологии в СМИ: учебно-методическое пособие / И.М. Дзялошинский. – М.: Гуманитарный институт, 2006. – 48 с.
45. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
46. Добросклонская, Т.Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского

- университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – М., 2009. – №2. – С. 85-94.
47. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М.: ФЛИНТА, 2008. – 203 с.
48. Дормидонтова, О.А. Категория оценки и оценочная категоризация с позиций современной лингвистики / О.А. Дормидонтова // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2009. – №2 (21). Ч.1. – С. 47-49.
49. Дроняева, Т.С. Информационный подстиль / Т.С. Дроняева // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов. – М.: Академический Проект : Альма Матер, 2008. – С. 496-521.
50. Дускаева, Л.Р., Краснова, Т.И. Интенциональность и модализация медиатекста в контексте культуры (опыт обобщения) / Л.Р. Дускаева, Т.И. Краснова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – №3 (49). – С. 51-57.
51. Егорова, Э.В. Украинский кризис: образ России в англоязычных электронных СМИ / Э.В. Егорова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – С. 60-65.
52. Жуков, И.В. Критический анализ дискурса печатных СМИ: особенности освещения северокавказского конфликта 1998-2000 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Жуков Илья Владимирович. – Тверь, 2002. – 15 с.
53. Журавлев, С.А. Идеологемы и их актуализация в русском лексикографическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Журавлев Сергей Александрович. – Казань, 2004. – 23 с.
54. Зэмшал, П. Несколько замечаний относительно понятия идеологемы / П. Зэмшал // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – №2 (48). – С. 138-142.
55. Иванова, Г.Ф. Оценка в ментальной сфере языка / Г.Ф. Иванова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2007. – Вып. 3. Ч. II. – С. 143-150.

56. Иванова, Е.В. Пословичная концептуализация мира: на материале английских и русских пословиц: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04, 10.02.20 / Иванова Елизавета Васильевна. – СПб, 2003. – 419 с.
57. Иванова, С.В. Культурологическая модальность в политическом медиадискурсе / С.В. Иванова // Медиалингвистика. Т. 5.– 2018. – №2 – С. 199 - 209.
58. Иванова, С.В. Мифологемы американского политического медиадискурса эпохи Д. Трампа (типологический аспект) / С.В. Иванова // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2018. – №1 – С. 54-59.
59. Иванова, С.В., Чанышева, З.З. Идеологическая составляющая содержания как объект лингвистической экспертизы политического текста / С.В. Иванова, З.З. Чанышева // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2018. – №1 (67). – С. 180-190.
60. Ивин, А.А. Современная аксиология: некоторые актуальные проблемы / А.А. Ивин // Философский журнал. – 2010. – №1 (4). – С. 66-78.
61. Измаилян, Д.Б. Языковая реализация идеологического компонента в новостных текстах СМИ (на примере британской качественной прессы): дис. на соиск. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Измаилян Диана Борисовна. – 184 с.
62. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. / Иссерс Оксана Сергеевна. – Омск, 1999. – 30 с.
63. Каган, М.С. Философская теория ценности / М.С. Каган. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. – 205 с.
64. Казаков, А.А. Сравнение фреймов и повесток дня второго уровня «Российской газеты», «Новой газеты» и «Нью-Йорк Таймс» (на примере освещения событий на юго-востоке Украины) / А.А. Казаков // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления: материалы Международной научной конференции. (Екатеринбург, 27.11.2015) / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2015. – С. 110-114.

65. Казыдуб, Н.Н. Аксиологические системы в языке и речи / Н.Н. Казыдуб // Вестник ИГЛУ. – 2009. – №2 (6). – С. 132-137.
66. Кайда, Л.Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция / Л.Г. Кайда // Язык современной публицистики: сб. статей / под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Флинта : Наука, 2005. – С.58-66.
67. Каменева, В.А. Лингвокогнитивные средства выражения идеологической природы публицистического дискурса (на материале американской прессы): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Каменева Вероника Александровна. – Кемерово, 2007. – 43 с.
68. Карамова, А.А. Идеологемы: определение понятия и типология / А.А. Карамова // Современные проблемы науки и образования [Электронный ресурс]. – 2015. – №2. Ч.1. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20815> (дата обращения: 17.10.2018).
69. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2005. – 832 с.
70. Карасик, В.И. Аксиологическая лингвистика: перспективы развития / В.И. Карасик // Ментальность и изменяющийся мир: коллективная монография: к 75-летию проф. В.В. Колесова / отв. ред. М.В. Пименова. – Севастополь: Рибэст, 2009. – С. 13-20.
71. Карасик, В.И. Культурные доминанты в языке / В.И. Карасик // Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – С. 116-144.
72. Карасик, В.И. Языковая матрица культуры / В.И. Карасик. – М.: Генезис, 2013. – 320 с.
73. Квашина, В.В. Проблемы аксиологии в современном языкознании / В.В. Квашина // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – Челябинск, 2013. – № 2. – С. 181-189.
74. Клименко, Д.А. Формирование образа Ватикана в онлайн версиях российских и зарубежных изданий в период понтификата Бенедикта XVI: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Клименко Дарья Александровна. – Москва, 2013. – 26 с.

75. Клушина, Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000-2008 гг.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Клушина Наталья Ивановна. – М., 2008. – 57 с.
76. Клушина, Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000-2008 гг.): дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Клушина Наталья Ивановна. – М., 2008. – 352 с.
77. Клушина, Н.И. Лингвистика убеждения: интенциональные категории публицистического текста / Н.И. Клушина // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – 2008. – Вып. 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/лингвистика-убеждения-интенциональные-категории-публицистического-текста> (дата обращения: 13.10.2018).
78. Клушина, Н.И. Особенности публицистического стиля / Н.И. Клушина // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект, 2008. – С. 479-496.
79. Клушина, Н.И. Теория идеологем / Н.И. Клушина // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – №4. – С. 54-58.
80. Комиссарова, Н.Г., Якупова, Д.Р. Оценочность в дискурсе СМИ / Н.Г. Комиссарова, Д.Р. Якупова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – №2 (80). Ч. 1. – С. 83-87.
81. Кондратьева, О.Н., Ковалева, К.А. Судебный процесс над Юлией Тимошенко в зеркале театральной метафоры (по материалам официального сайта) / О.Н. Кондратьева, К.А. Ковалева // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2015. – № 1 (51). – С. 115-120.
82. Копнина, Г.А. Речевое манипулирование: учебное пособие / Г.А. Копнина. – М.: Флинта : Наука, 2007. – 176 с.
83. Кормилицына, М.А. Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет / М.А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации: межвузовский сборник научных трудов – Саратов: Издательство Саратовского университета, 2008. – Вып. 8. – С. 13-34.

84. Коростова, С.В. Эмотикон языковой личности в текстах современных масс-медиа / С.В. Коростова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2015. – №1. – С. 77-87.
85. Костина, К.В. Аксиологический аспект языковой репрезентации образа России в современном немецком медиадискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Костина Ксения Викторовна. – Иркутск, 2011. – 171 с.
86. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – М.: Златоуст, 1994. – 246 с.
87. Коцюбинская, Л.В. Понятие «информационная война» в современной лингвистике: новые подходы / Л.В. Коцюбинская // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2015. – № 4 (54). – С. 93-96.
88. Коцюбинская, Л.В., Кузина, О.А. К вопросу об аксиологии в лингвистике / Л. В. Коцюбинская, О.А. Кузина // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Том 7. Филология. – 2015. – №1. – С. 59-67.
89. Красильникова, Н.А. Грузия: жертва или злодей? Метафорический образ Грузии в дискурсе общественности на сайтах СМИ Великобритании / Н.А. Красильникова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2009. – №4 (30). – С. 128-132.
90. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
91. Кубрякова, Е.С., Цурикова, Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е.С. Кубрякова, Л.В. Цурикова // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М: Академический проект, 2008. – С. 183-210.
92. Куданкина, О.А. Актуализация концепта ГЕРМАНИЯ в российской публицистике: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Куданкина Ольга Александровна. – Архангельск, 2005. – 23 с.
93. Кузина, О.А. Фразеологические единицы как средство отражения событий политической жизни на Украине (на материале англоязычных СМИ) /

- О.А. Кузина // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2016. – №1 (55). – С. 104-111.
94. Кузнецова, Т.В. К вопросу об аксиологической миссии современных масс-медиа // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы / Т.В. Кузнецова // Материалы научно-практической конференции (26-27 апреля 2013 г.). – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – С. 230-242.
95. Куликов, Ю.Н. О сущности и природе художественной ценности. / Ю.Н. Куликов // Современное искусствознание. Методологические проблемы. – М.: «Наука», 1994. – 254 с.
96. Купина, Н.А. Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции / Н.А. Купина. – Екатеринбург-Пермь: Издательство Уральского университета., 1995. – 144 с.
97. Купина, Н.А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем / Н.А. Купина // Русский язык сегодня. – М.: Азбуковник, 2000. – Вып. 1. – С. 182-189.
98. Леонтьев, Д.А. Ценностные ориентации / Д.А. Леонтьев // Человек. Философско-энциклопедический словарь. – М., 2000. – С. 409.
99. Лингвистика и аксиология: этносемиометрия ценностных смыслов: коллективная монография / под ред. Е.Ф. Серебренниковой. – М.: ТЕЗАУРУС, 2011. – 352 с.
100. Лыкина, Е.А. Идеологема как лингвокогнитивная категория: к проблеме определения понятия / Е.А. Лыкина // Язык и культура: сборник материалов X Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: ЦРНС, 2014. – С. 201-207.
101. Ляпон, М.В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование / М.В. Ляпон // Язык и языковая личность. – М., 1989. – С. 24-33.
102. Малышева, Е.Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация / Е.Г. Малышева // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2009. – №4 (30). – С. 32-40.

103. Марьянчик, В.А. Аксиологическая структура медиа-политического текста (лингвостилистический аспект): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Марьянчик Виктория Анатольевна. – Архангельск, 2013. – 38 с.
104. Мелконян, Н.А, Жамакочян, А.С. Идеологемы в СМИ: проблемы определения понятия идеологема / Н.А. Мелконян, А.С. Жамакочян // Экономика и управление в XXI веке: наука и практика. – Череповец, 2015. – №2. – С. 164-171.
105. Минемуллина, А.Р. Оценочные прилагательные в языке современных средств массовой информации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Минемуллина Анна Романовна. – Киров, 2015. – 264 с.
106. Миронова, Э.Г. Образ России в журнале «Нью-Йоркер»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Миронова Эльвира Геннадьевна. – Москва, 2010. – 22 с.
107. Мирошниченко, А.А. Толкование речи. Основы лингво-идеологического анализа / А.А. Мирошниченко. – Ростов-на-Дону, 1995 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kazhdy.ru/andrey_miroshnichenko/rech/ (дата обращения: 03.06.2018).
108. Михайловская, М.В. Идеологема как элемент глобального вертикального контекста / К.В. Михайловская // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация. – Москва, 2018. – Вып. 2. – С. 374-377.
109. Моисеева, Т.В. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Моисеева Татьяна Валерьевна. – Екатеринбург, 2007. – 26 с.
110. Молодыченко, Е.Н. Риторика превосходства: аксиологическая перспектива (Барак Обама о Крымском кризисе) / Е.Н. Молодыченко // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – №3 (49). – С. 155-166.
111. Молодыченко, Е.Н. «Свои» и «чужие» в политическом дискурсе: инструментальная функция «чужого» в американской президентской риторике / Е.Н. Молодыченко. – Вестник Томского государственного университета, 2019 –

- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/328771930_Svoi_i_cuzie_v_politiceskom_diskurse_instrumentalnaa_funkcia_cuzogo_v_amerikanskoj_prezidentskoj_ritorike_Us_vs_Them_in_Political_Discourse_The_Instrumental_Function_of_the_Evil_Other_in_American_Pres (дата обращения: 12.03.2019).
112. Морозова, О.Н., Скворцова, А.В. Специфика объективации категории оценочности в современном английском политическом интернет-дискурсе (на материале персональных сайтов членов парламента Великобритании) / О.Н. Морозова, А.В. Скворцова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – №1 (47). – С. 84-88.
113. Нахимова, Е.А. Идеологема СТАЛИН в современной массовой коммуникации / Е.А. Нахимова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2011. – №2 (36). – С. 152-156.
114. Никитина, К.В. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США): автореф. ...дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Никитина Ксения Валерьевна. – Уфа, 2006. – 22 с.
115. Новак, М.В. Культурно-семиотический анализ идеологем общества потребления / М.В. Новак // Современный дискурс-анализ [Электронный ресурс]. – 2013. – Вып. 7. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada7/st55.shtml> (дата обращения: 21.10.2018).
116. Орлова, О.Г. Актуализация концепта «Russia» («Россия») в американской публицистике: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Орлова Олеся Геннадьевна. – Волгоград, 2005. – 24 с.
117. Осипов, Г.А. «Конституция», «Свобода», «Президент»: когнитивно-прагматические особенности политических идеологем в современном американском политическом дискурсе / Г.А. Осипов // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2012. – №3 (41). – С. 95-98.
118. Павлов, С.Г. Лингвоаксиологическая модель человека: научно-методический аспект / С.Г. Павлов // Вестник Минского университета. – Минск, 2013. – №2. – С. 56-68.

119. Петрова, Н.Е., Рацибурская, Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учебное пособие / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 160 с.
120. Пивоварчик, Т.А. Идеологемы в дискурсе белорусских и российских СМИ: к проблеме конструирования социальной действительности / Т.А. Пивоварчик // Речевая коммуникация на современном этапе: социальные, научно-теоретические и дидактические проблемы: Материалы Международной научной конференции. В 2 ч. Ч. 2. Москва, 5-7 апреля, 2006. – М., 2006. – С. 241-246.
121. Пионтек, Б.М. Общеязыковые факторы генезиса идеологемы как категории политической лингвистики (на материале польского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Пионтек Барбара Мария. – М., 2012, – 24 с.
122. Покровская, А.Н. Художественные ценности в изменяющемся мире / Под ред. В.М. Конона. – Мн.: Навука і тэхніка, 1990. – 120 с.
123. Приходько, А.И. Дискурсивные трансформации оценки в СМИ / А.И. Приходько // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 2-3 апреля 2014 г.: Часть I: Сборник научных работ. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 23-26.
124. Проблемы и перспективы развития общества в современных условиях: коллективная монография / отв. ред. С.В. Бойко. – Череповец: Филиал СПбГЭУ в г. Череповце, 2015. – 252 с.
125. Пшенкин, А.А. Метафорический образ СССР / России в американском политическом дискурсе второй половины XX – начала XXI веков: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Пшенкин Алексей Александрович. – Барнаул, 2006. – 23 с.
126. Рыжова, В.А. Идеологема и мифологема как прагматическое ядро высказывания / В.А. Рыжова // Вестник ИГЛУ. – 2014. – №1 (26). – С. 27-31.

127. Рождественский, Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский. – М.: Добросвет, 1997. – 600 с.
128. Савенкова, В.Н. Идеологема «Комсомольск строят лучшие люди страны» в идиосфере Дальнего Востока России / В.Н. Савенкова // История и культура Приамурья. – 2010. – №1 (7). – С. 80-89.
129. Сергеева, Л.А. Проблемы оценочной семантики / Л.А. Сергеева. – М.: МГОУ, 2003. – 140 с.
130. Серова, С.А. Лингвистический анализ новостных газетных статей (оценочный аспект): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Серова Светлана Александровна. – Тамбов, 2007. – 24 с.
131. Серегина, И.А., Чудинов, А.П. Метафорические слоганы в дискурсе референдума о статусе Крыма / И.А. Серегина, А.П. Чудинов // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – № 2 (48). – С. 89-94.
132. Сорокина, О.Н. Языковая реализация образа Китая как информационной модели в средствах массовой информации США: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Сорокина Ольга Николаевна. – Владивосток, 2007. – 25 с.
133. Сидоров, В.А. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины / В.А. Сидоров, С.С. Ильченко, К.Р. Нигматуллина. – СПб., 2009. – 174 с.
134. Ситько, Ю.Л. Бытование функционально-прагматической методологии в отечественном языкознании 60-х годов XIX века – I-ой половины XX века (на примере понятия части речи) / Ю.Л. Ситько. – Севастополь: Рибэст, 2007. – 130 с.
135. Стернин, И.А. Коммуникативное поведение в составе национальной культуры / И.А. Стернин // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М., 1996. – С. 97-112.
136. Стернин, И.А., Розенфельд, М.Я.. Слово и образ. Монография / И.А. Стернин, М.Я. Розенфельд; под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: «Истоки», 2008. – 243 с.

137. Сурикова, Т.И. За что термин признан лукавым? / Т.И. Сурикова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2017. – №2 (62). – С. 110-115.
138. Телия, В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. / В.Н. Телия. – М.: Наука, 1986. – 143 с.
139. Темиргазина, З.К. Оценочные высказывания в современном русском языке: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Темиргазина Зифа Какбаевна. – Алматы, 1999. – 50 с.
140. Теория и методика лингвистического анализа политического текста: моногр. / отв. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2016. – 303 с.
141. Тимофеев, С.Е. Идеологема «русский мир» в современном политическом дискурсе / С.Е. Тимофеев // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2018. – Т. 9. №1. – С. 186-199.
142. Уржумцева, А.О. Украина, Россия и Евросоюз в ноябре 2013 года: метафорический образ стран и их взаимоотношений в испанской газете «Эль Паис» / А.О. Уржумцева // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2014. – № 2 (48). – С. 195-200.
143. Фуксон, Л.Ю. Проблема интерпретации и ценностная природа литературного произведения / Л.Ю. Фуксон. – Кемерово: КемГУ, 1999. – 128 с.
144. Хабекирова, З.С. Оценка и оценочность в языке демократической оппозиции (на материале газетного политического дискурса) / З.С. Хабекирова // Вестник Вятского государственного университета. – 2009. – №2 (3). – С. 20-23.
145. Хохлова, С.Н. Концепт «РОК» (муз.) в прагматическом аспекте: влияние фактора адресата на репрезентацию концепта: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Хохлова Светлана Николаевна. – Омск, 2015. – 254 с.
146. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта : Наука, 2006. – 136 с.

147. Чернявская, Е.А. Оценка и оценочность в языке художественной речи: на материале поэтического, прозаического и эпистолярного наследия А.С. Пушкина: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Чернявская Елена Анатольевна. – Брянск, 2001. – 270 с.
148. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А.П. Чудинов. – М.: Флинта : Наука, 2006. – 256 с.
149. Шапиева, Д.З. Лексико-стилистические средства выражения оценки в англоязычном политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Шапиева Диляра Залимхановна. – Москва, 2014. – 176 с.
150. Шарафутдинова, С.В. Формирование социальной оценки в дискурсе (на материале спортивного дискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук.: 10.02.19 / Шарафутдинова Светлана Вазыховна. – Ижевск, 2010. – 26 с.
151. Шаталова, Ю.Н. Общественно-политическая жизнь в зеркале словотворчества / Ю.Н. Шаталова // Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: материалы международного научного семинара. Белгород, НИУ «БелГУ», 2-3 апреля 2014 г. – Белгород, 2014. – С. 174-181.
152. Шевцов, О.Л. Формирование медийного имиджа России проправительственной газетной периодикой Украины (2004-2009): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Шевцов Олег Леонидович. – Воронеж, 2011. – 23 с.
153. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
154. Шишкин, Н.Э. Введение в теорию журналистики / Н.Э. Шишкин. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2004. – 167 с.
155. Эбру, А. Языковые средства создания образа политического деятеля в американских и британских СМИ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Эбру Аслан. – М., 2017. – 233 с.
156. Энс, Е.С. Влияние экстралингвистических факторов на интенциональность автора в инаугурационном дискурсе (на примере инаугурационных

- выступлений П.А. Порошенко и В.В. Путина) / Е.С. Энс // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления: материалы Международной научной конференции (Екатеринбург, 27.11.2015) / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2015. – С. 231-235.
157. Юзефович, Н.Г. Адаптация английского языка в межкультурном политическом дискурсе «Россия – Запад»: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Юзефович Наталья Григорьевна. – СПб, 2014. – 596 с.
158. Юнусова, Р.Д. Аксиология фразеологизмов со значением «гостеприимство / кунакчылык» в русском и татарском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Юнусова Резеда Джаудатовна. – Казань, 2009. – 23 с.
159. Язык СМИ и политика / под. ред. Г.Я. Солганика. – М.: МГУ; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
160. Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект, 2008. – 760 с.
161. Якобсон, Р.О. Лингвистика и поэтика / Р.О. Якобсон // Структурализм: «за» и «против» [Электронный ресурс]. – М., 1975. – С. 193-230. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-75.htm> (дата обращения: 12.10.2018).
162. Яхина, А.М. Оценочность как компонент значения фразеологических единиц в русском, английском и татарском языке (на материале глагольных ФЕ, обозначающих поведения человека): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Яхина Альбина Мухаметдиновна. – Казань, 2008. – 24 с.
163. Cohen, B. The Press and Foreign Policy / B. Cohen. – Princeton: Princeton University Press, 1963. – 288 p.
164. Dijk, T. van. Discourse, knowledge, power and politics: towards critical epistemic discourse analysis / T. van Dijk // Critical Discourse Studies in Context and Cognition. – John Benjamins Publishing Company, 2011. – P. 27-63.
165. Dijk, T. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach / T. van Dijk. – London: SAGE Publications, 1998. – 365 p.

166. Dijk, T. van. Ideology and Discourse Analysis / T. van Dijk // Journal of Political Ideologies, 2006. – №11 (2). – P. 115-140.
167. Eagleton, T. Ideology: An Introduction / T. Eagleton. – London: Verso Eds., 1991. – 242 p.
168. Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press / R. Fowler. – London and New York: Routledge, 1991. – 254 p.
169. Graham, L. Quoting Mario Juruna: Linguistic imagery and the transformation of indigenous voice in the Brazilian print press / L. Graham // American Ethnologist, 2011. – Vol. 38. – P. 164-183.
170. Herman, E., Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media / E. Herman, N. Chomsky. – New York: Pantheon Books, 1988. – 393 p.
171. Kress, G., Hodge, R. Language as ideology / G. Kress, R. Hodge. – London, 1979. – 161 p.
172. Lasswell, H. The Language of Power / H. Lasswell // Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics. – New York: George W. Stewart publisher, 1949. – P. 3-19.
173. Rohlinger, D. American Media and Deliberative Democratic Processes / D. Rohlinger // Sociological Theory. Vol. 25, 2007. – № 2. – P. 122-148.
174. Rokeach, M. Beliefs, Attitudes and Values: a Theory of Organization and Change / M. Rokeach. – San Francisco: Jossey-Bass, 1968. – 214 p.
175. Saleem, N. US media framing of foreign countries image: An analytical perspective / N. Saleem // Canadian Journal of Media Studies, 2007. – № 2. – P. 130-162.
176. Shoemaker, P., Reese, S. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content / P. Shoemaker, S. Reese. – New York: Longman, 1996. – 313 p.
177. Weaver, D. Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming / D. Weaver // Journal of Communication, 2007. – № 57. – P. 142-147.
178. Wodak, R. Language, Power and Identity [Электронный ресурс] / R. Wodak. – Cambridge University Press, 2011. – P. 215-233. – URL:

http://www.academia.edu/1539836/Language_Power_Identity (дата обращения: 03.09.2018).

Словари

1. НФС – Новейший философский словарь [Электронный ресурс]. – Минск: Книжный Дом, 1999. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy (дата обращения: 23.11.2018).
2. ФЭС – Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – Режим доступа: <http://terme.ru/dictionary/187/word/aksiologija> (дата обращения: 29.11.2018).
3. ЯБЭС – Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.
4. CALD – Cambridge Advanced Learner's Dictionary and Thesaurus [Электронный ресурс]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org>
5. CDT – Collins Dictionary and Thesaurus [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.collinsdictionary.com>
6. MWD – Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com>
7. OED – Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.etymonline.com>
8. OALD – Oxford Advanced Learner's Dictionary online [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
9. UD – Urban Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.urbandictionary.com>
10. Wordite [Электронный ресурс]. – URL: <http://wordite.com>

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. After Yanukovich // The Times. – 24.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/after-yanukovich-qq5nml6mwrc> (дата обращения 20.12.2018).
2. A readers' guide to the protests in Ukraine // The Washington Post. – 02.12.2013. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/europe/a-readers-guide-to-the-protests-in-ukraine/2013/12/02/2a589d1e-5b59-11e3-801f-1f90bf692c9b_story.html (дата обращения: 20.12.2018).
3. Back from the Precipice // The Times. – 22.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/back-from-the-precipice-pc2zrd296g9> (дата обращения: 21.12.2018).
4. Bloody carnage in Kiev as Ukraine teeters on brink of civil war // The Times. – 20.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/bloody-carnage-in-kiev-as-ukraine-teeters-on-brink-of-civil-war-qkhgsp8chst#tab-1> (дата обращения: 21.12.2018).
5. Careful: Is that Yanukovich, in Moscow? // The Washington Post. – 26.02.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/europe/careful-is-that-yanukovich-in-moscow/2014/02/26/61fa7bf0-9f21-11e3-9ba6-800d1192d08b_story.html (дата обращения: 20.12.2018).
6. Chocolate tycoon heads for landslide victory in Ukraine presidential election // The Guardian. – 23.05.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/may/23/petro-poroshenko-heads-landslide-ukraine-election> (дата обращения: 22.12.2018).
7. Crimea's Putin supporters prepare to welcome possible Russian advance // The Guardian. – 01.03.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/mar/02/ukraine-crimea-putin-supporters-russian-troops> (дата обращения: 20.12.2018).
8. Condemnation isn't enough for Russian actions in Crimea // The Washington Post. – 28.02.2014. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/condemnation-isnt->

- enough-for-russian-actions-in-crimea/2014/02/28/7b93b7c0-a09d-11e3-9ba6-800d1192d08b_story.html (дата обращения: 21.12.2018).
9. Defiance blazes in Ukraine's powder keg // The Times. – 13.04.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/defiance-blazes-in-ukraines-powder-keg-pz66rgs5tbp> (дата обращения: 23.12.2018).
 10. Dozens hurt as Kiev police clear pro-EU protest camp // The Times. – 30.11.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/dozens-hurt-as-kiev-police-clear-pro-eu-protest-camp-cvfkpk6n29st> (дата обращения: 21.12.2018).
 11. Eighteen dead as snipers open fire on Kiev protesters // The Times. – 19.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/eighteen-dead-as-snipers-open-fire-on-kiev-protesters-rw6fnks0hs6> (дата обращения: 20.12.2018).
 12. Front-Runner in Ukraine Election May Be Shifting Putin's Stance // The New York Times. – 18.05.2014. – URL: <https://www.nytimes.com/2014/05/19/world/europe/frontrunner-in-ukraine-election-may-be-shifting-putins-stance.html> (дата обращения: 21.12.2018).
 13. Huge crowds in central Kiev as EU talks falter // The Times. – 15.12.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/huge-crowds-in-central-kiev-as-eu-talks-falter-2x8dln86lg3> (дата обращения: 11.05.2018).
 14. In Ukraine, fighting at airport continues as president-elect vows to seek // The Washington Post. – 26.05.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/new-ukrainian-leader-prepares-to-take-power-vowing-peace-in-eastern-ukraine/2014/05/26/ba185dd0-2b17-4647-bf58-e3798ff00b2e_story.html (дата обращения: 20.12.2018).
 15. In Ukraine, objections from Maidan slow naming of new cabinet // The Washington Post. – 25.02.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/europe/ukraine-puts-off-vote-on-new-government-despite-eu-pleas-for-quick-action/2014/02/25/cdc81cde-9e18-11e3-b8d8-94577ff66b28_story.html (дата обращения: 18.12.2018).
 16. In Ukrainian presidential election, chocolate tycoon Poroshenko claims victory // The Washington Post. – 25.05.2014. – URL: <https://www.washingtonpost.com/>

world/ukrainians-head-to-the-polls-to-elect-a-new-president-except-in-the-restive-east/2014/05/25/2680fad4-e9f7-4118-923e-852b01351b39_story.html (дата обращения: 20.12.2018).

17. Is Ukraine the Cold War's final episode? // The Washington Post. – 19.02.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/george-will-is-ukraine-the-cold-wars-final-episode/2014/02/19/382f6844-99a9-11e3-80ac-63a8ba7f7942_story.html (дата обращения: 19.12.2018).
18. Kiev has rocked Putin. His rotten economy will finish him off // The Times. – 23.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/kiev-has-rocked-putin-his-rotten-economy-will-finish-him-off-hcbjs3g3rbm> (дата обращения: 23.12.2018).
19. Kiev protesters defiant after riot police fail to clear square // The Times. – 11.12.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/kiev-protesters-defiant-after-riot-police-fail-to-clear-square-27dd3shrm7w> (дата обращения: 11.05.2018).
20. Let our children grow up in Europe, say Kiev protesters // The Times. – 26.11.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/let-our-children-grow-up-in-europe-say-kiev-protesters-5rntx9jrrqw> (дата обращения: 11.05.2018).
21. Looking for the winners from Ukraine's election // The Washington Post. – 25.05.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/jackson-diehl-looking-for-the-winners-from-ukraines-election/2014/05/25/ed5fdad0-e410-11e3-8f90-73e071f3d637_story.html (дата обращения: 20.12.2018).
22. Mayor's plan to hit Ukraine poll – hang a voter by the testicles // The Times. – 26.04.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/mayors-plan-to-hit-ukraine-poll-hang-a-voter-by-the-testicles-kqck03qfq27#tab-1> (дата обращения: 21.12.2018).
23. Moscow knows just what it wants. Do we? // The Sunday Times. – 22.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/moscow-knows-just-what-it-wants-do-we-chj7sr3d7w7> (дата обращения: 19.12.2018).
24. Poroshenko favored to win elections in Ukraine, says he will negotiate with Russia // The Washington Post. – 23.05.2014. – URL: <https://www.washingtonpost.com/world/poroshenko-favored-to-win-elections-in->

- ukraine-says-he-will-negotiate-with-russia/2014/05/23/f8acacc9-ed0a-41e6-adc9-d170a8a8d8a3_story.html (дата обращения: 20.12.2018).
25. Pro-European Businessman Claims Victory in Ukraine Presidential Vote // The New York Times. – 25.05.2014. – URL: <https://www.nytimes.com/2014/05/26/world/europe/ukraine-elections.html> (дата обращения: 20.12.2018).
26. Pro-Europe parties dominate Ukraine vote // The Washington Post. – 27.10.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/europe/pro-europe-parties-dominate-ukraine-vote/2014/10/27/1114e343-d128-4a7d-bb5d-66d2a9836f72_story.html (дата обращения: 10.11.2018).
27. Pro-Europe parties set to sweep Ukraine parliamentary elections // The Daily Telegraph. – 26.10.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/11188708/Ukraine-heads-to-the-polls-in-parliamentary-elections.html> (дата обращения: 10.11.2018).
28. Protesters and troops converge on Kiev to hold rival mass rallies // The Times. – 13.12.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/protesters-and-troops-converge-on-kiev-to-hold-rival-mass-rallies-t2nfnqbr9rq> (дата обращения: 11.05.2018).
29. Protests in Ukraine after opposition leader beaten // The Times. – 13.01.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/protests-in-ukraine-after-opposition-leader-beaten-dh3t25sz3cd> (дата обращения: 20.12.2018).
30. Putin's Dubious Move // The Times. – 06.02.2015. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/putins-dubious-move-jh55x3fq2md> (дата обращения: 19.12.2018).
31. Putin was seen off by peasants with PhDs // The Times. – 24.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/putin-was-seen-off-by-peasants-with-phds-k8p9jtsf8dk> (дата обращения: 11.05.2018).
32. Revolutionary zeal returns to streets of Ukraine // The Times. – 02.12.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/revolutionary-zeal-returns-to-streets-of-ukraine-grzt9sxl3x> (дата обращения: 23.12.2018).

33. Riot police move in as Ukrainian President threatens Kiev protesters // The Times. – 11.11.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/riot-police-move-in-as-ukrainian-president-threatens-kiev-protesters-n3v60cbrf0w> (дата обращения: 11.05.2018).
34. Russia sanctions: little bark, less bite // The Guardian. – 21.03.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/mar/21/russia-sanctions-little-bark-less-bite-editorial-crimea-ukraine-russia> (дата обращения: 20.12.2018).
35. Snatch squad crucified me, says Kiev protest leader // The Times. – 07.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/snatch-squad-crucified-me-says-kiev-protest-leader-8pnd6gt5tlq> (дата обращения: 19.12.2018).
36. The Long Game // The Times. – 26.11.2013. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/the-long-game-r2pnr5zzc6f> (дата обращения: 20.12.2018).
37. The potential candidates competing for Ukraine's presidency // The Daily Telegraph – 25.02.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10661619/The-potential-candidates-competing-for-Ukraines-presidency.html> (дата обращения: 20.12.2018).
38. Thousands Demand Resignation of Ukraine Leader // The New York Times. – 01.12.2013. – URL: <https://www.nytimes.com/2013/12/02/world/europe/thousands-of-protesters-in-ukraine-demand-leaders-resignation.html> (дата обращения: 11.05.2018).
39. Thousands Protest Ukraine's Rejection of Trade Pacts// The New York Times. – 24.11.2013. – URL: <https://www.nytimes.com/2013/11/25/world/europe/thousands-of-ukrainians-protest-scrapping-of-trade-pact-with-eu.html> (дата обращения: 11.05.2018).
40. Three protesters die in clashes on Ukraine's Unity Day // The Times. – 22.01.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/three-protesters-die-in-clashes-on-ukraines-unity-day-tgkvx35rcsg#tab-1> (дата обращения: 23.12.2018).
41. Ukraine aligns with Moscow as EU summit fails // The Guardian. – 29.11.2013. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2013/nov/29/ukraine-yanukovych-moscow-eu-summit> (дата обращения: 20.12.2018).

42. Ukraine crisis fuels secession calls in pro-Russian south // The Guardian. – 23.02.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/feb/23/ukraine-crisis-secession-russian-crimea> (дата обращения: 19.12.2018).
43. Ukraine crisis: Viktor Yanukovich unrepentant as 'war' erupts in Kiev // The Daily Telegraph. – 19.02.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10647977/Ukraine-crisis-Viktor-Yanukovich-unrepentant-as-war-erupts-in-Kiev.html> (дата обращения: 21.12.2018).
44. Ukraine doesn't need another revolution // The Washington Post. – 02.12.2013. – URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/ukraine-doesnt-need-another-revolution/2013/12/02/a3aa5274-5b78-11e3-a49b-90a0e156254b_story.html (дата обращения: 20.12.2018).
45. Ukraine election a win for president and allies, early count suggests // The Guardian. – 27.10.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/oct/27/ukraine-election-presidents-allies-early-count-petro-poroshenko> (дата обращения: 10.11.2018).
46. Ukraine election: Petro Poroshenko declares victory in vote marred by violence and intimidation // The Daily Telegraph. – 25.05.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10855671/Ukraine-election-Petro-Poroshenko-declares-victory-in-vote-marred-by-violence-and-intimidation.html> (дата обращения: 20.12.2018).
47. Ukraine faces 'serious threat' of break-up, interim leader warns // The Times. – 25.02.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/ukraine-faces-serious-threat-of-break-up-interim-leader-warns-x6hns197zr0> (дата обращения: 19.12.2018).
48. Ukraine MPs appoint interim president as Yanukovich allies dismissed // The Guardian. – 23.02.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/feb/23/ukraine-crisis-interim-president-turchynov-yanukovich-tymoshenko> (дата обращения: 20.12.2018).
49. Ukraine MPs repeal anti-protest laws after Prime Minister quits // The Times. – 28.01.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/ukraine-mps-repeal-anti->

- protest-laws-after-prime-minister-quits-5p6wntw6z3p (дата обращения: 23.12.2018).
50. Ukraine needs Europe's help against Yanukovich // The Washington Post. – 02.12.2013. – URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/ukraine-needs-europes-help-against-yanukovich/2013/12/02/3c44156e-5b6b-11e3-a49b-90a0e156254b_story.html (дата обращения: 22.12.2018).
51. Ukraine on the Brink // The New York Times. – 27.11.2013. – URL: <https://www.nytimes.com/2013/11/28/opinion/ukraine-on-the-brink.html> (дата обращения: 23.12.2018).
52. Ukraine president claims win for pro-West parties // The New York Times. – 26.10.2014. – URL: <https://www.nytimes.com/2014/10/27/world/europe/ukrainian-parliamentary-elections.html> (дата обращения: 10.11.2018).
53. Ukraine protesters reject Geneva peace deal // The Times. – 19.04.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/ukraine-protesters-reject-geneva-peace-deal-chs5l66w6mz#tab-1> (дата обращения 21.12.2018).
54. Ukraine protest gives voice to frustration with opposition leaders // The Washington Post. – 19.01.2014. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/ukraine-protest-stoked-by-harsh-new-laws-gives-voice-to-frustration-with-their-leaders/2014/01/19/e850c2b4-812a-11e3-8099-9181471f7aaf_story.html (дата обращения 20.12.2018).
55. Ukraine protests one year on: 'Of course we haven't achieved our goals' // The Daily Telegraph. – 21.11.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/11244345/Ukraine-protests-one-year-on-Of-course-we-havent-achieved-our-goals.html> (дата обращения: 23.12.2018).
56. Ukraine: Putin's Crimea aim is to make the West look weak // The Daily Telegraph. – 01.03.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10669826/Ukraine-Putins-Crimea-aim-is-to-make-the-West-look-weak.html> (дата обращения: 22.12.2018).

57. Ukraine: revolution on the Dnieper // The Guardian. – 23.02.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/feb/23/editorial-ukraine-revolution-dnieper> (дата обращения: 23.12.2018).
58. Ukraine: Russia launches 'armed invasion' as Obama warns Moscow of 'costs' of intervention // The Daily Telegraph. – 28.02.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10669475/Ukraine-Russia-launches-armed-invasion-as-Obama-warns-Moscow-of-costs-of-intervention.html> (дата обращения: 20.12.2018).
59. Ukraine sees biggest anti-government protests since Orange Revolution // The Daily Telegraph. – 01.12.2013. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10487001/Ukraine-sees-biggest-anti-government-protests-since-Orange-Revolution.html> (дата обращения: 11.05.2018).
60. Ukraine U-turn on Europe pact was agreed with Vladimir Putin // The Guardian. – 26.11.2013. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2013/nov/26/ukraine-u-turn-eu-pact-putin> (дата обращения: 22.12.2018).
61. Ukrainian president approves strict anti-protest laws // The Guardian. – 17.01.2014. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/jan/17/ukrainian-president-anti-protest-laws> (дата обращения: 22.12.2018).
62. Ukrainians call for Yanukovich to resign in protests sparked by EU u-turn // The Guardian. – 02.12.2013. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2013/dec/01/ukraine-largest-street-protests-orange-revolution> (дата обращения: 21.12.2018).
63. Ukrainians turn backs on Moscow in decisive vote // The Times. – 28.10.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/ukrainians-turn-backs-on-moscow-in-decisive-vote-p3q5bz05h0j> (дата обращения: 10.11.2018).
64. Ukraine's bloody crackdown leads to call for sanctions // The Guardian. – 01.12.2013. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2013/nov/30/ukraine-bloody-backlash-sanctions-eu> (дата обращения: 21.12.2018).
65. Ukraine's chocolate billionaire claims victory in election // The Daily Telegraph. – 26.05.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/>

europe/ukraine/10856139/Ukraines-chocolate-billionaire-claims-victory-in-election.html (дата обращения: 19.12.2018).

66. Ukraine's Hopes Riding on a Chocolatier // The Daily Telegraph. – 29.03.2014. – URL: <https://www.nytimes.com/2014/03/30/world/europe/ukraine-candidates.html> (дата обращения: 21.12.2018).
67. Ukraine's spiral to disaster has echoes of Syria // The Times. – 27.01.2014. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/ukraines-spiral-to-disaster-has-echoes-of-syria-rl99qcqnt2s> (дата обращения: 22.12.2018).
68. Ukraine's year of misery // The Daily Telegraph. – 21.11.2014. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/11243850/Ukraines-year-of-misery.html> (дата обращения: 23.12.2018).
69. When the Ukraine deal shatters, the West has a duty to send military help // The Times. – 15.02.2015. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/when-the-ukraine-deal-shatters-the-west-has-a-duty-to-send-military-help-bwxtdcmzrv3h> (дата обращения: 20.12.2018).
70. With President's Departure, Ukraine Looks Toward a Murky Future // The New York Times. – 22.02.2014. – URL: <https://www.nytimes.com/2014/02/23/world/europe/with-presidents-departure-ukraine-looks-toward-a-murky-future.html> (дата обращения: 21.12.2018).
71. With Russia in mind, U.S. takes cautious approach on Ukraine unrest // The Washington Post. – 03.12.2013. – URL: https://www.washingtonpost.com/world/national-security/with-russia-in-mind-us-stays-mostly-mum-on-ukraine-unrest/2013/12/03/52039ff0-5c38-11e3-8d24-31c016b976b2_story.html (дата обращения: 11.05.2018).

Приложение

Идеологема	Конструкт	Оценка конст-рукта	Общая оценка идеоло-гемы
Евромайдан	Евромайдан – это массовый, всенародный протест	+	+
	Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы	+/-	
	Евромайдан – это победа народа	+	
Виктор Янукович	Виктор Янукович – политик, который не оправдал ожиданий украинцев	-	-
	Виктор Янукович – слабый, несамостоятельный политик	-	
	Виктор Янукович – политик, который думает только о личной выгоде	-	
	Виктор Янукович – жестокий тиран	-	
Петр Порошенко	Петр Порошенко – успешный бизнесмен	+/-	+
	Петр Порошенко – политик из прошлого	+/-	
	Петр Порошенко – участник Евромайдана	+	
	Петр Порошенко – проевропейский политик	+	
	Петр Порошенко – политик, который может объединить страну	+	
События в Крыму и на Донбассе	События в Крыму и на Донбассе – результат действий России	+/-	+/-
	Украина – жертва агрессии России	+/-	
Парламентские выборы	Проевропейские партии – самые популярные на Украине	+	+
	Прошедшие выборы – очень важный этап в жизни страны	+	

