

*На правах рукописи*

**Кузина Ольга Андреевна**

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

Специальность 10.02.04 – Германские языки

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Нижний Новгород – 2020

Работа выполнена на кафедре английской филологии ГАОУ ВО ЛО  
«Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина»

**Научный руководитель:** кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой перевода и переводоведения, и.о. декана факультета иностранных языков ГАОУ ВО ЛО «Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина» Коцюбинская Любовь Вячеславовна

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Самарский государственный социально-педагогический университет» Борисова Елена Борисовна;  
кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет» Садуов Руслан Талгатович

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена»

Защита состоится 27 мая 2020 года в 13.30 на заседании диссертационного совета Д 212.163.01 при ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» по адресу: 603155, Г. Нижний Новгород, ул. Минина, д. 31а, III корпус, ауд. 3217.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной литературы библиотеки ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» по адресу: 603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, д. 31а, ауд. 3503.

Автореферат размещен на официальном сайте ВАК Министерства образования и науки РФ: <http://vak.ed.gov.ru>.

Диссертация и автореферат размещены на официальном сайте ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»: <http://www.lunn.ru>.

Автореферат разослан \_\_\_\_\_ 2020 г.

Ученый секретарь  
Диссертационного совета



С.Н. Аверкина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Мир вошел в новую фазу информационного противостояния, где одним из орудий борьбы за геополитическое доминирование является язык, а каналом трансляции политико-идеологических взглядов государства – СМИ. В связи с этим, **актуальным** вопросом языкознания является изучение языка как средства осуществления власти в обществе. Лингвистов интересует, как с помощью целенаправленного использования языковых средств и структур оказывается политическое и идеологическое воздействие на массовое сознание и создается определенное видение реальности. Немаловажными являются и вопросы о том, как воплощаются в языке и речи идеологические послы, как внедряются идеологемы в сознание людей и управляют их восприятием, и как языковое оформление текстов СМИ способствует успешной передаче информации, формированию 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, но еще не выработан ее теоретико-методологический аппарат, т.е. существует необходимость в дальнейшем изучении ценностей, оценок и оценочности.

Средства и способы выражения политико-идеологических взглядов в языке в общем и идеологемы как лингвоментальные единицы, репрезентирующие политико-идеологические установки, в частности, не раз

попадали в фокус лингвистических исследований (Г.Ч. Гусейнов, Д.Б. Измаилян, В.А. Каменева, Н.И. Клушина, Н.А. Купина, Е.Г. Малышева, Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов,). Однако на данный момент нет общепринятых концепций идеологема: нет единого определения понятия, не систематизированы признаки, не изучена структура. Следовательно, есть потребность в системном описании и теоретическом осмыслении языкового выражения идеологема, ее сущностных характеристик, внутренней структуры и содержания. В диссертации репрезентация государства в СМИ в период информационного противоборства рассматривается как макроидеологема, что ранее не использовалось в научных исследованиях.

Вербальные особенности отражения событий на Украине 2013-2014 годов и их участников в СМИ также стали популярным объектом лингвистических исследований (А.А. Алексеева, Э.В. Будаев, А.Б. Бушев, Ю.В. Газинская, Э.В. Егорова, А.А. Казаков, О.Н. Кондратьева, Е.Н. Молодыхенко, И.А. Серегина, А.О. Уржумцева). Но большинство работ дают характеристику 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. Серебрянникова, В.Н. Телия, З.К. Темиргазина, M. Rokeach), теории идеологем (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,

Е. 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.

Для достижения цели осуществляется решение следующих **задач**:

- описать этапы развития, теоретико-методологическую базу и основные понятия аксиологической лингвистики;
- рассмотреть основные подходы к трактовке идеологемы в лингвистике;
- выделить характеристики идеологемы и описать ее внутреннюю структуру и содержание;
- выявить идеологемы и составляющие их конструкты в составе макроидеологемы «Украина»;
- проанализировать вербальные средства создания конструктов, 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** является аксиологическая составляющая макроидеологемы «Украина», овнешненная лингвистическими средствами.

Для реализации поставленных целей и задач используется **комплекс методов**: описательный метод, метод контекстологического анализа, семантический анализ в дефинитивном варианте, лингвокультурный комментарий и аксиологический анализ способом этносемиометрии. Применение данных методов позволяет проанализировать связь между лингвистической и экстралингвистической стороной текста, определить

ценностное отношение автора к объекту высказывания, выделить образный и экспрессивный потенциал языковых средств и их идеологически-оценочную нагрузку в контексте конкретного новостного текста СМИ.

В основу 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. Объем проанализированного материала составил 665 статей (2776 страниц печатного текста). Хронологические рамки отбора газет ограничены ноябрем 2013 – ноябрем 2014 года, поскольку именно в этот период происходят важные события в новейшей истории Украины, характеризующиеся в общем как политический кризис (Евромайдан, референдум в Крыму, военный конфликт на Донбассе, президентские и парламентские выборы), которые повсеместно освещались СМИ Великобритании и США.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что в нем дополняется понятие идеологемы как лингвоментальной категории, описываются ее характеристики и 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 макроидеологем, определяется их оценочный компонент путем соотнесения с западной системой ценностей. Впервые репрезентация государства в СМИ в

определенный период его истории рассматривается как макроидеологема. Проводится лингвистический анализ отражения всего периода украинского кризиса в материалах англоязычных периодических изданий и выявляется оценка макроидеологема «Украины», что ранее не осуществлялось.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что она вносит вклад в разработку теории идеологема как лингвокогнитивных единиц, которые активно конструируются в политико-идеологическом пространстве и распространяются с помощью медиа. Описание репрезентации государства в СМИ как макроидеологема 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, лингвистической экспертизы и лингвистической аксиологии.

**Практическая ценность** состоит в том, что полученные выводы могут использоваться в курсах английской стилистики и лексикологии, 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, 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 конструктор идеологемы содержит смысловую и оценочную составляющие, которые могут определяться 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 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 представлены на научных конференциях «Ломоносовские чтения» (г. Севастополь, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019), VI международной научно-практической конференции «Перевод. Язык. Культура» (г. Пушкин, 2015), I Черноморской научно-практической конференции МГУ «Проблемы безопасности в современном мире» (г. Севастополь, 2016), II 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), VI

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 и приложения общим объемом 161 страница. Библиографический список включает 178 наименований работ.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, 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.

Лингвоаксиология является молодым, но активно развивающимся направлением лингвистических исследований. Объектом аксиологической лингвистики выступают ценностные смыслы, господствующие в обществе, а предметом – языковые средства, которыми вербализуются или конструируются ценностные смыслы, и способы, которыми адресант целенаправленно создает и закладывает эти смыслы в текст. Методы, применяемые в аксиологической лингвистике, позволяют путем анализа оценочных суждений на основании языковых способов оформления высказывания с учетом обстоятельств порождения текста определить ценностное отношение автора к описываемому объекту, ситуации и т.д.

Основные понятия аксиологии – ценность, оценка, оценочность – тесно связаны между собой [Серебренникова 2011]. Ценности в данной работе понимаются как некие идеалы, ориентиры, господствующие в обществе, которыми руководствуется человек в процессе своей деятельности и которые определяют его отношение к объектам окружающего мира [Гибатова 2011; Стернин 1996; Rokeach 1968]. Ценности формируются в ходе развития общества, зависят от многих факторов, в частности от политико-идеологических взглядов, и имеют свойство изменяться со временем. Оценка является результатом соотнесения феномена окружающего мира с системой ценностей и выражается преимущественно вербальными средствами. Знак оценки определяется в большинстве случаев в контексте и обусловлен во многом экстралингвистическими факторами: ситуацией общения, ценностями, идеологическими установками и целями адресанта [Болдырев 2008; Вольф 2002; Дускаева 2014; Сергеева 2003; Телия 1986]. Некоторые виды дискурса, такие как политический и медийный, особенно насыщены оценками и обладают политико-идеологической оценочностью [Володина 2008; Воронцова 2006; Добросклонская 2008; Иванова 2018; Костина 2011].

Политико-идеологические взгляды находят свое выражение в виде системы идеологем. Понятие «идеологема» было введено в научный оборот М.М. Бахтиным [Бахтин 1935], является междисциплинарным, и в силу этого не имеет единого определения. В современном языкознании выделяется два основных подхода к определению идеологема: лингвистический и когнитивный [Нахимова 2011: 152].

В рамках лингвистического подхода идеологема рассматривается как языковая единица с закрепленным идеологическим компонентом в значении [Гусейнов 2004; Купина 2000; Мелконян 2015; Чудинов 2006]. Однако при таком подходе остается без внимания тот факт, что прежде чем идеологема обретает свою вербальную форму, она должна быть создана в сознании представителей определенных политико-идеологических взглядов [Клушина 2014: 56]. На этом акцентируют внимание сторонники когнитивного подхода [Вдовиченко 2011; Малышева 2009; Мирошниченко 1995; Пионтек 2012], согласно которому идеологема рассматривается как ментальная единица, репрезентированная вербальными или невербальными средствами.

В реферируемом исследовании вслед за В.А. Каменевой идеологема рассматривается как лингвокогнитивная единица, т.е. единица двойственной природы: ментальной и языковой [Каменева 2007: 9-10]. С когнитивной точки зрения это ментальная сущность, которая включает в себе представление о фрагменте действительности и зависит от идеологической системы, в рамках которой она выстраивается. В сознании реципиента идеологема создает схемы, влияющие на процесс восприятия и оценки информации. Языковая сторона представлена вербальной оболочкой идеологема, т.е. словом или словосочетанием, которым она вербализуется. Кроме того, языковые средства создают смысловое наполнение идеологема.

Идеологема обладает рядом характерных черт, таких как оценочность, темпоральность, целенаправленность, и мифологичность. Главным признаком является оценочность [Вепрева 2006; Гизатуллина 2016; Гусейнов 2004; Клушина 2008; 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 идеологемы создается вербальными и невербальными средствами. Однако, как правило, этот компонент не заложен в семантической структуре вербальной единицы, репрезентирующей идеологему, а определяется экстралингвистическими факторами. Оценка идеологемы базируется на оппозиции «правильного» и «неправильного», «своего» и «чужого» с точки зрения отправителя сообщения [Гусейнов 2004; Карамова 2015]. Следовательно, идеологема всегда положительно оценивает «своих» и отрицательно «чужих». Если идеологема существует в рамках конкурирующих идеологических систем, ее оценочный компонент может быть полностью противоположным. Закрепляясь в сознании адресата, идеологема проецирует оценочность на восприятие дальнейшей информации, ориентируя реципиента в сторону нужной оценки фактов, связанных с идеологически значимым объектом.

Еще один немаловажный признак идеологемы – темпоральность [Журавлев 2004; Клушина 2014; Михайловская 2018]. Идеологема имеет временные рамки своего существования: она актуальна столько, сколько доминирует идеологическая позиция правящей элиты. При смене политического курса неизбежно меняются и идеологемы [Клушина 2008]: может меняться либо содержание идеологемы и, как следствие, ее оценка, либо идеологема может полностью выходить из употребления, сохраняя свою узнаваемость лишь в рамках специфического контекста.

Следующая характерная черта идеологемы – целенаправленность [Каменева 2007; Клушина 2008; Малышева 2009]. Идеологема закладывается в текст с целью воздействия на конкретного адресата для формирования необходимой оценки определенного явления. С помощью идеологем осуществляется процесс «программирования» сознания в рамках господствующей идеологии [Гронская 2013]. Но идеологема закрепится в

сознании, вызовет оценочные ассоциации и станет регулятором поведения только при условии ее последовательной актуализации.

Мифологичность идеологем заключается в том, что они всегда конструируются в рамках преломленного идеологией одностороннего видения действительности и сами создают мифическую реальность [Савенкова 2010: 81], т.е. идеологема – это миф, используемый 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 как можно больше сторонников.

Являясь, прежде всего, единицей ментальной, идеологема представляет собой сложную, неоднородную когнитивную структуру, состоящую из совокупности элементов, различных по объему и взаимно дополняющих друг друга. По содержанию идеологема динамична: она может полностью менять смысловое и оценочное наполнение в зависимости от политико-идеологических взглядов, сохраняя лишь вербальную форму [Савенкова 2010: 83]. Следовательно, содержание идеологемы есть совокупность смысловых блоков, формирующихся вокруг одной идеи, одного «кванта смысла» [Клушина 2014: 56]. Ключевые идеи выделяются человеком в процессе обработки вербальной информации, получаемой им, например, при чтении новостей. Данные идеи, как правило, не ограничиваются рамками одной статьи, а проходят идеологическим лейтмотивом сквозь ряд текстов, посвященных одной теме. В результате многократного повторения такая идея закрепляется в сознании, формируя идеологизированное представление об аспекте окружающей действительности. Совокупность взаимосвязанных ключевых идей конструирует смысловое наполнение идеологемы. В рамках данной работы для наименования структурно-смысловых блоков идеологемы принимается рабочее название «конструкт». Набор конструктов не статичен: отдельные конструкты могут заменяться другими, некоторые могут исчезать или идеологема может дополняться новыми конструктами в своей структуре.

Конструкты идеологемы выстраиваются целенаправленно с определенной оценкой, которая создается как языковыми средствами, так и выводится путем соотнесения конструкта с ценностной системой общества. Конструкты могут иметь разную оценку. Общая оценка идеологемы будет складываться из совокупности оценок конструктов. Следовательно, идеологема имеет конкретное содержание только в рамках конкретной идеологии в определенный временной промежуток.

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

Макроидеологемой может становиться и представление о государстве. Но это возможно только в конкретный временной период, когда государство становится участником или целью информационного противоборства, т.е. когда освещение событий в «чужом» государстве ведется исходя из целей геополитической борьбы. Тогда информация тщательно отбирается и преподносится в идеологически обработанном виде.

Конструкты, идеологемы и макроидеологемы, являясь единицами ментального уровня, создаются с помощью вербальных средств, которые представлены единицами всех уровней, от морфем до сверхфразовых единств. 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.

В условиях информационного противоборства каналом трансляции государственной идеологии становятся СМИ. Из средств информирования

они превращаются в средства идеологического воздействия, формируя определенное идеологически «правильное» видение окружающего мира и разделяя весь мир на «своих» и «чужих» [Добросклонская 2005, Кара-Мурза 2005, Кубрякова 2008, Dijk 1989, 1998; Graham 2011]. Идеология в СМИ находит свое отражение как на уровне содержания новостных текстов (т.е. отбора информации), так и на уровне их лингвистического оформления.

Идеологическое моделирование будущего образа события или объекта начинается на этапе отбора фактов [Сидоров 2009; Cohen 1963; Rohlinger 2007; Saleem 2007; Weaver 2007]. «Избирательность» в медиа, т.е. исключение определенных событий или мнений, неравномерное распределение аргументов, положительных и отрицательных характеристик, 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. Описываемое событие в итоге превращается в идеологему, т.к. каждая сторона конструирует ситуацию из разных идеологически обработанных смысловых блоков. За отбором фактов следует отбор языковых средств. Вербальная форма сообщения определяется идеологической установкой и коммуникативной целью автора [Демьянков 2008; Wodak 2011]. Следовательно, используются способы вербализации, которые наилучшим образом подходят для передачи взгляда на событие, который журналист хочет сформировать у аудитории.

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. 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.

**Во второй главе «Аксиологические характеристики образа Украины периода политического кризиса 2013-2014 годов»** проводится анализ текстов СМИ Великобритании и США на тему украинского кризиса. Образ Украины в СМИ данного периода рассматривается как макроидеологема, состоящая из идеологем, сформировавшихся вокруг основных событий и фигур кризиса. В составе каждой идеологемы на основе анализа языкового оформления статей выделяются смысловые конструкты, определяется оценочный компонент<sup>1</sup> каждого конструкта путем соотнесения его содержания с ценностной системой западного общества. На основании совокупности оценок конструктов выводится аксиологическая составляющая каждой идеологемы, и сумма оценок идеологем дает основания судить об оценочной характеристике макроидеологемы «Украина».

В составе макроидеологемы «Украина» выделено пять идеологем: «Евромайдан», «Виктор Янукович», «Петр Порошенко», «События в Крыму и на Донбассе» и «Парламентские выборы». 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

---

<sup>1</sup> В данной работе аксиологическая шкала состоит из отрицательной, смешанной и положительной оценок.

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

Рассмотрим в качестве примера анализ средств вербализации конструктов идеологемы «Евромайдан» и выделение ее оценочных характеристик.

Первый конструкт, «Евромайдан – это массовый, всенародный протест», создается подробным перечислением групп людей в составе протестующих, фразеологизмами и собирательными существительными:

*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*) содержит сему множественности и создает образ многочисленного протеста. Состав протестующих передан устойчивым словосочетанием «*young and old*», которое имеет значение «*people of all ages; everyone*» и внушает читателю мысль, что на площади были люди всех возрастов, объединенные одной идеей. Эта фраза дополняется перечислением (родители с детьми, студенты), чтобы усилить воздействие на читателя и сформировать представление об активном, всенародном протесте.

Второй пример описывает разнообразие людей 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*». Она показывает, что на улицу вышли люди из разных слоев населения и сфер деятельности.

Третий пример содержит числительное во множественном числе (*thousands*), которое обращает внимание на многочисленность протестного движения, но скрывает истинное количество. Чтобы подчеркнуть разнородность состава протестующих, использована вставная конструкция, в которой разные слои общества передаются фразой «*a large cross-section of politically aware Ukrainians*». Составное существительное «*cross-section*» 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*. 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 много. Этот пример акцентирует и масштабность протестов, и разнородность протестующих по составу.

Массовость протестов описывается также метафорами, представляющими толпу людей как море или поток воды, числительными во множественном числе, лексемами с семой множества:

*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 demonstration, which created a vast sea of yellow and blue Ukrainian and European Union flags across the square ... [Daily Telegraph 01.12.2013]*

*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].*

В первых двух примерах использованы глаголы, описывающие движение воды: «*stream*» (*to run or flow in a continuous current in a specified direction*) и «*pour*» (*to move with a continuous flow*). Но применены они для описания толпы людей: народ нескончаемым потоком стекается в какое-то место и переполняет его. Метафорический перенос осуществлен на основе доминирующих семантических признаков – сем движения и большого количества. Так выстраивается метафора «толпа людей – это поток». Образ потока создает у читателя впечатление огромного количества народа, выступающего против президента. Числительные во множественном числе «*thousands*» и «*hundreds of thousands*» закрепляют представление о Евромайдане как о масштабном протесте. Такие обобщенные данные без ссылок на источник могут быть примером манипуляции информацией с целью воздействия на читателя. Увеличивает масштаб протестов также предлог «*across*» (*Ukraine*) (*across – in every part of a place, group of people, etc.*), создавая иллюзию того, что протесты проходили во всех регионах.

В третьем и четвертом примере протестующие представлены как море. В третьем примере семантический признак «*large*» переносного значения лексемы «*sea*» (*a large amount of smth that stretches over a wide area*) усиливается с помощью эмоционально-оценочного компонента эпитета «*vast*» (*extremely large in area, size, amount*), что придает большую образность и масштабность протестам. В четвертом предложении словосочетание «*rolling mass*» (*roll – to go forward in an easy, gentle, or undulating manner*) уже создает образ массы людей, вздымающейся и движущейся как поверхность моря, а метафорическая фраза «*sea of people*» способствует закреплению образа. Так авторы статей апеллируют к эмоциям читателей, создавая в сознании реципиента образ огромной, могущественной массы людей.

Образ массового всенародного протеста выстраивается также при помощи аллюзии к событиям Оранжевой революции: «*the biggest demonstration in Ukraine since the 2004 Orange Revolution*» [Guardian 11.12.2013], «*to revive the spirit of mass uprising of Orange Revolution*» [Times 25.11.2013], «*an echo of the Orange Revolution*» [Daily Telegraph 01.12.2013]. Демонстрации сопоставляются по духу и масштабам и наводят на мысль о том, что протестующие сейчас, также как и тогда, отстаивают свои права и выступают против злоупотребления властью.

Таким образом, конструкт «Евромайдан – это массовый всенародный протест» создается 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, возможности бороться за свои права, можно сказать, что конструкт в сознании западного читателя имеет положительную оценку.

Второй конструкт «Кровопролитие в ходе Евромайдана – это трагедия всей Европы» гиперболизирует столкновения в центре Киева до масштабов общеевропейской трагедии. Авторы статей стремятся вписать Украину и происходящие события в европейский контекст, т.е. приблизить к западному читателю, продемонстрировав ужас случившегося и заставив сопереживать:

*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*) создает метафорический образ Европы как накренившегося корабля, готового перевернуться под давлением протестов на Украине. Используются лексемы, принадлежащие к семантическому полю «война» (*civil war, snipers, kill, violence*), что показывает серьезность

ситуации: Евромайдан грозит расколоть Украину и привести к гражданской войне. Помещая имя собственное «*Europe*» в начало предложения, автор гиперболизирует происходящее до масштабов военного столкновения в Европе. Второе предложение содержит устойчивое словосочетание «*dark day*» (*characterised by great unhappiness or unpleasantness*) с отрицательной коннотацией, которое воздействует на эмоциональное восприятие читателя, представляя происходящее как трагедию для всей Европы. Оба предложения имеют активный залог и однозначно возлагают ответственность за убийства на милицию (*police snipers killed scores of protesters*) и правительство (*government guns down its citizens*), хотя никаких аргументов в пользу этой точки зрения не приводится. Такая трактовка создает отрицательный образ жестокой власти и вызывает сочувствие к протестующим.

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].*

Конструкция с прилагательным в превосходной степени (*the largest violent loss*) сопоставляет масштабы происходящего в Киеве с терактом в Мадриде, т.е. события на Украине вписываются в европейскую историю. Согласно предложению потери среди мирного населения происходят на европейской земле (*on European soil*). Данный метонимический перифраз представляет Украину как часть европейского пространства.

Итак, конструкт базируется на стилистическом приеме гиперболы, которая подкреплена метонимическим перифразом и метафорой. Военная лексика и клише с отрицательной коннотацией на лексическом уровне, и сравнительные конструкции на синтаксическом помогают воздействовать на читателя, заставляя сопереживать. Конструкт содержит смешанную оценку: с одной стороны, Евромайдан представляется как отрицательное событие, влекущее за собой человеческие жертвы и угрожающее всей Европе, а с

другой стороны, подобное представление формирует у западного адресата, восприятие Украины как «своего», вызывая сочувствие к ее народу.

Третий конструкт «Евромайдан – это победа народа» а то, что именно протестующие добились отстранения президента от власти:

*The flames of revolution in Ukraine have all but consumed the presidency of Viktor Yanukovich, offering a dramatic spectacle of people power [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 лексема «*flames*» метафорически изображает Евромайдан как пожар, беспощадно поглощающий власть В. Януковича. Это событие представлено 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; an unusual or surprising sight or situation*) уже имеют экспрессивную окрашенность, но они усиливают свои качества, сочетаясь с эмотивный компонентом значения прилагательного «*dramatic*» (*sudden, very great and often surprising, exciting and impressive*). Экспрессивное словосочетание воздействует на читателя, создавая яркий образ огромной силы народа.

Во второй цитате народ гиперболизировано представлен как всемогущий, самостоятельно справившийся с проблемами. Образ создан с помощью первого краткого простого предложения, где слово «*power*» (*political control of a country or an area*) подразумевает контроль над всеми сферами жизни страны, а глагол «*prevail*» (*to defeat an opponent, especially after a struggle or an argument*) – победу в борьбе. Помещенное в начало предложения слово «*people*» выделяет, что победителем стал именно народ. Образ героя актуализирован и вторым предложением с параллельными конструкциями и перечислением того, что удалось сделать протестующим:

убрать с улиц милицию, подтолкнуть парламент к принятию решений, сместить В. Януковича. Использованные глаголы «*to empty*» (*to remove the content*), «*to galvanize*» (*to make sb take action by shocking them or by making them excited*), «*to sweep*» (*to move or push sb/sth suddenly and with a lot of force*) содержат общую сему воздействия, т.е. народ повлиял на власть и добился результата. Подобное представление событий переставляет акценты, опуская информацию об участии оппозиционных политиков и 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].*

Лексема «*reformer*» (*a person who works to achieve political and social change*) в начале предложения подчеркивает, что одержали победу те, кто хотел перемен и за них боролся. Сема изменений есть также в глаголе «*modernize*»: *to make a system, methods, etc. more modern and more suitable for use at the present time*. Так предложение акцентирует внимание на необходимости перемен в государстве. Важность победы выделена эпитетом «*historic*» (*having great and lasting importance*), экспрессивный компонент которого представляет победу как великий шаг в жизни государства.

Таким образом, лексемы с положительной коннотацией, синтаксические средства, такие как перечисление, и параллельные конструкции, стилистический прием метафоры, а также опущение фактической информации выстраивают данный конструкт и создают образ народа-победителя. В западном обществе, где источником власти считается народ, конструкт содержит положительную оценку.

В итоге, два конструкта в составе идеологемы «Евромайдан» имеют положительную оценку, а один – смешанную, т.е. оценка идеологемы положительна. 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 направляя общественное мнение в поддержку демонстраций на Украине.

Параллельно с событийной идеологемой «Евромайдан», описывающей протесты, выстраивается личностная идеологема «Виктор Янукович». Все конструкты в ее составе дают отрицательную оценку политическому лидеру. Так, выстраивается образ украинского президента как жаждущего личной выгоды политика, который предает интересы населения и отказывается от соглашения с ЕС, обменивая его на финансовую помощь России, а затем отдает приказ о применении силы против народа. 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 народа и отрицательного образа президента. Но на основании анализа содержания и лингвистического оформления статей можно сказать, что государство отождествляется с народом и не ассоциируется с президентом (наоборот отделяется от него). Подобное освещение событий в англоязычной прессе соответствует официальной риторике Великобритании и США, т.к. официальные лица неоднократно делали заявления, где поддерживали протестующих и возлагали всю ответственность за происходящее на президента. Так в период Евромайдана Украина впервые позиционируется как «свой» для западной аудитории, который нуждается в помощи и поддержке.

На контрасте с отрицательным образом В. Януковича выстраивается большей частью положительный образ нового президента Украины П. Порошенко. Из пяти конструктов идеологемы «Петр Порошенко» два имеют смешанную оценку, поскольку с одной стороны, подчеркивают его опыт в решении сложных политических, экономических и бизнес задач, 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 выполнять 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 П. Порошенко как нового, поистине европейского лидера, «своего», т.е. на страницах англоязычной прессы была выражена поддержка кандидатуры во время предвыборной кампании. В связи с этим правомерно сказать, что образ Украины, реализуемый через образ нового президента П. Порошенко положительный.

На противопоставлении протестам Евромайдана построено повествование о событиях в Крыму и на Донбассе. Отрицательная оценка заложена уже в выборе номинаций для обозначения событий и их участников: *pro-Russian separatists, pro-Kremlin militants, undeclared war against Russia, breakaway statelets, territory taken over by Russia, occupation, illegal annexation, land grab, military intervention*. Так создается представление о том, что на востоке Украины идет не внутригосударственный конфликт, а война с Россией, которая поддерживает местные вооруженные группы и способствует отделению региона от Украины, а в Крыму произошло вооруженное вторжение России и силовое присоединение полуострова.

Оба конструкта идеологемы «События в Крыму и на Донбассе» имеют смешанную оценку, с одной стороны, акцентируя внимание на слабости государства, противоречиях внутри него, что оценивает государство отрицательно, а с другой стороны, демонстрируя вмешательство России, ее пособничество в разжигании конфликта и силовое отделение территорий, что вызывает отрицательную оценку действий России и стремление помочь Украине. Украина позиционируется как «свой», нуждающийся в помощи, а Россия – как агрессивный «чужой», которого надо остановить.

Кризис на Украине завершается парламентскими выборами, которые окончательно меняют старую систему управления государством. Два конструкта идеологемы «Парламентские выборы» имеют положительную оценку, представляя западной аудитории выборы как безоговорочную победу проевропейских партий, пропагандирующих курс на ассоциацию с ЕС,

подтверждая таким образом, что украинский народ видит свое будущее 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.

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

Проведенный анализ показал, что в период информационного противоборства СМИ выступают каналом трансляции государственной идеологии, которая представлена в новостных текстах в виде идеологем (ментально-языковых единиц). Идеологемы обладают такими свойствами, как оценочность, темпоральность, целенаправленность и мифологичность. Они создаются и распространяются с целью формирования определенного, идеологически «правильного», оценочного отношения к описываемому фрагменту действительности. Идеологема представляет собой сложную ментальную единицу, состоящую из совокупности структурно-смысловых элементов (конструктов). Смысловое наполнение конструктов создается при помощи языковых средств разных уровней, а оценочное наполнение формируется в ценностно-идеологическом контексте. Набор конструктов внутри идеологемы динамичен и изменяется в связи с изменением политико-идеологических установок. Комплекс идеологем составляет макроидеологему, которой может стать и образ страны в период политического и информационного противостояния.

Анализ новостных материалов с сайтов ведущих периодических изданий Великобритании и США выявил, что определенный образ Украины создается целенаправленно и может рассматриваться как макроидеологема. В составе макроидеологемы «Украина» выделено пять идеологем, состоящих в

общей сложности из шестнадцати конструкторов. По совокупности оценок конструкторов три идеологемы имеют положительную оценку, одна – смешанную, и одна – отрицательную. В итоге образ Украины получился положительным во время протестов Евромайдана, поскольку все отрицательные конструкторы использовались для вербализации образа президента Виктора Януковича, а как показал анализ, государство в текстах СМИ отождествлялось с народом и не ассоциировалось с президентом. Во время выборов нового президента образ Украины вербализовывался через образ основного претендента на президентский пост Петра Порошенко и получил положительную оценку. Во время событий в Крыму и на Донбассе образ Украины имеет смешанную оценку и во время выборов в парламент – положительную. Таким образом, образ Украины, созданный в СМИ Великобритании и США, большей частью положительный, что соответствует официальной риторике западных стран.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

*Статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:*

1. 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. (0,75 п.л., авторский вклад 0,4 п.л.)

2. 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. (0,8 п.л.)

3. Кузина О.А. Слово-реалия «Евромайдан» в английском языковом сознании / О.А. Кузина // *Philologos*. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2016. – Выпуск 3 (30). – С. 41–48. (0,7 п.л.)

4. Кузина О.А. Актуализация образа государства в медиадискурсе (на примере англоязычных СМИ) / О.А. Кузина // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – Тамбов: Грамота, 2017. – № 7. Ч. 1. – С. 107–112. (0,75 п.л.)

5. Кузина О.А. Идеологема как ключевая категория медиадискурса в период информационной войны (на примере освещения в англоязычной прессе событий на Украине в 2013-2014 гг.) / О.А. Кузина // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – Тамбов: Грамота, 2018. – № 8 (86). Ч. 1. – С. 110–115. (0,8 п.л.)

*Другие научные публикации:*

1. Кузина О.А. Лингвистические средства создания образа президента в англоязычных СМИ / О.А. Кузина // *Перевод. Язык. Культура: материалы VI международной научно-практической конференции 15 апреля 2015 года*. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2015. – С. 25–30. (0,35 п.л.)

2. Kuzina O.A. The role of conceptual metaphor in creating the image of the Ukrainian President in modern English media discourse / O.A. Kuzina // *Вопросы прикладной лингвистики. РУДН*. – Москва, 2015. – № 1(17). – С.77–87. (0,4 п.л.)

3. Кузина О.А. Прецедентные феномены в медиадискурсе // *Материалы научной конференции «Ломоносовские чтения» 2016 года*. – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе», 2016. – С. 132–134. (0,25 п.л.)

4. Коцюбинская Л.В., Кузина О.А. Функционирование слова-реалии «титушки»/ «titushki» в англоязычном информационном пространстве / Л.В. Коцюбинская, О.А. Кузина // *XX юбилейные Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф., 20-21 апреля 2016 г.* – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2016. – Т. 1. – С. 283–286. (0,3 п.л., авторский вклад 0,15 п.л.)

5. Кузина О.А. О способах передачи названий украинских политических партий на английский язык / О.А. Кузина // Перевод и культура: тезисы Второй международной научной конференции. Вологда. 5-7 мая 2016 г. ВоГУ. – Вологда; Н. Новгород: НГЛУ, 2016. – С. 32–34. (0,15 п.л.)

6. Кузина О.А. Функционирование слова-реалии «Евромайдан» в англоязычном информационном пространстве / О.А. Кузина // I Черноморская научно-практическая конференции МГУ «Проблемы безопасности в современном мире», 26-28 мая 2016 г.: Тезисы докладов. – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2016. – С. 142–144. (0,25 п.л.)

7. Кузина О.А. Цитирование как средство воздействия в медиадискурсе / О.А. Кузина // Вестник Московской международной академии. – Москва, 2016. – № 1. – С. 70–74. (0,35 п.л.)

8. Кузина О.А. Украина на распутье: образ страны во время политического кризиса 2013-2014 годов / О.А. Кузина // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления : материалы междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 26-30.09.2016). – Екатеринбург, 2016. – С. 122–125. (0,5 п.л.)

9. Кузина О.А. Метафорический образ президента Украины В. Януковича в англоязычных СМИ / О.А. Кузина // Электронный научный журнал «Педагог XXI века», 17-19 октября 2016 г.: Сборник материалов. – г. Севастополь: Научный консультант, 2016. – С. 221–223. (0,2 п.л.)

10. Кузина О.А. Имена собственные в межкультурном политическом дискурсе / О.А. Кузина // Проблемы теории, практики и дидактики перевода: Сборник научных трудов. Серия «Язык. Культура. Коммуникация». – Нижний Новгород: НГЛУ, 2017. – Выпуск 20. Том II. – С. 174–183. (0,75 п.л.)

11. Кузина О.А. Образ милиции как репрезентация образа власти во время украинского кризиса (на материале англоязычных СМИ) / О.А. Кузина // Ломоносовские чтения 2017 года: Сборник материалов научной

конференции (22 марта 2017 года, г. Севастополь). – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2017. – С. 64–66. (0,25 п.л.)

12. Кузина О.А. Языковая актуализация идеологического компонента в СМИ / О.А. Кузина // II Черноморская международная научно-практическая конференции МГУ «Математические, естественные и гуманитарные науки: совместные ответы на вызовы перспективных технологий», 25-27 мая 2017 г.: Тезисы докладов. – г. Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе», 2017. — С. 25–27. (0,25 п.л.)

13. Кузина О.А. Оппозиция «свой-чужой» как базовое средство формирования оценки в медиадискурсе / О.А. Кузина // Ломоносовские чтения 2018: Сборник материалов ежегодной научной конференции (12 апреля 2018 года, г. Севастополь). – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2018. – С. 23–26. (0,25 п.л.)

14. Кузина О.А. Грамматический потенциал слова-реалии «Евромайдан» в англоязычном медиадискурсе / О.А. Кузина // Перевод и культура: взаимодействие и взаимовлияние: тезисы Третьей международной научной конференции, Вологда, 10-12 мая 2018 г.– Вологда : ВоГУ; Н. Новгород : НГЛУ, 2018. – С. 50–52. (0,15 п.л.)

15. Кузина О.А. Роль средств массовой информации в конструировании мифов (на примере освещения украинского кризиса) / О.А. Кузина // Миф в истории, политике, культуре: Сборник материалов I Международной научной междисциплинарной заочной конференции (ноябрь 2017 года, г. Севастополь). – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2018. – С. 326–331. (0,25 п.л.)

16. Кузина О.А. Идеологема и мифологема как ключевые категории медиадискурса в эпоху информационной войны / О.А. Кузина // Миф в истории, политике, культуре: Сборник материалов II Международной научной междисциплинарной конференции (июнь 2018 года, г. Севастополь). – Севастополь: Филиал МГУ им. М.В. Ломоносова в г. Севастополе, 2018. – С. 136–139. (0,3 п.л.)

17. Коцюбинская Л.В., Кузина О.А. Воздействующий потенциал заголовков новостных статей / Л.В. Коцюбинская, О.А. Кузина // Art Logos (Искусство слова). – СПб, 2018. – №3 (5). – С. 139–145. (0,4 п.л., авторский вклад 0,2 п.л.)

18. Кузина О.А. События в Керченском проливе в текстах СМИ как идеологема / О.А. Кузина // Ломоносовские чтения: Материалы ежегодной научной конференции МГУ (3–5 апреля 2019 года, г. Севастополь). – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2019. – С. 154–157. (0,25 п.л.)

19. Кузина О.А. Идеологема-мифологема «Петр Порошенко» в англоязычных средствах массовой информации: диахронический аспект / О.А. Кузина // Миф в истории, политике, культуре: Сборник материалов III Международной научной конференции (июнь 2019 года, г. Севастополь). – Севастополь: Филиал МГУ в городе Севастополе, 2019. – С. 472–481. (0,8 п.л.)